

دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو

"دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصرى المشارك فى
الثورتين"

د. إنجى خيرت حمزة

مقدمة :

مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعى وجد الشباب العازف عن المشاركة السياسية وسيلة للتنفس بعيدا عن الواقع حيث إتجه الشباب إلى الشبكات الاجتماعية مبتعدين عن ممارسة المشاركة السياسية الواقعية فهم لا يشتركون فى الندوات السياسية ولا يهتمون بالانتخابات سواء برلمانية أو انتخابات داخل الجامعات ومع التطور المتلاحق فى تكنولوجيا المعلومات والاتصال إتجهوا نحو التعبير عن ارائهم من خلال الشبكات الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعى^(١)

ولابد من التأكيد على أن العمل السياسى للشباب على الشبكات الاجتماعية قد اقتصر على إنشاء المجموعات لتجميع التوقيعات مثل حملة التوقيعات التى انتشرت على الفيس بوك لترشيح الدكتور "محمد البرادعى" رئيسا لمصر فى بداية عام ٢٠١٠ ، وأيضا حملة توقيعات ممثلة "لحمدين صباحى"^(٢).

وقد اتاح الانترنت ووسائل الاتصال والمعلومات ومواقع التواصل الاجتماعى الفرصة لظهور أساليب جديدة للمعارضة والاحتجاج وحتى المقاومة ، ومن أهم صور الاحتجاج جمع التوقيعات الالكترونية للمطالبة بتغيير سياسات أو قرار أو إزالة صور تعد مسيئة أخلاقيا أو دينيا والدخول الى غرف الدردشة والمنتديات فى الانترنت للقيام بحوار وتكوين رأى مناصر أو مناهض لقضية من القضايا وتكوين التحالفات السياسية على الانترنت.^(٣)

وفى محاولتنا الراهنة لرصد دور مواقع التواصل الاجتماعى فى الحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو يمكن تقسيم المراحل التى مر بها الحشد الافتراضى الثورى فى التحرك من المجتمع الافتراضى الى المجتمع الواقعى على النحو التالى:

١- الدعوى الى الثورة ؟

بدأت الدعوة الى الثورة عبر موقع الفيس بوك ، وتبنى الدعوى مجموعة من النشطاء فيما يمكن تسميته بنخب المجتمع الشبكى. وقام هؤلاء بمحاولة تشجيع المشتركين فى القوائم

المختلفة للانضمام الى أهداف الثورة وانطلقت هذه الدعوات فى أعقاب نجاح التجربة التونسية التى انطلقت هى الأخرى عبر مواقع التواصل الاجتماعى. واعتبر ذلك عاملا مشجعا فى محاولة التماس مع هذه التجربة والسير على هداها فى المجتمع المصرى.

٢- التعبئة والحشد الافتراضى الداعم للثورة

إن واقع النظاهرات بشكل عام يعتمد بالدرجة الأولى على القناعة بالأهداف والقدرة التنظيمية والقدرة على الحشد. وخصوصا فى الثورات التى تعتمد مرجعيتها على القوة الشعبية. وتقاس قوة الحركات الاجتماعية بقدرتها على تعبئة العديد من المطالبين بالحقوق بما يشكل مصدر ضغط والسعى نحو تحقيق الأهداف ، وفى هذا السياق اشار "القارو" الى أن الانترنت له قدرة على تعبئة الجماهير من خلال الارتباطات المتشكلة بين الأفراد فى إطاره ومن خلال رسائل البريد الالكترونى ويتأكد ذلك مع ما طرحه "هابر ماس" فى أن هناك ارتباطا كبيرا بين القوة والتقنية، وقد أطلق على ذلك أسم التفاعلية التحدئية التى تساعد على تدفق الاتصال وقد تحقق ذلك بشكل فاعل على خلفية أحداث الثورة المصرية.

٣- التحول من الحشد الافتراضى الى الواقع :

يتباين جمهور الحشد المتشكل عبر المجتمع الافتراضى الى تنوعات منها النشاط ، وهم الأفراد الذين يقومون بتأسيس الصفحات والمجموعات وإرسال الدعوات الى المجموعات الأخرى المنتشرة على الصعيد الشبكي ، ومنها الجمهور المتفاعل الذين يستقبلون هذه الدعوات ويرسلونها الى اصدقائهم ، وهناك الجمهور المتعاطف الذى يكتفى باستقبال الدعوات فقط والافتناع بأهدافها ولكن لا يتحول من الحشد الافتراضى الى الحشد الواقعى^(٤)

ومن هنا برزت أهمية دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعى فى الحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو بعد أن أصبحت هذه المواقع ليست وسيلة للتسلية وقضاء وقت الفراغ والعزلة حيث أكد الواقع أن الثورات العربية عموما والثورة المصرية بشكل خاص قد لعبت الشبكات الاجتماعية دورا بارز فى حشد المواطنين المتفاعلين عليها وهو ما أدى الى إحداث التغيير السياسى ، لذلك تسعى الباحثة الى رصد هذا الدور الذى لعبته مواقع التواصل الاجتماعى فى إحداث التغيير السياسى داخل المجتمع المصرى

أولاً : الدراسات السابقة :

هناك بعض الدراسات التى حاولت معالجة قضية دور موقع التواصل الاجتماعى فى الثورة المصرية ، خاصة ثورة ٢٥ يناير ، وهناك دراسات إقتربت من موضوع دراستنا الراهنة بشكل أو بآخر لذلك سوف تحاول الباحثة الاستفادة من كل التراث النظرى المتوفر حول الموضوع سواء من تناول جانب واحد من الظاهرة ، أو من تناول أكثر من جانب ، لأن ذلك سيساعد الباحثة على صياغة مشكلة بحثها الراهن من حيث الطرق والمناهج البحثية التى استخدمتها الدراسات السابقة ، وسوف نقصر عرضنا للدراسات السابقة على الدراسات التى لمست موضوع دراستنا الراهنة بشكل مباشر .

١- دراسة صالح سليمان ، دور الفيس بوك فى اندلاع الثورة المصرية دراسة سوسولوجية لموقع "كلنا خالد سعيد"^(٥)

سعت الدراسة للتعرف على دور الفيس بوك فى ثورة ٢٥ يناير وذلك من خلال التركيز على أحد المواقع المهمة التى ظهرت فى ١٠ يونيو ٢٠١٠ ، وهو موقع كلنا خالد سعيد ، كما سعت الى التعرف على آليات استخدام هذا الموقع فى المرحلة التى سبقت الثورة المصرية بما يكشف عن دور هذه المواقع فى التأسيس لقيام الثورة ثم اندلاعها وقام الباحث باستخدام تحليل مضمون كل ما ينشر على الموقع خلال الفترة منذ انشائه وحتى قيام الثورة .

وتوصلت الدراسة الى أن مواقع التواصل الاجتماعى ورغم أهميتها إلا أن الفيسبوك وغيره لا يمكن أن يكون هو السبب فى اندلاع ثورات الربيع العربى ، بما فيها الثورة المصرية ، بقدر ما يمكن القول ان استخدام هذه الوسائط قد ساعد وحفز على التسريع باندلاع هذه الثورات ، وأثراها بعناصر قوة جديدة وغير مسبوقه فى تاريخ الثورات البشرية .

٢- دراسة عبد الهادى أحمد النجار ، دور الفيس بوك فى تشكيل المجال العام لدى الشباب الجامعى المصرى نحو أحداث ثورة ٢٥ يناير^(٦)

وسعت الدراسة الى الكشف عن دور الفيس بوك فى تشكيل المجال العام حول القضايا السياسية وبخاصة أحداث ثورة ٢٥ يناير ، واعتمد الباحث على منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلى ، حيث قام بتحليل مضمون النصوص والصور ومواد الفيديو الخاصة

باحداث الثورة من على صفحات جروب ٦ إبريل وصفحة كلنا خالد سعيد وصفحة شبكة رصد ، هذا الى جانب دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة بحثية من شباب جامعات القاهرة ، والمنيا والأزهر .

وتوصلت النتائج الى ان الفيس بوك قد لعب دورا هاما في تشكيل المجال العام لدى الشباب الجامعي المصري نحو أحداث ثورة ٢٥ يناير .

٣- دراسة سامى السعيد النجار ، اتجاهات الشباب نحو دور الشبكات الاجتماعية فى ثورة ٢٥ يناير^(٧)

وسعت الدراسة للتعرف على اتجاهات الشباب نحو دور الشبكات الاجتماعية فى ثورة ٢٥ يناير من خلال دراسة ميدانية على عينة من مستخدمى موقع فيسبوك ، وأكدت النتائج حرص غالبية الباحثين على استخدام فيسبوك بصفة دائمة حيث برزت عوامل تعبئة الجماهير للمشاركة فى أحداث الثورة وتبادل الآراء والمعلومات بشأن مسار الثورة ، وتداول صور ومشاهد القتل والعنف ضد المتظاهرين لإثارة الجماهير كابعاد سياسية لدور موقع الفيس بوك فى ثورة ٢٥ يناير .

٤- دراسة جامعة واشنطن، دور شبكات الاعلام الاجتماعى فى تفعيل الثورات العربية^(٨)

وسعت الدراسة الى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعى تفعيل الثورات العربية ، واعتمدت الدراسة على باحثين متخصصين لمعرفة الدور الفاعل التى قامت به وسائل الاعلام الاجتماعية مثل فيس بوك وتويتر فى إشعال وتفعيل الثورات العربية المختلفة، والتى اجتاحت بعض دول الشرق الأوسط وشمال افريقيا ، واعتمدت الدراسة على ثلاث ملايين تعليق وساعات لا تحصى من أشرطة فيديو (اليوتيوب) من المواقع الشخصية، لمعرفة واستكشاف ما اذا كانت الشبكات الاجتماعية (فيس بوك وتويتر ويوتيوب) لعبت دورا حقا فى هذه الثورات .

وقد أكدت النتائج أن مجموعات المستخدمين للشبكات الاجتماعية قد استفادت من ممارسة حرية التعليقات والمحادثات بصورة لافتة ، وهنا واجهت بعض الحكومات تحديات

صعبة فى عملية قطع الاتصالات أو الانترنت أو حتى الهاتفى النقل ، كما أكدت أن هذه الشبكات كان لها دور كبير فى عملية التعبير بصورة سريعة

٥- دراسة **lina, Jarad** استخدام الجماعات الفلسطينية للفييس بوك^(٩)

وأنطلقت الدراسة من أن مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك قد عملت على تغيير طريقة تفاعل الناس وتمثيل انفسهم وقضاياهم ، وقد استغلت الجماعات الفلسطينية المهمشة الفيس بوك فى نضالها السياسى ، ورصدت الدراسة تحليل عضوية الفلسطينيين فى مجموعات الفيس بوك وأوجه الأتفاق والاختلاف بين استخدام هذه الوسيلة بين فلسطين الداخل والشنات.

٦- دراسة **محمود حمدى** ، دور الإعلام الجديد فى تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب^(١٠):

واستهدفت الدراسة التعرف على دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية ، وكذلك التعرف على دور هذه الشبكات فى تنمية الوعى السياسى لدى الشباب ، وتشكيل اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية ، وأكدت نتائج الدراسة أن الفيس بوك يمكن أن يصبح مجالاً عاماً لنشر الوعى السياسى ودعم المشاركة السياسية بين الشباب إذا تم توظيفه بشكل جيد من جانب مختلف القوى السياسية والمجتمع المدنى.

٧- دراسة **Raine** ، استخدامات وإشباع الفيس بوك للمعلومات السياسية^(١١):

وانطلقت الدراسة للكشف عن إذا كان مستخدموا الفيس بوك من الشباب الامريكى ايسعون الى الاطلاع على معلومات سياسية بشأن الانتخابات الرئاسية الامريكية عام ٢٠٠٨ ، ومدى تأثير هذه المعلومات على احتمالية التصويت فى هذه الانتخابات من عدمه وكشفت النتائج عن وجود ارتباط بين دوافع استخدام الفيس بوك ودوافع هؤلاء الذين يبحثون عن معلومات سياسية على الفيس بوك.

٨- دراسة **محمد أنور محمد محروس** ، دور الشبكات الاجتماعية فى التعبئة السياسية للشباب^(١٢):

سعت الدراسة الى التعرف على دور الشبكات الاجتماعية فى رفع مستوى الوعى السياسى للشباب وتكوين الحشود الافتراضية وتحويلها الى حشود واقعية ، واعتمدت الدراسة

على المسح الاجتماعى بالعينة مع استمارة الاستبيان وتم اختيار عينة قوامها ٦٩ مفردة من مستخدمى موقع فيس بوك.

واكدت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعى لها دور كبير فى زيادة الوعى السياسى للشباب ، وأنها لعبت دورا حيويا فى تكوين الحشود الثورية الراضة للتعسف الأمنى والدولة البولسية وحالة الطوارئ المستمرة.

٩- دراسة العبدى الطيب ، فاعلية الإعلام الالكترونى فى التغيرات السياسية دراسة عن موقع التواصل الاجتماعى فى ثورات الربيع العربى^(١٣):

وهدفنا الدراسة الى معرفة الدور الذى لعبته مواقع التواصل الاجتماعى فى التغيرات السياسية التى شهدتها عدد من الدول العربية من خلال تأثيرها على المستخدم بجانب الوقوف على مدى اهتمام الشباب بالقضايا السياسية التى تناقش عبر مواقع التواصل الاجتماعى حتى تكون مجالا لتكوين رأى عام حولها.

وتوصلنا الدراسة الى أن مواقع التواصل الاجتماعى تعتبر وسيلة فعالة يصنع الجمهور فيها المحتوى الاعلامى ويستهلكه مما جعلها أكثر فاعلية فى تبادل الآراء والتواصل بين الجمهور مما أدى الى أنها قد لعبت دورا فاعلا فى الثورات العربية خاصة فى تونس ومصر وليبيا واليمن وكانت عاملا قويا فى إحداث التغيرات السياسية التى شهدتها هذه الدول العربية.

١٠- دراسة نادية بن ورقلة ، دور شبكات التواصل الاجتماعى فى تنمية الوعى السياسى والاجتماعى لدى الشباب العربى^(١٤):

سعت الدراسة الى فحص الدور الذى يلعبه الاعلام الجديد وبشكل خاص شبكات التواصل الاجتماعى فى تنمية الوعى السياسى والاجتماعى بين أوساط الشباب العربى.

وقد توصلنا الدراسة الى أن مواقع التواصل الاجتماعى قد لعبت دورا فى تنمية الوعى السياسى والاجتماعى من خلال تداول المعلومات الخاصة بالأحداث السياسية ، وكذلك الدعوة الى حضور الندوات أو التظاهر ، وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعى

مؤسسات مهمة لتربية النشئ وإكسابهم عادات وتقاليد وسلوكيات صحيحة واداة مهمة للتغيير الاجتماعى .

ومن خلال العرض السابق للدراسات السابقة حول موضوع الدراسة يمكن استخلاص بعض الملاحظات على النحو التالى:

١. أكدت الدراسات السابقة وجود علاقة بين مواقع التواصل الاجتماعى باعتبارها أحد أهم أشكال الاعلام الجديد ونمو الوعى لدى مستخدمى هذه المواقع ، مما أدى الى تفعيل أدوارهم الاجتماعىة وساهم فى اندلاع الثورات العربىة
٢. لقد تنوعت الدراسات السابقة من حيث استخدامها للنظريات المختلفة وكذلك مناهج البحث ، وجاءت معظم الدراسات إما تحليلية لتحليل المادة التى تبثها هذه المواقع (أى مادة التفاعل) سواء كانت مناقشات أو صور أو فيديوهات ، أو دراسات ميدانية لمستخدمى هذه المواقع للتعرف على تأثيرها عليهم.
٣. اتضح من الدراسات السابقة تنوع التخصصات التى إهتمت بالموضوع سواء كان فى مجال الاعلام أو السياسة أو علم الاجتماع
٤. ومن خلال هذه الملاحظات ترى الباحثة أنه على الرغم من تنوع الدراسات إلا أن غالبيتها قد ركز على ثورات الربيع العربى بشكل عام أو على ثورة ٢٥ يناير بشكل خاص ، لكن أيا من هذه الدراسات لم يتطرق الى دورها فى ثورة ٣٠ يونيو لذلك تأتى الدراسة الراهنة لمحاولة رصد دور مواقع التواصل الاجتماعى فى الحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو والمقارنة بين فاعليتها فى الحشد فى الثورتين .

ثانيا : مشكلة الدراسة وتساولاتها :

تتبلور مشكلة الدراسة الراهنة فى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعى فى الحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو من خلال استطلاع رأى عينة من الجمهور المصرى المشارك فى الثورتين للتعرف على حجم استخدامهم لهذه المواقع وهل لعبت دورا فى مدهم بالمعلومات الكافية التى أدت الى مشاركتهم فى الثورتين. ومن خلال إطلاع الباحثة على دور الاعلام الجديد فى تشكيل الوعى السياسى للمواطن المصرى خلال السنوات الأخيرة ،

خاصة الشباب الذى انخرط فى استخدام هذه الوسائل الاعلامية بشكل كبير وكانت هذه الوسائل أحد أهم الأدوات التى استخدمت للدعوة لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو ، فتحاول الباحثة أن تطرح القضية للبحث السوسيولوجى عبر مجموعة التساؤلات على النحو التالى :

١. هل لعبت مواقع التواصل الاجتماعى دورا فى الحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو؟
٢. ما مدى ثقة المواطن المصرى فى المعلومات التى يستمدها من مواقع التواصل الاجتماعى وتجعله يتحول من التفاعل الافتراضى الى التفاعل الواقعى قبل واثناء وبعد الثورتين؟
٣. ما هو الجمهور الأكثر تفاعلا مع مواقع التواصل الاجتماعى داخل المجتمع المصرى قبل واثناء وبعد الثورتين؟
٤. ما هو حجم الدور الذى لعبته مواقع التواصل الاجتماعى فى الحشد لثورة ٢٥ يناير مقارنة بدورها فى الحشد لثورة ٣٠ يونيو؟
٥. ما هى مواقع التواصل الاجتماعى الأكثر فاعلية فى الحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو؟

ثالثا: مفاهيم الدراسة :

١. مواقع التواصل الاجتماعى Social media

إن مفهوم التواصل الاجتماعى مثير للجدل ، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات فى دراسته بعد أن عكس هذا المفهوم التطور التقنى الذى طرأ على استخدام التكنولوجيا ، وأطلقت هذه التسمية على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة والتى تعرف بالانترنت^(١٥).

وتشير ايضا الى الطرق الجديدة فى الاتصال عبر البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الإنلقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات ، وهى بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم الى العالم أجمع^(١٦).

ويعرف زاهر مواقع التواصل الاجتماعي على أنها " منظومة من الشبكات الالكترونية التى تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعى الكترونى مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها"^(١٧).

ويعرفها محمد عواد بأنها : تركيبة اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات ، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التى ينتمى اليها الشخص"^(١٨).

وتعرف ايضا " على أنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها فى أى وقت يشاءون وفى أى مكان فى العالم واكتسبت اسمها الاجتماعي لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية وبرزت شبكات التواصل الاجتماعي هى (الفايس بوك - تويتر - اليوتيوب) وأهمها هى شبكة الفايس بوك التى استطاعت رغم قصر مدة انشائها أن تجمع الملايين من المستخدمين من كافة أنحاء العالم"^(١٩).

ويعرفها صالح سليمان بأنها " مواقع منشأة ضمن الفضاء الالكتروني تستفيد من آليات الاستخدام التى وفرتها الشبكة ، من ولوج وبث للرسائل والصور المختلفة من أجل مناقشة موضوعات بعينها تحقق مصالح وأهداف محددة للمستخدمين"^(٢٠).

ويعرفها محمد أنور محروس بأنها " المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت التى تتيح التواصل بين الأعضاء ومشاركة الملفات والصور مع بعضهم البعض"^(٢١).

وتعرفها Wikipedia " بأنها أدوات باستخدام الكمبيوتر تسمح للأشخاص والشركات ابتكار ونشر وتبادل المعلومات والأفكار والوظائف والصور والفيديوهات فى عالم افتراضى وشبكات ويتم تعريف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مجموعة من التطبيقات التى تعتمد على الكمبيوتر والتى تم إنشاؤها بواسطة منظمات ايدولوجية وتكنولوجية تسمح بالابتكار وتبادل المحتوى للمستخدمين"^(٢٢)

ومن خلال التعريفات السابقة والتى تشترك فى مضمون يكاد يكون واحدا تقريبا " فاننا نرى أن مواقع التواصل الاجتماعي إجرائيا هى تلك الشبكات الاجتماعية التفاعلية المصممة الكترونيا عبر الشبكة العنكبوتية الانترنت ، والتى تتيح التواصل لمستخدميها

لتبادل المعلومات والإفكار والصور والفيديوهات ضمن عالم افتراضى وأهم هذه المواقع هي الفيسبوك وتويتر واليوتيوب"

٢. الحشد Crowd

الحشد هو " أحد الحقوق الهامة فى النظام الدولى المعاصر ، وتعنى حق الفرد فى التعبير عن آرائه ومعتقداته دون تدخل وبحرية وهو يشير إلى مجموعة من الأفراد اجمعوا على أمر من غير ترتيب سابق ، وهم مجموعة حشدت لأمر مقرر سلفا كما فى الحشود العسكرية، وتمثل الحشود نموذجا سلوكيا يمكن أن يستجيب الأفراد فيه بطرق غير متوقعة للمؤثرات الجماعية"^(٢٣).

وتعنى الباحثة بالحشد فى دراستها الراهنة "تلك التجمعات التى إحتشدت فى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو ضد الرئيسيين السابقين محمد حسن مبارك ، ومحمد مرسى بهدف الاطاحة بهم لعدم رضائهم عن سياساتهم التى لا تحقق طموحات الشعب المصرى فى العيش والحرية والعدالة الاجتماعية"

٣. الثورة المصرية لعام ٢٠١١ : The Egyptian revolution 2011

وهى الثورة المعروفة بثورة ٢٥ يناير وبدأت فى ٢٥ يناير ٢٠١١ والتى كانت على مستوى محافظات مصر ، والتى كانت تتكون من تظاهرات ومسيرات وأعمال شغب ، وتنظيمات مدنية ضد العنف وقد جاءت احتجاجا على الأوضاع المعيشية والسياسية والاقتصادية السيئة ، وقد جاءت عبر مواقع التواصل الاجتماعى من خلال بعض الصفحات مثل كلنا خالد سعيد وشبكة رصد وشباب الإخوان المسلمين فى ظل حكم الرئيس محمد حسنى مبارك"^(٢٤)

٤. الثورة المصرية لعام ٢٠١٣ : The Egyptian revolution 2013

وهى المعروفة بتظاهرات يونيو ٢٠١٣ أو ثورة ٣٠ يونيو ، وهى مجموعة من التظاهرات حدثت فى مصر فى الذكرى السنوية لتولى الرئيس محمد مرسى كرئيس لمصر ،

وخرج عدد كبير من المتظاهرين على مستوى محافظات مصر اعتراضا على استمرار تولى الرئيس للحكم^(٢٥).

رابعاً : الإطار النظرى للدراسة:

تعتمد الباحثة فى هذه الدراسة على نظرية المجال العام الذى يعرفه "هابر ماس" بأنه مجتمع افتراضى أو خيالى ليس من الضرورى أن يتواجد فى مكان معروف أو مميز ويتكون من مجموعة من الأفراد الذين لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور ، يتفاعلون مع بعضهم على قدم من المساواة حول قضايا مشتركة^(٢٦).

ويرى "هابر ماس" أن مفهوم المجال العام يتضمن ثلاثة عناصر اساسية :

١. ينشأ المجال العام من خلال المناقشات ولولا المناقشات ما وجد المجال العام من الأصل.

٢. يسمح المجال العام للأشخاص الذين تم استبعادهم من مناقشة القضايا المتعلقة بالسياسة والدولة أن يعبروا عن انفسهم وينقلوا اصواتهم

٣. إن عملية تقييم الافكار والقضايا المطروحة للنقاش تتم وفقاً لأهميتها بغض النظر عن هوية صاحب الفكرة أو القضية ودون أى تدخل من جهة خارجية كنوع من الممارسة الديمقراطية للتعبير عن الرأى^(٢٧).

وبالطبع ليس من الضرورى أن تكون هناك معرفة بين المشاركين فى المجال العام بعضهم البعض ، ولكن لديهم إدراك وفهم القضية أو الاهتمام أو أحداث معينة أو التعبير عن وجهة نظر تجاه المجتمع أو العالم ، ويمكن لأى شخص أن يشارك بأرائه أو مساهماته، بعد أن ساعدت وسائل الاعلام الجديد فى الخروج من النطاق الخاص الى المجال العام الأوسع والأكثر استقطابا للعديد من الأفراد ، ومع هذا الانتقال يتم التحول من قضايا فردية الى اخرى ذات طبيعة عامة ، وكذلك يتم الانتقال من ردود الأفعال المادية التى تتم من خلال المظاهرات فى الشارع أو الاعتصامات أو حتى أعمال الشغب الى فضاء جديد لديه وسائل جديدة وآليات متنوعة يتم استخدامها للتعبير والاحتجاج تجاه المجتمع أو الدولة ،

وبذلك اتسع المجال السياسى ومجال النخبة ليضم فاعلين آخرين لديهم القدرة على التأثير فى رأى العام باستخدام تلك الوسائل الجديدة^(٢٨).

ومفهوم المجال العام له جذور فى الفكر الاجتماعى القديم فالإنسان اجتماعى بطبعه وليس بوسعه أن يوقف فعله أو سلوكه عند حدود الفعل الفردى ، بل أنه يتعدى الى الجماعات أو التجمعات البشرية الأخرى التى يجد نفسه مضطرا للتعامل والتعاون معها للدفاع عن مصالح مشتركة ، وحينما توجد "المصلحة المشتركة" ينشأ المجال العام الذى يكون ساحة للقاء أصحاب هذه المصلحة^(٢٩).

ويرجع الفضل الى "هابر ماس" فى تطوير مفهوم المجال العام كجزء من الحياة الاجتماعية حيث يستطيع المواطنون أن يتبادلون الآراء بطرق تهم المجتمع كله. وهو ما يؤدى الى تشكيل رأى العام ، حيث يظهر المجال العام للوجود عندما يتجمع الناس لى يناقشوا القضايا السياسية المشتركة^(٣٠).

وتهدف نظرية المجال العام الى شرح الأسس الاجتماعية للديمقراطية من خلال النظر الى المنظمات محددة الهوية والقائمة على أسس اجتماعية وثقافية مشتركة داخل المجتمع المدنى كمنظمات قادرة على تطوير خطاب نقدى فعال يستطيع التقريب بين وجهات النظر المتعارضة^(٣١).

وتفترض النظرية وجود أربع سمات أساسية تميز الاتصال عبر ما اطلق عليه "هابر ماس" المجال العام وهى :

١. القدرة على الوصول أو الاتاحة الى دائرة الاتصال.
٢. الحرية التى يتمتع بها الأفراد فى الاتصال داخل هذه الدائرة
٣. بنية المناقشة فكل شخص يجب أن يشارك فى الفرص المتساوية أى المشاركة المتساوية فى التعبير عن رأى.
٤. طرح خطاب مبرر بأدلة اقناعية محددة^(٣٢).

وترى الباحثة أن نظرية المجال العام يمكن استخدامها كنظرية موجهة فى دراستها الراهنة حيث لعبت مواقع التواصل الاجتماعى كمجال عام للشباب المصرى دورا هاما للتفاعل الاجتماعى والسياسى ساعد على الحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو.

خامسا : الإجراءات المنهجية للدراسة :

اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعى بالعينة للكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعى فى الحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو بالتطبيق على عينة من الشباب المصرى المشارك فى الثورتين

واستخدمت الباحثة أداة المقابلة المقننة باعتبارها أحد الأدوات المناسبة لمثل هذه البحوث المسحية التى يتنوع فيها الجمهور المطبق عليه ويختلف فى مستويات التعليمية وقد اشتملت استمارة المقابلة على عدة بنود تغطى تساؤلات الدراسة الرئيسية والفرعية على النحو التالى :

١. البيانات الأساسية
٢. التواصل الاجتماعى والحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو
٣. ثقة المصريين فى المعلومات التى تبثها مواقع التواصل الاجتماعى
٤. الجمهور الأكثر تفاعلا مع مواقع التواصل الاجتماعى
٥. حجم الدور الذى ساهمت فيه مواقع التواصل الاجتماعى فى الحشد للثورتين
٦. مواقع التواصل الاجتماعى الأكثر فاعلية فى الحشد للثورتين

وقد قامت الباحثة بتحكيم الاستمارة بواسطة مجموعة من الأساتذة فى مجالات علم الاجتماع والاعلام والعلوم السياسية قبل تطبيقها على عينة الدراسة

وقامت الباحثة بسحب عينة عشوائية من الشباب فى المرحلة العمرية من ١٦ الى ٣٥ سنة من محافظتى القاهرة والسويس ممن شاركوا فى الثورتين ، واعتمدت الباحثة على أسلوب كرة الثلج للوصول للعدد المطلوب ، حيث أختارت ١٠٠ مفردة بحثية من كل محافظة باجمالى ٢٠٠ مفردة بحثية للدراسة كلها

وقد استهدفت الباحثة مدينتى القاهرة والسويس باعتبار الأولى هى العاصمة التى شهدت أكبر فاعليات للثورتين والثانية أحد أهم المحافظات المصرية التى شاركت ايضا وبقوة فى الثورتين وبذلك يكون المجال الجغرافى للدراسة ممثلا للقضية محل الدراسة

أما المجال البشرى فقد جاء المشاركين فى الثورتين من محافظتى القاهرة والسويس كممثلين لشباب الثورة المصرية على مستوى الجمهورية ، وترى الباحثة أن العدد المختار يمكن أن يكون صالحا للأختبار والاجابة على تساؤلات الدراسة

وجاء المجال الزمنى ليستغرق ثلاثة اشهر موزعة كالتالى:

١. شهر لجمع المادة النظرية وتصنيفها
٢. شهر لجمع المادة الميدانية وتصنيفها وعمل الجداول الاحصائية
٣. شهر لتحليل النتائج وتفسيرها وكتابة التقرير النهائى للبحث

سادسا : عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

١. جاءت الخصائص الاجتماعية لعينة الدراسة على النحو التالى :

أ- خصائص المبحوثين من حيث السن جاءت نسبة ٣٦% منهم فى المرحلة العمرية من ٢٠ الى ٢٤ عاما ، يليها نسبة ٣٢% تراوحت أعمارهم بين ٢٥ و ٢٩ عاما ، ثم نسبة ١٩% كانت أعمارهم أقل من ٢٠ عاما وأخيرا نسبة ١٣% تراوحت أعمارهم بين ٣٠ و ٣٥ عاما وبالطبع تأتى هذه النتائج متفقة الى حد كبير مع طبيعة المجتمع المصرى الشاب من ناحية فهناك ٦٠% تقريبا من المجتمع المصرى يندرجون تحت هذه الفئة الشابية. ويتفق ايضا مع طبيعة الثورة المصرية التى فجرها الشباب ، وتتماشى مع طبيعة الطليعة الثورية التى دعت الى الثورة عبر مواقع التواصل الاجتماعى وهم فئة الشباب ، لذلك حرصت الباحثة على ان تكون عينة الدراسة من الفئة الشابية لذلك غلب عليها من يقعون فى الفئتين من ٢٠ الى ٢٤ ومن ٢٥ الى ٢٩ بينما تقلصت النسبة للفئتين الأقل من العشرين والأكثر من الثلاثين.

ب- وفيما يتعلق بخصائص المبحوثين من حيث النوع الاجتماعى ، فقد جاءت نسبة ٨١% من الذكور ، مقابل نسبة ١٩% من الإناث ، وتعكس هذه النتيجة غلبة الطبيعة الثورية

للذكور أكثر من الإناث نتيجة لعوامل ثقافية خاصة بالطبيعة التقليدية للمجتمع المصرى والتي تعلق من قيمة الذكور وتفرض قيودا كبيرة على حركة الإناث لذلك جاءت مشاركة المرأة فى الثورة بشكل أفضل من الذكور

ج- أما بالنسبة لخصائص المبحوثين من حيث المستوى التعليمى فقد جاءت نسبة ٣٦% من الحاصلين على تعليم متوسط ، يليها نسبة ٣٠,٥% من الحاصلين على تعليم جامعى ، ثم نسبة ١١% حاصلين على تعليم فوق المتوسط ، ثم نسبة ٦% يقرأون ويكتبون ، ثم نسبة ٥% أميون ، ثم نسبة ٤,٥% حاصلون على دراسات عليا ، ثم نسبة ٤% حاصلون على الابتدائية ، وأخيرا نسبة ٣% حاصلون على الاعدادية ، وتبرز النتائج غلبة المتعلمين على الشباب المشارك فى الثورة ، فأكثر من ٨٠% من العينة حاصلون على تعليم متوسط وما فوق حتى الدراسات العليا ، لذلك يمكن التأكيد على أن هذه الثورات كانت طليعتها والداعين لها هم الشباب الأكثر تعليما وثقافة ، وهؤلاء الشباب هم الأكثر تعاملًا مع مواقع التواصل الاجتماعى نتيجة لوعيهم بأهمية استخدام التكنولوجيا الحديثة

د- وفيما يخص المبحوثين من حيث المهنة فقد جاءت نسبة ٤٩% من الطلاب فى المراحل التعليمية المختلفة ، يليهم نسبة ١٥% من العاطلون عن العمل ، ثم نسبة ١٢,٥% من ربات البيوت ، ثم نسبة ١١% من المهنيين ، ثم نسبة ٩,٥% من الحرفيون ، وأخيراً ٣% من اصحاب المشروعات . وتعتبر هذه النتائج عن أن الطلاب هم الأكثر وعيا بطبيعة المشكلات التى يمر بها المجتمع نتيجة لأنهم الأكثر تداولًا للمعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعى لذلك دعوا الى الثورة عبر هذه المواقع لمواجهة الظلم الاجتماعى يليهم هؤلاء الشباب المتعطلون عن العمل والذين تخرجوا ولم يجدوا فرصة للعمل والحياة ، يليهم ربات البيوت وهذه نتيجة صادقة الى حد كبير لكن اذا راعينا أن الإناث المتعطلون عن العمل دائماً ما يصفون أنفسهم بانهن ربات بيوت هنا تفهم النتيجة ، ويأتى من يعملون سواء مهنيون أو حرفيون أو اصحاب مشروعات ليقتربوا من ربع العينة فقط وهو ما يعنى أن الكتلة الأكبر من شباب الثورة ممن خارج

نطاق العمل وهو أحد أسباب ثورتهم وعدم رضائهم عن النظام السياسى للعاجز عن توفير فرص عمل لهم

هـ- وفيما يتعلق بخصائص المبحوثين من حيث محل اقامتهم فقد جاءت نسبة ٥٠% يقيمون بمدينة القاهرة ، مقابل ٥٠% يقيمون فى مدينة السويس . وقد حرصت الباحثة على أن تتوع من عينة دراستها فكانت عينة القاهرة تعبيرا عن العاصمة التى شهدت الأحداث الكبرى للثورة ، يليها مدينة السويس التى تشكل إحدى المدن الثورية حيث شهدت أحداث كبرى منذ اليوم الأول للثورة فى ٢٥ يناير وكذلك فى ٣٠ يونيو

٢. وبالنسبة لمشاركة المبحوثين فى ثورة ٢٥ يناير فقد جاءت نتائج الدراسة لتؤكد أن نسبة ٦١% من المشاركين تمت دعوتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعى ، يليها نسبة ٣٠% تمت دعوتهم عبر الاتصال الشخصى من خلال الأصدقاء ، وأخيرا نسبة ٩% تمت دعوتهم عبر وسائل الاعلام التقليدية من صحافة الى إذاعة ، وتشير تلك النتائج الى الدور الذى لعبته وسائل الاعلام الجديد ، خاصة مواقع التواصل الاجتماعى فى الدعوة والحشد للمشاركة فى ثورة ٢٥ يناير.

٣. وفيما يتعلق بمشاركة المبحوثين فى ثورة ٣٠ يونيو فقد جاءت نتائج الدراسة تؤكد أن نسبة ٧٤,٥% تمت دعوتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعى ، يليها نسبة ١٨% تمت دعوتهم عبر الاتصال الشخصى من خلال الأصدقاء ، واخيرا نسبة ٧,٥% تم دعواتهم عبر وسائل الاتصال والاعلام التقليدية (صحافة - تليفزيون - إذاعة) ، ويلاحظ هنا استمرار التقدم الملحوظ لمواقع التواصل الاجتماعى فى الدعوى للثورة مقابل انكماش دور الاتصال الشخصى والاعتماد على وسائل الاعلام التقليدية ، وهو ما يعنى أن نجاح الدعوة لثورة ٢٥ يناير عبر مواقع التواصل الاجتماعى جعل الشباب أكثر ثقة فى هذه الوسائل الاعلامية الجديدة ، وبالتالي إزداد استخدامها.

٤. وبالنسبة لثقة المصرىون فى المعلومات التى تطرحها مواقع التواصل الاجتماعى أكدت عينة الدراسة على أن نسبة ٨٥% يتقون فى معلومات مواقع التواصل الاجتماعى ، يليها نسبة ٨% أكدوا على عدم ثقتهم فى هذه المعلومات المستمدة من مواقع التواصل الاجتماعى ، وأخيرا نسبة ٧% أكدت عدم معرفتها بثقة المصرىين فى المعلومات التى

تطرحها مواقع التواصل الاجتماعى ، تؤكد هذه النتائج أن الغالبية العظمى داخل العينة يميلون الى ثقة المصريين فى المعلومات التى تطرحها وسائل الاعلام الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعى

٥. وفيما يتعلق بثقة المصريين فى مواقع التواصل الاجتماعى قبل الثورة وبعدها أكدت عينة الدراسة أن ٩٤,١% يرون أن الثقة كانت أكبر بعد الثورة ، مقابل ٥,٩% يرون ان الثقة كانت أكبر بعد الثورة ، وتعبّر النتائج عن أن ثقة المصريين فى مواقع التواصل الاجتماعى قد ازدادت بشكل كبير بعد نجاح الثورة مما أدى الى اتخراط المصريين فى التعامل مع هذه المواقع والثقة فيما تطرحه من معلومات

٦. أما بالنسبة لثقة المصريين فى مواقع التواصل الاجتماعى يؤدى الى تحولهم من التفاعل الافتراضى الى التفاعل الواقعى أكدت عينة الدراسة أن نسبة ٨١% قد تحولوا الى التفاعل الواقعى نتيجة ثقتهم فى مواقع التواصل الاجتماعى ، مقابل نسبة ١٢% أكدت أن الثقة فى مواقع التواصل الاجتماعى لا تدفع دائما الى التحول من التفاعل الافتراضى الى التفاعل الواقعى ، واخيرا نسبة ٧٥% أكدت عدم معرفتها إذا كانت الثقة فى المواقع تدفع للتحول من التفاعل الافتراضى الى التفاعل الواقعى ، وتشير هذه النتائج الى أن الثقة فى مواقع التواصل الاجتماعى يدفع دائما الى التحول من التفاعل الافتراضى الى التفاعل الواقعى خاصة بعد نجاح الثورة.

٧. وفيما يتعلق برأى المبحوثين فى الجمهور الأكثر تفاعلا مع مواقع التواصل الاجتماعى قبل ثورة ٢٥ يناير فقد جاءت نسبة ٨٥% من عينة الدراسة تؤكد أنهم الشباب الأكثر تعليما وثقافة ، يليها نسبة ١٠% تؤكد أنهم الشباب بشكل عام ، ثم نسبة ٣% تؤكد أن جميع فئات المجتمع المصرى كانت متفاعلة ، وأخيرا نسبة ٢% أكدوا على أن كبار السن هم الأكثر تفاعلا ، وتعبّر هذه النتائج عن الواقع الفعلى حيث كان الشباب هم الأكثر تفاعلا مع هذه المواقع خاصة الأكثر تعليما وثقافة الذين كانوا أكثر ميلا الى استخدام التكنولوجيا الحديثة وبالطبع كانوا هم الذين دعوا الى الثورة عبر هذه المواقع

٨. وفيما يخص رأى المبحوثين فى الجمهور الأكثر تفاعلا مع مواقع التواصل الاجتماعى أثناء وبعد الثورتين ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو فقد جاءت نسبة ٦٢% من عينة الدراسة تؤكد

أن جميع فئات المجتمع المصرى أصبحت تشارك وتتفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي ، يليها نسبة ٢٠% تؤكد أن الأكثر تفاعلا هم الشباب بشكل عام ، ثم نسبة ١٣% تؤكد أن الأكثر هم تفاعلا كبار السن ، واخيرا نسبة ٥٥% تؤكد أن الأكثر تفاعلا هم الشباب الأكثر تعليما وثقافة ، ويلاحظ التحول الكبير الذى شهدته عملية التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي قبل الثورة واثاءها وبعدها ، فيعد أن كان الشباب الأكثر تعليما وثقافة هو الأكثر تفاعلا تراجع ذلك لصالح جميع فئات المجتمع كذلك ارتفعت نسبة كبار السن بشكل ملحوظ فى التفاعل مع هذه المواقع أثناء وبعد الثورة هذا الى جانب أن الشباب بشكل عام بغض النظر عن مستوياتهم التعليمية والثقافية قد اصبحوا يتفاعلون بشكل جيد مع مواقع التواصل الاجتماعي ، وهو ما يؤكد أن نجاح الثورة جعل ثقة المصريين تزداد فى هذه المواقع التى تمت الدعوة للثورة عبرها.

٩. وبالنسبة لحجم الدور الذى لعبته مواقع التواصل الاجتماعي فى الحشد لثورة ٢٥ يناير أكدت عينة الدراسة أن نسبة ٥٥% من المبحوثين يرون أن دور مواقع التواصل الاجتماعي فى الحشد للثورة كان أكبر من الاعلام التقليدى والاتصال الشخصى ، مقابل نسبة ٣٥% يرون أن الاتصال الشخصى كان أكبر وأكثر فاعلية من مواقع التواصل الاجتماعي ، وأخيرا نسبة ١٠% أكدت على أن الاعلام التقليدى كان أكثر فاعلية من مواقع التواصل الاجتماعي ، وتعتبر هذه النتائج بشكل عام الى أن الدور الذى لعبته مواقع التواصل الاجتماعي فى الحشد لثورة ٢٥ يناير كان اكبر من الدور الذى لعبته وسائل الاتصال الشخصى ووسائل الاعلام التقليدية ، وهو ما يمكن تفسيره فى ضوء أن الشباب هو الأكثر استخداما لهذه المواقع وهم الذين دعوا للثورة بشكل اساسى.

١٠. وفيما يتعلق بحجم الدور الذى لعبته مواقع التواصل الاجتماعي فى الحشد لثورة ٣٠ يونيو أكدت نتائج الدراسة أن نسبة ٨١% من المبحوثين يرون أن دور مواقع التواصل الاجتماعي كان أكبر من الاعلام التقليدى والاتصال الشخصى ، يليها نسبة ١٤% يرون أن الاتصال الشخصى أكثر فاعلية من مواقع التواصل الاجتماعي ، ثم نسبة ٥% يرون أن الاعلام التقليدى كان الأكثر فاعلية من مواقع التواصل الاجتماعي ، ويلاحظ أن ارتفاع نسبة المؤكدين على فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي فى الحشد لثورة ٣٠

يونيو عن نظرائهم فى ثورة ٢٥ يناير وذلك نتيجة الثقة فى هذه المواقع بعد نجاح ثورة ٢٥ يناير ، وبالطبع يأتى ارتفاع حجم الدور الذى لعبته مواقع التواصل الاجتماعى فى الحشد للثورة فى ٣٠ يونيو على حساب تراجع دور الاتصال الشخصى ووسائل الاعلام التقليدية فى الحشد لهذه الثورة

١١. وبالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعى الأكثر فاعلية فى الحشد لثورة يناير أكدت عينة الدراسة أن نسبة ٩٥% يرون أن موقع الفيس بوك هو الأكثر فاعلية فى الحشد ، يليه موقع تويتر بنسبة ٣% ، ثم موقع اليوتيوب بنسبة ٢% ، وتأتى هذه النتائج متفقة الى حد كبير مع حجم انتشار الموقع داخل المجتمع المصرى وسهولة التعامل معه قياسا بالمواقع الأخرى.

١٢. وفيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعى الأكثر فاعلية فى الحشد لثورة ٣٠ يونيو فقد أكدت عينة الدراسة أن نسبة ٧٤% يرون أن موقع الفيس بوك هو الأكثر فاعلية فى الحشد ، يليه نسبة ١٥% لصالح موقع اليوتيوب ، واخيرا نسبة ١١% لصالح موقع تويتر ويلاحظ بعد التغييرات التى طرأت على فاعلية مواقع التواصل الاجتماعى فى الحشد لثورة ٣٠ يونيو مخالفا عن ثورة يناير حيث تراجع دور الفيس بوك نسبيا وأن ظل فى المقدمة وبفارق كبيرا جدا إلا أن هناك تقدم ملحوظ لموقع اليوتيوب الذى يبت فى فيديوهات وبالطبع يكون الفيديو أكثر واقعية لكنه أكثر كلفة على المستخدم وكذلك تقدم ملحوظ فى المستخدمين لموقع تويتر وغالبيتهم من الأكثر تعليما وثقافة ، حيث أصبح موقع الفيس بوك هو الموقع الشعبى الأيسر والأرخص الذى لجأ اليه غالبية المصريين بعد نجاح ثورة ٢٥ يناير.

خاتمة

لقد تبلورت مشكلة الدراسة في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو ، وتمت معالجة الظاهرة في ضوء نظرية المجال العام التي تنظر الى هذه المواقع على أنها مجتمع افتراضي تكون من مجموعة من الأفراد أو الذين لهم سمات مشتركة ويتفاعلون مع بعضهم على قدم المساواة حول قضايا مشتركة منها في حالتنا الراهنة للحشد للثورة .

وفي هذا الاطار جاءت نتائج الدراسة الميدانية لتؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي قد لعبت دورا محوريا في الحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو وأن كانت أكثر فاعلية في ثورة ٣٠ يونيو بعد أن اتسعت دائرة المستخدمين بعد ثورة ٢٥ يناير نتيجة لنجاح الثورة وثقة المصريين في هذه المواقع.

وجاء موقع الفيس بوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر فاعلية في حشد المتظاهرين للثورتين وان كانت فاعليته أكبر في ثورة ٢٥ يناير عن ثورة ٣٠ يونيو في حين جاءت فاعلية موقعي اليوتيوب وتويتر أكبر في ثورة ٣٠ يونيو عن دورها في الحشد لثورة ٢٥ يناير.

وقد توافقت نتائج الدراسة الراهنة مع بعض نتائج الدراسات السابقة خاصة دؤاسة صالح سليمان ودراسة عبد الهادي النجار ودراسة سامى السعيد ودراسة جامعة واشنطن ودراسة محمد أنور محروس التي أكدت جميعها على فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في الحشد لثورة ٢٥ يناير والثورات العربية الأخرى خاصة موقع الفيس بوك.

هوامش الدراسة

١. محمد أنور محمد محروس ، دور الشبكات الاجتماعية فى التعبئة السياسية للشباب ، مجلة كلية الآداب ، جامعة دمياط ، العدد ١ ، ٢٠١٢ ، ص ٥٠٤ ،

٢. المصدر السابق ، ص ٥٠٥

٣. عادل عبد الصادق، الانترنت والديمقراطية ، الأبعاد النظرية وملامح التأثير ، دراسة حالة إيران ، الأهرام الرقمة

<http://digitalal.ahram.org.eg/articles.aspx?serial>

٤. وليد رشاد زكى ، من التعبئة الافتراضية الى الثورة

<http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?serial=468664>

٥. صالح سليمان عبد العظيم ، دور الفيسبوك فى اندلاع الثورة المصرية ، مجلة العلوم الاجتماعية ، الكويت ، مجلد ٤١ ، عدد ٤ ، ٢٠١٣ ، ص ص ١٢٣ - ١٦٦ .

٦. عبد الهادى أحمد النجار ، دور الفيسبوك فى تشكيل المجال العام لدى الشباب الجامعى المصرى نحو احداث ثورة ٢٥ يناير ، مجلة كلية الآداب جامعة الزقازيق ، ٢٠١٢ ، العدد ٦٢ ، ص ص ٢١٢ - ٢٦٤ .

٧. سامى السعد النجار ، اتجاهات الشباب نحو دور الشبكات الاجتماعية فى ثورة ٢٥ يناير ، مجلة كلية الآداب ، جامعة الزقازيق ، العدد ٦٠ ، الجزء الثانى ، ٢٠١٢ ، ص ص ٥٦٧ - ٦٨٥ .

١٤. ناجدية بن ورقلة ، درو شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسى والاجتماعى لدى الشباب العربى ، مجلة دراسات وابحاث الحلقة ، عدد ١١ ، الجزائر ، ٢٠١٣ ، ص ص ٢٠٠ - ٢١٧ .

١٥. المصدر نفسه ، ص ٢٠٢

١٦. حموة أحمد أمين ، أهمية التخطيط الاتصالى والاعلامى لتوظيف وسائل الاعلام الجديد فى التوعية بخطورة المخدرات ، مؤتمر نحو استراتيجىة فعالة للتوعية بأخطار المخدرات واضرارها ، مركز النشر العلمى بجامعة الملك عبد العزيز ، ٢٠١١ ، ص ٣ .

١٧. زاهر راضى ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فى العالم العربى ، مجلة التربية ، عدد ١٥ ، جامعة عمان للأعلية ، عمان ، ٢٠٠٣ ، ص ٢٣

١٨. نادية بن ورقلة ، مصدر سابق ، ص ٢٠٢

١٩. زاهر راضى ، مصدر سابق ، ص ٢٣

٢٠. صالح سليمان ، مصدر سابق ، ص ١٣٨

٢١. محمد أنور محروس ، مصدر سابق ، ص ٥٢٠ .

22. <https://en.wikipedia.org/wiki/socialmedia>

٢٣. اسماعيل عبد الكافى ، الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية مؤسسة كتب عربية النشر والتوزيع ، ٢٠٠٥ ، ص ١٧٧ .

24. <https://en.wikipedia.org/wiki/Egyptian-revolution-of-2011>

25. <https://en.wikeidoa.org/wiki/june2013-Egyptian-protests>

26. ben Hanib, seyla (1992), calhoun, ed, and models of the public sphere, habermas, and the public sphere, cambtidge mass mitpress, P 87.
27. Poor Nathaniel, mechanisms of an online public sphere: the website Slashdot, computer mediated communication, vol 10, No. 20 , 2005 Available online al : <http://JCMC.indinan.edu/http>
٢٨. عادل صادق ، الفضاء الالكتروني والرأى العام ، سلسلة قضايا استراتيجية ، المركز العربى لأبحاث الفضاء الالكتروني ، القاهرة ، مارس ٢٠١١ ، ص ٧.
٢٩. ابراهيم بيومى ، اصول المجال العام وتحولاته فى الاجتماع السياسى الاسلامى ، المجلة الاجتماعية القومية ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، العدد الأول ، المجلد ٤٦ ، القاهرة ، يناير ٢٠٠٩ ، ص ١٤٨.
٣٠. المصدر نفسه ، ص ١٤٩
31. Benhabib, seyla, haermas, and the publiv sphere, op. cit , p 87
32. Ibid, P. 88