

دور الإعلام في تنمية الوعي السياسي "دراسة ميدانية عن تأثير شبكات التواصل الإجتماعي علي الشباب الجامعي"

د. هالة منصور*

قسم علم الاجتماع

halamansor@hotmail.com

المستخلص:

أصبحت شبكات التواصل الإجتماعي واحدة من أحد أهم شكليات الاتصال الفعال وأحد أهم مفاتيح التنمية والتقدم في المجتمع المعاصر، ذلك لما تضمنته من نشاط إنساني ولم أحدثته من ثورة عارمة في مختلف المحيطات الحياتية، محدثة تأثيرا في طرائق العيش والتخاطب واكتساب المعرفة، وفي تنظيم حقول العمل والإنتاج وإعادة إنتاج حقول ثقافية عابرة لكل الحدود الجغرافية والسياسية، إن شبكات التواصل الإجتماعية تلك التي يمكن أن ندرجها في "الفيس بوك - وتويتر ويوتيوب"، أصبحت وجها من أوجهه قوة الأمم وتحضرها حيث أنها قادرة على ترجمة آمال الانسان وتطلعاته في الواقع المعاش، لقد استطاعت تلك التقنية المتقدمة أن تحقق بعض أحلام الانسان وأنجبت قواعد ثقافة الكترونية معوملة تغلبت على تحديات الزمنكة وصعوباتها. وانطلقت الدراسة من تساؤل رئيس مؤداه لاهتمام بدور شبكات التواصل الإجتماعي في المجتمع المصري بشكل عام وعلى فئة الشباب الجامعي بشكل خاص.

أعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، بالإضافة إلى الاستعانة بإستمارة الإستبيان للتحقق من أهداف الدراسة وقد قسمت إلى جزأين الجزء الأول وذلك الذي يعتمد على البيانات الديمغرافية أما الثاني فقد جاء متسقا مع تساؤلات الدراسة حتى يستوفيا، استخدمت هذه الدراسة أيضا البرنامج الإحصائي SPSS، لتفريغ البيانات ومعالجتها إحصائياً لإستخراج. أما عينة الدراسة فقد تم تطبيقها على التي طبقت على 300 طالب وطالبة من جامعة الفيوم موزعين على خمس كليات نظريه وخمس كليات عملية، موزعه بالتساوي بين كل كلية بطريقة عشوائية بين الطلبة والطالبات.

وجاءت أهم نتائج الدراسة متمثلة فيما يلي أنه يمكن النظر للتغير الاجتماعي برؤية "حتمية" التحول في ثلاثة مسارات. أولهما، ما يعرف "بالحتمية التقنية"، وثانيهما، ما يعرف "بالحتمية الاجتماعية"، ثم الحتمية المعلوماتية. وأيضا يسعون المستخدمين لكسب رأسمال رمزي من خلال انخراطهم على شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن أن تزدهر فيه مبادرات المجتمع المدني.

تاريخ الاستلام: 2020/01/29

تاريخ قبول البحث: 2020/02/14

تاريخ النشر: 2023/12/30

المقدمة:

يطرح "مارشال ماكلوهان" تساؤلاً مفاده "هل تدرك السمكة أنها مبتلة بالماء؟" ويأتي الجواب طبعاً "لا"، ذلك لأن فالسمكة ليس لديها من الإدراك بذاتها ما يجعلها تشعر أنها مبتلة بالماء لأن البيئة التي تعيش فيها السمكة مائية إلى درجة أنها لا تشعر بالماء إلا في حالة فقدانه أو غيابه¹، وعليه فذاك هو الحال تماماً في علاقة أفراد الجمهور بوسائل الإعلام. فقد أضحت تتدخل تقريباً في كل مجالات حياتنا اليومية وواقعا إلى درجة أننا لا نشعر بوجودها، ناهيك عن تأثيرها علينا وعلى حياتنا، إننا - كالمسك في الماء - محاطين بوسائل الإعلام من كل جانب، تزودنا بالمعلومة، وتسلينا وترفه عنا، وتسعدنا، وتحزننا، وتحرك مشاعرنا، وتتحدى ذكائنا، وأحياناً تحاول استغلالنا، إن هذه الوسائل تساعدنا على التعرف على أنفسنا، كما أنها تشكل واقعنا وحياتنا. ويتأتى ذلك نتيجة قدرة الإعلام على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، وإلى أفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في اللحظة نفسها وبسرعة مدهشة، مع القدرة على خلق رأي عام، وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً، والقدرة على نقل المعارف والمعلومات².

وعلى اعتبار أن الشبكة العنكبوتية أحد أهم نوافذ الإعلام في العصر الحديث على المستوى الدولي مع تنوع استعمالاتها، وازدياد عدد المستخدمين لها فهي اليوم تؤدي أدواراً سياسية واجتماعية واقتصادية وعلمية وثقافية هامة جداً. وتشير جملة الدراسات الحديثة إلى أن استعمالات الإنترنت في الدول التي تصنف بأنها غير ديموقراطية، ساعدت في كسر تابوهات الجماعات السياسية، مما دفع قسماً من هذه الدول إلى الاعتقاد بأن التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاتصال ومنها الإنترنت، أصبحت عدو النظم السياسية التي تنتهك حقوق الأفراد، وتفرض الحقوق الغائبة وتندد بالمواطنة التي لا يشعر بها الأفراد في المجتمعات وذلك لأن الإعلام الجديد، أضحي يؤثر في الحياة السياسية في المجتمعات، ويساعد في بناء أفراد يمتلكون مستويات عالية من الديموقراطية والمشاركة السياسية³، هذا إلى جانب دورها على الصعيد الاجتماعي، ومساهمتها في تطوير الوضع الاجتماعي، وتجاوز النماذج الجاهزة والقوالب الجامعة بشكل تدريجي في العلاقات الاجتماعية، دون أن يؤدي ذلك إلى اهتزاز البنية الاجتماعية وإحداث شروخ فيها⁴.

وقد ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الإنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام، تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الإعلاميين، الذي أطلقوا عليه الإعلام الجديد، والإعلام البديل، الذي يشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية، والمدونات، والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة، واستطاعت هذه المواقع أن تمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة السياسية، الأمر الذي يجعل من السياسة شأناً عاماً يمارسه معظم أفراد الشعب دون أن يكون مقتصرًا على فئات دون أخرى، وذلك لأن هذه المواقع تشجع الأفراد غ*ير الناشطين أو الفاعلين سياسياً على المشاركة في الفعاليات السياسية، بحيث يمكن القول أنها يمكن أن تكون صوتاً سياسياً للمواطن العادي وغير العادي.

ووفقاً لذلك، فقد أنهت ثورة الاتصال الجديدة عدداً من المفاهيم كهرمية الاتصال، وحارس البوابة، وأحادية مصدر الرسالة، كما استحدثت عدداً من المفاهيم الإتصالية الجديدة مثل: الوسائط الرقمية، والمجتمعات الافتراضية، والتشبيك

الإجتماعي، وغيرها من المفاهيم والمصطلحات الأخرى، والتي تدل في مجملها على مدى الوفرة والتنوع في وسائل الإتصال الجديدة.

وتتمظهر أحد أهم ملامح الإعلام الجديد في سرعة الإتصال، والقيمة المعلوماتية، وضمان وصولها، وتحقيق التفاعل معها، وليس كونه إعلاماً مرسلًا من جانب واحد، مما خلق مساواة داخل المجتمع في الإتصال⁵. وفي سياق آخر، فقد دخلت الأقطار العربية مرحلة جديدة بكل ما تعنيه الكلمة من معنى، مع ارتفاع الأصوات المطالبة بالتغيير في مناطق عدة من أرجاء الوطن العربي، واستخدام الشباب المطالبين بالتغيير لوسائل حديثة للتواصل والتنسيق فيما بينهم، وفي مقدمتها شبكات التواصل الإجتماعي كالفايس بوك وتويتر وغيرها. وارتببت موجة الإحتجاجات والثورات التي اجتاحت المنطقة العربية مطالبة بالتغيير، من قبل شريحة الشباب، بصعود نجم شبكات التواصل الإجتماعي، وغيرها من شبكات التواصل الافتراضية، والتي وجد فيها الشباب العربي منفذاً للتعبير عن آمالهم وطموحاتهم ورغباتهم في التغيير، حتى غدت بمثابة محرك فاعل ومؤثر في الثورات والمظاهرات والأحداث التي شهدتها المنطقة العربية.

ويشير القرني إلى أن هذه المواقع لعبت دوراً في المظاهرات الإحتجاجية التي وقعت في المنطقة العربية، بحيث أصبح البعض منها كموقع (الفايس بوك) مركزاً للمعارضة، يتم من خلاله التواصل بين منتسبي الأحزاب السياسية والناشطين سياسياً، للتنسيق فيما بينهم سياسياً، والتحريض ضد الحكومة⁶.

ومأسسة على ماسبق فقد أصبحت شبكات التواصل الإجتماعي واحدة من أحد أهم تشكيلات الإتصال الفعال وأحد أهم مفاتيح التنمية والتقدم في المجتمع المعاصر، ذلك لما تضمنته من نشاط إنساني ولم أحدثته من ثورة عارمة في مختلف المحيطات الحياتية، محدثة تأثيراً في طرائق العيش والتخاطب واكتساب المعرفة، وفي تنظيم حقول العمل والإنتاج وإعادة إنتاج حقول ثقافية عابرة لكل الحدود الجغرافية والسياسية، إن شبكات التواصل الإجتماعية تلك التي يمكن أن ندرجها في "الفايس بوك - وتويتر ويوتيوب"⁽⁷⁾، أصبحت وجهاً من أوجهه قوة الأمم و تحضرها حيث أنها قادرة على ترجمة آمال الانسان وتطلعاته في الواقع المعاش، لقد استطاعت تلك التقنية المتقدمة أن تحقق بعض أحلام الانسان وأنجبت قواعد ثقافة الكترونية معمولة تغلبت على تحديات الزمنكة وصعوباتها⁽⁸⁾.

إن جل ماسبق هو ما عبر عنه "جمال سند السويدي" ذاهبا إلى أن "... إذا كانت القبيلة الواحدة تتكون من بطون وأفخاذ متفرقة وعصبيات متعددة، فلا بد من عصبية أقوى تلتحم فيها جميع العصبيات وتنصهر، وتصير كأنها عصبية واحدة كبرى، وإلا وقع الافتراق المفضي الى الاختلاف والتنازع، وهذه القبيلة هي القبيلة العالمية التي مدت خيوطها وبنيت لحمتها عبر الفيسبوك، وكأنها قد أكدت خارطة القرية الكونية "العالم" كإطار جغرافي الى القبيلة العالمية "المجتمع العالمي الافتراضي" كإطار بشري إجتماعي، أبرز ايجابية المتعامل معه، منتجا وشريكا في العملية الاتصالية التفاعلية، بعد أن كان متلقيا سلبيًا...".

وفي إطار ذلك تذهب جملة الدراسات الحديثة في التأكيد على أن شيوع استخدام الإنترنت في الدول الديكتاتورية، ساعد بشكل أو بآخر في كسر التابوهات السياسية، مما دفع بعض من تلك الدول إلى الإعتقاد بأن التكنولوجيا الحديثة

لوسائل الاتصال ومنها الإنترنت، أصبحت عدو النظم السياسية التي تنتهك حقوق الأفراد، إذ أنها أسهمت في نشر ثقافة المساواة السياسية في جميع أنحاء العالم⁽⁹⁾.

أولاً: تحديد الإشكالية

أصبحت "الديمقراطية" حلماً للشعوب وفتيلاً للعديد من الثورات والانتفاضات الدولية والعربية حيث برزت "الديمقراطية" كأيقونة خلال الثلث الأخير من القرن العشرين، وأصبحت القضية التي تتصدر المشهد السياسي سواء في الدول الديمقراطية أو الدول التي تعاني أمراض الاستبداد والتسلط، ولكن كل على طريقته، تصبو الشعوب وتختلف في التعاطي معها وفي درجة الاستعداد للنضال من أجل التمتع بها، فقد تحولت الديمقراطية إلى فريضة لكنها مازالت غائبة عن مفردات الحكم في كثير من دول العالم وفي الدول العربية⁽¹⁰⁾.

وإذا كان هذا المشهد قد غلف أركان وجود الدولة في العالم الثالث غداة الانصياع لأوامر الرأسمال العالمي، فإنه ينسحب بالضرورة على مكونات هذه الدول برمتها، وهو ما ينعكس أيضاً على ضرورة طرح بدائل سياسية أخرى تعمل على رفع مستويات التنمية السياسية بشكل خاص.

ووفقاً لم سبق كان لا بد أن تتولدت بعض المفاهيم كتعبيراً عن ارتفاع شمس الوعي السياسي وفي سياق متضافراً مع دور وسائل التواصل الاجتماعي تلك التي تؤثر سلوكياً على الأفراد وفي ذلك فقد أوضح بعض الباحثين في المدرسة السلوكية أنها كان لها أثرها الواضح في إثارة قضية الوعي السياسي متأثرة في ذلك بعلم النفس، لأن هناك مجال اهتمام لكل من علم النفس والعلوم السياسية بدراسة موضوعات الإدراك والوعي والدوافع والشخصية والسلوك السياسي سواء كان فردياً أو حتى جماعياً⁽¹¹⁾.

ووفقاً لم سبق وفي غضون التظاهرات المستمرة فقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي في مصر وخاصة الفيس بوك دوراً فاعلاً في تحريك المياه وأضحت مصدراً لقلق لكثير من القيادات الفاسدة؛ فالدور السياسي الذي قامت به تلك المواقع بين الشباب أصبح في تزايد مستمر، فأصبحت تمثل حقولاً ثقافية لتداول الآراء ونقطة انطلاق للمشاركة السياسية سواء على صفحات الإنترنت أو على أرض الواقع وإعادة إنتاج أوضاع اجتماعية أكثر استقراراً وتحقيقاً للعدالة الاجتماعية في ظل هدر كافة الحقوق التي تغيب عن المواطن أوفي ظل اتساع الفجوة في السلم الاجتماعي، تلك التي تسهم في انتشار الباثولوجيا الاجتماعية مما يجعلنا بصدد انفجار اجتماعي قد لانبراً منه البتة إن لم يتم تنضيد كافة تلك المشكلات التي يعبر عنها الشعب من خلال تلك المواقع الافتراضية.

وقد أثبت العديد من الدراسات أن الفاعلية السياسية تمثل حافزاً إيجابياً للسلوك السياسي الذي يحدث في حالة شعور الفرد بالثقة في مدى فهمه للأمور السياسية، وفي قدرته على التأثير في مجريات الأمور، وهي تستمر لمدة طويلة سواء على مستوى الفرد أو المجتمع ككل، وبذلك فهي لا تتأثر بأحداث عابرة مثل مشاهدة برنامج تليفزيوني أو قراءة مقالة ما، بل تتغير بعد وقت طويل وبعد أحداث متتالية. ومع ذلك، فقد كان هناك العديد من الشواهد التي تبين ضعف مشاركة الشباب في الحراك السياسي وعزوفهم عن المشاركة في زمن رئاسة صدام للعراق، مما قد يشير إلى افتقار الشباب إلى

الفاعلية السياسية التي هي من المحركات اللازمة للقيام بالنشاط السياسي والاشتراك في تحديد مصير المجتمع. وقد يرجع ذلك إلى اللامبالاة، أو الانغلاق على الذات أو الشعور بالسخط.

وربما يرجع ذلك للأوضاع الاقتصادية الصعبة وعدم توافر الوظائف المناسبة لعدد كبير من الشباب. كذلك قد يرجع تساؤل اهتمامهم بالسياسة إلى قناعتهم بعدم وجود فرص كافية للتعبير عن النفس. وقد أرجع عديد من الدراسات عزوف الشباب عن المشاركة السياسية إلى نقص ثقافتهم في أنهم قادرون على إحداث فارق في مجتمعاتهم، وأن الحكومة والمسؤولين سوف يهتمون بمعاناتهم ويلتفتون باهتمام لمطالبهم. وهذا ما حدث لسنوات طويلة في عصر حكم صدام حسين، حيث وصل حد البعد عن المشاركة السياسية إلى حد اليأس بسبب الافتقار إلى شعور الفاعلية السياسية على المستوى المجتمعي ككل حتى جاء التغيير في 2003، حينها أذهل الشباب العالم بفرض الإرادة الشعبية والمشاركة في جميع التظاهرات الانتخابية رغم قساوة الأوضاع الأمنية⁽¹²⁾.

وتريباً على ماسبق هذا مآدى بنا إلى إلقاء الضوء على الأدبيات الخاصة بالتحليل السياسي لماهية الثقافة السياسية بصفة عامة ذلك الذي أضى أحد المفاهيم الأكثر طرحاً على صفحات التواصل الاجتماعي وواحداً من أكثر المفاهيم ارتباطاً واستخداماً في تحليل تطور النظم الاجتماعية وانصياعاً باتجاه الديمقراطية، حيث تذهب إلى أن النظم الديمقراطية أو إجراء الإصلاحات أو التغييرات المؤسسية المستهدفة لذلك، تتطلب من المواطنين مجموعة من القيم والتوجهات السياسية، مثل الاعتدال والتسامح والمعرفة والمشاركة والمرونة والحرية، والاعتراف بالآخر ... الخ⁽¹³⁾.

وإذا كانت أعمال كل من أmond وفيربا وانكليس وسميث تؤكد إن الدول تختلف في أنماط معتقداتها السياسية، وأن عناصر الثقافة تحدد سيق التجارب والتعليم والطبقة الاجتماعية في تلك المجتمعات⁽¹⁴⁾، فإن ليبست يربط بين بناء الديمقراطيات وبين نسق القيم والمعتقدات والمواقف السياسية ويعتبرها متغيراً هاماً ومؤثراً.

والثقافة السياسية أيضاً كما يذهب ديرك برج شلوسر في معناها العام تشير إلى البعد الذاتي للأسس الاجتماعية للنظام السياسي، بمعنى كل الرؤى السياسية الهامة، والمعتقدات والاتجاهات والقيم لأعضاء كيان إجتماعي سياسي محدد⁽¹⁵⁾.

وإذا ذهبنا إلى رؤية الجملة التي تذهب إلى أن الثقافة السياسية حتمية سببية، حيث أنها تحدد البنى السياسية وأنماط السلوك السياسي، كما أنها لا تتغير بسهولة لتجزرها في التاريخ المميز للأمم، وتتشكل من خلال تجارب قوية للمشاركة الاجتماعية المبكرة، إضافة إلى أنها سابقة سببية وتغييرها حاسم في تقرير مسار التطور؛ فإن السببية تلك تصلح في الاتجاهين معاً، بمعنى أن الثقافة السياسية تؤثر في البنية والسلوك، والبنية والأداء يؤثران في المواقف، وإذا كانت الثقافة تؤثر في البناءات الديمقراطية، فإنها تتشكل ويعاد تشكيلها بواسطة مجموعة من العوامل مثل التغييرات العريضة في البنية الاقتصادية والاجتماعية وكذلك المتغيرات الدولية، وأداء النظام السياسي والتعلم السياسي من التجربة التاريخية والتحويلات المؤسسية والمشاركة السياسية.

والجدير بالإشارة هنا، هو أن الطرح السابق لا يجب أن يجعلنا نسلم بأن الثقافة السياسية شرط مسبق ووحيد لظهور الديمقراطيات، أو إجراء تغييرات فى بنية النظام السياسى تستهدف ذلك ؛ حيث يمكن للديمقراطية أن تستمر فى ظل وجود ثقافات فرعية لفئات أو شرائح هامة معادية لها، لأن استمرار الديمقراطية سيؤدى إلى إضعاف قوة تلك الفئات أو تخفيف حدة عدائيتها للديمقراطية مع الوقت. ومع إسقاطنا لأى شروط مسبقة للديمقراطية إلا أن الاستثناء الوحيد يكمن فى الالتزام المشترك بين النخب السياسية بشرعية الديمقراطية ومبادئها، وترجع أهمية الاهتمام بمعتقدات النخب والناشطين وفقاً لرؤية روبرت دال لأنها تكون حاسمة ومؤثرة خاصة فى السنوات الأولى من تشكيل البناءات الديمقراطية وذلك للأسباب التالية :

1- يتمتع هؤلاء بنفوذ أكبر من سائر الفاعلين، وتأثير متزايد على الأحداث السياسية.

2- النخب السياسية أكثر قابلية لتكون لديهم معتقدات سياسية ذات توجهات أكثر اعتدالاً.

3- أن أعمالهم تكون أكثر قابلية للتغيير بهذه التوجهات (16).

إن كل إرهاصات التحول فى الواقع الإجتماعى والإقتصادى والثقافى فى مجتمعنا، تؤكد أن شباب اليوم مختلف، لأنه يعيش واقعاً مختلفاً عما خبرناه أو عما نعرفه الآن، كما أن التغييرات العديدة، وأهمها إنحسار دور الأسرة والمؤسسات المعنية بالتربية كمحدد لرسم مستقبل الشباب، أفقدت تلك المؤسسات كثيراً من مواطن قوتها ومواضع سطوتها على أعضائها، وبالتالي ظهرت أشكال وممارسات بديلة شديدة التنوع ومخالفة لكل التقاليد والقيم المسيطرة فى السياق الإجتماعى والثقافى العام ؛ يضاف إلى ذلك ان الحدائثة وما صاحبها من نظم وترتيبات إجتماعية قوضت أهمية روابط القرابة ودمرت تماسك المجتمع المحلى وشككت فى سلطة الدين وفى الإعتماد على التراث. ويعزى " جيدنز" تلك الآثار إلى بعض آليات التفكيك المختلفة التى تنزع العلاقات الإجتماعية من سياقها المحلى الخاص ثم تعيد بناءها عبر مدى لا محدود من الاطار الزماني والمكاني (17).

ثانياً: أهمية الدراسة

تقوم الدراسة على مسلمة أساسية تلك التى تذهب إلى أن لوسائل الإعلام بشكل عام ومواقع التواصل الإجتماعى بشكل خاص دور بارز فى تشكل وعي الشباب، وأن هذا الدور والأثر المفترض يحدده بدقة من يمسك بزمام هذه الوسائل الإعلامية بغية توجيه هذا الوعي فى اتجاه معين، قد يكون إيجابياً أو سلبياً، بناء / أم هداماً، إنه فى ضوء ذلك فقد سعت الدراسة الراهنة للتعرف على دور الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل وعي الشباب ومدى تأثير التفاعل على مثل تلك الشبكات فى المجتمع المصرى (18)، وذلك من خلال مايلي:

• الاهتمام بدور شبكات التواصل الإجتماعى فى المجتمع المصرى بشكل عام وعلى فئة الشباب الجامعي بشكل خاص.

• البحث فى مدى اسهام مواقع التواصل الإجتماعى فى تغيير ورفع مستوى الوعي السياسى لدى الشباب.

• اهتمام الدراسة بتأويل وقراءة بعض الخطابات لشبكات التواصل الاجتماعي.

ثالثا: أهداف الدراسة

ووفقاً لما سبق فإن ثمة أهدافاً رئيسية للدراسة الراهنة، لعل أهمها:

- 1- التعرف على العوامل والأسباب التي أسهمت في انتشار شبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- الوقوف على دور شبكات التواصل الاجتماعي ومدى فاعليتها في تنمية المجتمع.
- 3- التعرف إلى الاستراتيجيات يتم تداولها في مواقع التواصل الاجتماعي

رابعا: تساؤلات الدراسة

وفي ضوء هذه الأهداف الرئيسية، يمكن طرح التساؤلات الآتية :

- 1- ما العوامل والأسباب التي أسهمت في انتشار تأثير شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- 2- ما النقل النسبي لشبكات التواصل الاجتماعي في الواقع السياسي ؟
- 3- هل يمكن أن يكون لتأثير وتطبيقات هذا الاعلام الجديد صيرورة اجتماعية وسياسية مستقبلاً، وتصبح مجتمعاتنا العربية عبارة عن تكتلات سوسولوجية رقمية "مجتمعات افتراضية"؟.

خامسا: الإطار المفاهيمي

1- مواقع التواصل الاجتماعي

يعتبر مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي أحد المفاهيم التي أثارت جدلا في جملة الاتجاهات التي ذهبت إلى تفسيره، فقد عكس هذا المفهوم ذلك التطور المهني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته وقد أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة. وفي هذا الصدد يذهب البعض إلى تسميته بالإعلام الاجتماعي وهو في ذلك يعني المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين أحدهما مرسل والآخر مستقبل، عبر وسيلة، شبكة اجتماعية، مع حرية * الرسالة للمرسل، وحرية التجاوب معها للمستقبل". ويشير البعض إليه أيضا على أنه الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع"⁽¹⁹⁾.

وفي سياق مغاير تضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً لمواقع التواصل الاجتماعي على اعتبار أنها أحد ملامح الإعلام الجديد بأنه نوع من انواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الانتاج والعرض، اما

التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي اهم سماته⁽²⁰⁾. ويمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على التعريفات السابقة الى الاقسام الآتية:

- 1- شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، مثل الفيس بوك، وتويتر، اليوتيوب، والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الالكتروني... فهي بالنسبة للإعلام، تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث.
 - 2- تطبيقات قائمة على الادوات المحمولة المختلفة ومنها اجهزة الهاتف الذكية والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. وتعدّ الاجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل.
 - 3- انواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون "مواقع التواصل الاجتماعي للقنوات والاذاعات والبرامج" التي اضيفت اليها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
- وهناك من يذهب إلى تعريفها على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها⁽²¹⁾.
- وترتبط على ماسبق يمكننا بأن نذهب الى اتفاق على ان شبه الاتفاق، أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الاشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق باعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization، وتتمظهر هنا كنتيجة لميزة رئيسة ألا وهي التفاعلية. فإذا ما كان الاعلام الجماهيري والاعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم اعلام القرن العشرين، فإن الاعلام الشخصي والفردى هو اعلام القرن الجديد. وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلاي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي اىصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى الى اسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي. فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية:

2- الوعى السياسى بين الماهية والتحليل

يتأتى الوعى السياسى كصورة من صور وجود الذات المدركة لذاتها بداخل الدولة فليس خفيا أن الترابط بين الدولة والقانون ينعكس عنه ترابطا موازيا بين الوعى السياسى والوعى القانونى¹⁹. ومادامت الطبقات والدولة مستمرة، فالعلاقات السياسية قائمة، وبالتالي فإن الوعى السياسى يبقى أكثر أنواع الوعى الاجتماعى أهمية _ وتتحدد الصفات النوعية لهذا النوع من الوعى (تغيره وتطوره ودوره فى المجتمع) من خلال العلاقات السياسية²⁰.

وها هنا يمكننا تعريف الوعى السياسى على أنه أسلوب الرؤية والاهتمام والفعل فى العالم، وبذلك فهو يسير وفقا لحقوق الانسان والعدالة ونهيم القوى وعدم المساواة فى النظم الاقتصادية والسياسية والاجتماعية ووفقاً للعلاقات والقيم. فهو يتعلق برفض الظلم والأنظمة والبناءات التى تمارس هذا الظلم، لكن ليس رفض الأفراد. فهو فن احترام الآخر

والعمل معه والنظر للآخر على أنه انسان تميزه قوى اجتماعية ويرتبط في صراع مستمر من أجل احراز مكانه محترمة²¹.

ويعد الوعي السياسي بالنسبة لدعاة ضرورة ادماج العدالة الاجتماعية والمجتمع المدني فالحية هو آلية للتأويل الناقد لديناميكيات القوة على مستويات متعددة. فالوعي السياسي يوفر أساساً لنوع من المشاركة المقبولة والمعلومة للمواطن والتي تلزم لوضع الاهتمامات الهامة في الحسبان. وعندما يصبح الفرد واعياً سياسياً، كما يمكن الفرد من ادراك قوته الفردية والترابط مع الآخرين حتى يتسنى له مواجهة المشكلات العامة، وهو ما يطلق عليه " Paulo freire " الوعي الناقد Critical consciousness ويتشابه مع ما يسميه الآخرون الوعي الاجتماعي لكن بمزيد من التأكيد على فهم علاقات القوى.

إن ما يميز الوعي السياسي أنه ينعكس في فهم الاقتصاد بصورة مباشرة ويعكس أيضاً المصالح الرئيسية للطبقات. وتعتبر الأفكار السياسية عن نفسها في النظريات السياسية المختلفة، وبرامج الأحزاب السياسية، والبيانات، وسواها من الوثائق ويلعب الوعي السياسي أكثر الأدوار نشاطات في المجتمع، لأنه يمثل حلقة الوصل بين الاقتصاد ومختلف أنواع الوعي الاجتماعي، ويمكن تفسير السلوكيات السياسية وخصوصاً الانتخابية بشكل سليم من خلال الوعي الاجتماعي، أما تحليل السلوكيات بالاستناد إلى الطبقات الاقتصادية فإنه لا يزيل كل الغموض الذي يحيط بتلك السلوكيات.

يتسم هذا الجيل بكونه أكثر عزوفاً عن ممارسة العمل السياسي، ويتجه المتميزون فيه إلى التركيز على جوانب المهارات الفنية والتقنية متجنباً الوقوع تحت سيطرة الأيديولوجيات، في حين تعاني الغالبية الساحقة منه من مشاكل التهميش السياسي والاقتصادي⁽²²⁾. من هنا يأتي دور المجتمع المدني وقد أشارت " أمانى قنديل " إلى دور الصفوة المثقفة في قيادة الحركة الثقافية والسياسية والاجتماعية في العالم العربي، بهدف النهوض بمجتمعاتها في ظل دعم منظمات المجتمع المدني.

وفي دراسة مسحية قام بها "Golovakha and panina" في عام 1990 على عينة من 542 شخص تمثل مجتمع البالغين في " كييف بأوكرانيا " حيث قام الباحث بوضع حكمه على مستوى الثقافة السياسية وذلك بتقييم مقدار المعرفة القانونية للفرد فوجد أن 17% فقط كانت لديهم معرفة كافية في هذا المجال، وأن أقل من نصف سكان أوكرانيا يقرأون عن السياسة في الجرائد، 7% فقط لهم مشاركة نشطة في الحياة السياسية من خلال الأحزاب ونسبة 5% تشارك في الاجتماعات واللقاءات السياسية، 4% يشاركون بشكل مباشر في الحركات السياسية العامة. وتظهر هذه النسب المتدنية مدى غياب الوعي السياسي لدى الشعب الأوكراني⁽²⁵⁾.

وفي دراسة أخرى عن الوعي السياسي في "ماليزيا" يذهب "Imel" إلى أن الأسلوب الذي يختاره الأفراد في التصويت يتأثر بمرجعياتهم أو بناءات المعنى لديهم. ويحدث التغيير في بنية المعنى (الفهم) meaning structure عندما يمارس

الأفراد عملية تعلم تحويلي Transformative learning وهي العملية التي يختبر المتعلمون من خلالها - بشكل ناقد - معتقداتهم وفرضياتهم وقيمهم في ضوء اكتساب معارف جديدة والبدء في عملية التغيرات الاجتماعية والشخصية. وقد تم استخدام تقنيته Snow balling في اختيار العينات ويرى الباحث أن تلك التقنية هي الأنسب لأنه لا يمكنه تحديد الأفراد الذين استشعروا ارتفاع الوعي السياسي لديهم مالم تتوفر لديه المعلومات اللازمة لذلك وأخذت العينة من المتعلمين التي تتراوح أعمارهم ما بين 35 - 45 عام متزوجون ويعولون أربع أطفال في المتوسط ويعيشون ويعملون في وادي كلانج Klang Valley حيث تقع العاصمة كوالالامبور، وللحكم على حدوث تحول في الوعي السياسي لابد أن يتمتع المبحوث بأحد المعايير التالية:

أ - أن يكون غير عضويته لحزب سياسي.

ب - لم يغير عضويته للحزب السياسي المنضم إليه، لكنه صوت للحزب الآخر.

ج - تقدم ليسجل اسمه في التصويت وهو الشيء الذي لم يحدث أبداً من قبل بالرغم من كونه مسموحاً به.

د - صار منخرطاً بنشاط في الحملات الانتخابية وهو الأمر الذي لم يحدث أبداً من قبل.

وجاءت أهم النتائج في أن الحدث السياسي له القدرة على استفار حدوث تحول في المنظور إن تم تلقيه على أنه عامل تهديد للهوية الثقافية الجماعية كما أن القيم الثقافية والمعتقدات الدينية للمشاركين قد تيسر من حدوث هذا التحول في الوعي (26).

والملاحظ كما تشير الدراسات أنه إذا نظرنا إلى المجتمعات التي تتمتع بالرفاهية والازدهار (التنمية المستدامة) فسوف نجد أنها تلك المجتمعات التي تُقنسم فيها القوي السياسية المختلفة القوه وحق الوصول للحكم ولا يقتصر الأمر على مجموعة معينة من النخبة. وهناك علاقة بين توزيع السلطة وتوزيع الدخل فالمجتمع الذي يحظى بمقدار كبير من المساواة في مستويات الدخل ومستوى المعيشة سيميل بالتأكيد للمساواة في توزيع الحقوق السياسية والعكس صحيح وبالتالي سيعمل على إيجاد مؤسسات توفر فرص متكافئة لأكثر عدد من المواطنين بعكس المجتمعات التي يختل فيها ميزان الدخل وتتسع الفجوة بين مواطنيه، سنجد تركيز القوه والسلطة في أيدي قلة تعمل على خدمه مصالحها بطبيعة الحال وبالتالي سنجد مؤسسات تمثل مصالحه الخاصة (27).

خامسا: الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي بين البحث والجدل.. " رؤى نظرية "

(1) نظرية المجال العام:

طرح "جورجن هابرماس" نظريته عن المجال العام عام 1962 تلك التي تذهب إلى أن تكون الرأي العام وحالة الرأي، والمجال العام يتوسط في الواقع بين مجال السلطة العامة والحكومة، وهو المجال الخاص الذي قد يُنصب على

الأسرة وشؤون الأفراد الخاصة، كما أنه نشأ في المجتمعات البرجوازية الأوروبية تلك التي كانت تمارس فيه المناقشات حول السياسات الحكومية، وفي رحابه تتبلور اتجاهات الرأي العام²².

وعرّف "هابرماس" المناخ أو المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء)، فهو يتكون من مجموعة الأفراد الذين تجمعهم سمات مشتركة ومن ثم يحددون احتياجات المجتمع مع الدولة، وهنا يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار، والتي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة وهو شكل مثالي، مشيراً إلى أن نجاح المجال العام يتوقف على عدة آليات يتمثل أولها في مدى الوصول والانتشار، ثانياً درجة الحكم الذاتي (المواطنون يجب أن يكونوا أحراراً، يتخلصون من السيطرة والهيمنة والإجبار)، ثالثاً رفض الإستراتيجية (كل فرد يشارك على قدم ومساواة)، ويتمثل رابعاً في درجة الفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي، وتأتي وجود سياق إجتماعي ملائم في المرتبة الخامسة، وأخيراً ما هي درجة الثقة والوضوح والصدق في المضمون الإعلامي⁽²³⁾.

وتذهب نظرية المجال العام وفقاً للرؤية الهابرماسية إلى أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تمنح تأثيراً في القضايا العامة وتؤثر على الجهة الحاكمة.

وهنا يتأتى المجال العام كمجال في حياتنا الاجتماعية، والذي من خلاله يُمكن تشكيل الرأي العام، ويؤكد "هابرماس" على إمكانية خلق حوار خارج سيطرة الحكومة والإقتصاد من خلال نظريته، فضلاً عن التأثير السياسي للإنترنت بين الأفراد، ولتأثير وسائل الاتصال الاجتماعي في تحقيق الديمقراطية، فهي في المجال العام يُنظر إليها كمحيط سياسي⁽²⁴⁾.

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

(2) نظرية ثراء وسائل الإعلام الجديد:

أضحى طرح تأويلات نظرية حول مفهوم New Media وممارساته موضع جدلا فهل تعبر مرحلته هذه عن انتقال أشكال الاتصال من المؤسسات إلى الجمهور؟ أو كما يذهب البعض بظهور أنماط جديدة من الأشكال الإعلامية، إن النقد الموجه للإعلام الجديد يتمحور حول ضرورة تحديد المجالات التي يتحرك فيها هذا الصنف من الإعلام، فإمكانية الوصول إلى نموذج نظري للإعلام الجديد والراديكالي لا يتم عن طريق ما هو موجه من نقد للإعلام السائد بل إنطلاقاً من مخرجات وتجارب وسائل الإعلام التي تطرح نفسها كبديل عن الإعلام الرسمي التقليدي. ويذهب بعض النقاد إلى

الدعوة لدراسة الإعلام الجديد ليس إنطلاقاً مما يجب أن يكون عليه بل عن طريق ما هو عليه، وهو ما سيمكننا من الحكم عليه إنطلاقاً من مقدرته على عرض بدائل في مواجهة الإمبراطورية الإعلامية السائدة⁽²²⁾.

لقد أصبحت وسائل الإعلام الحديث تمثل حركة مضادة للثقافة الجماهيرية السائدة كما أن الإعلام الجديد منتج أيضاً لثقافة إتصالية بديلة، وعادة ما يكون في تعارض مع ما هو سائد. ويقع بين مفترق مناهج نظرية متداخلة فهو يعاني من طابعه المهمش خارج السياق الإجماعي وخصوصيته في كونه بديل عن النظام الإعلامي القائم. ولهذا ركزت بعض المداخل على خدمة المجتمع وبعده مواقع التواصل الاجتماعي، أو إعلام المواطن وغيرها من التسميات، بأنها جزء من المجتمع المدني. "وطرح فكرة مجتمعات الممارسة ذات الصلة، بوجود ممارسة مشتركة ومجتمع الممارسة هو مشروع مشترك يوجد تفاعل متبادل بين الأفراد العاملين فيه وله مجموعة من الموارد المشتركة.

وفي ذات الصدد هناك من يذهب إلى أن هذه المجتمعات هي مجتمعات الممارسة التي تجمع فيها البشرو يشتركون في غاية واحدة ومجموعة من المشكلات، ويقومون بتعميق معرفتهم وخبراتهم في هذه الناحية عن طريق التفاعل بصورة مستمرة". ولقد أظهر تحليل تأثيرات تكنولوجيات الاتصال على الحياة اليومية أن المجتمعات المحلية لا تتشكل فقط في المساحات الجغرافية المحددة بل أيضاً في الفضاء الإلكتروني وتسمى "المجتمعات الافتراضية"²³.

ووفقاً لم سبق فإن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان وتوجهها للبناء والإبداع في إطار " تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وبهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بث معلومات، بل تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث"⁽²⁴⁾.

ويستند هذا المدخل النظري إلى وجهتي نظر أولاً أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها، ثانياً أن هناك أربعة معايير أساس لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية.

لقد برزت نظرية التسويق الاجتماعي بين نظريات الاتصال المعاصرة، لتضافر بين نتائج بحوث الإقناع وانتشار المعلومات، في إطار حركة النظم الاجتماعية والاتجاهات النفسية، بما يسمح بانسياب المعلومات وتأثيرها، عن طريق وسائل الاتصال الحديثة ومنها "مواقع التواصل الاجتماعي"، وتنظيم استراتيجيات عن طريق هذه النظم المعقدة، لاستغلال قوة وسائل وأساليب الاتصال الحديثة لنشر طروحات وايدولوجيات يراد نشرها في المجتمع⁽²⁵⁾.

(3) مقارنة مواقع التواصل الاجتماعي بالإعلام البديل

يُعدّ التحول عبر التطور التكنولوجي هو جوهر الإعلام، وما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً بظهور تقنية جديدة، ألم يكن الإعلام جديداً مع ظهور الطباعة، والصحافة، والإذاعة، والتلفزيون كل ذلك لأن طبيعة التحول التي تقود إليها التقنية،

في بعدها العلمي والإيديولوجي، تقتضي النظر في أمر ما يسميه ماكلوهان بالحميّة التكنولوجيّة. اذن مفهوم الاعلام الجديد هو في واقع الامر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل⁽²⁵⁾.

ويبدو للباحثة مفهوم الاعلام البديل، من الافضل اعتماده **Alternative Media** اذ يستقي دلالاته من جمهوريته، فالجمهور اتخذوا مواقع التواصل الاجتماعي بديلاً عن الوسائل الإعلامية التقليدية: ويقصد بها "الموقع الذي يمارس فيه النقد. وتولد أفكاراً وطرقاً جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع. وربما الأكثر أهمية، يشير الى أن البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة"، "ومن ثم يتضاءل البديل إلى إن يصبح نمطاً، للاتصال الجماهيري". وينحدر الإعلام البديل من مرجعية عفوية وغير منظمة تأخذ من مبدأ حرية التعبير والإستقلال عن كل الإلتزامات الأيديولوجية أو الإقتصادية القائمة دون أية قيود وهو ما يشير إلى أن الإعلام البديل هو حصيلة مواقف فكرية، تعمل بالإعتماد على قاعدة التشكل الذاتي. وبعيدا عن النظرة القيمية، يجب أن نتعامل مع هذه الظاهرة الإتصالية والإعتراف بها بحثيا وتأطيرها ضمن تحولات المثل الجماعية التي تشقها العديد من الإفرازات ومنتجة لسلطات رمزية خصوصية⁽²⁶⁾.

أما عند "جمعية النشر البديل" الأمريكية، فإنها تشير إلى معايير ثلاثة يمكن عن طريقها تمييز ما هو بديل عن ما هو سائد ومهيمن من الإعلام⁽²⁷⁾:

- 1- يجب أن لا يكون المنشور ذو صبغة تجارية.
- 2- يجب أن يتجه إلى تقديم عنصر المسؤولية الإجتماعية أي خدمة الصالح العام.
- 3- على الناشر أن يقدم نفسه بإعتباره ناشرا يعبر عن تيار الإعلام البديل.

عن طريق هذه المعايير في توصيف ما هو إعلام بديل نستشعر أن دعاة هذا التوجه يسعون أكثر لكسب رأسمال رمزي أكثر من إنخراطهم في تحقيق رأسمال مادي. يمكن عن طريق ما تبين إستدراك أن الإعلام البديل يقدم نفسه بشكل مثالي ويتسم بالنقاوة الفكرية والأيديولوجية. وهكذا يمكننا إعتبار أن الإعلام البديل كان وراءه المواطن العادي أو المواطن الذي يحمل بديلا راديكاليا وثوريا كما هو الحال مع المدونات عبارة عن إعلام مضاد للمشهد الإعلامي السائد.

ويسعى الإعلام البديل للتوصل الى حلول سياسية تسمح للشعوب بالتأكيد على تفردتها الثقافي. وعلى الرغم من تنوع الآراء في استكشاف قدرته، فان ما يطلق عليه ليدبيتر "النفاؤل المقاتل" مطلوب، لان الابداع يشيع الأمل، ويقوم على التنوع والانفتاح، والاستقلال، والتقدم التراكمي لا الثوري، وليس امامنا الا الأمل في أن المجتمع لم يكتمل بعد، وأنه مازال يتطور ويتغير للفضل. ومن هنا فان مضمون الإعلام البديل هو تجريب سياسات الأمل.

ويمكن أن تزدهر فيه مبادرات المجتمع المدني، فتعددية الفاعلين وحدها هي التي يمكن أن تختار تنمية ثقافية ديموقراطية وتقديم هويات عدة، وافكار جديدة عن التقدم والتنمية، في فضاءات لم تكن تتلاءم يوما معها، ويمكن ان يكون نتاجا للمقاومة والثقافة المحلية.

وتقول ماكروبي أن "الإعلام البديل سياسة ترغب في تحويل نقاد اجتماعيين وسياسيين غاضبين الى ناجحين"⁽²⁷⁾.

ويمكن تحديد الاعلام البديل "الاجتماعي" كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتصال". ويبدو أن الاعلام البديل وبشكل ملموس هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدم مكوناته المختلفة، ليتعرفوا بعضهم على بعض وليتحاوروا في ما بينهم، وهو الامكانية المفتوحة لكل مواطن للدخول بحرية وبفعالية للاتصال مع مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من التسامح والاحترام المتبادل

ويمكن أن تؤول هذه الآلية للاعلام البديل الفعلي الى مستويات عدة البحث عن التفاعلية الحقيقية، "مشاركة الجمهور في فعل الاتصال"، ثم نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية، وأيضا الأنماط المعالجة اعلاميا التي تخرج عن الأمور المطروقة. وأيضا يُعدّ متلقي الرسالة شريكاً جديراً بالاستقلالية، وليس متلقياً سلبياً، وأخيراً لكلّ محاور الخيار بأن يجب بطريقة لا تكون معدة سلفاً من قبل المرسل..

ويبدو أن للإعلام البديل مهمة تتمثل في وضع الأفراد المهمّشين والمجموعات في علاقة اتصال في ما بينهم. وايضاً رهاناً استراتيجياً، فهو لا يفصل عن التنشيط الاجتماعي، إذ إنه في احترام الحرية الشخصية لكل فرد، فهو لذلك يستهدف تفعيل تجارب الحوار ما بين الثقافات والاتنيات التي تتعايش وهي تتصادم وتتجاهل بعضها البعض.

وعلى الرغم من ذلك يفتقر الإعلام الى الوضوح، بالنسبة الى مجاله ومداه، ليس هناك اتفاق على حدود مقبولة، وكما يؤكد امبرتو ايكو: "في كل قرن، تعكس الطريقة التي تقوم عليها الاشكال الاعلامية الطريقة التي يرى بها العلم والثقافة المعاصرة الواقع". وقد يعني هذا ان اشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك، والنسبية، والفوضى "الأوصاف المشتركة للثقافة المعاصرة.

ويحاول "الاعلام البديل" التركيز على حرية الرأي والتعبير ولكن كفاعل منتصر لا كفاعل منهزم أي كفاعل إيجابي انفلتت أفكاره ومواقفه من سلطة الرقابة، عبر هامش الحرية التي يخلقها هذا الفاعل أو عن طريق مقولة "مجال اللايقين"⁽⁴⁾.

ويقود الإعلام البديل ظاهرة إبراز الحقائق، وتتشكل الاجندة الإعلامية، عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها. ولهذا يتوجب من المجتمع المدني بذل جهود كبيرة ليكون جزءاً من الاحداث، فيغري الإعلام ويخيف الحكام، وإعادة الأمور إلى نصابها ليست مستحيلة. وعندما نتحدث عن الانترنت وعن الثورة الاتصالية وعن كيفية استثمارها وتوظيفها من قبل مكونات المجتمع، فإننا نتحدث بالضرورة عن الصحف الالكترونية والمدونات ومواقع الفيس بوك وتويتر واليوتيوب وغيرها من التطبيقات، والتي لم تعدّ تنتظر الحصول على التأشيرة الحكومية ولم تعدّ القيود القانونية عائقاً أمام تحركاتها، بل أصبحت تشكل أهم مجال لتجاوز الخطوط الحمراء. ونظراً لنجاحها وقدرتها على التعبير عن مطالب وتطلعات الفئات المهمّشة تشهد مواقع التواصل الاجتماعي تزايد في عددها وعدد مستعمليها، وأسهمت في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار لعدد من القضايا أثارت الرأي العام وأرغمت حكومات كثيرة في اتخاذ قرارات ضد رغبتها.

سادسا: المجتمعات الافتراضية "رؤية تحليلية"

عمل التلاحق الحضاري الذي نتج عن انتقال المعلومة عبر الانترنت ورسخ قيم وثقافة البلد المصدر للمعلومة والتكنولوجية في آن واحد، ونشأ عن هذه الحتمية التكنولوجية حالة ما يسمى بالصدمة الالكترونية التي عجلت بتحول البلدان المستوردة من الانبهار بالواقع الافتراضي إلى الاصطدام بالواقع الحقيقي للبلد المصدر. ولعل من بين الأسباب القوية للفتاوت الرقمي بين دول الشمال والجنوب يحتل عامل الأمية المسؤولة واسهم في اتساع الهوة الرقمية. وهنا يقودنا الحديث إلى القول بأن الفكر العربي المعاصر لم يرفع معرفيا من شأن فكرة الاتصال، ليرأى لنا الاتصال الرقمي مع بداية الألفية دون سلاح معرفي نحتمي به. ولاتكمن قيمة الاتصال في ما في الفكرة من قيمة علمية أو سياسية أي ما في الإنتاج الفكري من صحة أو خطأ بل في التسويق لها، حسب المفهوم الحديث للمعرفة لتداول مضامينها ليرتك الحكم للمجتمع وحده وهل به المناعة الثقافية الكافية " لغربة" المضامين قبل الحكم على الوعاء. أن الحكم القيمي على الأفكار هو حكم قيمي على التقنية أيضا التي لا يجب أن نحد من انتشارها وإلا ستنمو سوقا سوداء لأفكار متطرفة، وإرهابية. وتاريخيا لا يمكن أن نتجاهل أن الحكم القيمي ذو الخلفية الدينية أو السياسية أو الثقافية هو الذي كان وراء إقصاء أكثر من فكرة داخل المجتمعات العربية باسم الدين أو الهوية أو معاداة الاستعمار أو الإمبريالية⁽²⁹⁾.

وايضا عربيا يعود سبب تعطل آلة التسويق لتبادل الأفكار إلى عنصرين متلازمين يمكن تلخيصهما في إشكالية وعي الحرية وإدراك التقنية وهي معضلة فكرية إجرائية في كيف يمكن أن نفهم أن لا قيمة للفكرة مهما كانت طبيعتها إلا إذا شاعت بين الناس. وحتى يمكن بلوغ ذلك فلا بد أن تكون حركة الوسائط الحاملة للأفكار "التقنية" شائعة الملكية وتحررية من حيث المضمون. إن تخلف الديمقراطية وممارستها في الوطن العربي لا يعود فقط إلى حصرها في بوتقة الشعار السياسي بل إن التخلف الديمقراطي يعود أيضا إلى تخلف في فهم أوعية الديمقراطية ووسائطها في الفكر العربي. ويؤدي هذا الرفض إلى نبذ انتشار الفكر وشيوعه وتداوله لأن التداول على السلطة وهو العمود الفقري للديمقراطية بالمفهوم الحديث ما هو إلا تداول على أفكار وتصورات ومناهج في كيف ندير الشأن العام بعد أن يقول الشعب كلمته في من ينوبه عبر الاقتراع. ولا قيمة للاقتراع الذي يضيء إلى تداول السلطات والرؤساء والبرلمانات والحكومات إذا لم تتوفر معركة فكرية عادلة على واجهة وسائل الإعلام التي هي الفيصل في تقريب صورة كل طرف سياسي إلى المواطن مهما كانت خلفيته الثقافية عن مشكلات الشأن العام⁽²⁾.

في النهاية فإن المجتمعات-سوسيولوجيا-تعدّ ظاهرة على قدر كبير من التعقيد حتى نجزم أنه من السهل أن تأتي نماذج سياسية أو اقتصادية أو فكرية قادرة بكل بساطة وبالاعتماد على التقنية الذكية للاتصالات على إحداث تغيير وبشكل جذري في بنية المجتمعات انطلاقا فقط من كونها تقنية فعالة حتى وإن كانت هذه التقنية في مجال الإعلام. إن بين الظاهر تقنيا في الاتصال اليوم والنتيجة الاجتماعية غدا تظهر اختلافات قد تصل في بعض الأحيان إلى التناقض. إن حركة المنظمات المهنية والجمعيات الأهلية والمجتمع المدني والفرد وهي ما يمكن أن نطلق عليها بالفعل السوسيولوجي عنصر فعال ومحدد أساس في مسيرة التقنية الاتصالية في علاقتها بالموروث الإعلامي⁽¹⁾.

ويمكننا القول أيضا بأن هذه الشبكات قد أسهمت في رفع مستوى الوعي لدى الشعوب، وتأكيدا من أنها هي مصدر الشرعية، تمنحها لمن تشاء وترزحها متى بدا لها ذلك. وأن هذه الشبكات قد أفرزت قيما جديدة، لعل أهمها بالمطلق القبول بالآخر في تنوعه واختلافه وتباينه، مادامت المطالب موحدة والمصير مشترك. ويمكننا القول بالمحصلة، إن هذه الشبكات أبانت بأن ثمة شعوبا حية وبقظة، حتى وإن خضعت لعقود من الظلم والاستبداد.

سابعاً: الدراسات السابقة

1) دراسة مروة عجيزة (2012) وعنوانها "معالجة الصحافة المصرية ومواقع الاحتجاجات على شبكة الإنترنت لأزمة الاحتجاجات الشعبية في مصر" (25).

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

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

تهدفت هذه الدراسة للتعرف على كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، أثناء أحداث ثورة 25 يناير 2011، والعوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على هذه الوسائل، ومدى تحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بالاعتماد على هذه الوسائل، باستخدام منهج المسح على عينة قوامها (300) مفردة من مستخدمي المواقع الإلكترونية الإخبارية²⁵ وأظهرت هذه الدراسة أن القنوات الإخبارية كالجزيرة والعربية جاءت في مقدمة الوسائل التي تعرض لها أفراد العينة أثناء الثورة، تلتها الصحف الخاصة كالمصري واليوم السابع، ثم القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية مثل بي بي سي العربية والحررة، تلتها المواقع الإلكترونية الإخبارية، ثم الصحف القومية المصرية في المرتبة الأخيرة. وأكدت الدراسة أن العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، قد تحققت نتيجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام أثناء الثورة.

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

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام الصحافة الأردنية اليومية بطبيعة المطالب التي يرفعها المحتجون الأردنيون، باستخدام منهجي المسح وتحليل المحتوى على عينة من الصحف الأردنية اليومية ومن النقابيين الأردنيين، وكشفت عن أن مطالب المحتجين تمثلت في محاربة الفساد والمفسدين، وإجراء تعديلات على القوانين الناظمة للحياة الدستورية والديمقراطية، ورحيل الحكومة وحل مجلس النواب، وأوضحت أن الأخبار والتقارير الإخبارية كانت في مقدمة الأنماط الصحفية التي عالجت موضوعات الاحتجاجات بما نسبته (86ر8%)، وأن معظم الاحتجاجات جاءت على شكل مسيرات بما نسبته (57ر7%) وأن المنظمين لهذه المسيرات كانوا من قطاعات مختلفة²⁶.

4) دراسة صلوي (2011) وعنوانها "تغطية الصحافة الالكترونية للاضطرابات السياسية في الوطن العربي".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تغطية الصحافة الالكترونية السعودية، للأحداث المرتبطة بالاضطرابات السياسية، باستخدام منهج تحليل المضمون، لعينة من عشرة صحف الكترونية سعودية، وأظهرت الدراسة أن معظم الصحف الالكترونية السعودية أخذت موقفاً محايداً في تغطيتها للأحداث، فكانت تنقل الأخبار دون تعليق أو تحليل يوضح موقفها، كما أن الصحف ركزت على الخبر في تغطيتها لهذه الأحداث، واعتمدت على النقل عن وكالات الأنباء ووسائل الإعلام الأخرى، وأن هذه الصحف لم توظف الخصائص الاتصالية للصحافة الالكترونية في تغطيتها لهذه الأحداث والمتمثلة بإضافة روابط ووسائط متعددة²⁷.

وبعد العرض لعدد من الدراسات التي أجريت عدد من الدراسات عن موضوع الاحتجاجات الاجتماعية من خلال عدد من الصحف العراقية، ومن جانب آخر هناك من اهتم بتغطية الصحف الأجنبية والعربية، والصحف الإلكترونية العربية للثورات والفتوحات العسكرية التي شهدتها بعض الدول العربية، وفي ذات السياق أجريت عدة دراسات ميدانية حول اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات حول الثورات العربية، وأخرى اهتمت بدور الإعلام الجديد وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي في تنشيط الحراك السياسي العربي، أثبتت جملة النتائج السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وقد لعبت فاعلا في الثورات العربية من خلال التنسيق بين الثوار. ماجعل هذه الدراسة تمتاز عن غيرها أنه لم يوجد دراسة بحثت في علاقة التواصل الاجتماعي بتنمية الثقافة السياسية والوعي السياسي.

ثامنا: الإجراءات المنهجية

أعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، بالإضافة إلى الاستعانة بإستمارة الإستبيان للتحقق من أهداف الدراسة وقد قسمت إلى جزأين الجزء الأول وذلك الذي يعتمد على البيانات الديمغرافية أما الثاني فقد جاء متسقاً مع تساؤلات الدراسة حتى يستوفيها، استخدمت هذه الدراسة أيضاً البرنامج الإحصائي SPSS ، لتفريغ البيانات ومعالجتها

إحصائياً لإستخراج. أما عينة الدراسة فقد تم تطبيقها على التي طبقت على 300 طالب وطالبة من جامعة الفيوم موزعين على خمس كليات نظريه وخمس كليات عملية، موزعه بالتساوي بين كل كلية بطريقة عشوائية بين الطلبة والطالبات.

جدول رقم (1)

ديمجرافية مجتمع الدراسة

المتغير	البدائل والتكرارات	البدائل	ك	%
الجنس	ذكر	188	63,5	
	أنثى	108	36,5	
	المجموع	296	100	
العمر	24 سنة فأقل	27	9,1	
	20 - 23 عاما	120	40,1	
	18 - 20 عاما	147	49,6	
	المجموع	296	100	
الحالة الاجتماعية	أعزب	85	28,7	
	متزوج	162	54,7	
	أرمل	25	8,4	
	مطلق	24	8,1	
	المجموع	296	100	
التخصص	الطب البشري	36	12,2	
	طب الأسنان	20	6,8	
	التمريض	6	2,0	
	الصيدلة	28	9,5	
	الهندسة	146	49,3	
	الهندسة الزراعية	41	13,9	
	الأداب	19	6,4	
	المجموع	296	100	
الانتماء الحزبي	منتم حزبياً	92	31,1	
	غير منتم	204	68,9	
	المجموع	296	100	

بقراءة الجدول السابق نجد أن بيانات الجدول رقم (1) إلى أن (63,5%) من أفراد العينة هم من الذكور وما نسبته (36,5%) من الإناث، وأن الذين نقل أعمارهم عن (24) عاماً بلغت (9,1%)، أما الذين تراوحت أعمارهم ما بين (20-23) عاماً فقد بلغت نسبتهم (40,1%)، فيما بلغت (49,6%) للذين تراوحت أعمارهم ما بين (18-20) عاماً، أما الحالة الاجتماعية لأفراد العينة فإن النتائج توضح أن المتزوجين بلغت نسبتهم (54,7%)، فيما بلغت نسبة العازبين (28,7%)، وما نسبته (8,4%) للأرامل و (8,1%) للمطلقين. أما التخصص بالكليات الدراسية، فقد أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة طلاب كلية الهندسة كانت (49,3%)، وما نسبته (13,9%) لتخصص طلاب الهندسة الزراعية، و (12,2%) لكليات الطب و (9,5%) للصيدلة، و (6,8%) لطب الأسنان، و (6,4%) لطلاب كلية الحقوق، و (2%) لكليات الآداب والعلوم الإنسانية.

كما أشارت البيانات المدونه أعلى إلى أن (68,9%) من الشباب الجامعي لا ينتمون إلى الأحزاب السياسية، وأن ما نسبته (31,1%) ينتمون لبعض الأحزاب الهشه تلك التي لم تؤدي وأن تسعى يوم لترفع من مستوى الوعي فهي ليست إلا أحزاباً كرتونية.

جدول رقم (2)

مشاركة الشباب الجامعي في مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	221	74,7%
لا	75	25,3%
المجموع	296	100%

توضح بيانات الجدول رقم (2) أن ما نسبته (74,7%) من الشباب الجامعي في الفيوم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، بينما بلغت نسبة الذين لا يستخدمون هذه المواقع (25,3%)، وذلك ما يجعلنا نذهب إلى التأكيد على أن الرقم الأكبر دلالة على شيوع استخدام هذه المواقع كما أنهم يرون أنها المنقفس الأكبر للتعبير عن مطالبهم الاجتماعية ومشاركة الأحداث السياسية والاجتماعية، لقد أصبحت تلك الفضاءات الالكترونية واقعا معاشا للإنسان في ظل الانفتاح والسياسيات المعولمة.

جدول رقم (3)

أسباب عدم استخدام اطلاب الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب
16,5%	29	يتعرف المستخدم على أشخاص افتراضية
22,7%	40	هذه المواقع تروج للإشاعات المغرضة وتشويه سمعة الآخرين
16,5%	29	يتم استغلال هذه المواقع وفقاً لدوافع استغلالية تؤدي إلى انتشار الفضائح المتعلقة بالسياسيين
25,0%	44	تحتوي هذه المواقع دعاوي تحريض ممايسهم في نشر ثقافة الفتنة بين أبناء الوطن
17%	30	يتم اختراق خصوصية هذه المواقع لعدم وعي المستخدم ومعرفته بكيفية حماية معلوماته الشخصية
2,3%	4	أخرى
100	176	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى أن اطلاب الجامعيين الذين لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي والذين بلغ عددهم (75) طالبا نسبته (25,3%) من حجم العينة، تعود إلى أن هذه المواقع تحوي دعاوى تحريضية تسعى لنشر الفتن بين أبناء الوطن وقد أتت نسبته (25%) في المرتبة الأولى، تلاه في المرتبة الثانية أن هذه المواقع تروج للإشاعات المغرضة والتي لا تترفع عن تشويه سمعة الآخرين بنسبة (22,7%)، وبسبب اختراق خصوصية هذه المواقع لعدم كفاية الوعي الذاتي للأفراد بكيفية حماية حساباتهم الشخصية بنسبة (17%) في المرتبة الثالثة، ثم لأن المستخدم يتعرف على أشخاص افتراضية مايعني أن الأشخاص على مواقع التواصل الاجتماعي يبدوون كما لو أنهم أكثر مثالية وأكثر ابتعادا عن الواقع، ولاستغلال هذه المواقع وفقاً لدوافع استغلالية تؤدي إلى انتشار الفضائح في المرتبة الرابعة وبما نسبته (16,5%) لكل منهما، ولأسباب أخرى تمثلت بعدم اهتمام اطلاب بهذه المواقع من جهة ولعدم توفر الوقت الكافي لديهم في المرتبة الأخيرة وبما نسبته (2,3%)

جدول رقم (4)

دوافع استخدام اطلاب الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الدوافع
24,3%	156	لأنها تتيح الفرصة للتعبير دون قيود أو شروط
20,1%	129	مناقشة القضايا الوطنية المتعلقة بالوطن والتنمية والهوية

المصرية		
الانفتاح على ثقافات مختلفة تنمي ثقافة الحوار	99	15,4%
تساعد في الإطلاع على معارف مختلفة اجتماعية وسياسية واقتصادية	80	12,5%
لأنها تتيح للمستخدم مناقشات جماعية مع أفراد من ثقافات مختلفة	112	17,4%
لأنها تعتبر متنفس عن الذات جون قيود وشروط	64	10%
أخرى	2	0,03%
المجموع	642	100%

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن دافع " لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية دون قيود مشروطه في مقدمة الأسباب التي تدفع الجامعيين للمشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي، إذ حصل على ما نسبته (24,3%)، ثم أتت نتيجة مناقشة قضايا الوطن المهمة كأحداث الحراك الاجتماعي التي ضربت البلاد منذ 2005 والتي توالى بعد ذلك حتى الآن بنسبته (20,1%)، ثم لأن هذه المواقع تتيح للمستخدم الانفتاح على ثقافات مختلفة عن الثقافة المصرية والمجتمع المصري وذلك لتعدد الهويات العربية والغربية في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (17,4%)، تساعد في الإطلاع على معارف مختلفة اجتماعية وسياسية واقتصادية (15,4%)، لأنها تتيح للمستخدم مناقشات جماعية مع أفراد من ثقافات مختلفة (12,5%) ولأنها تنفس عن الذات في المرتبة الأخيرة وبما نسبته (10%).

جدول رقم (5)

مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما

النسبة المئوية	التكرار	الموقع
50,6%	161	فيسبوك
27,1%	86	تويتر
22,3%	71	يوتيوب
100	318	المجموع

وفيما يتعلق بمعدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر شيوعا بين فئة الطلاب الجامعيين فقد ذهبت جملة النتائج إلى أن المواقع الأكثر تداولاً هي الفيسبوك يليه التويتر يليه اليوتيوب.

جدول رقم (6)

أسباب استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الدوافع
28,5%	161	أصبحت السوشيال ميديا منبرا للتحدث بمنتهى الحرية
21,8%	123	تساعدنا في التواصل مع الأصدقاء في ظل ازدهام الحياة اليومية
15,8%	89	تساعد في تداول مفاهيم مهمة كالهوية والانتماء والمشاركة السياسية
10,1%	57	تساعدنا في الدراسة الجامعية
9,6%	54	تسهم في تعزيز التاريخ
14,2%	80	يمكننا تصفح المواقع الإخبارية كافة دون عناء
100	564	المجموع

وإذا نظرنا للجدول السابق فنجد أن أسباب إقبال الشباب الجامعي على استخدام السوشيال ميديا جاءت على التوالي كما يلي فجاء السبب الأول والأعلى من حيث النسبة المئوية كالتالي حيث " أصبحت السوشيال ميديا منبرا للتحدث بمنتهى الحرية وبما نسبته (28,5%)، ثم لأنها تساعدنا في التواصل مع الأصدقاء في ظل ازدهام الحياة اليومية (21,8%) ساعد في تداول مفاهيم مهمة كالهوية والانتماء والمشاركة السياسية (15,8%)، ولأنها توفر في الدراسة جاءت بنسبة (14,2%)، تسهم في تعزيز التاريخ، يمكننا تصفح المواقع الإخبارية كافة دون عناء (9,6%).

جدول رقم (7)

الوقت الذي يقضيه هؤلاء الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الوقت
47,5%	105	أقل من 3 ساعات يومياً
38,9%	86	من 3 - 5 ساعات يومياً
13,6%	30	أكثر من 5 ساعات يومياً
100	221	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (7) أن (47,5%) من الطلاب يقضون أقل من 3 ساعات يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأن ما نسبته (38,9%) يقضون ما بين 3 - 5 ساعات يومياً، فيما بلغت نسبة الذين يستخدمون هذه

المواقع أكثر من 3 ساعات (13,6%)، مما يعني أن هذه الفئة الشبابية يقبلون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأن تلك المواقع تلعب دوراً محورياً وهاماً في تشكل الثقافة التي يعاد انتاجها من خلال التصفح الدائم لتلك المواقع.

جدول رقم (8)

عرض الصور الشخصية للملف التعريفي بمواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	125	56,2%
لا (أترك مكان الصورة فارغاً)	42	19,4%
لا (أستخدم صورة أخرى مكان صورتي)	54	24,4%
المجموع	221	100

وفيما يتعلق وضع الصور الشخصية في الملف التعريفي على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي فقد أظهرت النتائج أن (56,2%) يضعون صورهم على الموقع مؤكدين على أن ذلك لا يسبب لهم أي نوع من الضرر ولكن يمثل وجهه حقيقه غير افتراضية على تلك المواقع، و أوتت نسبة (19,4%) مؤكدين على أنهم يتركون مكان الصورة فارغاً لتخوفهم من مواقع " الهاكر العالمية واستخدام الصور بطريقة خاطئة " قد تسبب لهم الضرر لاحقاً، بينما أجاب (24,4%) ذاهبين إلى أنهم يضعون صوراً أخرى غير صورهم الشخصية.

جدول رقم (9)

مشاركة الطلاب الجامعيين في الفاعليات السياسية المتعلقة بالبلاد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	44	19,9%
أحياناً	43	19,5%
نادراً	38	17,2%
لا أشرك	96	43,4%
المجموع	221	100

إذا نظرنا إلى قراءة الجدول السابق فنحن بصدد التأكيد على أهمية قراءة تلك الأرقام بشكل أكثر وضوحاً وتحليلاً فنجد أنه بنسبة (19,9%) أتت لتؤكد على المشاركة في كافة الفاعليات السياسية التي تخص العراق بشكل مباشر فيما تعلق بقضايا الفساد السياسي، وقلة الوعي، وانتشار الاعتصامات والأضرابات التي طالت جمهورية مصر العربية منذ 2005، ومؤكدين للباحثة أثناء مقابلات التطبيق الميداني على أن محاولة الانخراط بالحياة السياسية الشبابية هي محاولة

لنشر ثقافة الوعي السياسي بين الشباب في ظل انتشار الكثير من الأخبار الكاذبه ومحاولة توزير الواقع. تلاها بعد ذلك نسبته (19,5%) من المشاركة بين الطلبة وهي نسبة ليست بالقليلة أيضا تلك التي تجعلنا نتفق مع رؤية هابرماس التي طرحناها سلفا والتي تذهب على القول بأن المجال العام أضحي ييمثل شكلا فاعلا في إعادة تشكيل السياسيات من خلال ممارسات الأفراد، كما أنه أصبح حلقة للوصل بين أداء النظم السياسية والمشاركة السياسية للأفراد في المجتمعات. وجاءت نسبة (17,2%) يشاركون نادراً، فيما بلغت نسبة الذين لا يشاركون (43,4%).

لقد جاءت هذه النتائج في جملتها بنسبة (56,6%) لتتؤكد على أهمية الحراك الجماهيري وانتشار الحركات الاحتجاجية ومتفتتا مع نظرية الأعلام الجديد ودوره في التأثير على اتجاهات السلوك والمشاركة السياسية من خلال تلك المواقع وغيرها. لقد أصبحت تلك المواقع الافتراضية أكثر اقترابا للواقع من خلال الأفراد الفاعلين عليها وأضحى التأثير أكثر فاعلية.

جدول رقم (10)

مشاركة الشباب الجامعي في الأحداث السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع الاجتماعي

النوع	المتغير		دائما		أحيانا		نادراً		لا أشارك	
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار
ذكر	84,1	37	76,7	33	73,3	28	52,1	50		
أنثى	15,9	7	23,3	10	26,3	10	47,9	46		
المجموع الكلي	100	44	100	43	100	38	100	96		

أما عن مشاركة الطلاب السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لمتغير النوع الاجتماعي، فتشير النتائج إلى أن المشاركة الدائمة توزعت ما بين (84,1%) للذكور وما نسبته 15,9% للإناث، أما الذين يشاركون أحيانا فقد بلغت نسبته من الذكور (76,6%) مقابل (23,3%) للإناث، فيما بلغت نسبة الذكور الذين يشاركون نادراً ما مجموعه (73,7%)، مقابل (26,3%) من الإناث، أما الذين لا يشاركون فقد بلغت للذكور ما نسبته 52,1%، وللإناث ما نسبته (47,9%).

أن جملة هذه القراءات الإحصائية هي ماتجعلنا نأكد على اهتمام الشباب الذكور بالفاعليات السياسية عوضا عن الإناث ويعزو الباحث ذلك إلى عدة أسباب اجتماعية منها، قلة مشاركة المرأة السياسية بشكل كبير في أرض الواقع، كما أن مؤسسات المرأة لاتعمل على نشر تلك الثقافة بين الطالبات الجامعيات، وهذا مايجعلنا بصدد التأكيد على أهمية انخراط

المرأة في المجال العام السياسي حتى تصبح ذات قدرة على القيادة الاجتماعية والمنافسة في ظل حرية تداول المعلومات وانتشار المعارف السياسية بين كافة الفئات الاجتماعية.

جدول رقم (11)

الارتباط بين السمات الديموجرافية للشباب والمشاركة في الحراك الجماهيري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة الاحصائية	درجة الحرية	كا	لا يشارك		يشارك		المشاركة والعلاقة الاحصائية السمات الديموجرافية	
			%	ك	%	ك		
0,671	4	2,35 4	3,4	10	5,7	17	24 عاما فأقل	العمر
			7,4	22	12,8	38	20-23 عاما	
			10,8	32	20,6	61	18-20 عاما	
0,005	1	8,01 0	16,9	50	46,7	138	ذكور	النوع
			15,5	46	20,9	62	أنثى	
			32,4	96	67,6	200	المجموع	
0,755	1	0,09 7	10,4	31	20,6	61	منتسباً حزبياً	الانتماء الحزبي
			22,0	65	47,0	139	غير منتسباً حزبياً	
			32,4	96	67,6	200	المجموع	

وحول العلاقة بين السمات الديموجرافية للطلبة الجامعيين، والمشاركة في الحراك الجماهيري والأحداث السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فتشير بيانات الجدول (13) أنه لا توجد علاقة إحصائية بين العمر، والمشاركة حيث بلغت قيمة كا (0,579)، وبين الجنس والمشاركة حيث بلغت قيمة كا 1,033، وبين الانتماء الحزبي والمشاركة، حيث بلغت قيمة كا (0,097)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0,05$).

ترجع الباحثه ذلك إلى ماتصطبغ به مواقع التواصل الاجتماعي من سمات تتمثل في تعددية الآراء ومناقشة القضايا الجماهيرية بدرجة كبيرة من الحرية، وأن إتاحة هذه المواقع الفرصة للتعليق وإبداء الآراء في القضايا المثارة، ساعد في جذب الجمهور نحو مضامين هذه المواقع دون تمييز بين ذكور وإناث.

جدول رقم (12)

المجالات التي يشارك بها الطلاب في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	المجالات
14,4%	91	محاربة ظاهرة نفشي الفساد في كافة القطاعات الحكومية
14,1%	89	المطالبة بعدالة اجتماعية حقيقية بين كافة الطبقات الاجتماعية
7,9%	50	حل الأحزاب السياسية الكرتونية
7,6%	48	إعادة الانتخابات لمجلس النواب الذي لا يؤدي دوره
11,2%	71	التصدي لمشكلة الفقر والبطالة وقلة التعليم
9,8%	62	العمل على تحسين أوضاع العاملين في القطاعات الحكومية
8,2%	52	الاهتمام بدور المجتمع المدني في البلاد
10%	63	الاهتمام بدور المرأة وانخراطها في الحياة السياسية
9,6%	61	التصدي لمشكلات القهر والفسر السياسي على الناشطين
0,02%	1	أخرى
100	633	المجموع

وعن الموضوعات التي تمثل أهمية وأكثر تداولاً على مواقع التواصل الاجتماعي يشارك بها الطلاب فقد أظهرت النسب في الجدول السابق أن المطالبة التصدي لمشكلة الفساد الذي نهشت في كافة القطاعات الحكومية جاءت بنسبة (14.4%) مما كان له الأثر في تعطيل الكثير من المصالح للمواطنين وجعلنا بصدد التحذير من موجات غضب اجتماعي لمن تربط مصالحهم بالبيروقراطية، المطالبة بعدالة اجتماعية حقيقية بين كافة الطبقات الاجتماعية (14,1%) تلاها في المرتبة الثانية المطالبة بإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية بما نسبته (14,1%)، حل الأحزاب الكرتونية التي لا تؤدي دورها بنسبة (7.9%)، إعادة انتخابات مجلس النواب (7.6%)، تلاه في المرتبة السادسة التصدي لمشكلتي الفقر والبطالة وقلة التعليم بما نسبته (11.2%)، والعمل على تحسين أوضاع العاملين في القطاعات الحكومية بنسبة (9.8%)، الاهتمام بدور المجتمع المدني في البلاد نسبته (8.2%)، الاهتمام بدور المرأة وانخراطها في الحياة السياسية (10%)، والتصدي لمشكلات القهر والفسر على الناشطين بنسبة (9.6%).

جدول رقم (13)

طرق أسهام الشباب الجامعي في المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الأساليب
19,9%	75	قراءة الأخبار على الصفحات الإخبارية
22,5%	85	التعليق على أكثر الأحداث المهمة في الوطن
20,4%	77	المشاركة بإعادة النشر الأخبار
17%	64	نشر فيديوهات من اليوتيوب تتعلق بأكثر الفاعليات والمسيرات السياسية
20,2%	76	كتابة مقالات وتغريدات والمساهمة في حوارات جماعية
100	377	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (13) إلى أن الأساليب والطرق التي تتعلق بالمشاركة الجماهيرية للطلاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت متقاربة جداً، حيث أظهرت النتائج أن التعليق على أكثر الأحداث المهمة في الوطن جاء بنسبة (22,5%)، تلاها المشاركة بإعادة نشر الأخبار المهمة بنسبة (20,4%)، ثم كتابة تغريدات ومقالات والمساهمة في حوارات جماعية بنسبة (20,2%)، قراءة الأخبار على الصفحات الإخبارية (19,9%)، نشر فيديوهات من اليوتيوب تتعلق بالأحداث السياسية الأكثر فاعلية (17%).

جدول رقم (14)

دوافع مشاركة الشباب في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الدوافع
19,3%	88	لأنها تقدم معلومات عن الحراك الجماهيري لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى
14,3%	65	لأن الحصول على معلومات وآراء عن الحراك الجماهيري من خلالها أسهل من وسائل الإعلام الأخرى.
13,6%	62	لأنها تسبق وسائل الإعلام الأخرى في عرض الأخبار والمعلومات المتعلقة بالحراك الجماهيري.
11,2%	51	لأنني أحصل من خلالها على الأخبار التي ابحت عنها.
14,1%	64	لأنني أستطيع التواصل من خلالها مع مصادر مختلفة بشأن موضوعات الحراك الجماهيري.
14,3%	65	لأنها تحقق إمكانية التفاعل مع ما تنشره من موضوعات الحراك من خلال النشر والتعليق.
100	455	المجموع

أوضحت بيانات الجدول رقم (14) أن دافع " لأنها تقدم معلومات عن الحراك الجماهيري المصري لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى" احتل المرتبة الأولى بين دوافع مشاركة الشباب في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبما نسبته (19,3%)، وجاء دافع " لأن الحصول على معلومات وآراء عن الحراك الجماهيري من خلالها أسهل من وسائل الإعلام الأخرى" و "لأنها تحقق إمكانية التفاعل مع ما تنشره من موضوعات الحراك من خلال النشر والتعليق" في المرتبة الثانية وبما نسبته (14,3%) لكل منهما، ولأنها تعرض وجهات نظر متعددة ومختلفة حول الحراك الجماهيري في المرتبة الرابعة وبنسبة (14,11%)، ولأنها تسبق وسائل الإعلام الأخرى في عرض الأخبار والمعلومات المتعلقة بالحراك الجماهيري في المرتبة الخامسة بنسبة (13,6%)، فيما احتل دافع " لأنني أستطيع التواصل من خلالها مع مصادر مختلفة بشأن موضوعات الحراك الجماهيري" المرتبة السادسة وبما نسبته (13,2%)، وجاء في المرتبة السابعة والأخيرة، لأنني أحصل من خلالها على الأخبار التي أبحث عنها" بنسبة (11,2%).

ويتبين من هذه النتائج أن دوافع المشاركة لدى الشباب متقاربة جداً نظراً لأن هذه الشريحة تكاد تكون متقاربة في مستويات التعليم والوعي والثقافة، كما يتضح من خلالها أن الشباب يبدون اهتماماً بالحصول على المعلومات وسهولة توفرها وإمكانية التفاعل معها من خلال التعليق عليها، وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى بهذه الميزات التي حفزت الشباب على المشاركة في الحراك الجماهيري.

جدول رقم (15)

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والمشاركة السياسية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دور المواقع
0,571	2,58	ساعدت مثل تلك المواقع في إمداد الشباب بكافة المعلومات السياسية المهمة
0,617	2,51	تسهم السوشيال ميديا في توفير كافة البيانات والفيديوهات الخاصة بالمسيرات والاعتصامات المدنية.
0,698	2,30	ساهمت أيضا في إدراك مفاهيم الهوية والتنمية والوعي والسياسي
0,705	2,29	ساهمت في نجاح بعض الوقفات الاحتجاجية الاجتماعية.
0,755	2,21	تعدى تأثير تلك المواقع من الافتراضي إلى الواقع بإنشاء حركات اجتماعية
0,753	2,26	دفعنتي إلى المشاركة في العديد من الفاعليات السياسية.
0,791	2,10	دفعنتي إلى المشاركة السياسية مع الآخرين والتحدث بشؤون تخص الدولة
0,505	2,32	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (15) إلى الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي، في تنمية الوعي السياسي للطلاب، وتبين هذه النتائج ساعدت مثل تلك المواقع في إمداد الشباب بكافة المعلومات السياسية المهمة

(2,58)، تسهم السوشيال ميديا في توفير كافة البيانات والفيديوهات الخاصة بالمسيرات والاعتصامات المدنية (2,51)، الأمر الذي يعني أن الدور الذي لعبته هذه المواقع في المجالين السابقين كان مرتفعاً ومؤثراً على الطلاب الجامعيين، إلا أن دورها في المجالات الأخرى كان أقل تأثيراً وحصلت على مستويات متوسطة وذلك لأن المتوسط الحسابي لها تراوح ما بين (2,10) إلى (2,30)، وهي متقاربة مع المتوسط الحسابي العام لكافة المجالات والذي بلغ (2,32)، مما يؤشر على أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير على الطلاب الجامعيين بعدة أشكال من خلال الخطاب الإعلامي المطروح عبر تلك الوسائل وذلك مايتفق مع نظرية الإعلام الجديد التي قد طرحتها الباحثة سلفاً .

جدول رقم (16)

الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي للشباب الجامعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجالات
0,653	2,55	الخطابات الإعلامية المطروحة من شخصيات عامة مؤثرة تؤثر بشكل فاعل في عملية الإصلاح السياسي ببطيء وإن لم تكن ملحوظة
0,696	2,30	طرحت مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الآراء حول عملية المشاركة السياسية.
0,728	2,26	حشدت مواقع التواصل الاجتماعي العديدين الطلاب في وقفات احتجاجية عديدة
0,736	2,22	دفعت الحكومة في بعض الأوقات إلى للاستجابة لبعض المطالب التي تطرح من خلال السوشيال ميديا.
0,823	2,09	الطلاب المشاركون في الفاعليات السياسية يكونون على قدر عالي من الوعي السياسي
0,788	20,02	أصبحت مفاهيم الهوية والتنمية من المحركات الأساسية للمشاركة في هذه الأحداث
0,801	2,10	بعض الأشخاص التابعين للأحزاب ينشروا العديد من الآراء ويحثو الشباب على المشاركة
0,386	2,22	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (16) مجالات الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بتنمية الوعي السياسي، الخطابات الإعلامية المطروحة من شخصيات عامة مؤثرة تؤثر بشكل فاعل في عملية الإصلاح السياسي ببطيء وإن لم تكن ملحوظة بمتوسط حسابي بلغ (2,55)، طرحت مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الآراء حول عملية المشاركة السياسية. فيما جاءت المجالات الأخرى التي قامت بها مواقع التواصل في مستوى متوسط، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لها ما بين (2,30 - 2,02)، لتكون متقاربة مع المتوسط الحسابي العام لكافة المجالات، دفعت الحكومة في بعض الأوقات إلى للاستجابة لبعض المطالب التي تطرح من خلال السوشيال ميديا بمتوسط حسابي

بلغ 2,22، الأمر الذي يفيد أن مواقع التواصل الاجتماعي لها كبير الأثر في تفعيل المشاركة السياسية وارتفاع الثقافة السياسية للشباب بشكل عام والفئة الطلابية بشكل أكثر خصوصية.

جدول رقم (17)

الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والموضوعات

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	إمكانية الاعتماد
0,764	2,22	تقدم السوشيال ميديا معلومات مهمة.
0,802	2,02	أصبحت وسائل الاتصال الاجتماعي تلعب دورها هاما في قياس وتكوين رأي عام.
0,752	2,18	أصبحت مصدرا للثقة وموثوق بها من الشباب بشكل كبير.
0,724	1,98	تتناول موضوعات مهمة فيما يتعلق بالمرأة لا يمكن أن تطرح في الواقع المعاش
0,694	2,04	مواقع التواصل الاجتماعي لاتبالغ في تقديم الأمور والحقائق
0,680	2,25	مواقع التواصل تعمل على تعبئة سياسية في بعض الأحيان التابعه للنظام الحاكم.
0,795	2,07	مواقع السوشيال ميديا منفتحه على جنسيات وثقافات مختلفة
0,77	2,14	مواقع التواصل الاجتماعي تجد بها الكثير من الجماعات الفرعية.

وحول آراء الشباب الجامعي عن إمكانية الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والموضوعات الجماهيرية (أشارت بيانات الجدول رقم 17) إلى مواقع التواصل تعمل على تعبئة سياسية في بعض الأحيان التابعه للنظام الحاكم احتل المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (2,25)، تلاه في المرتبة الثانية "تقدم معلومات مهمة بلغ نسبته (2,22)، وجاء في المرتبة الثالثة أن "مصدرا للثقة في الكثير من الشباب الجامعي بمتوسط حسابي بلغ (2,18) ثم أن "بها العديد من الجماعات الفرعية (2,14) تلاه أن مواقع السوشيال ميديا منفتحه على جنسيات وثقافات مختلفة في المرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي بلغ (2,07)، مواقع التواصل الاجتماعي لاتبالغ في تقديم الأمور والحقائق في المرتبة السادسة وبمتوسط حسابي (2,04)، ثم توالى بعد ذلك متوسطات حسابية نسبية.

جدول رقم (18)

أساليب مشاركة الشباب الجامعي فيما يتعلق بالحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الأساليب
19,9	75	عرض أخبار ومعلومات تتعلق بالمسيرات والاحتجاجات والاعتصامات.
22,5	85	تقديم آراء حول المسيرات والاحتجاجات.
20,4	77	التعليق على فعاليات الحراك الجماهيري.
17	64	وضع لقطات مصورة عن المسيرات والاحتجاجات.
20,2	76	أعرض تساؤلات عن هذه المسيرات والاحتجاجات.
100	377	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (18) إلى أن الأساليب والطرق التي استخدمها الشباب فيما يتعلق بالحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت متقاربة جداً، حيث أظهرت النتائج أن تقديم آراء حول المسيرات والاحتجاجات التي يشهدها الشارع المصري بلغت نسبتها (22,5%)، تلاها التعليق على فعاليات الحراك الجماهيري بنسبة (20,4%)، ثم عرض تساؤلات عن هذه المسيرات والاحتجاجات بنسبة (20,2%)، وعرض أخبار ومعلومات تتعلق بالمسيرات والاحتجاجات والاعتصامات بنسبة (19,9%)، ووضع لقطات مصورة عن المسيرات والاحتجاجات بنسبة (17%).

جدول رقم (19)

دوافع المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الدوافع
19,3	88	لأنها تقدم معلومات عن الحراك الجماهيري لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى
14,3	65	لأن الحصول على معلومات الثقافة السياسية من خلالها أسهل من وسائل الإعلام الأخرى،
13,6	62	لأنها تسبق وسائل الإعلام الأخرى في عرض الأخبار والمعلومات المتعلقة بالحراك الجماهيري
11,2	51	لأنني أحصل من خلالها على الأخبار التي ابحث عنها
14,1	64	لأنني أستطيع التواصل من خلالها مع مصادر مختلفة بشأن موضوعات الحراك الجماهيري.
14,3	65	لأنها تحقق إمكانية التفاعل مع ما تنشره من موضوعات الحراك من خلال النشر والتعليق
100	455	المجموع

أوضحت بيانات الجدول رقم (19) أن دافع "لأنها تقدم معلومات عن الحراك الشعبي الذي تعيشه البلاد لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى" احتل المرتبة الأولى بين دوافع المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبما نسبته (19,3%)، وجاء دافع "لأن الحصول على معلومات وآراء عن الشقافة السياسية من خلالها أسهل من وسائل الاعلام الأخرى" و "لأنها تحقق إمكانية التفاعل مع ما تنشره من موضوعات الحراك من خلال النشر والتعليق" في المرتبة الثانية وبما نسبته (14,3%) لكل منهما، ولأنها تعرض وجهات نظر متعددة ومختلفة حول الحراك الجماهيري في المرتبة الرابعة وبنسبة (14,11%)، ولأنها تسبق وسائل الإعلام الأخرى في عرض الأخبار والمعلومات المتعلقة بالحراك الجماهيري في المرتبة الخامسة بنسبة (13,6%)، فيما احتل دافع "لأنني أستطيع التواصل من خلالها مع مصادر مختلفة بشأن موضوعات الحراك الجماهيري" المرتبة السادسة وبما نسبته (13,2%)، وجاء في المرتبة السابعة والأخيرة "لأنني أحصل من خلالها على الأخبار التي أبحث عنها" بنسبة (11,2%).

ويتبين من هذه النتائج أن دوافع المشاركة لدى الشباب متقاربة جداً نظراً لأن هذه الشريحة تكاد تكون متقاربة في مستويات التعليم والوعي والثقافة، كما يتضح من خلالها أن يبدون اهتماماً بالحصول على المعلومات وسهولة توفرها وإمكانية التفاعل معها من خلال التعليق عليها، وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى بهذه الميزات التي حفزت هذه الفئات العمرية للمشاركة في الحراك الجماهيري.

جدول رقم (20)

دور مواقع التواصل الاجتماعي في إلى أي مدى أسهمت في نشر الثقافة السياسية ورفع الوعي السياسي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دور المواقع
0,571	2,58	ساهم في إحاطتي بالمعلومات والآراء عن الحراك الجماهيري أولاً بأول
0,617	2,51	ساهم في تزايد اهتمامي بالمسيرات والاعتصامات ومتابعة أخبارها
0,698	2,30	ساهم في تأييدي لهذه المسيرات والاعتصامات
0,705	2,29	ساهم في استمرارية هذه المسيرات والاعتصامات نتيجة تأييدنا لها
0,755	2,21	ساهم في إنجاح المسيرات والاعتصامات من خلال مشاركتنا بها
0,753	2,26	دفعني إلى المشاركة في هذه المسيرات والاعتصامات
0,791	2,10	دفعني إلى التخطيط مع الآخرين لتنظيم مثل هذه المسيرات والاحتجاجات
0,505	2,32	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (20) إلى الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي، نشر الثقافة السياسية، وتبين هذه النتائج أن مساهمة هذه المواقع في إحاطة الشاب بالمعلومات والآراء عن الحراك الجماهيري أولاً بأول جاءت في المرتبة الأولى وبمستوى مرتفع بلغ المتوسط الحسابي له (2,58)، تلاه في المرتبة الثانية "أن هذه المواقع ساهمت في تزايد اهتمام الشباب بالمسيرات والاعتصامات ومتابعة أخبارها"، بمستوى مرتفع بلغ المتوسط الحسابي له (2,51)، الأمر الذي يعني أن الدور الذي لعبته هذه المواقع في المجالين السابقين كان مرتفعاً ومؤثراً لدى الشباب، إلا أن دورها في المجالات الأخرى كان أقل تأثيراً وحصلت على مستويات متوسطة وذلك لأن المتوسط الحسابي لها تراوح ما بين (2,10)

إلى (2,30)، وهي متقاربة مع المتوسط الحسابي العام لكافة المجالات والذي بلغ (2,32)، مما يؤشر على أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور فاعل في الحراك الجماهيري، وساهمت في تزايد اهتمام الشباب في الحراك ومن ثم المشاركة في فعالياته.

جدول رقم (21)

الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك الجماهيري بشكل عام من وجهة نظر الشباب

الاحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجالات
0,653	2,55	الآراء التي يطرحها الشباب المثقفون عبر مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة للإصلاح
0,696	2,30	طرحت مواقع التواصل الاجتماعي كل الآراء المتعلقة بالإصلاح في مصر
0,728	2,26	حشدت مواقع التواصل الاجتماعي الجماهير للمشاركة في المسيرات والاحتجاجات
0,736	2,22	دفعت الحكومة المصرية إلى الاستجابة لإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية
0,823	2,09	الشباب الذين يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي تحركهم دوافع سياسية معينة
0,788	20,02	الشباب الذين يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي تحركهم دوافع شخصية للنيل من أشخاص معينين
0,801	2,10	هؤلاء الذين يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي يروجون لأحزاب سياسية معينة
0,386	2,22	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (21) مجالات الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالحراك الجماهيري، حيث تصدرتها "الآراء التي يطرحها الشباب المثقف عبر مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة للإصلاح" بمتوسط حسابي بلغ (2,55)، وبمستوى مرتفع عن المجالات كافة، فيما جاءت المجالات الأخرى التي قامت بها مواقع التواصل في مستوى متوسط، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لها ما بين (2,30 - 2,02)، لتكون متقاربة مع المتوسط الحسابي العام لكافة المجالات، والذي بلغ 2,22، الأمر الذي يفيد أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دورها وأهميتها في حشد الجماهير للمشاركة في المسيرات، ودفع الحكومة المصرية للاستجابة لمطالب الحراك بإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية.

جدول رقم (22)

الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والموضوعات

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	إمكانية الاعتماد
0,764	2,22	مواقع التواصل الاجتماعي تقدم معلومات خفيفة
0,802	2,02	الصحف والتلفزيون فقط هي الوسائل القادرة على تكوين رأي عام
0,752	2,18	وسائل الإعلام الجماهيرية موثوق بها في القضايا الجماهيرية (مثل الحراك الجماهيري)
0,724	1,98	مواقع التواصل الاجتماعي يمكن الاعتماد عليها في الأمور الشخصية فقط
0,694	2,04	مواقع التواصل الاجتماعي تقدم الحقيقة
0,680	2,25	مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بحشد الجماهير وراء موقف معين
0,795	2,07	الوسائل الجماهيرية (صحف، إذاعة، تلفزيون) تعرض رأياً بعينه على الجمهور
0,77	2,14	مواقع التواصل الاجتماعي بها مجموعات متجانسة ومتشابهة في الرأي

فيما يتعلق بالآراء حول إمكانية الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والموضوعات الجماهيرية (مثل الحراك الجماهيري)، أشارت بيانات الجدول رقم (22) إلى أن "مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بحشد الجماهير وراء موقف معين" احتل المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (2,25)، تلاه في المرتبة الثانية "أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم معلومات خفيفة" بمتوسط حسابي بلغ (2,22)، وجاء في المرتبة الثالثة أن "وسائل الإعلام الجماهيرية موثوق بها في القضايا الجماهيرية بمتوسط حسابي بلغ (2,18) ثم أن "مواقع التواصل الاجتماعي بها مجموعات متجانسة ومتشابهة في الرأي في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (2,14) تلاه أن "الوسائل الجماهيرية (صحف، إذاعة، تلفزيون) تعرض رأياً بعينه على الجمهور" في المرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي بلغ (2,07)، فيما احتل "مواقع التواصل الاجتماعي تقدم الحقيقة" المرتبة السادسة وبمتوسط حسابي (2,04)، وجاء في المرتبة السابعة أن "الصحف والتلفزيون فقط هي الوسائل القادرة على تكوين رأي عام بمتوسط حسابي (2,02)، وأخيراً الرأي بأن "مواقع التواصل الاجتماعي يمكن الاعتماد عليها في الأمور الشخصية فقط بمتوسط حسابي بلغ (1,98). وهو الأمر الذي يوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً مهماً يمكن الاعتماد عليه في تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والموضوعات مثل الحراك الجماهيري أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى، وهو ما أكدته معظم الدراسات السابقة التي أوضحت الدور المتعاظم لمواقع التواصل الاجتماعي خلال الثورات والتحويلات والحراك السياسي الذي يشهده العالم العربي والتي استطاعت حشد (الثوار) خلال الثورات التي شهدتها بعض الدول العربية.

استخلاص النتائج:

- 1- أظهرت النتائج أن (74,7%) من الشباب يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي وأن ما 69نسبته (25,3%) لا يستخدمونها، وأن (25%) من هؤلاء برروا عدم استخدامهم لها لأنها تحوي دعاوى تحريض تسعى لنشر الفتن بين أبناء الوطن الواحد.
- 2- بينت النتائج أن دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي كانت متقاربة، وجاء في مقدمتها الدافع المتعلق بأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية بما نسبته (24,3%)، تلاه الدافع المتعلق بالاتصال مع الأصدقاء والمجتمع والتعرف على أصدقاء جدد بنسبة (20,1%).
- 3- اقتصر استخدامات الجامعيين على ثلاثة مواقع للتواصل الاجتماعي، الفيسبوك بنسبة (50,6%)، وتويتر بنسبة (27,1%) ويوتيوب بنسبة (22,3%).
- 4- أوضحت النتائج أن فئة الشباب الذين يمضون أقل من 3 ساعات يومياً في استخدام مواقع التواصل بلغت نسبتهم (47,5%)، وما نسبته (38,9%) يستخدمونها ما بين (3-5) ساعات يومياً.
- 5- أشارت النتائج إلى أن (70,6%) من الشباب يقدمون أنفسهم للآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصورة واضحة، وأن ما نسبته (56,1%) يعرضون صورهم في المواقع.
- 6- أظهرت النتائج أن (19,9%) من الشباب يشاركون في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة، وأن (19,5%) منهم يشاركون أحياناً، فيما (43,4%) لا يشاركون، وأن المشاركة الدائمة للرجال أكثر من النساء، حيث بلغت للذكور ما نسبته (84,1%) وللنساء (15,9%) فيما بلغت للذكور الذين يشاركون أحياناً ما نسبته (76,7%)، وللنساء ما نسبته (26,3%).
- 7- جاءت المطالبة بإصلاحات دستورية في مقدمة موضوعات الحراك التي يشارك بها الشباب من خلال هذه المواقع، وبما نسبته (14,4%)، تلتها المطالبة بإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية بنسبة (14,1%)، ثم إجراء انتخابات نيابية وبلدية نزيهة بنسبة (11,2%).
- 8- احتل الدافع الذي يفيد بأن مواقع التواصل تقدم معلومات عن الحراك الجماهيري لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى قائمة دوافع المشاركة في مواقع التواصل وبما نسبته (19,3%)، تلاه أن الحصول على معلومات وآراء عن الحراك الجماهيري من خلال هذه المواقع أسهل من وسائل الإعلام الأخرى، ولأن هذه المواقع تحقق إمكانية التفاعل مع ما تنشره من موضوعات الحراك من خلال النشر والتعليق بما نسبته (14,3%) لكل منهما.
- 9- أكدت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي قامت بدور متوسط في حفزها الشباب للمشاركة في الحراك الجماهيري، وذلك لأن مؤشرات هذا الدور حصلت على متوسط حسابي عام بلغ (2,32%).

10- أكدت نتائج الدراسة أن جمهور الشباب يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن الاعتماد عليها أكثر من الوسائل التقليدية في تكوين الآراء تجاه موضوعات الحراك الجماهيري لأنها تقدم الحقيقة، فضلاً عن أنها تسمح بحشد الجماهير وراء موقف معين.

11- أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموغرافية للشباب (العمر، الدخل الشهري، الجنس، جهة العمل، الانتماء الحزبي)، وبين المشاركة في الحراك الجماهيري، عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي " التحليل والتفسير واستخلاص النتائج "

أولاً: استهدفت تلك الدراسة تقديم تحليل لطبيعة وسائل الاتصال الجماهيري ومدى تأثيرها في الواقع والتعرف على بنيتها وطريقة تشكلها وكيفية اهتمامها بالشأن العام بشكل عام والشأن السياسي بشكل أكثر خصوصية ومدى اسهامها في التغيرات التي حدثت سياسياً واجتماعياً. إضافة إلى مدى الاستفادة من التقدم التكنولوجي ووسائل التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي للشباب العراقي.

ثانياً: لقد هشمت وسائل السوشيال ميديا من خلال الصفحات الثقافية السياسية والقانونية بمعظم الركائز الشرعية للنظام، حيث انحسرت الركائز الدستورية القانونية المستمدة من احترام النصوص واعمال القوانين وفرض هيبة الدولة في سياق تحقيق شروط العدالة والمساواة بين المواطنين.

ثالثاً: لقد بات واضحاً للمنظرين مع البدايات الأولى للقرن الجديد أن الأوضاع في مصر أصبحت في تدهور مستمر من حيث نقشي ظاهرة الفساد السياسي والاجتماعي وانعدام المساواة الاجتماعية بين الطبقات وانتشار الفقر وانحدار مستوى التعليم ن كلها مجتمعة تعجل بطرح مشورعا اجتماعيا جديدا غير متضح السياسة الاجتماعية.

رابعاً: وفقاً للتصور والمفهوم الذي تبنته الدراسة ووسائل الاتصال الجماهيري، وفي سياق المقاربة الميدانية، اتفقت الدراسة كثيراً مع مدى تأثير تلك المواقع الاجتماعية على الشباب والطلبة الجامعيين، كما أنها تعدت التأثير برفع مستوى الثقافة السياسية والممارسات السياسية.

خامساً: أصبحت هذه المواقع تمثل " كسلطة رمزية "، تارة على وفاق مع السلطة وهي بذلك تعيد إنتاج الهابيتوس السلطوي من خلال المجال العام وتارة تصبغ نفسها بالمعارضة والاستماتة من أجل تحقيق التغيير المنشود والحلم بمستقبل أفضل.

سادساً: يكمن النظر للتغير الاجتماعي برؤية "حتمية" التحول في ثلاثة مسارات. أولهما، ما يعرف "بالحتمية التقنية"، وثانيهما، ما يعرف "بالحتمية الاجتماعية"، ثم الحتمية المعلوماتية.

سابعاً: يسعون المستخدمون لكسب رأسمال رمزي من خلال انخراطهم على شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن أن تزدهر فيه مبادرات المجتمع المدني.

Abstract

The Role of Media in Raising a Political Awareness

"A field study on the reflect of social network on a sample of students university

By Hala Mansour

Social media has become one of the most important formalities of effective communication and one of the most important keys to development and progress in contemporary society, because of its human activity and has not brought about a massive revolution in various life contexts, causing an impact in the ways of living, communication, and the acquisition of knowledge, and in the organization of work fields. And the production and reproduction of cultural fields that cross all geographic and political boundaries. The social networks that we can include in "Facebook - Twitter and YouTube" have become one of the facets of the power of nations and they attend as they are able to translate human hopes and aspirations into reality. This advanced technology was able to achieve some human dreams and gave birth to the rules of a globalized electronic culture that overcame the challenges and difficulties of timing. The study started from a major question leading to an interest in the role of social networks in the Egyptian society in general and the university youth class in particular.

The study relied on the descriptive analytical approach, in addition to using the questionnaire form to verify the goals of the study. It was divided into two parts, the first part, which depends on demographic data, and the second came in line with the study questions until it meets them. This study also used the SPSS statistical program to empty the data and process it Statistically to extract. As for the study sample, it was applied to that applied to 300 male and female students from Fayoum University distributed among five theoretical colleges and five practical colleges, distributed equally among each college in a random way between male and female students.

The most important results of the study are represented in the following that social change can be viewed by seeing the "inevitability" of the transformation in three tracks. First, what is known as "technical determinism", and second, what is known as "social determinism", then informational determinism. Also, they seek to earn symbolic capital through their engagement on social networks, and civil society initiatives can flourish in it .

الهوامش والمصادر

(1) خالد القحص : استعراض وتقييم واقع وسائل الإعلام ودورها في خدمة قضايا الأشخاص المعاقين، الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة لدول مجلس التعاون بدول الخليج العربية بالتعاون مع المؤسسة الوطنية لخدمات المعاقين : " الإعلام والإعاقة : علاقة تفاعلية ومسئولية متبادلة"، 8- 6 مارس 2007، مملكة البحرين، ص ص 8-9.

(2) صالح أبو أصبع : الاتصال و الاعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للدراسات والنشر و التوزيع، عمان، 1995.

- (3) انتصار عبد الرزاق، صفد الساموك : الإعلام الجديد، جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، 2011، ص 57.
- (4) نرمين زكريا : الآثار النفسية والاجتماعية لإستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الإجتماعية، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009،
- (5) محمود حمدي عبد القوي: دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، ص1552.
- (6) علي القرني : الإعلام الجديد، مكتبة الملك فهد للنشر، الرياض، 2011، ص 87.
- (7) Tom Mursa : How Social Media Has Changed Politics10 Ways Twitter and Facebook Have Altered Campaigns <https://www.thoughtco.com>.
- (8) جيهان رشتي : الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ط2، ص53.
- (9) Ariadne Vromen : Is Social Media Good or Bad for Democracy? <https://newsroom.fb.com>
- (10) محمد عبدالعاطي : إشكالية الإيمان بالقيم الديمقراطية في العالم الإسلامي، رواق عربية، مركز القاهرة لحقوق الإنسان، 2009، ص117.
- فاروق يوسف أحمد : السلوك السياسي، القاهرة، مكتبة عين شمس، 1988، ص21. (1)
- (12) مجاشع محمد علي : جور شبكات التواصل الإجتماعي في التظاهر وتحفيز الفاعلية السياسية، الحوار المتمدن، 2015 <http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=479786&r=0>
- (13) عبد الحميد زيد : الثقافة السياسية وآليات تطوير الأداء الحزبي، بحث منشور في المؤتمر السنوي الرابع عشر تحت عنوان " التنمية البشرية وتحديث مصر، كلية الخدمة الإجتماعية بالفيوم، 14-15 مايو 2003م.
- (14) Larry Diamond, Political Culture and Democracy in Developing Countries, lynne Pierre 1993.
- (15) Dirk-Berg schlosser : Politische Kultur, in W.mickel(Hrsg.) Handlexikon zur politikwissenschaft, Bonn s. 365.1986.
- (16) Robert A.Dhl : Modern political Analysis, Fifth edition copyright, 1991.
- (17) محمد الجوهرى : **تدابير حقوق الإنسان في صمود لوكي (محرر)**، الشباب ومستقبل مصر - القاهرة 2000م، ص 34.
- (18) David J. and Kimber, Richard (Eds), political Parties In Modern Britain, An organizational and functional guide, Routiedge, London, 1972, p.3
- (19) <http://computing dictionary.the freedictionary.com/new+media>
- (20) عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلم الإعلام والاتصال، 2011م، ص9.
- (19) Sergiy shevsov, Politicl and Law Consciousness and The conemporary state, 2005, Available at, <http://www. Sapiienti. Kiev.ua / newvision / sergiy – shevtsov. htm>
- (20) أ. ك أوليدوف : الوعي الاجتماعي، ترجمة ميشيل كيلو، دار ابن خلدون، ط2، 1982، ص79.
- (21) Valerie Miller, political Consciousness: Aperpetual quest, May, 2002, Available at, www. Ngorc. Org. pk/ journal jun 2002 / vm.htm
- 19 - Valerie Miller, op. cit.
- (22) نرمين زكريا : الآثار النفسية والاجتماعية لإستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الإجتماعية، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، ص943.
- (20) James Johnson : Public sphere, Postmeclernism and Polimic. the American political Science, 2007,

Vol.88,No.2.p428

²⁴ (محمود حمدي عبد القوي : دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، ص1558.

(22) أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكاربنتيير: "فهم الإعلام البديل"، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2009م، ص31.

(24) مي العبد الله: الاتصال والديمقراطية، بيروت، دار النهضة العربية، 2005م، ص21.

(25) عبد الله زين الحيدري: مرجع سابق ص128.

²⁶ المرجع السابق : ص76.

(4) سامي نصر، ((تحديات الاعلام البديل))، 12/1/2008م

³¹ المصدر السابق نفسه.

² جمال الزرن: مرجع سابق

²⁵ أحمد رضوان: اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011، المؤتمر العلمي - دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد، 2011.

²⁶ (علي نجادات: الاحتجاجات في الصحف الأردنية اليومية والتحولات المنشودة في المجتمع الأردني، المؤتمر العلمي - دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد، 2011.

²⁷ (عبدالحافظ صلوي: تغطية الصحافة الإلكترونية للاضطرابات السياسية في الوطن العربي، المؤتمر العلمي، دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد، 2011.

قائمة المراجع

1. خالد القحص : استعراض وتقييم واقع وسائل الإعلام ودورها في خدمة قضايا الأشخاص المعاقين، الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة لدول مجلس التعاون بدول الخليج العربية بالتعاون مع المؤسسة الوطنية لخدمات المعاقين : " الإعلام والإعاقة : علاقة تفاعلية ومسئولية متبادلة"، 8- 6 مارس 2007، مملكة البحرين.

2. صالح أبو أصبع : الاتصال و الاعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للدراسات والنشر و التوزيع، عمان، 1995.

3. انتصار عبد الرزاق، صفد الساموك : الإعلام الجديد، جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، 2011.

4. نرمين زكريا : الآثار النفسية والاجتماعية لإستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الإجتماعية، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.

5. محمود حمدي عبد القوي: دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.

6. علي القرني : الإعلام الجديد، مكتبة الملك فهد للنشر، الرياض، 2011.

7. محمد عبدالعاطي : إشكالية الإيمان بالقيم الديمقراطية في العالم الإسلامي، رواق عربية، مركز القاهرة لحقوق الإنسان، 2009.

8. فاروق يوسف أحمد : السلوك السياسي، القاهرة، مكتبة عين شمس، 1988.

9. مجاشع محمد علي : جور شبكات التواصل الإجتماعي في النظار وتحفيز الفاعلية السياسية، الحوار المثمن، 2015

<http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=479786&r=0>

10. عبد الحميد زيد : الثقافة السياسية وآليات تطوير الأداء الحزبي، بحث منشور في المؤتمر السنوي الرابع عشر تحت عنوان " التنمية البشرية وتحديث مصر، كلية الخدمة الإجتماعية بالفيوم، 14-15 مايو 2003م.

11. جيهان رشتي : الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ط2.

12. محمد الجوهري : **التبليغ في مختلف المجالات (محرر)**، الشباب ومستقبل مصر - القاهرة 2000م.
13. محمود حمدي عبد القوي : دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.
14. أولجا جوديس بيلى، بيلى كاميرتس، نيكوكاربنتيير: "فهم الإعلام البديل"، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2009م.
15. مي العبد الله : الاتصال والديمقراطية، بيروت، دار النهضة العربية، 2005م، ص21.
16. سامي نصر: ((تحديات الاعلام البديل))، 2008/1/12م
- نرمين زكريا : الآثار النفسية والاجتماعية لإستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الإجتماعية، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.
17. عبدالحافظ صلوي : تغطية الصحافة الإلكترونية للاضطرابات السياسية في الوطن العربي، المؤتمر العلمي، دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد، 2011.
18. أحمد رضوان: اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011، المؤتمر العلمي - دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام علي نجات: الاحتجاجات في الصحف الأردنية اليومية والتحول المنشودة في المجتمع الأردني، المؤتمر العلمي - دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد، 2011.
19. <http://computing dictionary.the freedictionary.com/new+media>
20. عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011م.
21. زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.
22. عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، عمان، دار الشروق، 2008م.
1. Tom Mursa : How Social Media Has Changed Politics10 Ways Twitter and Facebook Have Altered Campaigns <https://www.thoughtco.com>.
2. Ariadne Vromen : Is Social Media Good or Bad for Democracy? <https://newsroom.fb.com>
3. Larry Diamond, Political Culture and Democracy in Developing Countries, lynne Pierre 1993.
4. Dirk-Berg schlosser : Politische Kultur, in W.mickel(Hrsg.) Handlexikon zur politikwissenschaft, Bonn s. 365.1986.
5. Robert A.Dhl : Modern political Analysis، Fifth edition copyright، 1991.
6. David J. and Kimber, Richard (Eds) : political Parties In Modern Britain, An organizational and functional guide، Routiedge, London, 1972.
7. James Johnson : Public sphere, Postmeclernism and Polimic، the American political Science, 2007, Vol.88, No.2.