



دور موقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب على المشاركة في تظاهرات تشرين

م.د. زيد محمود سلمان

كلية التراث الجامعية - قسم الاعلام

المقدمة:

اسهمت المميزات التي تمتلكها موقع التواصل الاجتماعي في بناء قاعدة جماهيرية كبيرة وفي وقت زمني قياسي والذي ادى الى ان يكون هنالك دوراً كبيراً لهذه المواقع في بناء الصور وتشكيل اراء الجمهور حول القضايا والمواضيع المختلفة من خلال ما وفرته من تفاعالية عالية بين مستخدميها لتكون منبراً لهم في طرح افكارهم ومعتقداتهم بحرية ودون وجود رقابة على ما ينشر عبر هذه المواقع لتصبح هذه المواقع سلاح ذو حدين ولتكون لها من السليبات اكثراً من الايجابيات لضعف الجهاز الرقابي وعدم مواجهة هذا النشر السلبي.

قسم الباحث بحثه الى ثلاثة مباحث تحدث عن الاول عن الاطار المنهجي للبحث وتناول في الفصل الثاني الاطار النظري اذ تطرق الى مفهوم ونشأة موقع التواصل الاجتماعي واهم المميزات فضلاً عن لمفهوم الاعلام الجديد وتحدث المبحث الثالث عن الاطار العملي فضلاً عن ذكر الاستنتاجات والتوصيات الخاصة بهذا البحث.

المبحث الاول: الاطار المنهجي مشكلة البحث:

تعرف المشكلة العلمية ، لأي بحث ، أنها: (عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ، ونتائجها الحالية ، وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي الصحيح⁽¹⁾ .

وتسند المشكلة هذا البحث على تساؤل رئيسي ، هو :

هل هنالك دور لموقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب على المشاركة في التظاهرات؟

أهمية البحث:

1. **الجانب الاكاديمي :** يسعى البحث لدراسة الدور الذي تلعبه موقع التواصل الاجتماعي في اوقات المظاهرات، ومديات انعكاسها سلباً او ايجاباً على الجمهور ليكون هذا البحث اضافة الى المكتبة العلمية يستفاد منها الباحثين الآخرين.

2. **الجانب المهني :**

يوفر هذا البحث مورشات عامة تسهم في معرفة الدور الذي تلعبه موقع التواصل في تحريك الشارع نحو المظاهرات وكيفية رسمها لصورة الحكومة ليتم التعامل معها من قبل اللجان الرقابية لمواجهة النشر السيء.

فرضيات البحث:

استنبط الباحث فرض البحث من فرض نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

1- كلما زاد اعتماد الجمهور على موقع التواصل الاجتماعي كلما ادى ذلك الى اتخاذ خطوات سلوكية وقرارات عملية باتجاه مظاهرات تشرين.

اهداف البحث:

1- التقصي عن شدة استخدام الجمهور لموقع التواصل الاجتماعي.

2- التحري عن انماط وآلية استخدام الجمهور لموقع التواصل الاجتماعي.

3- التعرف على العلاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي والمشاركة بالتظاهرات.

⁽¹⁾ د. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب – القاهرة ، 2000 ، ص.70.



منهج البحث: استخدام المنهج المسحي ، اذ يسعى المسح الوصفي الى وصف وتوثيق الظواهر الاعلامية البارزة ، وذلك بالانتقال الى الجانب التفسيري لأسباب الظاهرة محل الدراسة ، بدراسة العلاقة بين متغيرين او اكثر لمعرفة طبيعة هذه العلاقة بينهما ، حيث تؤدي النتائج المستخلصة للإجابة عن تساؤلات البحث واختبار فرضه ، ومن ثم القيام بإجراء تفسيرات لهذه العلاقات.

مجالات البحث:

1. المجال الزماني: تم تحديد المدة من (20/12/2019- 1/1/2020)
2. المجال المكاني: حدد المجال المكاني في العراق وتحديداً بغداد ضمن أماكن تواجد المتظاهرين في ساحة التحرير.
3. المجال البشري: فئة الشباب من جميع المحافظات.

مجتمع البحث وعيته: وقد تتمثل مجتمع البحث بالشباب المشاركون في تظاهرات تشرين. واستخدم الباحث العينة القصصية من يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي من مجتمع البحث الذي يمثل مجموع وحدات البحث التي يراد الحصول على معطيات عنها .⁽²⁾

ادوات البحث :

1. الملاحظة : استفاد الباحث منها في ملاحظة وتتبع بعض مظاهر ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي في الساحة السياسية العراقية وعلاقتها بتشكيل الاتجاهات للجمهور ، مع تدوينها واعادة ترتيبها في مرحلتي بناء الاستمار الأولية للعينة الاستطلاعية من الشباب ، ومن ثم اعداد الاستمارة النهائية لدراسة المبحوثين .
2. الاستبانة : هي (اداة لجمع البيانات ذات العلاقة بالمشكلة البحثية ، لغرض التعرف على عدة جوانب من سلوك الافراد ، استناداً على اجاباتهم الكتابية لعدد من الأسئلة المدونة في النموذج الخاص بذلك)⁽³⁾ ،
3. المقياس : عدم الباحث الى بناء مقياس خاص لمعرفة مدى الدور الذي تلعبه هذه المواقع في عملية المشاركة ضمن النظائرات عند المبحوثين استناداً الى فرضية مستتبطة من فرض لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ، وقد اختار الباحث مقياس (ليكرت Likert) الثلاثي (اتفق - محابي - لا اتفق) بلحاظ اهلية وقدرة مجتمع البحث على فهم المقياس والاجابة عنه بدقة .

الصدق والثبات:

4. الصدق: اعتمد الباحث على الصدق الظاهري والذي يستند على مدى اتفاق الخبراء^(*) على المقياس الذي صممته الباحث وهل هو صالح لتحقيق اهداف البحث .

وكانت نسبة اتفاق الخبراء على فقرات المقياس (91.39%) وهي نسبة مقبولة ، وحسب المعادلة الآتية :

$$\text{الصدق} = \frac{\text{القرارات المتفق عليها}}{\text{مجموع القرارات}} \times 100$$
$$\text{الصدق} = \frac{85}{93} \times 100 = 91.39\%$$

- 2- الثبات: استخدم الباحث طريقة الاتساق الداخلي في احتساب ثبات النتائج وذلك بتطبيق معادلة الفا اذ بلغ معامل الثبات (0,92) وبذلك يغدو المقياس متسقاً ذاتياً.

المبحث الثاني: الاطار النظري**موقع التواصل الاجتماعي****الاعلام الالكتروني وتعريفاته واهم تسمياته:**

ترتبط التطورات التقنية والتكنولوجية بصورة طردية مع مفهوم الاعلام الجديد لا سيما مع ظهور الجيل الاول من شبكة الانترنت وصولاً الى الجيل الخامس وكان لهذه التطورات التقنية المتتسارعة دور في عدم التوافق على تحديد تعريف محدد و كامل للأعلام الجديد، اذ يتضح جلياً ان هنالك خلافاً لغويَا على مدلولات الاعلام الجديد⁽⁴⁾، وظهرت مجموعة من التعريفات لمفهوم الاعلام الجديد منها:

⁽²⁾ عبد الحميد عبد المجيد البلداوي ، اساليب البحث العلمي والتحليل الاحصائي ، عمان ، دار الشروق ، 2007 ، ص 49 .

⁽³⁾ عدنان حسين الحادي ، يعقوب عبد الله ابو حلو ، الاسس المنهجية والاستخدامات الاحصائية ، عمان ، اثراء للنشر ، 2009 ، ص 112 .

^(*) الخبراء حسب الدرجة العلمية:

- 1- ا.د. عمار طاهر/ قسم الصحافة الاذاعية/ جامعة بغداد
- 2- ا.د. عبد النبي خر عل/ قسم الصحافة الاذاعية/ جامعة بغداد
- 3- ا.د. رعد جاسم/ قسم الصحافة الاذاعية/ جامعة بغداد
- 4- ا.د. حسين علي نور/ قسم الصحافة الاذاعية/ جامعة بغداد
- 5- ا.م.د. عيد السلام السامر/ قسم الصحافة الاذاعية/ جامعة بغداد

⁽⁴⁾ محمد سيد ريان ، الاعلام الجديد ، القاهرة: مركز الاهرام للنشر والتوزيع ، 2012م ، ص 11-12



عرفه قاموس اكسفورد بأنه: (مصطلح شامل ظهر لأول مرة في الثمانينات من القرن الماضي ويشير بشكل فضفاض إلى وسائل الاعلام القائمة على الحاسوب وينطبق هذا المصطلح على قائمة واسعة من الظواهر والممارسات تستند إلى اندماج جديدة في الاعلام والتطبيقات الترفيهية وطرق جديدة لتمثيل العالم والذات والمجتمع⁽⁵⁾. وعرفه استاذ الاعلام في جامعة الغرب الانكليزي بأنه: (يشير في الواقع إلى مجموعة واسعة من التغييرات في انتاج وسائل الاعلام هذه التغييرات التكنولوجية هي تقدم الخصائص الرئيسية لمجال الاعلام الجديد مثل ذلك التفاعلية والنصوص الفائقة والشبكية والمحاكاة⁽⁶⁾).

اهم تسميات الاعلام الجديد:

- 1- **الاعلام التفاعلي:** هو اعلام يتيح للمنتقى المشاركة الفعالة وهي خاصية ذو اتجاهين في الاتصال وتوصف بأنها وسائل تفاعلية او وسائل اعلام تعاونية⁽⁷⁾.
- 2- **الاعلام البديل:** وفرت التكنولوجيا الاعلامية الجديدة وتطبيقاتها عبر الشبكة العنكبوتية اتساعا في مجال النشر الخاص للمستخدمين الذي من خلاله أصبح بإمكان المستخدمين التعبير عن اراءهم بحرية بعيدا عن الرقابة⁽⁸⁾.
- 3- **الاعلام متعدد الوسائط:** يعني به عرض وتقديم الرسائل من خلال دمج بين النص والصورة والاصوات والفيديو ونشرها بوسائل عددة (الحاسوب المحمول، الجوال، الفرصة المدمج⁽⁹⁾).

مفهوم ونشأة موقع التواصل الاجتماعي

اقترن ظهور موقع التواصل الاجتماعي بالعقد التاسع من القرن الماضي وتحديداً في عام 1995 م عندما ظهرت مجموعة تسمى (classmates) تعمل علىربط زملاء الدراسة وظهور موقع (six degrees) عام 1997 م والذي عمل على الروابط المباشرة بين المستخدمين فضلا عن توفر خدمة ارسال الرسائل الخاصة بين المجموعة⁽¹⁰⁾. ان الظهور الحقيقي لموقع التواصل الاجتماعي ذات العائد الريحي كان في عام 2005 م وذلك من خلال موقع ماي سبيس الذي بلغت مشاهداته صفحاته اكثر من محرك غوغل ليبرز في ما بعد منافسا اخر هو الفيس بوك والذي تفوق على موقع ماي سبيس من خلال تكوين التطبيقات المطورين وكانت النتيجة هو زيادة كبيرة في حجم مستخدمي هذا الموقع ومن ثم بدأت التطبيقات الاخرى في الظهور والمنافسة فيما بينها من خلال الميزات التي اتاحتها بهدف الحصول على اكبر عدد من المستخدمين⁽¹¹⁾.

اختلفت موقع التواصل الاجتماعي في الخدمات التي تقدمها واهدافها، منها من يركز إلى تكوين الصداقات والتواصل بشكل عام والآخر يهدف إلى تكوين مجتمعات افتراضية ذات نطاق محدود ضمن اختصاص معين مثل ذلك شبكات المصورين وشبكات المهنيين، اذ تمكنت هذه المواقع من خلال الخدمات التي قدمتها ان تسهل اتصال الافراد والمستخدمين فيما بينهم وابعاد صداقات جديدة واتصال الاصدقاء القديمي فيما بينهم من خلال تبادل الصور والذكريات فضلا عن التواصل المرئي والاماكنات الاخرى التي توطد هذه العلاقات⁽¹²⁾.

ان انتشار موقع التواصل الاجتماعي واتساع القاعدة الاجتماعية لمستخدميه نتج عنه تعدد واختلاف التعريفات لهذه المواقع ومن اهم هذه التعريفات تعريف جامعة اكسفورد للصحافة: (موقع او تطبيقات اخرى متخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم عن طريق وضع معلومات وتعليقات ورسائل وصور⁽¹³⁾).

وعرقتها مروى عصام (هي موقع الكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسه وتبرمجها شركات كبيرة لجمع المستخدمين والاصدقاء ومشاركة الانشطة والاهتمامات وللبحث عن تكوين الصداقات والبحث عن اهتمامات وانشطة لدى اشخاص اخرين⁽¹⁴⁾).

خصائص موقع التواصل الاجتماعي:

⁽⁵⁾ Daniel chandler and Rod munday ,oxford a dictionary of media and communication, New york, published by oxford university press Inc., 2011, p293.

⁽⁶⁾ Martin lister and other, new media: critical introduction, New york, rout ledge , 2009, p13.

⁽⁷⁾ John, Pavlik , converging media: a new introduction to mass , new york, cram 101 publishing , 3rd edition , 2014 , p65.

⁽⁸⁾ محمد عبد الحميد، المدونات والاعلام البديل، القاهرة: عالم الكتب، 2009، ص.5.

⁽⁹⁾ James monnco, the dictionary of new media, new york, harbor electronic publishing, 1999, p142.

⁽¹⁰⁾ مروى عصام، الاعلام الالكتروني الاسس وافق المستقبل، عمان: دار الاصدار العلمي للنشر والتوزيع، 2015، ص246.

⁽¹¹⁾ مروى عصام، مصدر السابق، ص46.

⁽¹²⁾ ماهر عودة و محمود عزت ومصطفى يوسف، الاعلام الرقمي الجديد، عمان: دار الاصدار العلمي للنشر والتوزيع، 2015، ص199.

⁽¹³⁾ Oxford university press, social network definition, oxford dictionary.com, accessed: 2:14pm, 9/11/2019.

⁽¹⁴⁾ مروى عصام، مصدر سابق، ص246.



- 1- التفاعلية: اتاحت موقع التواصل الاجتماعي خاصية التفاعل بين المرسل والمستقبل بشكل كبير اذ جعلت الاتصال يكون ذو اتجاهين فأصبح بإمكان المستقبل ان يكون هو ايضا مرسل اعنى الاعلام التقليدي الذي يكون فيه تدفق المعلومات من اتجاه واحد⁽¹⁵⁾.
- 2- الانتشار: استطاعت موقع التواصل الاجتماعي من خلال ما تملكه من ميزات وخصائص ان تخطى الحدود وتنشر بين الافراد بشكل واسع وكبير⁽¹⁶⁾.
- 3- النوع (اندماج الوسائل): اي امكانية استخدام الوسائل المتعددة (نص، صورة، مقاطع صوتية، فيديو) ضمن رسالة واحدة لتكون هذه الخاصية وسيلة جذب للمستخدمين فضلا عن كونها طريقة ناجحة لفهم الرسالة من قبل المتلقي⁽¹⁷⁾.
- 4- الانية: اتاحت هذه الخاصية في موقع التواصل الاجتماعي القدرة لدى المستخدم في معرفة اخر مستجدات الاخبار والمعلومات وبشكل فوري⁽¹⁸⁾.
- 5- الالتزامنية: ويقصد بها عدم اشتراط تواجد المرسل والمستقبل في نفس الوقت اي بإمكان المرسل ارسال رسالته ويستطيع المتلقي استقبالها في الوقت الذي يناسبه⁽¹⁹⁾.
- 6- المرونة وسهولة الاستخدام: استطاع المستخدم من خلال هذه الخاصية تجاوز العديد من العقبات الاجرائية في الحصول على المعلومة وارسالها دون صعوبة فضلا عن سهولة الدخول الى هذه التطبيقات واستخدامها⁽²⁰⁾.
- ايجابيات وسلبيات موقع التواصل الاجتماعي⁽²¹⁾:**
- اعطاء قدر اكبر للفرد في حرية التعبير والنشر، الا ان هذه الحرية ادت الى سوء استخدام الافراد لهذه التطبيقات من خلال نشرهم الكراهية واثارة النعرات الطائفية فضلا عن التشهير بالآخرين والاساءة لهم.
 - اتاحت موقع التواصل الاجتماعي خاصية التواصل بين الافراد والمعارف، لكنها بنفس الوقت اسهمت في تكوين مجتمعات افتراضية تنشر الاباحية والدعوة الى العنف والتطرف.
 - عملت هذه المواقع على زيادة الوعي لدى مستخدميها من خلال نشر الرسائل التثقيفية وصقل المهارات واسهامها في تدفق كم هائل من المعلومات عبر شبكة الانترنت، الا انه في نفس الوقت افتقعت الكثير من هذه الرسائل الى المصداقية وذلك لعدم افصاح الناشر عن نفسه او المصدر الذي تنشر منه المعلومة.
 - تميزت هذه المواقع في اتاحة مجالات متعددة من الترقية والتسلية من خلال تقديمها الصور والألعاب والفيديوهات لكنها في نفس الوقت اسهمت في ادمان المستخدمين عليها من خلال الاستخدام المفرط لهذه المواقع والذي ينتج عنها غالبا الاكتئاب والامراض النفسية.
- المجتمعات الافتراضية:**

اوجدت التكنولوجيا الحديثة علاقات مستحدثة بين الجمهور ووسائل الاعلام من خلال ابتكارها لأنماط اتصالية جديدة وظهور تطبيقات ساهمت في بناء آلية اتصال عملت على تقرير وتكثيف العلاقة مع الجمهور⁽²²⁾.

ظهرت في ظل التكنولوجيا الرقمية مجتمعات تلتقي فيما بينها بثقافة واتصالات معينة تسمى المجتمعات الافتراضية، اذ ساهمت في خلق بيئة ثقافية بين المستخدمين فضلا عن دورها في بناء قناعات ذاتية واراء تجاه مختلف القضايا.

يمكن تعريف المجتمعات الافتراضية بأنها: (مجموعات اجتماعية ثقافية تنشأ عبر الشبكات المعلوماتية وتضم عددا كافيا من الافراد وهؤلاء يشاركون في حوارات لبعض الوقت ويسهمون بذلك في خلق شبكات من العلاقات الإنسانية على مستوى فضاء الويب).

⁽¹⁵⁾ Deborah S. chung, journal of computer mediated communication, international communication association, us., 2008, p655.

⁽¹⁶⁾ Eugenia siapera , understanding new media, new york , sabe publications, 2012, p102.

⁽¹⁷⁾ Martin lister and others, new media: introduction, op.cit, p266.

⁽¹⁸⁾ Binod Gurung and Marohang Limbu, integration of could technologies in digitally network classrooms and learning communicaties, new york , jgi global , 2017 , p 142.

⁽¹⁹⁾ Shahab ud. Din and Dick Bulterman , synchronization techniques in distributed multimedia presentation , Amsterdam , the Netherlands , IARIA , 2012 , p2-9.

⁽²⁰⁾ وديع الغريري، الاعلام الجديد مفاهيم ونظريات، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2015، ص.15.

⁽²¹⁾ جمال سند السويفي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة الى الفيس بوك، بدون دار نشر، ط4، 2014م، ص.25.

⁽²²⁾ وسام فاضل ومهند حميد، الاعلام الجديد، بيروت: دار الكتاب العالمي، 2017م، ص.18.

**د الواقع المجتمعات الافتراضية:**

- 1 الاسترخاء والتسليمة: اذ عملت هذه المجتمعات الى جذب المستخدمين اليها من خلال توفيرها لخزین كبير من الالعاب والفيديوهات وذلك لإشباع رغبات المستخدمين.
- 2 تبادل الآراء والمعلومات: وفرت المجتمعات الافتراضية كماً هائلاً في المعلومات والافكار وذلك لكونها تعد من اهم الدوافع التي تجذب المستخدمين الى الدخول الى هذه المجتمعات⁽²³⁾.
- 3 د الواقع سياسية: تساهمن شبكات التواصل الاجتماعي في التقاء المستخدمين ذو التوجهات والأراء المتطابقة فضلا عن تسويقها لهذه الآراء والتوجهات السياسية في الحملات الانتخابية⁽²⁴⁾.
- 4 د الواقع تجارية: تعد هذه المجتمعات الافتراضية بيئة مرنّة لعمليات التسويق والترويج للإعلانات عن المنتجات والبضائع.

تساهمن شبكات التواصل الاجتماعي في اتساع الوعي لدى الجمهور من خلال توضيح وافهام الجمهور بالتغييرات الاجتماعية والثقافية التي تحدث في المجتمع، اذ عملت هذه المواقع في بناء رأي عام يستند على الوعي السياسي كمرحلة اولى في هذه العملية من البناء ومن ثم توجيهه هذا الرأي باتجاه سلوك معين يخدم في تعزيز هذه التوجهات، اذ عملت موقع التواصل الاجتماعي على رفع مستوى الوعي الاجتماعي من خلال زيادة التفاعلية بين الجمهور والتي ينتج عنها القاء افكارهم واحاسيسهم ومن ثم انصهارها ضمن حقيقة معرفية تساعد على ترسیخ اتجاهات وميل فضلا عن انماط سلوکية تكون مخرجات لهذه العملية التفاعلية⁽²⁵⁾.

حققت موقع التواصل الاجتماعي جماهيرية كبيرة من خلال الخصائص التي اناهتها للمستخدمين لتكون ادوات جذب فضلا عن بناءها علاقة رصينة من هذه الجماهير والتي من خلالها استطاعت ان تقودهم الى اتجاهات واراء معينة للقضايا والاحاديث ومن نتاج هذه العلاقة ثورات الربيع العربي التي كان لواقع التواصل الاجتماعي الدور الكبير في توجيهها وقيادة دفتها⁽²⁶⁾.

الاطار العلوي:**اولا المتغيرات الديمغرافية:**

يوضح الجدول رقم (1) نوع المبحوثين اذ حل الذكور اولاً بعدد (57) مبحوثاً وجاءت الاناث بالمرتبة الثانية بعدد (43) مبحوثاً، وبين الجدول كذلك ان فئة المبحوثين من عمر (15-25) نالت المرتبة الاولى بعدد (34) مبحوثاً وحلت فئة (35-45) بالمرتبة الثانية بعدد (28) مبحوثاً وحصلت فئة (45-36) المرتبة الثالثة بعدد (25) مبحوثاً وجاءت فئة من (45-54) فما فوق بالمرتبة الاخيرة بعدد (13) مبحوثاً، ويوضح الجدول ايضاً ان التوزيع الجغرافي حسب السكن نالت فيها فئة (المدينة) بالمرتبة الاولى بعدد (71) مبحوثاً وجاءت فئة (قضاء) بالمرتبة الثانية بعدد (21) مبحوثاً وحلت فئة (ناحية) بالمرتبة الثالثة بعدد (8) مبحوثاً، ويوضح الجدول كذلك توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي اذ حلت فئة (طالب معهد) بالمرتبة الاولى بعدد (25) مبحوثاً ونالت فئة (خريج معهد) بالمرتبة الثانية بعدد (20) مبحوثاً وحصلت فئة (طالب اعدادية) بالمرتبة الثالثة بعدد (17) مبحوثاً وجاءت فئة (خريج اعدادية) بالمرتبة الرابعة بعدد (12) مبحوثاً ونالت فئة (خريج بكالوريوس) بالمرتبة الخامسة بعدد (9) مبحوثاً وحصلت فئة (طالب بكالوريوس) المرتبة السادسة بعدد (4) مبحوثاً ونالت فئتي (طالب وخريج شهادة عليا) على المرتبتين الاخيرة، كما اظهر الجدول الحالة الاجتماعية للمبحوثين اذ حلت فئة (اعزب) على المرتبة الاولى بعدد (58) مبحوثاً وجاءت فئة (متزوج) بالمرتبة الثانية بعدد (21) مبحوثاً ونالت فئة (مطلق) المرتبة الثالثة بعدد (19) مبحوثاً وحصلت فئة (ارمل) المرتبة الاخيرة بعدد (2) مبحوثاً، وبين الجدول رقم (1) ترتيب المبحوثين حسب نوع العمل اذ حلت فئة (موظف بعقد- اجر يومي) بالمرتبة الاولى بعدد (38) مبحوثاً ونالت فئة (عاطل) المرتبة الثانية بعدد (36) مبحوثاً وجاءت فئة (اعمال حرة) بالمرتبة الثالثة بعدد (19) مبحوثاً وحصلت فئة (موظف) المرتبة الرابعة بعدد (7) مبحوثاً، انظر الجدول رقم (1).

⁽²³⁾ فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للأعلام والاتصال، عمان: دار الثقافة، 2010م، ص133.

⁽²⁴⁾ جوهر الجموسي، الافتراضي والثورة، الدوحة: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2016م، ص27.

⁽²⁵⁾ Todd kelcey , social networking spaces from Facebook to twitter and evry thing in between, new york press , 2010 , p149.

⁽²⁶⁾ محمد شياع، أيام الحرية في ميدان التحرير، القاهرة: شمس للنشر، 2011م، ص25.



جدول رقم (1) يبين الخصائص الديمغرافية للمبحوثين

| الموقف | | | | | | | | | | | المتغير | ت |
|--------|------------|------|-----------|-------|---------------------|-------|------|--------|------|-------|-------------------|---|
| | | 43 | انثى | | | 57 | | | ذكر | نوع | 1 | |
| | | | 13 | -46 | 25 | 45-36 | 2 | -26 | 3 | -15 | العمر | 2 |
| | | | فما فوق | | | 8 | 8 | 35 | 4 | 25 | | |
| | | آخرى | 8 | ناحية | 21 | قضاء | 71 | | | مدينة | السكن | 3 |
| 1 | شهادة عليا | 9 | بكالوريوس | 20 | معهد | 12 | 9 | متوسطة | | خريج | التحصيل العلمي | 4 |
| 3 | شهادة عليا | 4 | بكالوريوس | 25 | معهد | 17 | 0 | متوسطة | | طالب | | |
| 0 | منفصل | 19 | مطلق | 2 | أرمل | 58 | أعزب | | 21 | متزوج | الحالة الاجتماعية | 5 |
| 19 | أعمال حرة | 36 | عاطل | 38 | موظف بعقد- اجر يومي | | | 7 | موظف | العمل | 6 | |

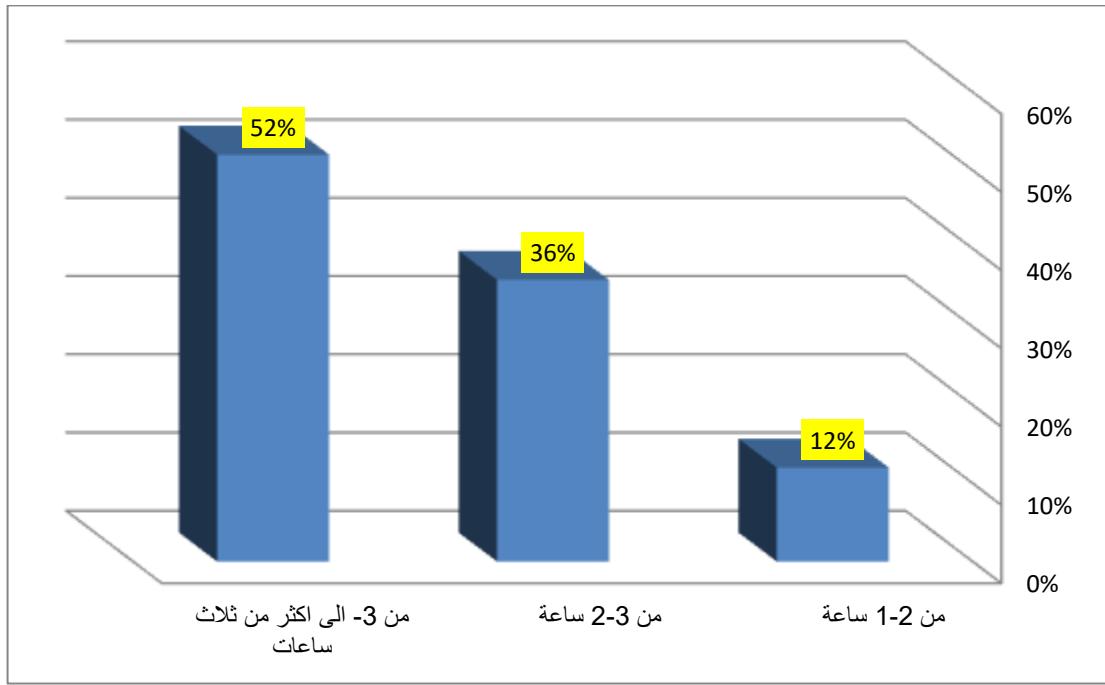
نستشف من الجدول اعلاه ان نسبة الذكور اعلى من نسبة الاناث وبنسبة قليلة مما يدل على ان هذه التظاهرات هي ليست حكرا على الرجال وان هنالك مشاركة فعالة للإناث فيها وان فئة الشباب هي الفئة الفاعلة والاقوى في هذه التظاهرات لا سيما الطلبة والعاطلين عن العمل وذلك بسبب شعورهم بالغبن والظلم والتهميش من قبل الحكومة.
ثانياً: شدة الاستخدام

يبين جدول رقم (2) عدد ساعات استخدام موقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين في اليوم الواحد اذ جاءت فئة (من 3- الى اكثـر) بالمرتبة الاولى بعدد (52) مبحوثاً وبنسبة (52%) فيما حلـت فـة من (2-3 ساعة) بالمرتبة الثانية بعدد (36) مبحوثاً وبنسبة (36%) في حين حلـت فـة (1-2 ساعة) بالمرتبة الاخـيرة بعدد (12) مبحوثاً وبنسبة (12%) ، انظر جدول رقم (2).

جدول رقم (2) يمثل عدد الساعات التي تقضيـها يومـياً في استخدام موقع التواصل الاجتماعي

| المرتبة | النسبة | الموقف | الساعات | ت |
|---------|--------|--------|---------------------------------|---|
| الثالثة | %12 | 12 | من 1-2 ساعة | 1 |
| الثانية | %36 | 36 | من 2-3 ساعة | 2 |
| الاولى | %52 | 52 | من 3- الى اكثـر من ثلـاث ساعـات | 3 |
| | %100 | 100 | المجموع | |

نستنتج من الجدول اعلاه ان معظم المبحوثين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي بكثافة اذ تبين النتائج ان اكثـر من نصف المبحوثين يستخدمون هذه الموقع لاكثـر من ثلـاث ساعـات يومـياً



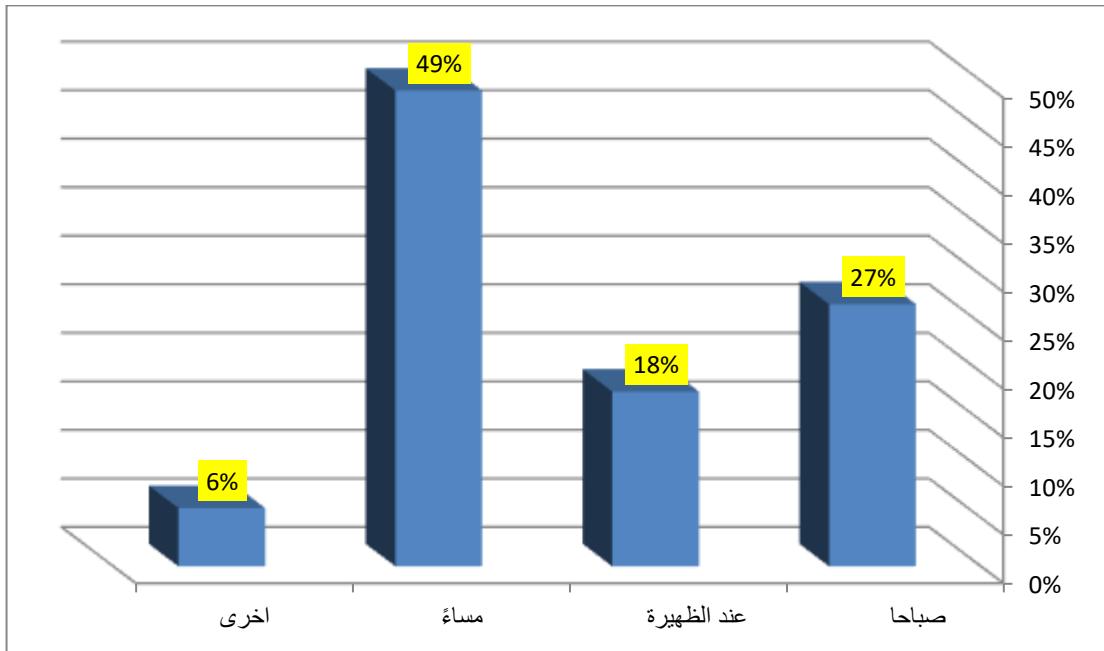
شكل رقم (1) يبين عدد ساعات استخدام المبحوثين لموقع التواصل في اليوم الواحد

يمثل جدول رقم (3) نتائج الاوقات المفضلة لدى المبحوثين لاستخدامهم موقع التواصل الاجتماعي اذ نالت فئة (مساء) المرتبة الاولى بعدد (49) مبحوثاً وبنسبة (49%) وحصلت فئة (صباحاً) على المرتبة الثانية بعدد (27) مبحوثاً وبنسبة (27%) وحلت فئة (الظهيرة) بالمرتبة الثالثة بعدد (18) مبحوثاً وبنسبة (18%) وجاءت فئة (اخري) بالمرتبة الاخيرة بعدد (6) مبحوثاً وبنسبة (6%) ، انظر جدول رقم (3).

جدول رقم (3) يمثل اوقات استخدام المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي

| المرتبة | النسبة | الموقف | الاوقات | ت |
|---------|--------|--------|-------------|---|
| الثانية | %27 | 27 | صباحاً | 1 |
| الثالثة | %18 | 18 | عند الظهيرة | 2 |
| الاولى | %49 | 49 | مساءً | 3 |
| الرابعة | %6 | 6 | اخري | 4 |
| المجموع | | | | |
| | %100 | 100 | | |

نستشف من الجدول رقم (3) ان الاوقات المفضلة لاستخدام المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي هي الفترة المسائية وهذه الفترة تمثل اوقات فراغ المبحوثين في معظم الاحيان



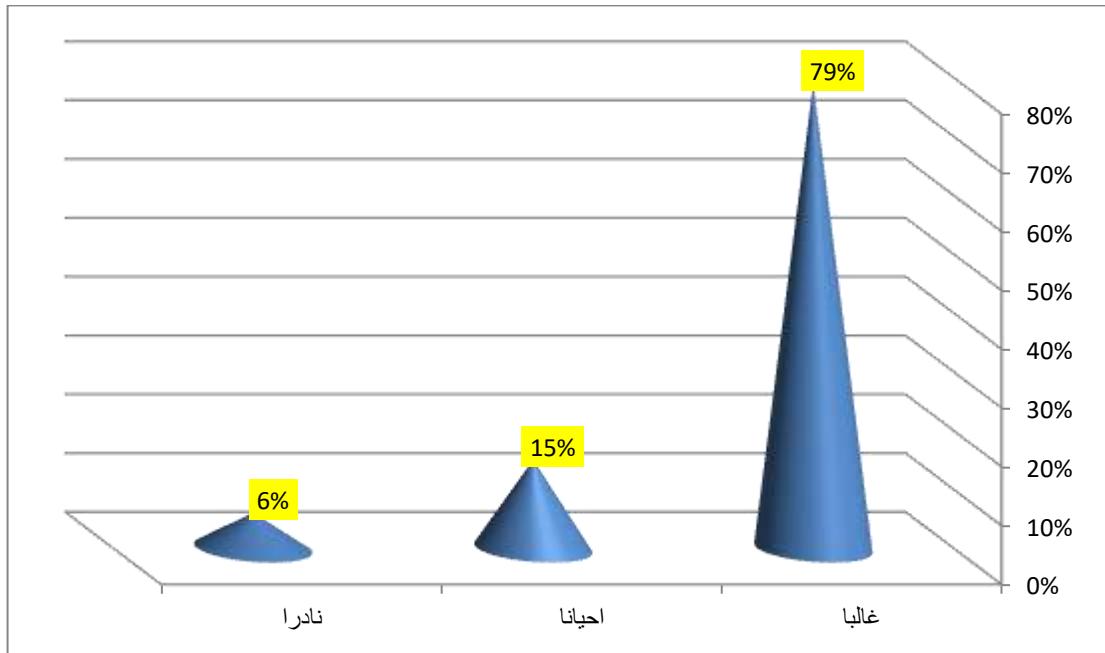
شكل رقم (2) يمثل الاوقات المفضلة لاستخدام موقع التواصل

ثالثاً: العلاقة بين استخدام الجمهور لموقع التواصل الاجتماعي ومشاركتهم في تظاهرات تشرين الاول بين الجدول رقم (4) مدى اسهام موقع التواصل في تلبية احتياجات المبحوثين ، اذ جاءت فقرة (غالبا) بالمرتبة الاولى بعدد (79) مبحوثاً وبنسبة (79%) وحلت فئة (احيانا) بالمرتبة الثانية بعدد (15) مبحوثاً وبنسبة (15%) ونالت فئة (نادرا) المرتبة الثالثة بعدد (6) مبحوث وبنسبة (6%) ، انظر جدول رقم (4).

جدول رقم (4) يمثل مدى اسهام موقع التواصل في تلبية حاجات المبحوثين

| النسبة | الموقف | المدى | ت |
|--------|--------|---------|---|
| %79 | 79 | غالبا | 1 |
| %15 | 15 | احيانا | 2 |
| %6 | 6 | نادرا | 3 |
| %100 | 100 | المجموع | |

نستنتج من الجدول اعلاه ان هنالك اتفاق من قبل اغلبية المبحوثين على ان اعتمادهم على موقع التواصل لتلبية احتياجاتهم وهذا دليل على قوة اثر هذه المواقع على مستخدميها.



الشكل رقم (3) يمثل مدى اسهام موقع التواصل في تلبية حاجات المبحوثين

يمثل الشكل ادناه طبيعة المعلومات التي يحتاجها المبحوثين من موقع التواصل الاجتماعي اذ حلت فئة (سياسية) بالمرتبة الاولى بعدد (41) مبحوثاً وبنسبة (41%) في حين نالت فئة (اقتصادية) بالمرتبة الثانية بعدد (34) مبحوثاً وبنسبة (34%) وجاءت ثالثاً فئة (دينية) بعدد (7) مبحوثاً وبنسبة (7%) وحصلت الفئات الاخرى على المراتب الاخيرة وحسب ما مبين في الجدول رقم (5).

جدول رقم (5) يوضح طبيعة المعلومات التي يحتاجها المبحوثين من موقع التواصل

| النسبة | الموقف | المعلومات | ت |
|--------|--------|-----------|---|
| %41 | 41 | سياسية | 1 |
| %34 | 34 | اقتصادية | 2 |
| %7 | 7 | دينية | 3 |
| %5 | 5 | رياضية | 4 |
| %4 | 4 | علمية | 5 |
| %3 | 3 | صحية | 6 |
| %3 | 3 | اجتماعية | 7 |
| %3 | 3 | ثقافية | 8 |
| %100 | 100 | المجموع | 9 |

نستشف من ذلك ان المبحوثين يستخدمون موقع التواصل للحصول على المعلومات التي تخص الوضع السياسي والاقتصادي للبلد وهذا ما يبيّنه نتائج الجدول اعلاه اذا كانت اغلب اجابات المبحوثين تتجه نحو المواضيع السياسية والاقتصادية.

المقياس: دور موقع التواصل الاجتماعي في تحفيز مشاركة الجمهور في التظاهرات:

لمعرفة الفروقات بين افراد العينة حول بعض فقرات الاستبانة سوف نستخدم الاختبار الثاني لعينة واحدة وهو اختبار الوسط الحسابي مع الوسط الفرضي ففي حالة معنوية الاختبار يقارن الوسط الحسابي مع الوسط الفرضي فإذا كان الوسط الحسابي اكبر من الوسط الفرضي هذا يعني بان المعنوية لصالح الوسط الحسابي اي ان تطبيق المحور بالشكل الايجابي اما اذا كان الوسط الحسابي اصغر من الوسط الفرضي هذا يعني بان المعنوية لصالح الوسط الفرضي اي ان تطبيق المحور بالشكل السلبي اي العكسي، وبحسب الوسط الفرضي اي ان الوسط الفرضي = مجموع بدائل المقياس / عدد البدائل



اوألاً: لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص: (كلما زاد اعتماد الجمهور على موقع التواصل الاجتماعي كلما ادى ذلك الى اتخاذ خطوات سلوكية وقرارات عملية باتجاه مظاهرات تشرين) ولتحقيق هذه الفرضية سوف نختبر خمسة فرضيات فرعية وهي عدد فقرات المحور وظهرت النتائج كما في الجدول (6):

جدول (6) يبين اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

| t | الوسط الفرضي = $\frac{(3+2+1)}{3}$ اما فرضية الاختبار فهي: | قيمة t | الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | لا اتفق | محايد | اتفاق |
|----|--|--------|-------------------|---------------|-------------|-------------|-------|
| -1 | تسهم موقع التواصل الاجتماعي من خلال ما تنشره من معلومات عن اخبار التظاهرات في ان يكون سلوكى منحازا نحو المشاركة في التظاهرات | 9.88 | 0.84 | 2.83 (%44) | 4 (%9) | 9 (%87) | 87 |
| -2 | ان الرسائل المقدمة على موقع التواصل الاجتماعي عن التظاهرات تجعلني اكثر اختلاطا بالأفراد في ساحات التظاهر | 10.11 | 0.88 | 2.89 (%2) | 2 (%7) | 7 (%91) | 91 |
| -3 | ان الاستمارات العاطفية والعقلية التي تحملها رسائل الواقع التواصل الاجتماعي عن التظاهرات عززت من ادراكي في ضرورة كشف الفساد الحكومي | 8.21 | 0.67 | 2.55 (%11) | 11 (%23) | 23 (%66) | 66 |
| -4 | ان تضارب المعلومات المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي تزيد من شعوري في ان اكون حذرا في تعاملني مع التظاهرات | 4.10 | 0.61 | 2.25 (%12) | 12 (%51) | 51 (%37) | 37 |
| -5 | ان الرسائل التي تنشرها موقع التواصل الاجتماعي عن التظاهرات لا تسهم في تعزيز مشاركتي فيها | 8.16 | 0.76 | 1.38 (%76) | 76 (%10) | 10 (%14) | 14 |

الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

1- لاختبار الفرضية الفرعية الأولى والتي هي (تسهم موقع التواصل الاجتماعي من خلال ما تنشره من معلومات عن اخبار التظاهرات في ان يكون سلوكى منحازا نحو المشاركة في التظاهرات) بلغت القيمة الثانية المحسوبة (9.88) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (99) والبالغة (1.99) وهذا يعني وجود فروقات ذات دلالة معنوية بين افراد العينة ، وقد بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا الفقرة (2.83) وهي اكبر من قيمة الوسط الفرضي وهذا يعني بان المعنوية لصالح الوسط الحسابي اي ان تم تحقيق الفرض بالشكل الايجابي اي ان (تسهم موقع التواصل الاجتماعي من خلال ما تنشره من معلومات عن اخبار التظاهرات في ان يكون سلوكى منحازا نحو المشاركة في التظاهرات)، كما نلاحظ بان اعلى اجابة حول هذه الفقرة كانت نحو الاتفاق وبنسبة (87%).

2- لاختبار الفرضية الفرعية الأولى والتي هي (ان الرسائل المقدمة على موقع التواصل الاجتماعي عن التظاهرات تجعلني اكثر اختلاطا بالأفراد في ساحات التظاهر) بلغت القيمة الثانية المحسوبة (10.11) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (99) والبالغة (1.99) وهذا يعني وجود فروقات ذات دلالة معنوية بين افراد العينة ، وقد بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا الفقرة (2.89) وهي اكبر من قيمة الوسط الفرضي وهذا يعني بان المعنوية لصالح الوسط الحسابي اي ان تم تحقيق الفرض بالشكل الايجابي اي ان (ان الرسائل المقدمة على موقع التواصل الاجتماعي عن التظاهرات تجعلني اكثر اختلاطا بالأفراد في ساحات التظاهر)، كما نلاحظ بان اعلى اجابة حول هذه الفقرة كانت نحو الاتفاق وبنسبة (91%).



3- لاختبار الفرضية الفرعية الاولى والتي هي (ان الاستعمالات العاطفية والعقالية التي تحملها رسائل الواقع التواصل الاجتماعي عن التظاهرات عززت من ادراكي في ضرورة كشف الفساد الحكومي) بلغت القيمة الثانية المحسوبة (8.21) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (99) والبالغة (1.99) وهذا يعني وجود فروقات ذات دلالة معنوية بين افراد العينة ، وقد بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذ الفقرة (2.55) وهي اكبر من قيمة الوسط الفرضي وهذا يعني بان المعنوية لصالح الوسط الحسابي اي ان تم تحقيق الفرض بالشكل الايجابي اي ان (ان الاستعمالات العاطفية والعقالية التي تحملها رسائل الواقع التواصل الاجتماعي عن التظاهرات عززت من ادراكي في ضرورة كشف الفساد الحكومي)، كما نلاحظ بان اعلى اجابة حول هذه الفقرة كانت نحو الاتفاق وبنسبة (%66).

4- لاختبار الفرضية الفرعية الاولى والتي هي (ان تضارب المعلومات المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي تزيد من شعوري في ان اكون حذرا في تعاملني مع التظاهرات) بلغت القيمة الثانية المحسوبة (4.10) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (99) والبالغة (1.99) وهذا يعني وجود فروقات ذات دلالة معنوية بين افراد العينة ، وقد بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذ الفقرة (2.25) وهي اكبر من قيمة الوسط الفرضي وهذا يعني بان المعنوية لصالح الوسط الحسابي اي ان تم تحقيق الفرض بالشكل الايجابي اي ان (ان تضارب المعلومات المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي تزيد من شعوري في ان اكون حذرا في تعاملني مع التظاهرات)، كما نلاحظ بان اعلى اجابة حول هذه الفقرة كانت نحو الاتفاق وبنسبة (51%) ونسبة الاتفاق (37%).

5- لاختبار الفرضية الفرعية الاولى والتي هي (ان الرسائل التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي عن التظاهرات لا تساهم في تعزيز مشاركتي فيها) بلغت القيمة الثانية المحسوبة (8.16) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (99) والبالغة (1.99) وهذا يعني وجود فروقات ذات دلالة معنوية بين افراد العينة ، وقد بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذ الفقرة (1.38) وهي اصغر من قيمة الوسط الفرضي وهذا يعني بان المعنوية لصالح الوسط الفرضي اي ان تم تحقيق الفرض بالشكل السلبي اي ان (ان الرسائل التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي عن التظاهرات تساهم في تعزيز مشاركتي فيها)، كما نلاحظ بان اعلى اجابة حول هذه الفقرة كانت نحو عدم الاتفاق وبنسبة (76%).

الخاتمة (الاستنتاجات والتوصيات):

اولا: الاستنتاجات

- 1- ان شريحة الشباب اكثرا اعتمادا على موقع التواصل الاجتماعي من الشرائح الاخرى للحصول على المعلومات السياسية والاقتصادية.
- 2- تعد شريحة الطلاب من الدراسة الثانوية اكثرا اقتصاديا وتقربا لما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات لا سيما اخبار المظاهرات.
- 3- ان كثرة استخدام المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي جعل من هذه المواقع مصدرا اساسيا لتلبية حاجاتهم.
- 4- ان ذوي الدخل المحدود والعاطلين عن العمل لا سيما العزاب اكثرا تفاعلا في هذه المواقع من خلال النشر فيها اول التعليق على منشوراتها.
- 5- موقع التواصل الاجتماعي كانت المحفز الاول للمبحوثين في مشاركتهم في التظاهرات.

ثانيا: التوصيات:

- 1- تأسيس فرق مراقبة على هذه المواقع من اجل ايقاف المواقع التي تسهم في مواجهة عمليات التحرير وخطاب الكراهية.
- 2- العمل على انشاء موقع تدعى الى التظاهر السلمي وتعزيز الهوية الوطنية والابتعاد عن التفرقة.
- 3- عمل الندوات والمؤتمرات التي توضح مدى استجابة الحكومة لطلبات المتظاهرين وسعيها لإنها الفساد والبطالة.

المصادر:

- 1- د. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب – القاهرة ، 2000.
- 2- عبد الحميد عبد المجيد البلداوي ، اساليب البحث العلمي والتحليل الاحصائي ، عمان ، دار الشروق ، 2007 .
عدنان حسين الجادري ، يعقوب عبد الله ابو حلو ، الاسس المنهجية والاسخدامات الاحصائية ، عمان ، اثراء للنشر ، 2009 .
- 3- محمد سيد ريان، الاعلام الجديد، القاهرة: مركز الاهرام للنشر والتوزيع، 2012م.
- 4- محمد عبد الحميد، المدونات والاعلام البديل، القاهرة: عالم الكتب، 2009م.
- 5- مروى عصام، الاعلام الالكتروني الاسس وافق المستقبل، عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015م.



- 7- ماهر عودة و محمود عزت ومصطفى يوسف، الاعلام الرقمي الجديد، عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015.
- 8- جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة الى الفيس بوك، بدون دار نشر، ط4، 2014.
- 9- وسام فاضل ومهند حميد، الاعلام الجديد، بيروت: دار الكتاب العالمي، 2017.
- 10- فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للأعلام والاتصال، عمان: دار الثقافة، 2010.
- 11- جوهر الجموسي، الافتراضي والثورة، الدوحة: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2016.
- 12- محمد شياع، ايام الحرية في ميدان التحرير، القاهرة: شمس للنشر، 2011.
- 13- وديع الغريري، الاعلام الجديد مفاهيم ونظريات، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2015.
- المصادر الاجنبية:

- 1- Daniel chandler and Rod munday ,oxford a dictionary of media and communication, New york, published by oxford university press Inc., 2011.
- 2- Martin lister and other, new media: critical introduction, New york, rout ledge , 2009.
- 3- John, Pavlik , converging media: a new introduction to mass , new york, cram 101 publishing , 3rd edition , 2014.
- 4- James monnco, the dictionary of new media, new york, harbor electronic publishing, 1999.
- 5- Oxford university press, social network definition, oxford dictionary.com.
- 6- Deborah S. chung, journal of computer mediated communication, international communication association, us., 2008.
- 7- Eugenia siapera , understanding new media, new york , sabe publications, 2012.
- 8- Binod Gurung and Marohang Limbu, integration of could technologies in digitally network classrooms and learning communicaties, new york , jgi global , 2017 .
- 9- Shahab ud. Din and Dick Bulterman , synchronization techniques in distributed multimedia presentation , Amsterdam , the Netherlands , IARIA , 2012 .
- 10- Todd kelcey , social networking spaces from Facebook to twitter and evry thing in between, new york press , 2010 .