وقائع المؤتمر العلمي الثامن والدولي الثاني لكلية الإعلام – الجامعة العراقية ٢٠٢٣م، ص ٩٩- ١٢٨.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في حشد الرأي العام إزاء التغيير السياسي

The role of social networking sites In mobilizing public opinion regarding political change

أ.م. عثمان محمد أذويب
Othman Mohammed Thuwaib
كلية الإعلام/ الجامعة العراقية
College of Media/Al Iraqia University
Email: othman77.2018@gmail.com
موبايل ٠٧٩٠٣٦٧٠٨٠٦

المستخلص

هدف البحث إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في حشد الرأي العام ازاء التغيير السياسي، وكذلك التعرف على مدى اسهام هذه المواقع في تهيئة الرأي العام تجاه التغيير السياسي. يعد البحث من البحوث الوصفية، واستخدم المنهج المسحي، اما اداة التحليل فتمثلت بالاستبيان، اما مجتمع البحث فتمثل بطلبة جامعة بغداد، وبلغت عينة البحث (١٥٠ مبحوثا) .

وتوصل البحث لنتائج عدة، ابرزها:

- ان جميع أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.
- اشارت النتائج إلى ان المبحوثين يثقون بالمعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.
- اكدت النتائج ان مواقع التواصل الاجتماعي ادت دورا فاعلا في التحرير على التغيير السياسي

الكلمات المفتاحية: (مواقع التواصل الاجتماعي، الرأي العام، التغيير السياسي) .

Abstract

The research aimed to identify the role of social networking sites in mobilizing public opinion toward political change, as well as identifying the extent to which these sites contribute to preparing public opinion toward political change.

The research is considered descriptive research, and the survey method was used. The analysis tool was represented by the questionnaire, while the research community was represented by students at the University of Baghdad, and the research sample amounted to (150 respondents)

The research reached several results, most notably:

- All sample members use social networking sites
- The results indicated that respondents trust the information provided by social networking sites.
- The results confirmed that social networking sites played an effective role in promoting political change

Keywords: (social networking sites, public opinion, political change)

مقدمة

بدأت مواقع التواصل الاجتماعي مشوارها في الفضاء الالكتروني المفتوح كوسائل فعاله لتحقيق التواصل بين الناس من خلال الخدمات الكثيرة التي تقدمها من سهولة الاتصال والتواصل الاجتماعي وسرعة نقل الاخبار والمعلومات، فأصبحت الشعوب تستعين بها في الحشد والتنظيم للتظاهرات والاحتجاجات المطالبة بالتغير السياسي.

واثارت هذه الوسائل التكنلوجية الحديثة حماساً كبيراً، كما اثارت العديد من التنبؤات بفوائد اجتماعية وسياسية واسعة، إذ وفرت جواً افتراضياً مفتوحاً لتواصل البشر من خلال هذه المواقع التي أصبحت من الأدوات الفاعلة التي تستعين بها الشعوب للمطالبة بالحرية والديمقراطية والتغيير.

فلم يخطر ببال اولئك الذين صمموا هذه الوسائل ان تصبح يوماً ادوات سياسية بيد الشعوب اكثر منها ادوات للتواصل الاجتماعي، إذ قاموا بالتوظيف السياسي للتكنلوجيا الرقمية والتي اصبحت ميزة العصر. لقد أكدت المتغيرات الاخيرة التي شهدتها الساحة العربية ان استخدام التكنلوجيا الحديثة قد سيرت وبدرجة كبيرة حرية الرأي والتعبير والمطالبة بالإصلاح وتداول السلطة وتحقيق العدالة الاجتماعية والرفاه الاقتصادي واحترام حقوق الانسان فالمواطن في عالم اليوم اصبح يصنع الخبر، وبات ناقلاً له ومتأثراً به، إذ تكفيه كاميرا وهاتف ذكي متصل بشبكة المعلومات الدولية لينتقل ما شاهدته عدسته إلى فضاء واسع، فتتم معاينته وتداوله وتحليله.

لقد أدت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً بالغ الاهمية في تشكيل الرأي العام، وفي تعبئة الجماعات وحشدها حول افكار ورؤى واتجاهات معينه، مهما كانت هذه الجماعات متباعدة جغرافياً وغير متجانسة، وزادت التطورات التقنية الحديثة قدرة وسائل الاتصال الرقمية في تحقيق المزيد من التأثيرات على الجمهور وتوجيهه نحو افكار معينة.

ان مواقع التواصل الاجتماعي اضحت اليوم مجالاً للاحتجاجات والتشجيع على الاضرابات مستغله الفضاء الالكتروني الذي وفر الفرصة للتحرك والمناورة، وبالتالي اصبح الدور الذي تشكله هذه المواقع واضحاً في قوة التأثير والتغيير في السلوك والمعتقدات، وقدرتها على تشكيل وتدعيم اتجاهات الرأي العام والسيطرة على الجماهير وكسب تأييدها نحو اتجاه او هدف.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولا: مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة البحث في الاجابة على التساؤل الرئيس الآتي: (ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في حشد الرأي العام ازاء التغيير السياسي)

ويندرج تحت هذا التساؤل جملة تساؤلات فرعية، هي:

- ما مدى اسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو التغيير السياسي؟
- ما مدى ثقة المبحوثين بما تقدمه المواقع من مضامين؟
- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام وتحريكه تجاه التغيير؟
- ما مدى تفاعل المبحوثين مع ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مبررات التغيير السياسي من وجهة نظر المبحوثين؟
- ما مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في التحريض على التغيير السياسي؟
- ما مدى تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي لقناعة المبحوثين بضرورة التغيير السياسي؟
- ما الدور المستقبلي لمواقع التواصل الاجتماعي في أحداث التغييرات السياسية؟

ثانيا: أهمية البحث:

تبرز أهمية البحث من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد من اكثر الوسائل استخداماً من الجمهور نتيجة سهولة استخدامها وقدرة مستخدميها على الوصول إلى ما يريدون من اخبار ومعلومات فأصبحت هذه المواقع سمة العصر بما باتت تشكله من أهمية كبيرة في هذا الوقت، إذ اصبح الفرد في المجتمع مرتبط بها، واصبح لها دور فعال في اغلب مفاصل الحياة، وخاصة في مجال العمل السياسي، اذ أدت دوراً مهماً في تعزيز الوعي السياسي، وفي تدعيم المشاركة السياسية وتحقيق متطلبات الحياة الديمقراطية إذ تتيح هذه المواقع فرصة للحوار حول العديد من القضايا السياسية بين مختلف الاتجاهات من خلال منتديات الحوار التي تطرح فيها مختلف الافكار والآراء والاتجاهات.

وتأتي أهمية البحث كونه يناقش موضوعاً حيوياً انعكست آثاره على المجتمع من خلال تناوله لدور مواقع التواصل الاجتماعي كتكنلوجيا حديثة في تعبئة وحشد الرأي العام تجاه التغيير السياسي من اجل خلق بيئة تفاعلية يمكن استثمارها كقوة ضغط شعبية ضد انظمة الحكم القائمة، إذ اصبح الحراك السياسي وخصوصاً في الآونة الأخيرة مرتبط بهذه التقنية الحديثة التي اصبحت تستخدم وعلى نطاق واسع من قبل الجمهور وحققت نتائج ملموسه وبزمن قياسي وهذا ما لمسناه من خلال ثورات الربيع العربي.

لقد أدت هذه المواقع دوراً بارزاً في التحريض وفي عملية تغيير الاتجاهات وفي التأثير على المواقف وفي تنظيم الاحتجاجات من خلال الدور الريادي الذي يؤديه مستخدموها ونقل مجريات الأحداث إلى الميادين.

ان هذه المواقع أصبحت سمة من سمات العصر من خلال قدرتنا على تشكيل الرأي العام وتكوينه، بما تمتلكه من امكانات تمكن الرأي العام من الحصول على المعلومات التي تخدم قضاياه السياسية من خلال ما تتضمنه من محتوى كالفيديوهات والصور والرسوم وغيرها.

كما تأتي أهمية البحث من كون فئة الطلبة من ابرز الفئات الاجتماعية النشطة والفعالة، واللاعب الأساسي في بناء المجتمع وتنميته والنهوض به، كما انهم من اكثر الفئات الاجتماعية استخداماً لهذه المواقع وعلى نطاق واسع.

ثالثاً: أهداف البحث:

تتمثل أهداف البحث بما يأتي:

- معرفة مدى اسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو التغيير السياسي.
- الكشف عن مدى ثقة المبحوثين بما تقدمه هذه المواقع من مضامين.
- التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام وتحريكه باتجاه التغيير السياسي.
- الكشف عن مدى تفاعل المبحوثين مع ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على مبررات التغيير السياسي من وجهة نظر المبحوثين.
- تحديد ما اذا كانت هذه المواقع محرضاً باتجاه التغيير السياسي.
- تحديد ما اذا كان استخدام المواقع قد عزز قناعة المبحوثين بضرورة التغيير السياسي.
- معرفة الدور المستقبلي لهذه المواقع في أحداث التغييرات السياسية.

ثالثا: منهج البحث:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً وتحديد خصائصها[١].

واعتمد على المنهج المسحي الذي يقوم على جميع المعلومات من الأفراد وسلوكياتهم وادوارهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، وذلك عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي او تكون لعينه منتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها، كما يسمح هذا المنهج بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد كالسمات الاجتماعية والنفسية وانماط السلوك الاتصالي[٢].

رابعا: مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث في طلبه جامعة بغداد، ونظراً لكبر حجم مجتمع البحث فقد لجأ الباحث إلى عينه عشوائية متناسبة مع حجم مجتمع البحث تمثله أفضل تمثيل، وتعمل على تحقيق اهداف البحث، إذ بلغت مفردات العينة (١٥٠) مفرده، وتمكن الباحث من استرداد (١٤٤) مفرده، حيث اهملت (٦) مفردات، لعدم صلاحيتها للتحليل شمل البحث جميع الفئات العمرية ومن تخصصات علمية وانسانية وكليات مختلفة حسب تواجدهم في المجتمع الاصلي من الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بالفعل.

وصغر حجم العينة يرجع إلى كون مجتمع البحث متجانساً في بعض الصفات الديموغرافية كالنوع والعمر والمستوى العلمي الامر الذي يمكننا من تعميم نتائج البحث.

خامسا: اداة البحث:

استخدم الباحث الاستبيان والذي يعد أداة او وسيلة لجمع البيانات في شكل استمارة للبحث تتكون من قائمة من الاسئلة توجه للأفراد ليقوموا بالإجابة عليها وفقاً لرؤيتهم الخاصة التي تعبر عن وجهة نظرهم في بنود القائمة[٣].

وقد قسمت الاستبانة إلى ثلاثة محاور تناول المحور الاول البيانات الشخصية للمبحوثين، بينما تضمن المحور الثاني انماط ودوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي اما المحور الثالث فقد تناول دور مواقع التواصل الاجتماعي في حشد الرأي العام ازاء التغيير السياسي.

سادسا: مجالات البحث:

من المعروف في مجال البحث العلمي انه لا تخلو أي دراسة من مجال يحدد بدايتها ونهايتها، وهذا ما يعرف بالحدود الزمانية والمكانية للدراسة:

١-المجال المكاني:

اجري البحث في نطاق جغرافي محدد تمثل في جامعة بغداد.

٢-المجال الزماني:

يحدد المجال الزماني بالفترة التي استغرقها في البحث والتي امتدت من ٢٠١٩/١٢/١ إلى ٢٠٢٠/٢/١.

٣-المجال البشري:

المجال البشري هو مجتمع البحث / أي الأفراد الذين سيتم التعامل معهم، والذين سيجري عليهم البحث الميداني، وشمل طلبة جامعة بغداد.

---

(١) مروان عبد المجيد، اساليب البحث العلمي، عمان، مؤسسة الوراق، ٢٠٠٠، ص ٤٠.

(٢) محمد غريب ، وجدي حلمي ، مناهج البحث الإعلامي ، القاهرة ، دار المصرية اللبنانية ، ٢٠١٩ ، ص٥٣.

(٣) ماجد محمد الخياط، أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الاجتماعية، عمان، دار الرأية للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ٣٦.

الصدق والثبات:

للتعرف على الصدق قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين* من ذوي الكفاءة والخبرة وعلى ضوء ملاحظاتهم قمنا بإجراء التعديلات، واعادة صياغة بعض العبارات، وحذف واضافة عبارات جديدة لأداة البحث، وتم اعداد الاستبيان بصيغته النهائية، وبذلك تحقق صدق اداة البحث.

اما بالنسبة للثبات فقد تم تحديد ثبات الاداة باتباع اسلوب اعادة الاختبار، إذ تم توزيع الاستبانة على عينة مشابهة للعينة الاولى وبنسبة (١٠%) من مجتمع البحث، وقد وجد الباحث انها مطابقة للنتائج التي ظهرت في الاختبار الاول وبنسبة بلغت (٨٨%)، وهي نسبة كافية لثبات اداة البحث.

سابعا: مصطلحات البحث

١- مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع على الانترنت يتواصل من عن طريقها ملايين البشر والاذين عادةً ما تجمعهم اهتمامات ومصالح مشتركة، ويتاح لهم عبر الشبكة مشاركة الصور وملفات الصوت والفيديو[١]

الرأي العام

هو الرأي الناتج عن عملية تفاعل الاشخاص في أي شكل من اشكال الجماعة نحو موضوع معين عادة ما يكون محلاً للمناقشة من قبل جماعة ما[٢].

التغيير السياسي

هو الغاء سلطة وظهور سلطة اخرى، أو استبدال سياسة بسياسة جديدة، فالتغيير السياسي ينتج عنه تغييراً للأفراد على هرم السلطة أو للقوانين التي تحكم دولة ما أو مجتمعاً ما[٣].

دراسات سابقة:

١-دراسة احمد شريف بسام (٢٠١٧)[٤]

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الطلبة الجزائريين حول دور وسائط الاتصال الجديدة في التغيير السياسي في بعض البلدان العربية.

استعانت الدراسة بالمنهج الوصفي، كما استعانت في بعض جوانب الدراسة بالمنهج التأريخي.

تمثل مجتمع الدراسة في طلبة الدكتوراه من مستخدمي وسائط الاتصال الجديدة، اما عينة البحث فكانت (٢٥٠) مفرده.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج، ابرزها:

١-أدت وسائط الاتصال الجديدة دوراً هاماً في تشكيل الرأي العام وتحريك الشعوب.

*** اسماء المحكمين :**

١- أ.د / فاضل محمد البدراني ، كلية الإعلام ، الجامعة العراقية ، الصحافة.
٢- أ. م. د / بدر عواد برغش / كلية الإعلام / الجامعة العراقية / علوم سياسة.
٣- أ. م. د / عمر جياد علي / كلية الآداب / جامعة الانبار/ صحافة.
٤- أ. م. د / اياد هلال حمادي / كلية الإعلام / الجامعة العراقية / اذاعة وتلفزيون.
٥- أ. م / محمد احمد مخلف / كلية الإعلام / الجامعة العراقية / صحافة.

(١)عثمان محمد الدليمي ، مواقع التواصل الاجتماعي... نظرة عن قرب ، عمان ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، ٢٠١٩، ص ١٣٤.
(٢) كامل خورشيد مراد ، مدخل إلى الرأي العام ، عمان ، دار المسيرة للطباعة والنشر ، ٢٠١٣ ، ص٤٧.
(٣) منى جعبوب ، قيادة المجتمع نحو التغيير ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠١٠ ، ص٩٠
(٤) احمد شريف بسام، دور وسائط الاتصال الجديدة في التغيير السياسي في الدول العربية، اطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، الجزائر، ٢٠١٧.

٢-أن آليات التغيير في المنطقة تختلف من بلد إلى آخر.
٣-أن استخدام وسائط الاتصال الجديدة في العديد من الدول ساهمت إلى حد ما في خلق حراك سياسي ومشاركة سياسية غير تقليدية.

٢- دراسة بشرى الراوي (٢٠١٢)[١]

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، وركزت على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها كإعلام جديد باعتبارها احد منابر النقد لعمل الحكومة من جانب، ومن جانب آخر كوسيلة للتواصل بين الحكام وضاع القرار والجمهور.
تعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، أما أداة التحليل فكانت الاستبيان.
وتوصلت الدراسة إلى نتائج ابرزها:
١-ان مواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل العامل الأساس للتغيير في المجتمع لكنها اصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير.
٢-ان التغيير السياسي الحقيقي لم يولد في الانترنت، بل ولد في الشارع وجاء الإعلام الجديد فاعلاً له

٣- دراسة عبد الله الرعود (٢٠١٢)[٢].

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين.
واستخدم الباحث المنهج المسحي، وتمثلت عينة الدراسة في (٣٤٢) مفردة موزعه على مجموعة من الصحفيين الاردنيين العاملين في مؤسسات إعلامية مختلفة.
وتوصلت الدراسة إلى نتائج، ابرزها:
١-أدت شبكات التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في عملية التهيئة على للاحتجاجات في هذه البلدان.
٢-قامت شبكات التواصل الاجتماعي بتعبئة الجماهير، كما اثرت على الرأي العام الاقليمي والعالمي.

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والرأي العام

- **مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:**

تُعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: (شبكات تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، حيث ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات، ويمكنهم ايضاً التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور والآراء مع امكانيات توطيد العلاقات الاجتماعية بينهم)[٣].

- **خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:**

(١) بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، بحث منشور، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (١٨)، بغداد، ٢٠١٢.
(٢) عبد الله الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، عمان، ٢٠١٢.
(٣)احمد قاسمي، سليم جداي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الامن المجتمعي للدول الخليجية، برلين، المركز الديمقراطي العربي، ٢٠١٩، ص ١٩.

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بخصائص جعلتها واسعة الانتشار على مستوى العالم منها:

١-التفاعلية والتشاركية:

اذ يقوم كل شخص بإثراء حسابه الشخصي بالمضامين المختلفة أو ما يتعلق بالموسيقى والفن والرياضة وما يتعلق بالأحداث المختلفة التي يرغب بتقديمها إلى الآخرين، وتسمح هذه المواقع للأخرين بمشاركة تلك المنشورات والتعليق عليها او الاعجاب بها[١].

٢-سهولة الاستخدام:

تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة للحروف وبساطة اللغة ايضاً الصور والرموز التي تمكن المستخدم من نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.

٣-اقتصادية الجهد والوقت والمال:

في ظل سهولة الاشتراك والتسجيل فالجميع يستطيع امتلاك حيز على المواقع وليس ذلك حكراً على اصحاب الاموال او على جماعة دون اخرى[٢].

٤-الشيوع والانتشار:

ويعني ذلك الانتشار حول العالم وداخل طبقات المجتمع.

٥-العالمية او الكونية:

إذ ان البيئة الأساسية لهذه المواقع اصبحت بيئة عالمية[٣].

- **مفهوم الرأي العام:**

الرأي العام:

ان الرأي العام (اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموع الآراء التي يدين بها الناس ازاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة)[٤].

- **خصائص الرأي العام:**

يتميز الرأي العام بمجموعة من الخصائص، هي:[٥]

١-الرأي العام هو رأي جماعي لا يشترط ان يكون رأياً اجتماعياً، ومعنى ذلك ان الرأي الجماعي هو رأي الجماعة، أي محصلة تفاعل آراء الجماعة من مؤيدين ومعارضين على السواء، ولا يشترط فيه ان يكون اجتماعياً، أي لا يشترط ان يتوفر الاجماع التام بين أفراد الجمهور.

٢-يظهر الرأي العام حينما يقع حدث معين او تثار قضية ويتصل هذا الحدث او تلك القضية باهتمامات ومصالح الجمهور.

٣-الرأي العام يتكون ويتبلور من خلال التفاعل بين الآراء المتعارضة داخل الجماعة.

٤-الرأي العام لا يفرض على الجماعة فرضاً، بل هو تعبير ارادي وهو رد فعل واستجابة لتأثيرات في المجال السلوكي للجماعة.

---

(١) حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، عمان دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ٨٥.

(٢) عبد الرحمن الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص٦٧.

(٣) ايمن بن ناصر العباد، المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، الرياض، مكتبة القانون والاقتصاد، ٢٠١٦، ص ٦٠.

(٤) محيي الدين عبد الرحيم، الرأي العام، القاهرة، مكتبة الانكلو المصرية، ٢٠٠٩، ص ٢١.

(٥) بطرس حلاق، الرأي العام وطرق قياسه، دمشق، منشورات الجامعة السورية الافتراضية، ٢٠٢٠، ص ٤٥.

٥-يتصف الرأي العام بالحركة والتغير من فترة زمنية إلى فترة زمنية أخرى، وهو بذلك يختلف عن الاتجاه الذي يتصف بالاستمرارية لفترة طويلة.

مفهوم التغيير السياسي:

يشير علماء النفس ان الناس لا يستطيعون العيش في عالم ثابت، لان العالم في واقع الامر يتحرك ويتغير، وعادة ما يتفاعل الأفراد مع هذا التغيير[١].

والتغيير ميزه الطبيعة البشرية وأحد متطلبات التطور التأريخي، كما انه حتمية تأريخة لا مناص منها، فالتاريخ مبني أساساً على التغيير والتجديد، لان الطبيعة لا تحتمل الجمود والركود[٢]،

فالتغيير بناء على ما تقدم (جعل الشيء على غير ما كان عليه، كما انه انتقال المجتمع من حالة اجتماعية محددة إلى حالة أخرى اكثر تطوراً)[٣].

اما بالنسبة لمفهوم التغيير السياسي فيتسم بنوع من الشمولية والاتساع، وفي هذا السياق اجريت العديد من الابحاث والدراسات خضع خلالها هذا المفهوم لمحاولة التأصيل المفاهيمي.

ان التغيير السياسي لن يكون صعباً في حالة قررت الشعوب ان تسترد كرامتها وحريتها المسلوبة والاطاحة بالحكام المستبدين، اذ انه عندما يعلن الشعب وبمختلف الصور والاشكال رفضه الشديد للسياسات الرسمية، فلابد ان تسقط هذه السياسات، لأن أي سياسه رسمية لا قيمه لها، أذ لم يلتزم بها الشعب وينفذها[٤].

- **اسباب التغيير السياسي:**

ان التغيير السياسي يحدث استجابة لواحدة من الاسباب الآتية[٥]:

١-الرأي العام او مطالب الأفراد من النظام السياسي القائم، ولكن هذه المطالب لا تتحول في كثير من الاحيان إلى مخرجات اذا لم يتم تبنيها من الاحزاب وجماعات الضغط.

٢-تغيير في نفوذ وقوة بعض الحركات والاحزاب وجماعات المصالح، أي بمعنى تحول الاهداف الحزبية او الخاصة من اطار الحزب إلى اطار الدولة.

٣-تداول السلطة في الحالات الديمقراطية، او اعادة توزيع الادوار في حالات اخرى كالانقلابات، يعني تلقائياً ان حياة سياسية جديدة بدأت تتضح ملامحها وفق منطق القيادة الجديدة.

٤-ضغوط ومطالبات خارجية، ويكون ذلك من خلال دول ومنظمات، وتكون هذه الضغوط عادة في عدة اشكال قد تكون سياسية او اقتصادية او عسكرية.

٥-التحولات الخارجية في المحيط الاقليمي، او في طبيعة التوازنات الدولية، والتي قد تؤثر في اعادة صياغة السياسات الداخلية والخارجية في اطار التعامل مع المدخلات الجديدة في السياسة الدولية.

وسائل التغيير السياسي:

ان التغيير السياسي قد يتم بطرق ووسائل متعددة ومختلفة، وتتمثل بالآتي:

١-الاستفتاء الشعبي:

---

(١) فواز الحكيم، سوسيو لوجيا الإعلام الجماهيري، عمان، دراسة اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ١٨.

(٢) احمد شريف بسام، مصدر سابق، ص ١٣٩.

(٣) عبد الباسط حسن، اصول البحث الاجتماعي، القاهرة، مكتبة وهبه، ١٩٩٨، ص ١٤.

(٤) مصعب حسام الدين، ثورات الفيس بوك... مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ٥٥.

(٥) بلال الشوبكي، التغيير السياسي من منظور حركات الاسلام السياسي ، رسالة ماجستير ، جامعة النجاح الوطنية ، القد ، ٢٠٠٧، ص ٣٦.

يعد من اهم ركائز الديمقراطية التمثيلية ليأخذ برأي الناخب البسيط في تعديلات قانونية او دستورية وغيرها تمس مصالح المواطن العادي وقد يشتمل تأثيرها الاجيال القادمة.
فالاستفتاء الشعبي (هو الرجوع إلى الشعب لأخذ رأيه بالموافقة او الرفض في أي موضوع عام كان يكون موضوعاً قانونياً او دستورياً بصفته صاحب السيادة[١].

٢-الانتخابات:

هي الوسيلة التي عن طريقها يختار المواطنون الاشخاص الذين يسندون إليهم مهمة ممارسة السيادة او الحكم نيابة عنهم، سواء على مستوى سياسي كالانتخابات الرئاسية او التشريعية او على مستوى اداري كالانتخابات البلدية وغيرها[٢].

٣- الاضراب:

يمثل الاضراب اداة ووسيلة ضغط تمارس ضد السلطة بغية تلبية حاجات ومطالب يدعوا اليها المضربون، وان كان الامر يمثل اكثر خطورة وفعالية اذا ما مورس من طرف الموظفين لارتباطهم بالمرافق العامة[٣]. وغالبا من تنظر السلطة القائمة إلى الاضراب بعين الحذر خشية ان يتطور ليشمل كافة مرافق الدولة وقطاعاتها، او قد يتحول إلى شكل من اشكال العصيان المدني، والتي من شأنها أن تشكل مظهراً قد يقود إلى الثورة الشعبية التي قد تطيح في نهاية الامر بالنظام القائم[٤].

١-المظاهرة:

وهو الحدث الحر والمشروع من قبل مجموعة من الأفراد بينهما مصالح مشتركة واهداف واحدة، كما أنه تجمع او مسير عدد من الاشخاص بطريقة سلمية في مكان او طريق عام او بالقرب منهما بقصد التعبير عن رأي او المطالبة بتنفيذ مطالب معينة[٥].

٢-الانتفاضة:

مقاومة شعبية مستمرة، ومواجهة حضارية شامله في الوسائل كافة المدنية والعسكرية، او بهما معاً، ولا تأتي الانتفاضة من فراغ، بل تأتي من ألم وخوف وكبت، وهي ظاهرة نضالية متميزة، تُعنى وتهتم بالتغيير الجذري والشامل الذي يخرج من المجتمع بواسطة أفراده[٦].

٣-الاحتجاج:

حالة من الغضب العام تسود المجتمع او فئة معينة داخله، وغالباً ما تكون هذه الفئات المهمشة داخل المجتمع التي لا أحد يسمعها مما يجعلها تعبر عن هذا الغضب في شكل حركات احتجاجية

---

(١) ياسين الخرساني، المركز الدستوري لرئيس الدولة في الجمهورية اليمنية، اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية القانون، ٢٠٠٠، ص ١٠٧.
(٢) علاء الخريفاوي، الرقابة على دستورية الانتخابات في العراق، عمان ، المركز العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ١٥.
(٣)عمار بوضياف، الوجيز في القانون الاداري، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص ٣٣٨.
(٤) ايمن الورداني ، حق الشعب في استرداد السيادة، القاهرة ، مكتبة مدبولي، ٢٠١٥،ص٩٩.
(٥) فتحي حسين عامر، الإعلام والمظاهرات. مشروعيتها ودوافعها، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧، ص ١٧.
(٦) ريام عبد النور، الاحتجاجات الشعبية في شمال افريقيا وتأثيرها على عملية التحول الديمقراطية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، الجزائر، ٢٠١٤، ص ١٣.

سلمية او غير سلمية في شكل واعتصامات او تجمهر، وقد يصل الامر إلى ممارسات عنيفة كقطع الطرق[١].

٤-الثورة:

ان الثورة بمفهومها العام تتولد عن التراكمات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، إذ ان بيئتها هي الغضب المتراكم بسبب الفساد والبطالة والفقر، ولذلك فأن الحرمان الاجتماعي والسياسي والاهانة وانعدام الحريات وسوء تعامل اجهزة السلطة واذلال المواطن هي المدخل الطبيعي لها[٢].

وتتسم الثورات بأنها تسعى لأحداث تحولات جذرية في حياة الشعوب، ولا شك في أن تقنيات الاتصال الحديثة سهلت الامر على الشعب وعلى الثوار وبشكل اسرع واوسع وبعيداً عن رقابة السلطة، فما جرى في بعض البلدان العربية من ثورات يحتاج إلى المزيد من الدراسة والاهتمام[٣].

٥-الانقلابات العسكرية:

هناك فرقاً جوهرياً واختلافاً كبيراً بين الثورة التي هي في الغالب تعبير عن الارادة الشعبية، والانقلاب الذي عادة ما يقوم به أفراد او بين مجموعة من الأفراد تجمع بينهم الرغبة المشتركة ازاحة النظام السياسي الحاكم، والاستيلاء على السلطة، ولا يعلم بها أغلب أفراد الشعب، مما يدل أن الانقلاب حركة محدودة ولا تستند إلى قوة الشعب بل إلى قوتها الذاتية او على بعض القوى الأخرى، كما ان الانقلاب يحدث فجأة وبدون مقدمات، بعكس الثورة التي قد يسبقها شواهد كثيرة تنذر بوقوعها والانقلاب لا يمكن ان يتحول إلى ثورة، إلا أنه قد يحظى بتأييد شعبي خاصة اذا كان ضد نظام استبدادي ففي هذه الحالة يمكن ان تطلق عليه (انقلاب شعبي)[٤].

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التغيير السياسي:

ساهم الانتشار الواسع للمعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في خلق امكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية، وبالتالي التأثير على تصور المواطن للسياسة، وتمارس هذه المواقع تأثيرات قويه على صانع القرار في تشكيل الرأي العام، اذ انها تمثل حلقة وصل بين الرأي العام وصانع القرار، لهذا تستخدم هذه المواقع من قبل التجمعات السياسية كوسيلة للتحفيز السياسي وخلق الانصار والمؤيدين.

والملاحظ انه في السابق كانت الوسائل التي تتبع من قبل الشعب في عمليات التغيير السياسي بلا هدف او وجهة واضحة، كما يغلب عليها الانقسامات والاختلافات في الرؤى والاهداف وكيفية التحرك وآليته، وكان ذلك يساعد السلطات السياسية على اختراقها وافشال ما تنوي القيام به، ولكن في ظل التكنلوجيا الحديثة اصبحت الثورات الجماهيرية واضحة المعالم والاهداف والشعارات والمطالب والزمان والمكان[٥].

---

(١) رانيه بليردوج، المعالجة الصحفية للحراك الشعبي في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر، ٢٠١٨، ص ٨٨.

(٢) اسامة علي عبد القادر، مقاربة الثورات العربية، بيروت، الجامعة اللبنانية، معهد العلوم الاجتماعية، ٢٠١٢، ص ١٤.

(٣) عبد الله قاسم كريشان، اثر الثورة المعلوماتية الإعلامية في نشر الوعي السياسي في ظل ثورات الربيع العربي، عمان، دار الجنان للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص ٥٢.

(٤) مصعب حسام الدين، ثورات الفيس بوك، مصدر سابق، ص ٦٤.

(٥) عبد العليم محمد، الثورات المصرية، القاهرة، مكتبة جزيرة الورود، ٢٠١١، ص ٤٧.

وفي ظل مواقع التواصل الاجتماعي خرج احتكار السلطة للإعلام الذي كان يأتمر بأمرها فتوجه من خلاله المضامين التي تريدها، ولكن في ظل الوضع الجديد اصبحت الحقيقة تصل للجميع بوسائل متنوعه ومتعددة بعيداً عن احتكار السلطة.

لقد برز دور هذه المواقع في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة، بالاضافة إلى تزويد الجمهور بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي العام في المجتمع(١).

وتؤدي الجماعات المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي دوراً فعالاً في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية، اذ اضحت مجالاً للتشجيع على الاحتجاجات والاضراب مستقله الفضاء الافتراضي للتحول منه إلى السياق الواقعي. اذ أن لها الدور الابرز في حشد الجماهير نحو التغيير السياسي من خلال نقل الشباب من خلف الاجهزة إلى الساحات العامة والميادين للمطالبة بإصلاحات وتغييرات سياسية.

لم تكن هذا المواقع مجرد ناقل للأحداث، وانما تحولت بطبيعتها التفاعلية، واتساع نطاق استخدامها إلى واحدة من المحركات الأساسية واسهمت في تشكيل وعي جديد من خلال ربط النشطاء بعضهم ببعض وتنسيق حركتهم الميدانية وخلق بيئة اتصالية ملائمة(٢).

لقد فتحت هذه المواقع لمستخدميها آفاقاً واسعة للتعبير الحر وابداء الرأي لما تتيحه من قدرة كامنة في حماية النشطاء المتواصلين عبرها، إذ انها تمكنهم من التخفي عن عيون من يرصدونهم في العالم الحقيقي. اذ اصبحت ملاذاً للكثير منهم(٣).

كما فتحت مواقع التواصل الاجتماعي آفاقاً واسعة لتكوين رأي عام حول القضايا والموضوعات المختلفة من خلال وسائط متنوعه ومتعددة اتسمت بسهولة الوصول إليها، ونشر الافكار وتعميمها اذ منحت الفرصة للأفراد لطرح اي قضية او فكرة يرغبون في تشكيل رأي عام تجاهها فأصبح بإمكان اي فرد في المجتمع ممارسة حقه الكامل في المشاركة في كافة القضايا السياسية المطروحة(٤).

لقد اسهمت هذه المواقع في تفعيل المشاركة لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في نفس الاهتمامات والانشطة، كما اصبح لها دور في التجييش والتفاعل والتأثير(٥).

ان احد اهم انجازات التكنلوجيا الحديثة هي مساهمتها بقدر كبير في سرعة تمكين الشعوب من تحقيق التواصل والتفاعل الاجتماعي بين ابناء الوطن الواحد داخل الدولة وخارجها، ونقل وتبادل الايديولوجيات المختلفة بين مختلف دول العالم، اذ ساعدت هذه التقنيات في تحقيق رغبات الشعوب في التواصل والاعداد في للثورات والانتفاضات الشعبية من خلال نقل تجارب الشعوب في ثوراتها من دولة لأخرى لدراسة جوانبها الايجابية والسلبية والإفادة منها(٦).

---

(١) اسماعيل عبد الفتاح، السياسات الإعلامية في مصر والعالم العربي، القاهرة، هيئة النيل للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ١٥.

(٢) عز الدين عبد المولي، دور الإعلام في ثورة الشعب، الدوحة، المركز العربي للابحاث ودراسة السياسات، ٢٠١١، ص ٤٢.

(٣) جيدور حاج بشير، اثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي، اطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، الجزائر، ٢٠١٦، ص ٣٩.

(٤) نرجس شايبي، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة ٨ ماي، الجزائر، ٢٠١٦، ص ٧٩.

(٥) صابر حارص، اشكاليات الإعلام في التأثير على الرأي العام، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ص ٢١.

(٦) محمود اللواء الرشيدي، الانترنت والفيس بوك، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٢، ص ٢٠

وتُشير تجارب التغيير السياسي ودور مواقع التواصل الاجتماعي في تحريك الشارع خلالها إلى ثمة حقيقة ثابتة مفادها ان اداء هذه المواقع لدور سياسي ما قد اعتمد بشكل عام على البيئة التي ينشط فيها مستخدميها، وهو ما يمكن تفسير نجاح هذه المواقع في اشعال احتجاجات شعبية في عدد من دول المنطقة واخفاقها في دول أخرى، فكانت البيئة السياسية العربية مواتيه لهذه الاحتجاجات في ظل انتشار ممارسات الفساد والقمع من قبل الانظمة الحاكمة والتي ركزت على ابرازها مواقع التواصل الاجتماعي لتحريك الشارع ضدها، في حين ساعد اخفاق الانظمة السياسي في تحقيق التغيير الذي وعدت به او تراجعت عن وعودها في هذا الشأن هذه المواقع على ابراز عجزها وفشلها، بالاضافة إلى غياب الديمقراطية، فكانت هذه المواقع اداة تغيير وتأثير في الوعي السياسي للأفراد[١].

لم تضع الانظمة السياسية في حسابها ان هذه المواقع ستخلق جيلاً ينتقدها، ويقف بالضد من انتهاكاتها ويدفعون قدر استطاعتهم نحو التغيير، ورفع هامش الحرية بالرغم من القمع الممارس ضدهم، اذ باتت الساحة الأساسية لعمل الحركات الشعبية لبدء مرحلة جديدة من العمل والنضال السياسي، اذ تيسر الحصول على المعلومات بلحظتها، وتوفر الدليل بالصورة والصوت والفيديو، اذ لجأت هذه الحركات إلى توظيف التكنلوجيا كأداة لتعبئة المواطن سياسياً حول قضايا كبرى والحشد الجماهيري والتواصل فيما بينهم، اضافة إلى حشد الدعم لقاضاياهم، وايصال رسائلهم إلى فضاء واسع من الجمهور[٢].

ان مواقع التواصل الاجتماعي قوة كامنة خرجت عن سيطرة الحكومات واسهمت في صنع التغيير في الخارطة السياسية من خلال قدرتها على حشد الجماهير التي أسست دولة افتراضية على شبكة الانترنت، وكانت هذه الدولة مناسبة لمناقشة الاوضاع بين الجميع، والتنسيق بينهم للتحرك في الوقت المناسب.

المبحث الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في حشد الرأي العام إزاء التغيير السياسي

المحور الأول: البيانات الشخصية للمبحوثين

النوع:

جدول (١) يوضح نوع المبحوثين

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٨٦	%٥٩,٧٢
أنثى	٥٨	%٤٠,٢٨
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (١) الخاص بنوع المبحوثين إلى ان الذكور جاءوا بالمرتبة الاولى بنسبة بلغت (٥٩,٧٢%) بينما احتلت الاناث المرتبة الثانية (٤٠,٢٨%).

العمر:

(١) رانيا الكرم، التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة، المركز الاقليمي للدراسات الاستراتيجية، ٢٠١٤، ص ٣٥.

(٢) محمد اللواء الرشيدي، مصدر سابق، ص ٩٩.

جدول (٢) يوضح اعمار المبحوثين

العمر	التكرار	النسبة المئوية
١٨ ـ ٢٢	٥٠	%٤٣,٧٢
٢٢ ـ ٢٦	٣٤	%٢٣,٦٢
٢٦ـ٣٠	٢٣	%١٥,٩٧
٣٠ فأكثر	٣٧	%٢٥,٦٩
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (٢) إلى ان اعمار المبحوثين المحصورة بين (١٨ـ٢٢) جاءت بالمرتبة الاولى وبنسبة (٤٣,٧٢%)، كون هذه المرحلة العمرية انتقلت من الدراسة الاعدادية إلى مرحلة الجامعة مباشرة، بينما جاءت الفئة العمرية من (٣٠ سنة فأكثر) بالمرتبة الثانية وبنسبة (٢٥,٦٩%) وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة من (٢٢ـ٢٦) وبنسبة (٢٣,٦٢%)، وحلت الفئة العمرية من (٢٦ـ ٣٠) بالمرتبة الاخيرة وبنسبة (١٥.٩٧%).

التخصص:

جدول (٣) يوضح تخصص المبحوثين

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
انساني	٧٨	%٥٤,١٧
علمي	٦٦	%٤٥,٨٣
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (٣) الخاص بالتخصص الدراسي للمبحوثين إلى ان التخصص (الانساني) جاء بالمرتبة الأولى وبنسبة (٥٤,١٧%)، بينما حاز التخصص (العلمي) على المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (٤٥,٨٣%) .

المرحلة الدراسية:

جدول (٤) يوضح المرحلة الدراسية للمبحوثين

المرحلة الدراسية	التكرار	النسبة المئوية
بكالوريوس	١٠٣	%٧١,٥٢
دراسات عليا	٤١	%٢٨,٤٨
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (٤) الخاص بالمرحلة الدراسية للمبحوثين إلى ان طلبة (البكالوريوس) جاءوا بالمرتبة الاولى وبنسبة (٧١,٥٢%) بينما حل طلبة (الدراسات العليا) بالمرتبة الثانية وبنسبة (٢٨,٤٨%).

المحور الثاني: انماط ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول (٥) يوضح استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

استخدام المواقع	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	١١١	%٧٧,٠٩
احياناً	٣٣	%٢٢,٩١
ابداً	صفر	صفر
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (٥) إلى ان أفراد العينة جميعهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي سواء بشكل (دائم) والذي بلغت نسبته (٧٧,٠٩%)، او (احيانا) بنسبة (٢٢,٩١%)، وهذا يدل على اهمية هذه المواقع بالنسبة للطلبة من اجل الحصول على آخر الأحداث والمستجدات على الساحتين المحلية والدولية ومن اجل معرفة كل ما هو جديد من أحداث، مما يتطلب توظيف واستثمار هذه المواقع من اجل التغيير السياسي وتحقيق الإصلاحات الشاملة.

عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً:

جدول (٦) يوضح عدد ساعات الاستخدام يومياً

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	٨	%٥,٥٧
ساعة إلى ثلاث ساعات	٧٢	%٥٠
ثلاث إلى ست ساعات	٤٠	%٢٧,٧٧
ست ساعات فأكثر	٢٤	%١٦,٦٦
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (٦) إلى ان اعلى نسبة سجلت للوقت الذي يقضونه أفراد العينة يومياً في استخدام المواقع هو من (ساعة إلى ثلاث ساعات) وبنسبة (٥٠%)، فيما جاءت (ثلاث إلى ست ساعات) بالمرتبة الثانية وبنسبة (٢٧,٧٧%)، بينما حازت (ست ساعات فاكثر) على المرتبة الثالثة وبنسبة (١٦,٦٦%)، وبالمرتبة الاخيرة جاءت (اقل من ساعة) وبنسبة (٥,٥٧%).

وهذا يدل على ان هناك تفاوتاً ملحوظاً في اجابات المبحوثين، ونرى ان عدد ساعات استخدام المبحوثين راجع إلى التوفر الدائم لخدمة الشبكة سواء في المنزل او خارجه مما جعلهم على اتصال دائم بها وهذا راجع إلى اهميتها واستخداماتها المتنوعة والمتجددة ولا سيما بالنسبة للطلبة.

المكان المفضل للاستخدام .

جدول (٧) يوضح المكان المفضل للاستخدام

المكان المفضل	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	٨٢	%٥٦,٩٤
الجامعة	١٠	%٦,٩٤
المقهى	٤	%٢,٧٧
في أي مكان	٤٨	%٣٣,٣٥
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (٧) ان المكان المفضل للأفراد العينة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو (المنزل) وبنسبة اجابات بلغت (٥٦,٩٤%)، أي اكثر من نصف اجابات المبحوثين، ويعود السبب في ذلك لان المبحوثين يقضون معظم اوقاتهم داخل المنزل فخدمة الانترنت متوفرة في المنازل وبشكل كبير قياساً بالأماكن الاخرى، وحازت (في أي مكان) المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (٣٣,٣٥%)، بينما نالت (الجامعة) المرتبة الثالثة وبنسبة ضئيلة بلغت (٦,٩٤%)، وهذه النسبة طبيعية اذ ان المبحوثين يقضون وقتهم بحضور المحاضرات والالتقاء بالأصدقاء والزملاء بدلاً من تصفح المواقع، اذ أن هذه المواقع تقربهم في اوقات اللقاء غير المباشر، وبالمرتبة الاخيرة جاء (المقهى) بنسبة (٢،٧٧%).

مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثين

جدول (٨) يوضح مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثين

المواقع المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
فيس بوك	٩٧	%١٧,٩٦
انستغرام	٨٨	%١٦,٢٩
يوتيوب	٩٢	%١٧,٠٧
واتس آب	٨١	%١٥
فايبر	٧٨	%١٤,٤٤
تلغرام	٥٢	%٩,٦٢
سناب شات	٤٠	%٧,٤٠
تويتر	١٢	%٢,٢٢
المجموع	٥٤٠	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (٨) إلى ان موقع (فيس بوك) نال المرتبة الاولى كأفضل المواقع التي يستخدمها المبحوثين وبنسبة بلغت (١٧,٩٦%)، كونه اكثر المواقع انتشاراً واستخداماً اذ يتيح لمستخدميه المشاركة بصورة فعالة ومؤثرة، اذ اصبح فضاءً مفتوحاً للتعبير عن الآراء والافكار وطرح وجهات النظر المختلفة بكل حرية، واصبح وسيلة هامه في تشكيل الرأي العام وتكوينه حول العديد من القضايا وخصوصاً السياسية منها بفضل الانتشار الواسع لهذا الموقع الذي استطاع الوصول إلى اعداد كبيرة من المستخدمين حول العالم.

وبالمرتبة الثانية جاء موقع (يوتيوب) وبنسبة (١٧,٠٧%)، ما يدل على اهمية الموقع الحيوية والذي اسهم بدور فاعل في ثورات التغيير وما لاحظناه في ثورات الربيع العربي خير شاهد على

الدور الذي قام به هذا الموقع، إذ استطاع المستخدمون توثيق الأحداث اول بأول ونشرها بصورة مباشرة ليطلع عليها الناس، إذ تم تصوير الكثير من الأحداث والنشاطات والفعاليات السياسية.
وحاز موقع (انستغرام) على المرتبة الثالثة وبنسبة (١٦,٢٩%) وهو موقع متخصص بنشر الصور والفديوهات، ونال موقع (واتس آب) المرتبة الرابعة وبنسبة بلغت (١٥%)، وحاز موقع (فايبر) على المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (١٤,٤٤). واحتل موقع (تلغرام) المرتبة السادسة بنسبة (٩,٦٢%)،جاء موقع (سناب شات) بالمرتبة السابعة بنسبة بلغت (٧,٤٠%).
وأخيراً حل موقع (تويتر) كأكثر المواقع الاجتماعية غير المفضلة لدى المبحوثين بـ (٢,٢٢%).

الاسم الذي اختاره المبحوثين للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (٩) يوضح الاسم الذي اختاره المبحوثين

الاسم الذي اختاره المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
اسم حقيقي ومعلومات شخصية حقيقية	١١٦	%٨٠,٥٥
اسم ومعلومات شخصية غير حقيقية	٢٨	%١٩,٤٥
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير البيانات جدول (٩) إلى ان أفراد العينة يفضلون الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي بأسماء ومعلومات شخصية حقيقية وبنسبة بلغت (٨٠,٥٥%).
فيما فضل (١٩,٤٥%) منهم الدخول بأسماء ومعلومات شخصية غير حقيقية، ويرجع ذلك إلى خوفهم من الملاحقة، فهؤلاء لا يرغبون ان يتعرف احد على شخصياتهم الحقيقية لان ذلك قد يعطيهم نوعاً من الحرية ربما اكثر في التعبير عن آرائهم وافكارهم.

اسباب استخدام اسم ومعلومات شخصية غير حقيقية

جدول (١٠) يوضح اسباب اختيار المبحوثين لاسم مستعار

اسباب الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
القدرة على التعبير بحريه	١٣	%٤٦,٤٥
لأتفادى المسائلة القانونية	٣	%١٠,٧١
الخوف من التعرف على هويتي الحقيقية	١٢	%٤٢,٨٥
المجموع	٢٨	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (١٠) إلى ان من ابرز اسباب استخدام اسم ومعلومات شخصية غير حقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي هي (القدرة على التعبير بحرية) وبنسبة (٤٦,٤٥).
بينما رأى (٤٢,٨٥%) منهم ان مرد ذلك يعود إلى الخوف من التعرف على هويتهم الحقيقية. وأكد (١٠,٧١%) منهم ان ذلك راجع إلى تفادي المساءلة القانونية.

❖ **معايير اختيار الاصدقاء**

جدول (١١) يوضح معايير اختيار الاصدقاء وعلى مواقع التواصل الاجتماعي

معايير الاختيار	التكرار	النسبة المئوية
على أساس القرابة	١٠	%٦,٩٤
على أساس الصداقة	٧٢	%٥٠
على أساس المستوى الثقافي	٤٣	%٢٩,٨٦
على أساس الاهتمام المشترك	٨	%٥,٥٧
على أساس الانسجام الفكري	٧	%٤,٨٦
لا يوجد معيار	٤	% ٢,٧٧
المجمـوع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (١١) إلى ان من أبرز معايير اختيار الاصدقاء في المواقع هي التي تكون (على أساس الصداقة) وبنسبة بلغت (٥٠%)، أي نصف اجابات المبحوثين وهذا دليل واضح على انهم يفضلون دائماً التواصل مع الاصدقاء وبشكل اكبر من المعايير الاخرى، بينما حصل معيار (المستوى الثقافي) على نسبة بلغت (٢٩,٨٦%)، و(معيار القرابة) على نسبة (٩٤، ٦ %) وتلاه معيار (الاهتمام المشترك) وبنسبة (٥,٥٧%)، اما معيار (الانسجام الفكري) و(بدون معيار) فقد حصلا على نسبة ضئيلة من اجابات المبحوثين بـ(٤,٨٦%)، و(٢,٧٧%) على التوالي.

دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول (١٢) يوضح دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

دوافع الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
متابعة آخر الاخبار والتطورات	٧١	%١٨,٩٨
مصدر هام للمعلومات عن القضايا المختلفة	٥٢	%١٣,٩٠
اكتساب الثقافة السياسية	٥٦	%١٤,٩٧
اعبر فيها عن رأيي بصراحة	٦٢	%١٦,٥٧
متابعة التغييرات السياسية العربية والعالمية	١٠	%٢,٦٧
الاسهام في كشف الحقائق السياسية ونشرها	٩	%٢,٤٤
التواصل مع الاصدقاء لأغراض سياسية	١٤	%٣,٧٤
تتناول القضايا السياسية بصراحة	٣٣	%٨,٨٢
الحشد والمناصرة للقضايا السياسية	٤١	%١٠,٩٦
موثوق بها لاقترانها بالصور واليفديوهات	٢٦	%٦,٩٥
المجمـوع	٣٧٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (١٢) إلى ان من اهم دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي (متابعة آخر الاخبار والتطورات)، وبنسبة (١٨,٩٨%)، ويرجع ذلك إلى رغبتهم في التعرف على آخر الأحداث والتطورات السياسية المحلية والدولية من اجل مواكبة آخر الاخبار والأحداث المحلية والدولية من اجل مواكبة آخر الاخبار والأحداث الجارية والبقاء على علم ودراية بكل التطورات لحظة وقوعها.

بينما كان دوافع (الرغبة في التعبير عن رأيهم بصراحة) من ابرز الدوافع وبنسبة (١٦,٥٧%)، وان هذه المواقع تسعى دائماً إلى نشر ثقافة حرية الرأي والتعبير كونها دعامة أساسية للفرد المدافع عن قضاياه، وبالتالي يشكل الفرد رأيه الخاص المتحرر من القيود تجاه مختلف القضايا المطروحة على الساحة، فيجدون فيها متنفساً للتعبير عن رأيهم، اما (اكتساب الثقافة السياسية) فقد حصلت على نسبة (١٤,٧٩%)، وفي ذلك اشارة واضحة إلى الدور الفاعل لهذه المواقع في تشكيل الثقافة السياسية للمبحوثين لانها تملك ادوات قوة عليهم من حيث التأثير والفاعلية لان هذه المواقع تصل إلى شرائح كبيرة من أفراد المجتمع وبالتالي ستسهم في تشكيل ثقافتهم وسلوكهم السياسي وبالتالي تساعد في عملية التغيير في المجتمع، فرسالة هذه المواقع هي رسالة تثقيفية تعمل على تنمية ثقافة الأفراد بما يجري حولهم من أحداث وتطورات.

اما (بعدّها مصدر للمعلومات عن القضايا المختلفة) فقد حصلت على نسبة مقدارها (١٣,٩٠%)، اما (الحشد ومناصرة القضايا السياسية) فقد حصلت على نسبة (١٠,٩٦%)، اما (تناولها للقضايا السياسية بصراحة) فنسبتها كانت (٨,٨٢%)، اما (موثوقيتها لاقترانها بالصور والفيديوهات) فقد حصلت على نسبة (٦,٩٥%)، اما دوافع (التواصل مع الاصدقاء لاغراض سياسية) فقد حصل على نسبة (٣,٧٤%)، اما دوافع (متابعة التغييرات السياسية العربية والعالمية) و(الاسهام في كشف الحقائق السياسية ونشرها) فقد احتلت المراتب الاخيرة وبنسب ضئيلة.

المحور الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في حشد الرأي العام ازاء التغيير السياسي

مدى اعتقادك ان مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في حشد الرأي العام ازاء التغيير السياسي.

جدول (١٣) يوضح اسهام مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي

اسهام المواقع في التغيير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	١١٣	%٧٨,٤٨
احياناً	٣١	%٢١,٥٢
لا	صفر	صفر
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (١٣) إلى ان مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تكوين الرأي العام بشكل دائم او احياناً وبنسبة ١٠٠%.

تسهم مواقع التواصل الاجتماعي حشد الرأي العام، من خلال:

جدول (١٤) يوضح مدى اسهام مواقع التواصل في حشد الرأي العام

الاسهامها	التكرار	النسبة المئوية
مناقشة الأحداث التي تهمهم	٤٧	%٣٢,٦٣
عرض وجهات النظر المختلفة	٣٥	%٢٤,٣٠
معالجة القضايا السياسية والتفاعل معها	٨	%٥,٥٥
توعية الأفراد بالقضايا الهامة	٤٢	%٢٩,٢٠
تعزز الانتماء والروح الوطنية	١٠	%٦,٩٤
الجرأة في الطرح	٢	%١,٣٨
المجمـــوع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (١٤) إلى ان (مناقشة المواقع للأحداث التي تهم المبحوثين) اسهمت في حشدهم وبنسبة (٣٢,٦٣%)، فهذه المواقع عباره عن فضاء مفتوح لمناقشة الأحداث المختلفة وبالتالي ساعدت على الانفتاح الثقافي والمعرفي، ومعرفة آخر الأحداث والتطورات وعلى كافة المستويات، واتاحة فرصة الاطلاع على الأحداث المتنوعة ومجريات الامور ومناقشتها والتعرف على ابعادها ودلالاتها المختلفة على الساحتين المحلية والعالمية التي توفرها هذه المواقع بالنص والصورة والصوت، اما (توعية الأفراد بالقضايا العامة) فقد حصلت على نسبة (٢٩,٢٠%)، اذ ساعدت هذه المواقع على ادراك الطلبة لحقوقهم السياسية وواجباتهم تجاه مجتمعاتهم وتشكيل مواقفهم تجاه هذه القضايا وبالتالي تتضح امامهم الرؤية تجاه ما يجري من أحداث.

اما (عرض وجهات النظر المختلفة) فقد حازت على نسبة (٢٤,٣٠)، إذ أن هذه المواقع تعد منبراً واسعاً لعرض مختلف وجهات النظر.

ونالت (تعزيز الانتماء والروح الوطنية) على نسبة (٦,٩٤%)، في حين حصلت (معالجة القضايا السياسية والتفاعل معها) ما نسبته (٥,٥٥%).

اما (الجرأة بالطرح) فقد احتلت المرتبة الاخيرة وبنسبة ضئيلة بلغت (١,٣٨%).

مدى تفاعل المبحوثين مع المحتوى الذي يدعوا للتغيير السياسي

جدول رقم (١٥) يوضح مدى تفاعل المبحوثين مع المحتوى الذي يدعوا للتغيير السياسي.

التفاعل مع المحتوى	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	٥٧	%٣٩,٥٨
احيانا	٨٤	%٥٨,٣٣
أبداً	٣	%٢,٠٩
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (١٥) إلى ان المبحوثين يتفاعلون مع محتوى مواقع التواصل الاجتماعي سواء اكان بشكل (دائم) او (أحياناً) وبنسبة تجاوزت الـ(٩٧%).

اما الذين لا يتفاعلون مع محتوى هذه المواقع فقد بلغت نسبة ضئيلة جداً.

ما طبيعة هذا التفاعل:

جدول رقم (١٦) يوضح طبيعة تفاعل المبحوثين مع المحتوى الداعي للتغيير السياسي

طبيعة التفاعل	التكرار	النسبة المئوية
التصفح وقراءة المحتوى فقط	٦٠	%٤٢,٥٥
مشاركة منشورات لمستخدمين آخرين	١٠	%٧,١١
من خلال منشورات صفحتي الشخصية	٥	%٣,٥٤
التفاعل بأعجبني	٣٨	%٢٦,٩٥
التعليق على المحتوى المنشور	٢٢	%١٥,٦٠
دعوت الآخرين للمشاركة في التغيير السياسي	٦	%٤,٢٥
المجمـوع	١٤١	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (١٦) إلى ان المبحوثين الذين يفضلون (التصفح وقراءة محتوى المواقع فقط) قد بلغت نسبتهم (٤٢,٥٥%)، اما الذين يعطون (اعجاب للمنشورات) فقد بلغت نسبتهم (٢٦,٩٥%)، في حين بلغت نسبة (الذين يعلقون على المنشورات) (١٥،٦٠%)، اما الذين (يشاركون المنشورات) فقد بلغت نسبتهم (٧,١١%)، اما (الذين يدعون الآخرين من خلال صفحاتهم الشخصية للمشاركة في التغيير السياسي) فقد بلغت نسبتهم (٤,٢٥%).

وبالمرتبة الأخيرة جاء (الذين ينشروه منشورات على صفاحتهم الشخصية) وبنسبة بلغت (٣,٥٤%)، وهذا يدل على ان المبحوثين يتفاعلون مع ما ينشر من محتوى على مواقع التواصل الاجتماعي.

مدى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي يحصلون عليها من المواقع

جدول (١٧) يوضح مدى ثقة المبحوثين لمعلومات مواقع التواصل الاجتماعي

ثقة المبحوثين بالمعلومات	التكرار	النسبة المئوية
أثق دائماً	١٠١	%٧٠,١٥
أثـق أحياناً	٤١	%٢٨,٤٧
لا أثـق	٢	%١,٣٨
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (١٧) إلى ان المبحوثين يثقون بما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي سواء بشكل (دائم) او (احياناً) وبنسبة بلغت اكثر من (٩٨%).

وهذا مؤشر واضح على ان المبحوثين يثقون بمعلومات هذه المواقع اكثر من الوسائل الاخرى التي يرونها انها لا تقدم معلومات وافية عن الموضوعات السياسية التي تهمهم. اما الذين لا يثقون بمعلوماتها فقد بلغت نسبتهم (١,٣٨%).

مبررات التغيير السياسي

جدول (١٨) يوضح مبررات التغيير السياسي

مبررات التغيير السياسي	التكرار	النسبة المئوية
غياب حرية الرأي والتعبير	٤١	%١١.٢٠
البطالة	٨٦	%٢٣.٤٩
تدهور اوضاع حقوق الانسان	٢٠	%٥.٤٦
الفساد المستشري	٧٨	%٢١.٣١
انفراد الحكام بالسلطة	٣٢	%٨.٧٤
تدهور الاوضاع الاقتصادية	٨٢	%٢٢.٤٠
اضطهاد المعارضة	١١	%٣.٠٣
غياب العدالة الاجتماعية	١٦	%٤.٣٧
المجمـوع	٣٦٦	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (١٨) إلى ان من اهم مبررات التغيير السياسي حسب رأي أفراد العينة هي (البطالة) وبنسبة بلغت (٢٣,٤٩%)، فكانت الدافع الأساس بمطالبهم بالتغيير.

اما (تدهور الاوضاع الاقتصادية) فقد نالت نسبة (٢٢,٤٠%)، في حين حاز (الفساد المستشري) في اركان الدولة على نسبة بلغت (٢١,٣١%)، اما (غياب حرية الرأي والتعبير) فقد حصلت على نسبة (١١,٢٠%)، من اجابات المبحوثين اذ صادر الحكام هذا الحق الانساني، اما الذين طالبوا به فقد تعرضوا لاشكال من القمع والاذى من قبل الحكام.

اما (انفراد الحكام بالسلطة) فقد حازت على نسبة (٨,٧٤%)، في حين نالت (تدهور اوضاع حقوق الانسان) على نسبة (٥,٤٦%).

واحرزت (غياب العدالة الاجتماعية) ما نسبته(٤,٣٧%) من اجابات المبحوثين، وبالمرتبة الاخيرة جاء (اضطهاد المعارضة) وبنسبة بلغت (٣,٠٣%).

مدى اعتقادك أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت محرضاً للتغيير السياسي

جدول (١٩) يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في التحريض على التغيير السياسي

مدى تحويض المواقع للتغيير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	١١٨	%٨١,٩٤
أحياناً	٢٠	%١٣,٨٨
لا	٦	%٤,١٨
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (١٩) إلى ان مواقع التواصل الاجتماعي كانت محرضاً للتغيير السياسي وبنسبة بلغت (٨١,٩٤%)، اما الذين رأوها انها كانت تحرض (أحياناً) فقد بلغت نسبتهم (١٣,٨٨%)، فيما اكد (٤,١٨%) منهم انها لم تكن تحرض على التغيير السياسي.

مدى مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي على زيادة وعيك السياسي.

جدول (٢٠) دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي السياسي لدى المبحوثين

زيادة الوعي السياسي	التكرار	النسبة المئوية
نعم	١١١	%٧٧,٠٩
أحياناً	٢٧	%١٨,٧٥
لا	٦	%٤,١٦
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (٢٠) إلى ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد زادت من الوعي السياسي للمبحوثين وبنسبة (٧٧,٠٩%)، اذ ان هذه المواقع اسهمت وبشكل مباشر في نشر الوعي السياسي لدى الرأي العام وتعريفهم بما يدور حولهم من تطورات كما وتساعد في تكوين المواقف السياسية وتعريفهم بقضاياهم، لذلك تولد لديهم الشعور بانهم اصبحوا فاعلين ومؤثرين في القضايا السياسية المطروحة.

وأشار (١٨,٧٥%)، منهم ان هذه المواقع (احيانا) ما ساعدت على زيادة الوعي السياسي. ورأى (٤,١٦%) منهم ان هذه المواقع لم تساعد في زيادة الوعي السياسي لديهم.

مدى تعزيز المواقع لقناعة المبحوثين بضرورة التغيير السياسي

جدول (٢١) يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة قناعة المبحوثين بضرورة التغيير

الثقة بالتغيير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٩٥	%٦٥,٩٧
أحياناً	٤٠	%٢٧,٧٧
لا	٩	%٦,٢٦
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير البيانات جدول (٢١) إلى ان استخدام مواقع التواصل قد عزز قناعة المبحوثين بضرورة التغيير السياسي من اجل تغيير الواقع نحو الافضل وبنسبة (٦٥,٩٧%)، اما الذين اجابوا بأن هذا الاستخدام عزز قناعتهم بالتغيير السياسي (احياناً) فكانت نسبتهم (٢٧,٧٧%)، وهذا راجع إلى قناعتهم وايمانهم بأن هذه المواقع اتاحت قدراً كبيراً من الحرية وايصال الافكار وضرورة التغيير السياسي.

اما الذين رأوا ان هذا المواقع لم تعزز قناعاتهم بضرورة التغيير السياسي فكانت نسبتهم (٦,٢٦%).

مدى اعتقادك ان الحوار والنقاش على مواقع التواصل اسلوب فعال لحشد الرأي العام

جدول (٢٢) يوضح دور الحوارات والنقاشات كوسيلة للتغير السياسي

فعالية الحوار والنقاش	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٨٠	%٥٥,٥٥
أحياناً	٦٢	%٤٣,٠٧
لا	٢	%١,٣٨
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (٢٢) إلى ان الحوار والنقاش على مواقع التواصل الاجتماعي قد مثل وسيلة فعاله لحشد الرأي العام وبنسبة (٥٥,٥٥%)، اذ ان هذه المواقع تعد بمثابة ساحة مفتوحة لعرض وجهات النظر المختلفة تتصارع فيها الآراء والافكار.

اما الذين رأوا ان هذه الحوارات اسهمت (احيانا) في حشد الرأي العام فكانت نسبتهم (٤٣,٠٧%). بينما اشار (١,٣٨%) إلى ان هذه الحوارات لم تكن فعاله في حشد الرأي العام تجاه التغيير السياسي.

مدى اعتقادك ان مواقع التواصل الاجتماعي سيكون لها دور مستقبلي في أحداث التغييرات السياسية

جدول (٢٣) يوضح الدور المستقبلي لمواقع التواصل الاجتماعي في أحداث التغييرات السياسية

الدور المستقبلي للمواقع	التكرار	النسبة المئوية
نـعم	١٢٥	%٨٦,٨٠
أحياناً	١١	%٧,٦٣
لا	٨	%٥,٥٧
المجموع	١٤٤	%١٠٠

تُشير بيانات جدول (٢٣) إلى ان المبحوثين ركزوا وبنسبة (٨٦,٨٠%) على ان لمواقع التواصل الاجتماعي دور مستقبلي كبير في قيادة الثورات من اجل التغيير السياسي.
واشار (٧,٧٣%) منهم إلى ان هذه المواقع (احيانا) ما سيكون لها دور مستقبلي بالتغيير ورأى (٥,٥٧%) منهم إلى ان هذه المواقع لن يكون لها دور مستقبلي في أحداث التغييرات السياسية المنشودة.

جدول (٢٤) يوضح دور مواقع التواصل في حشد الرأي العام ازاء التغيير السياسي

ت	العبارات	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	وسيلة فعاله للتواصل بينهم	١٣٥	٩٣,٧٥%	٥	%٣,٤٨	٤	٢,٧٧%	١٤٤	١٠٠%
٢	تسهم في تعبئة الرأي العام	١١٠	٧٦,٣٨%	٣٠	٢٠,٨٣%	٤	٢,٧٧%	١٤٤	١٠٠%
٣	وراءها جهات تحرض على التغيير السياسي	٥٦	٣٨,٨٨%	٨٠	٥٥,٥٧%	٨	٥,٥٥%	١٤٤	١٠٠%
٤	تبادل الحوار حول القضايا السياسية	٩٠	%٦٢,٥	٤٠	٢٧,٧٧%	١٤	٩,٧٣%	١٤٤	١٠٠%
٥	تساع في اتخاذ قرار بالمشاركة في التظاهرات	٩٣	٦٤,٥٨%	٤٨	٣٣,٣٣%	٣	%٢,٩	١٤٤	١٠٠%
٦	التفاعل مع الآخرين وتنسيق المواقف	١٠١	٧٠,١٥%	٣٧	٢٥,٦٩%	٦	٤,١٦%	١٤٤	١٠٠%
٧	تساعد في تجميع اكبر عدد من الشباب	٩٥	٦٥,٩٧%	٤٤	٣٠,٥٥%	٥	٣,٤٨%	١٤٤	١٠٠%
٨	تساعد في دعوة الآخرين للمشاركة وتغيير الواقع السياسي	١١٦	٨٠,٥٧%	٢٠	١٣,٨٨%	٨	٥,٥٥%	١٤٤	١٠٠%
٩	استخدامي للمواقع اقنعني بضرورة المساهمة في التغيير السياسي	١٠٧	٧٤,٣٠%	٢٨	١٩,٤٤%	٩	٦,٢٦%	١٤٤	١٠٠%
١٠	اداة فعالة للاعداد والتنظيم السياسي	٧٧	٥٣,٤٧%	٦٤	٤٤,٤٤%	٣	%٢,٩	١٤٤	١٠٠%
١١	اشعر أن مشاركين في الفعاليات السياسية تسهم في تقييد الواقع السياسي	٨٦	٥٩,٧٣%	٤٠	٢٧,٧٧%	١٨	١٢,٥٠%	١٤٤	١٠٠%
١٢	تسهم في انجاح التظاهرات من خلال زيادة المشاركة فيها	١٠٣	٧١,٥٣%	٣٤	٢٣,٦١%	٧	٤,٨٦%	١٤٤	١٠٠%
١٣	تكون رأي عام اكثر من الوسائل التقليدية	١٤٠	٩٧,٢٢%	٣	%٢,٠٩	١	٠,٦٩%	١٤٤	١٠٠%

تُشير بيانات جدول (٢٤) إلى اغلبية المبحوثين اجابوا بالموافقة وبنسبة (٩٣,٧٥%)، إلى أن هذه المواقع تعد وسيلة فعاله للتواصل بينهم.

اما في يتعلق بأن هذه المواقع تقف وراءها جهات تحرض على التغيير السياسي فقد اجاب بالحياد (٥٥,٥٥%) من المبحوثين.

واجاب (٦٢,٥%) من المبحوثين بالموافقة على ان هذه المواقع تتيح تبادل الحوار حول القضايا السياسية واشار (٦٤,٥٨%) من أفراد العينة بالموافقة على ان هذه المواقع تساعد على اتخاذ القرار بالمشاركة بالتظاهرات الداعية للتغير السياسي.

واجاب (٧٠,١٥%) من المبحوثين بالموافقة على دور هذه المواقع في التفاعل مع الآخرين وتنسيق المواقف ووافق (٦٥,٩٧%) من المبحوثين على ان هذه المواقع تسهم في تجمع اكبر من الشباب المطالب بحقوقهم السياسية والمطالبين بالتغيير المنشود.

واجاب (٨٠.٥٧%) من أفراد العينة بالموافقة على ان مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في دعوة الاخرين للمشاركة وتغيير الواقع السياسي.

وأكد (٧٤,٣٠%) من المبحوثين إلى ان استخدامهم لهذه المواقع اقنعهم بضرورة المساهمة بالتغيير السياسي ووافق (٥٣,٤٧%) من أفراد العينة على ان هذه المواقع تعد اداة فعالة للإعداد والتنظيم السياسي.

واشار بالموافقة (٥٩,٧٣%) من المبحوثين إلى ان مشاركتهم في الفعاليات السياسية تسهم في تغيير الواقع السياسي.

وأكد (٧١,٥٣%) من أفراد العينة إلى ان مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في انجاح التظاهرات المطالبة بالتغيير السياسي من خلال زيادة المشاركة فيها.

بينما رأى (٩٧,٢٢%) من المبحوثين ان مواقع التواصل تكون رأي عام اكثر من الوسائل التقليدية وذلك من خلال قدرتها على تنويع المادة الإعلامية واظهارها بصورة منافسة للإعلام التقليدي، اذ هياة الفرصة لأناس لم يكن لهم دور في الإعلام التقليدي والذين اثبتوا قدرتهم الفاعلة في خوض هذه التجربة الجديدة، بحيث تهيأ لكل منهم ان يخوض تجربة خاصة حسب اهتماماته وميوله.

❖ النتـــائج :

١-ان جميع أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يؤكد ان هذه المواقع اسهمت في تشكيل آرائهم واتجاهاتهم نحو التغيير السياسي.

٢-اشارت نتائج البحث ان نصف المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً.

٣-يتضح من نتائج البحث ان اكثر من (٤٢%) من المبحوثين يستخدمون مواقع (فيس بوك، انستغرام، يوتيوب)، بوصفها اكثر المواقع التي يعتمدون عليها في استقاء المعلومات حول التطورات السياسية التي تهمهم.

٤-خلص البحث إلى ان اكثر من (٨٠%) من المبحوثين اختاروا الظهور على مواقع التواصل الاجتماعي بأسمائهم الحقيقية للتعبير عن آرائهم ومواقفهم السياسية دون الاختباء وراء اسماء وهمية غير مبالين بالتعرف على هوياتهم الحقيقية، او الخوف من اجهزة الحكومة او تعرضهم للمساءلة القانونية.

٥-اظهرت نتائج البحث ان من ابرز دوافع المبحوثين من استخدام هذه المواقع هي متابعة آخر الاخبار والتطورات السياسية الجارية، اذ انها مصدرها هام لتزويدهم بالمعلومات والاخبار لحظة حدوثها.

٦-تبين من النتائج ان المبحوثين يتفاعلون مع المضامين التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي سواء بشكل دائم او في بعض الاحيان وبنسبة تجاوزت الـ(٩٧%).

٧-اشارت نتائج البحث إلى أفراد العينة يثقون بالمعلومات التي يحصلون عليها من خلال هذه المواقع.

٨-اوضحت النتائج ان من ابرز المبررات التي دعتهم إلى التحرك من اجل التغيير السياسي هي (البطالة، وتدهور الاوضاع الاقتصادية، والفساد المستشري).

٩-بينت نتائج البحث إلى ان مواقع التواصل الاجتماعي ادت دوراً فاعلاً في التحريض على التغيير السياسي سواء بشكل دائم او في بعض الاحيان وبنسبة تجاوزت الـ(٩٤%).

١٠- خلصت النتائج إلى ان الحوار والنقاش في هذه المواقع يعد من الاساليب الفعالة لحشد الرأي العام.

١١- اشارت النتائج إلى ان مواقع التواصل الاجتماعي سيكون لها مستقبل كبير في أحداث تغييرات سياسية على نطاق واسع.

❖ الاستنتاجات:

١-التفوق الواضح لمواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وحشد الرأي العام لما تتمتع به من قدرة فائقة على تحقيق المشاركة الجماهيرية الواسعة اضافة إلى الحرية الكبيرة التي تتيحها.

٢-اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي عاملاً هاماً في الاعداد والتهيئة للتغير السياسي من خلال خلق الوعي اللازم لذلك، لكنها بالمقابل ليست العامل الأساس للتغيير.

٣-كسرت مواقع التواصل الاجتماعي حاجز الخوف والتردد لدى الناس من خلال مساعدتهم في التواصل وتبادل المعلومات ومناقشة الاوضاع الراهنة.

٤-استطاعت هذه المواقع ان تحشد الرأي العام من خلال التفاعل مع تجارب الشعوب الراغبة في التغيير من خلال نشر الفيديوهات والصور، اذ لا يمكن الاستغناء عنها لما توفره من اخبار ومعلومات متنوعة، اضافة إلى انها مجال مفتوح لتبادل الآراء والافكار.

٥-اصبحت هذه المواقع تحظى بأهمية كبيرة عالمياً، نظراً لما تؤديه من دور كبير من خلال الخصائص التي تميزها وتحررها شبه الكامل من الضغوط الحكومية، و ولذلك عدت بمثابة فضاء مفتوح للثورة ضد الانظمة الاستبدادية والدكتاتورية.

٦-تحول وظيفة مواقع التواصل الاجتماعي من اداة للتعارف والتواصل الاجتماعي إلى اداة فعالة للتغيير السياسي.

٧-ان مواقع التواصل الاجتماعي استخدمت وبشكل فاعل لحشد الجماهير المتفرقة جغرافياً من اجل الضغط على الانظمة القائمة للمطالبة بالحقوق والحريات العامة.

٨-حولت مواقع التواصل الاجتماعي العمل السياسي من نشاط سري إلى نشاط علني ضاغط على السلطة.

٩-ساعدت هذه المواقع في حشد الرأي العام وعلى جميع الاصعدة وبزمن قصير، الامر الذي مكنها من التفوق على وسائل الإعلام التقليدي بسبب تحررها من رقابة السلطة، فامتلكت الجماهير بذلك ادوات تفاعل غير مسبوقة تجاوزت قدرات الحكومات على قمعها.

١٠- اسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في سرعة الاستجابة للتطورات السياسية والتفاعل معها من خلال اطلاق هاشتاك للدعم والمؤازرة.

١١- ان الأساس في التغيير السياسي هو الايمان المطلق لكل المكونات في المجتمع وعلى اختلاف اهدافها ومصالحها بأهمية وضرورة أحداث التغيير فكانت هذه المواقع اداة لتحقيقه.

١٢- ان مواقع التواصل الاجتماعي رغم اهميتها في تشجيع حرية الرأي والتعبير إلا انها لا تصنع التغيير المنشود، ولا يمكن ان تكون بديلاً عن الوسائل التقليدية كالاحتجاج والتظاهر والثورة، اي ان لهذه المواقع دور في المساعدة على اشعال فتيلها.

❖ المقترحات:

١-ضرورة رصد وتحليل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي واخضاعها للبحث بهدف الكشف عن اتجاهات الرأي العام تجاه العديد من القضايا والأحداث السياسية.

٢-ضرورة استثمار الحكومات للامكانات الهائلة التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي في مساعيها نحو الإصلاح السياسي الحقيقي.

٣-حث الشباب وبالأخص طلبة الجامعات على المشاركة الفاعلة في هذه المواقع وافساح المجال للتعبير عن آرائهم وتصوراتهم والمطالبة بحقوقهم المسلوبة.

٤-اهتمام القادة السياسيين بإنشاء حسابات لهم على مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الناس.

٥-ضرورة اجراء بحوث مستقبلية تبحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغييرات السياسية.

❖ المصادر و المراجع

١. احمد شريف بسام، دور وسائط الاتصال الجديدة في التغيير السياسي في الدول العربية، اطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، الجزائر، ٢٠١٧.

٢. احمد قاسمي، سليم جداي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الامن المجتمعي للدول الخليجية، برلين، المركز الديمقراطي العربي، ٢٠١٩.

٣. اسامة علي عبد القادر، مقاربة الثورات العربية، بيروت، الجامعة اللبنانية، معهد العلوم الاجتماعية، ٢٠١٢.

٤. اسماعيل عبد الفتاح، السياسات الإعلامية في مصر والعالم العربي، القاهرة، هيئة النيل للنشر والتوزيع، ٢٠١٠.

٥. ايمن الورداني ، حق الشعب في استرداد السيادة، القاهرة ، مكتبة مدبولي، ٢٠١٥.

٦. ايمن بن ناصر العباد، المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، الرياض، مكتبة القانون والاقتصاد، ٢٠١٦.

٧. بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، بحث منشور، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (١٨)، بغداد، ٢٠١٢.

٨. بطرس حلاق، الرأي العام وطرق قياسه، دمشق، منشورات الجامعة السورية الافتراضية، ٢٠٢٠.
٩. بلال الشوبكي، التغيير السياسي من منظور حركات الاسلام السياسي ، رسالة ماجستير ، جامعة النجاح الوطنية ، القد ، ٢٠٠٧.
١٠. جيدور حاج بشير، اثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي، اطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، الجزائر، ٢٠١٦.
١١. حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، عمان دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
١٢. رانيا الكرم، التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة، المركز الاقليمي للدراسات الاستراتيجية، ٢٠١٤.
١٣. رانيه بليردوج، المعالجة الصحفية للحراك الشعبي في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر، ٢٠١٨.
١٤. ريام عبد النور، الاحتجاجات الشعبية في شمال افريقيا وتأثيرها على عملية التحول الديمقراطية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، الجزائر، ٢٠١٤.
١٥. صابر حارص، اشكاليات الإعلام في التأثير على الرأي العام، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع.
١٦. عبد الباسط حسن، اصول البحث الاجتماعي، القاهرة، مكتبة وهبه، ١٩٩٨.
١٧. عبد الرحمن الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
١٨. عبد العليم محمد، الثورات المصرية، القاهرة، مكتبة جزيرة الورود، ٢٠١١.
١٩. عبد الله الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، عمان، ٢٠١٢.
٢٠. عبد الله قاسم كريشان، اثر الثورة المعلوماتية الإعلامية في نشر الوعي السياسي في ظل ثورات الربيع العربي، عمان، دار الجنان للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.
٢١. عثمان محمد الدليمي ، مواقع التواصل الاجتماعي... نظرة عن قرب ، عمان ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، ٢٠١٩.
٢٢. عز الدين عبد المولي، دور الإعلام في ثورة الشعب، الدوحة، المركز العربي للابحاث ودراسة السياسات، ٢٠١١.
٢٣. علاء الخريفاوي، الرقابة على دستورية الانتخابات في العراق، عمان ، المركز العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨.
٢٤. عمار بوضياف، الوجيز في القانون الاداري، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧.
٢٥. فتحي حسين عامر، الإعلام والمظاهرات. مشروعيتها ودوافعها، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧.
٢٦. فواز الحكيم، سوسيو لوجيا الإعلام الجماهيري، عمان، دراسة اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١.

٢٧. كامل خورشيد مراد ، مدخل إلى الرأي العام ، عمان ، دار المسيرة للطباعة والنشر ، ٢٠١٣.
٢٨. ماجد محمد الخياط، أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الاجتماعية، عمان، دار الراية للنشر والتوزيع، ٢٠١٠.
٢٩. محمد غريب ، وجدي حلمي ، مناهج البحث الإعلامي ، القاهرة ، دار المصرية اللبنانية ، ٢٠١٩.
٣٠. محمود اللواء الرشيدي، الانترنت والفيس بوك، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٢.
٣١. محيي الدين عبد الرحيم، الرأي العام، القاهرة، مكتبة الانكلو المصرية، ٢٠٠٩.
٣٢. مروان عبد المجيد، اساليب البحث العلمي، عمان، مؤسسة الوراق، ٢٠٠٠.
٣٣. مصعب حسام الدين، ثورات الفيس بوك... مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
٣٤. منى جعبوب ، قيادة المجتمع نحو التغيير ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠١٠ .
٣٥. نرجس شايبي، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة ٨ ماي، الجزائر، ٢٠١٦.
٣٦. ياسين الخرساني، المركز الدستوري لرئيس الدولة في الجمهورية اليمنية، اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية القانون، ٢٠٠٠.

❖ References

1. Ahmed Sharif Bassam, The Role of New Media of Communication in Political Change in Arab Countries, PhD thesis, University of Algiers, Algeria, 2017.
2. Ahmed Qasimi, Salim Jaday, The impact of social networking sites on the societal security of the Gulf countries, Berlin, Arab Democratic Center, 2019.
3. Osama Ali Abdel Qader, Approaching the Arab Revolutions, Beirut, Lebanese University, Institute of Social Sciences, 2012.
4. Ismail Abdel Fattah, Media Policies in Egypt and the Arab World, Cairo, Nile Authority for Publishing and Distribution, 2010.
5. Ayman Al-Wardani, The People’s Right to Reclaim Sovereignty, Cairo, Madbouly Library, 2015.
6. Ayman bin Nasser Al-Abad, Criminal Liability for Users of Social Networks, Riyadh, Library of Law and Economics, 2016.
7. Bushra Jamil Al-Rawi, The role of social networking sites in change, published research, Media Researcher Magazine, Issue (18), Baghdad, 2012.

8. Boutros Hallaq, Public Opinion and Methods of Measuring It, Damascus, Syrian Virtual University Publications, 2020.
9. Bilal Al-Shoubaki, Political Change from the Perspective of Political Islam Movements, Master's Thesis, An-Najah National University, Cod, 2007.
10. Gidor Haj Bashir, The impact of social media on the process of democratic transformation, doctoral thesis, Mohamed Kheidar University, Algeria, 2016.
11. Hussein Mahmoud Hatimi, Public Relations and Social Networks, Amman, Dar Osama for Publishing and Distribution, 2015.
12. Rania Al-Karam, Political Employment of Social Media Sites, Cairo, Regional Center for Strategic Studies, 2014.
13. Rania Blerdog, journalistic treatment of the popular movement in Algeria, Master's thesis, Mohamed Seddik Ben Yahia University, Algeria, 2018.
14. Reyam Abdel Nour, Popular Protests in North Africa and their Impact on the Democratic Transition Process, Master's Thesis, University of Algiers, Algeria, 2014.
15. Saber Hares, Problems of the Media in Influencing Public Opinion, Cairo, Al-Arabi Publishing and Distribution.
16. Abdel Basset Hassan, Principles of Social Research, Cairo, Wahba Library, 1998.
17. Abdul Rahman Al-Shaer, Social Media Sites and Human Behavior, Amman, Dar Al-Safaa for Publishing and Distribution, 2015.
18. Abdel-Aleem Muhammad, The Egyptian Revolutions, Cairo, Rose Island Library, 2011.
19. Abdullah Al-Raoud, The role of social media networks in political change from the perspective of Jordanian journalists, Master's thesis, Middle East University, Amman, 2012.
20. Abdullah Qasim Krishan, The Impact of the Media Information Revolution on Spreading Political Awareness in Light of the Arab Spring Revolutions, Amman, Dar Al-Jinan for Publishing and Distribution, 2012.
21. Othman Muhammad Al-Dulaimi, Social Media Sites... A Closer Look, Amman, Dar Ghaida for Publishing and Distribution, 2019.
22. Ezz El-Din Abdel Mawli, The Role of the Media in the People's Revolution, Doha, Arab Center for Research and Policy Studies, 2011.

23. Alaa Al-Khurafawi, Oversight of the Constitutionality of Elections in Iraq, Amman, Arab Center for Publishing and Distribution, 2008.
24. Ammar Boudiaf, Al-Wajeez fi Administrative Law, Algeria, Jusoor Publishing and Distribution, 2007.
25. Fathi Hussein Amer, media and demonstrations. Its legitimacy and motives, Cairo, Al-Arabi Publishing and Distribution, 2017.
26. Fawaz Al-Hakim, Sociologia Mass Media, Amman, Osama Publishing and Distribution Study, 2011.
27. Kamel Khurshid Murad, Introduction to Public Opinion, Amman, Dar Al-Masirah for Printing and Publishing, 2013.
28. Majid Muhammad Al-Khayyat, Basics of Quantitative and Qualitative Research in the Social Sciences, Amman, Dar Al-Raya for Publishing and Distribution, 2010.
29. Muhammad Gharib, Wagdy Helmy, Media Research Methods, Cairo, Dar Al-Masryah Al-Lubnaniya, 2019.
30. Mahmoud Al-Liwaa Al-Rashidi, The Internet and Facebook, Cairo, Egyptian Lebanese House, 2012.
31. Mohieddin Abdel Rahim, Public Opinion, Cairo, Anglo-Egyptian Library, 2009.
32. Marwan Abdel Majeed, Scientific Research Methods, Amman, Al-Warraq Foundation, 2000.
33. Musab Hossam El-Din, Facebook Revolutions... The Future of Social Media in Change, Publications Company for Publishing and Distribution, 2014.
34. Mona Jaaboub, Leading Society Towards Change, Beirut, Center for Arab Unity Studies, 2010.
35. Narges Shaybi, Social Media Networks and their Role in Shaping Algerian Public Opinion, Master's Thesis, May 8 University, Algeria, 2016.
36. Yassin Al-Khursani, The Constitutional Status of the Head of State in the Republic of Yemen, doctoral thesis, University of Baghdad, College of Law, 2000.