اتجاهات النخبة المصرية نحو الرأي العام الإلكتروني ودور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيله

د. إسلام سعد عبدالله عبدالرحمن عز*

ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة اتجاهات النخبة المصرية نحو الرأي العام الإلكتروني ودور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيله، وتحديد مدي قدرة الرأي العام الإلكتروني في التأثير على كل من التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدية وسياسة الحكومة.

وتبين أن جمهور النخبة من الجمهور النشط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأكدوا على دورها في تلبية الاحتياجات المعرفية لديهم.

اتفقت معظم الآراء على وجود اتجاهات إيجابية نحو تأثير الرأي العام الإلكتروني على التغطية الاعلامية لوسائل الإعلام التقليدية وكذلك وجود اتجاهات إيجابية نحو تأثير الرأي العام الإلكتروني على سياسات الحكومة.

وتبين أن عينة الدراسة لا تعبر بشكل دائم عن رأيها في القضايا السياسية والاجتماعية وأكثر الأنشطة الاتصالية التي يمارسونها على مواقع التواصل الاجتماعي هي قراءة الردود فقط وابداء المشاعر على التعليقات وكانت أقل الأنشطة الاتصالية التي يقومون بها هى نشر تعليقات على الصفحة الشخصية.

اتاحت مواقع التواصل الاجتماعي فرصة للمستخدمين للتعبير عن آرائهم وايصال أفكارهم، هذا ما أوجد شخصيات مؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي، تستطيع التأثير برأي افراد كثيرة من المجتمع. ويمكن للرأي العام عبر الانترنت كقوة اجتماعية صاعدة أن يساهم في إرساء الديمقراطية والتقدم من القاعدة إلى القمة.

الكلمات المفتاحية: النخبة المصرية، الرأي العام الإلكتروني،مواقع التواصل الاجتماعي.

*المدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة حلوان.

Attitudes of the Egyptian elite towards electronic public opinion and the role of social networking sites in shaping it

Abstract:

The study aimed to identify the nature of the Egyptian elite's attitudes towards electronic public opinion and the role of social networking sites in shaping it, and to determine the extent of the ability of electronic public opinion to influence both the media coverage of traditional media and government policy.

It turns out that the elite audience is an active audience in the use of social networking sites, and they emphasized its role in meeting their cognitive needs.

Most of the opinions agreed on the existence of positive trends towards the influence of electronic public opinion on media coverage of traditional media, as well as the existence of positive trends towards the influence of electronic public opinion on government policies.

It was found that the study sample does not always express its opinion on political and social issues, and the most communicative activities they practice on social networking sites are reading responses only and expressing feelings on comments, and the least communicative activities they do is posting comments on the personal page.

Social networking sites have provided an opportunity for users to express their opinions and communicate their ideas, and this is what has created influential personalities on social networking sites, who can influence the opinion of many members of society. Online public opinion as a rising social force can contribute to democratization and progress from the bottom up.

Key words: Egyptian elite- electronic public opinion –social networking sites

(1) مقدمة منهجية وإجرائية

(1 -1) موضوع الدراسة

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من التقنيات الاتصالية الحديثة المحركة للرأي العام؛ والتي وفرت مجالا واسعا للجماهير للتعبير عن مطالبهم، وفي نفس الوقت تقوم بدور مهم جدا في تشكيل الرأي العام لدى مستخدمي هذه المواقع وحشد الجماعات حول أفكار وآراء واتجاهات معينة، مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافيا أو غير متجانسة ديموغرافيا، ويؤكد ذلك الاقبال المتزايد من قبل شرائح المجتمع المختلفة لتلك المواقع.

وتتسم مواقع التواصل الاجتماعي بكونها أداة اتصالية محركة للرأي العام فقد لفتت أنظار العديد من الجماهير إلى دورها في التغيير السياسي والتعبير عن مطالب الشعب الذي بات يطرح مطالبه في المجتمع الافتراضي وينقل من خلاله ما يريد أن يتحقق. فلم يعد هناك متلقيين سلبيين؛ لكنهم يشاركون بجدية في عملية وضع أجندة القضايا.

وحديثا قد تعاظم أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني، فقد اتاحة مواقع التوصل الاجتماعي الفرصة أمام مستخدمي تلك المواقع للتفاعل والاتصال في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، بل أصبحت أداة للتعبئة والحشد والمعارضة واستطلاع الرأي عبر المنصات والمدونات والمواقع المتعددة.

حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي ساحة لممارسة نوع جديد من التنشئة الذاتية السياسية وتكوين الرأي العام، وتشكيل رأي غير موجه، فهي تؤدي دورا بالغا في تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار واتجاهات معينة، مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافيا، أو غير متجانسة ديموغرافيا.

(1 - 2) مشكلة الدراسة

وفرت ثورة الاتصالات والوسائط التفاعلية الحديثة البيئة الملائمة لتكوين الرأي العام الإلكتروني، الذي يمكن تعريفه بأنه عبارة عن آراء جماعة من الناس تجاه قضية أو موضوع ما يطرح للمناقشة والحوار بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي في وقت محدد.

وتتمثل مشكلة الدراسة في استكشاف اتجاهات النخبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني، وذلك من خلال معرفة مدى كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي. وكذلك تحديد الآثار السياسية والاجتماعية للرأي العام الإلكتروني ومدى تأثيره

أيضا على كل من التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدية، وسياسة الحكومة، وأخيراً كشف المزايا الاتصالية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر النخبة.

(1 -3) أهمية الدراسة

- تنتمى الدراسة إلي دراسات الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي وهذه الدراسات تتسم بالحداثة وجدة موضوعاتها.
- أصبح الإعلام الرقمي بشكل عام ومواقع التواصل بشكل خاص أحد أهم وسائل التواصل بين القادة والنخبة والجمهور.
- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل المجال العام نحو القضايا والأحداث المهمة ذات الشأن العام. وبالتالي ستساعد نتائج الدراسة القائمين على تعبئة الرأي العام لتحسين الأوضاع السياسية والاجتماعية في الوطن.

(1 - 4) الدراسات السابقة

دراسات متعلقة بماهية الرأي العام الإلكتروني وخصائصه وآليات التعبير عنه.

أجرى كلا من اليسيوس ليونج و شيرلي هو 2021[1] دراسة تجريبيه لتحديد تأثير رد فعل الرموز التعبيرية (emojis) والتعليقات على Facebook على إدراك الرأي العام عبر الإنترنت بالتطبيق على قضية اعتماد الطاقة النووية بدولة سنغافورة في ضوء الخطاب العام والخلاف حول القضية. وكذلك تحديد تأثير مصداقية المصدر على الرغبة في التحدث علانية. وأوضحت النتائج أن استخدام الرموز التعبيرية لردود الفعل قدم تصويرًا أكثر دقة للرأي العام الإلكتروني يوضح هذا أن المستخدمين مدركين لمواقف الآخرين تجاه قضية ما من خلال إشارات الرأي وتعميمهم ليكونوا ممثلين للرأي العام. أكدت الدراسة على تأثير مصداقية المصدر (مثل الخبراء والأشخاص جديرو الثقة) على استعداد مستخدمي الفيسبوك للمشاركة والتحدث بعلانية حيث يرون أن وجهات نظرهم مدعومة من مصدر موثوق للغاية والعكس صحيح. وكشفت الدراسة على أن كثيرًا ما يعتمد الأفراد على مصداقية المصدر لتقييم المعلومات عبر الإنترنت بطريقة استكشافية حيث تعتبر مجموعات Facebook بمثابة دليل إرشادي لتقييم المحتوى (القبول النهائي أو الرفض). وقد تبين وجود اختلافات في أنماط اختيار المعلومات وعمليات الإدراك التي قد ينتج عنها اختلافات في الرأي. فيسعى بعض الأشخاص إلى الحصول على معلومات متطابقة لتجنب التنافر المعرفي، وقد يبحث البعض الآخر عن معلومات غير متطابقة ليصبحوا أكثر دراية بالحجج المعارضة على وسائل التواصل الاجتماعي. من المرجح أن يقارن الأفراد مدى توافق التعليقات مع آرائهم الشخصية لقياس ما

إذا كانت آراؤهم تتماشى مع موقف الأغلبية. وبناءً على ذلك، فإن أولئك الذين تعرضوا للتعليقات المتطابقة سيلاحظون دعمًا أكبر لآرائهم من أولئك الذين تعرضوا لتعليقات متضاربة.

رصدت رباب أسامة شاهين (2020) [2] أثر تعرض الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهاتهم نحو القضايا القومية وتحليل محتوى هذه المواقع عن قضايا الدراسة (الإرهاب- الهجرة غير الشرعية- سد النهضة) والمقدمة في صفحات الصحف (الأهرام- المصري اليوم- البوابة نيوز-الوفد) على شبكة التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)، باستخدام الأسلوب الصناعي، في الفترة الزمنية 1/1/ 2017 إلى عام 1/1/ 2020. وأجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الشباب المصري المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي واعتمدت الدراسة على نظرية المجال العام لرصد مدى قدرة تلك الشبكات على خلق مجال عام إلكتروني حول القضايا القومية محل الدراسة. وأكدت الدراسة على أن مؤسسات الإعلام الجديد، تقوم بدور هام في إمداد الجمهور بالمعلومات حول مختلف القضايا وهى تعد أداة من أدوات الوعي الاجتماعي والسياسي والثقافي وخلق حالة من النقاش حول بعض القضايا القومية والسياسية المنشورة على هذه الشبكات بعيدًا عن الرقابة الحكومية بالإضافة الى قدرتها على خلق استعداد لدي مستخدمي هذه المواقع على تبني اتجاهات ومواقف مختلفة تجاه مختلف القضايا القومية المطروحة على الساحة.

استهدفت **دراسة رضا مصطفى عباس (2020)**[3] تحديد الاتجاهات النظرية لوسائل الإعلام الإلكتروني في ظل تكنولوجيا المعلومات وتمثلت عينة البحث بالنظريات الاتصالية التي تناولت الإعلام الإلكتروني وتحليلها والوقوف على أبرز ما طرحته من مفاهيم وفروض، ومن هذه النظريات (نظرية الحتمية التكنولوجية، نظرية الوجود الاجتماعي، نظرية التماس المعلومات، نظرية انتشار المبتكرات، نظرية ثراء وسائل الإعلام). وأكدت الدراسة على أن الثورات التكنولوجية المتلاحقة في الوسائط الإعلامية ساعدت على إبراز صورة أكثر عمقاً وانتشاراً. وأن من اهم مظاهر التدفق الإعلامي الحر عبر الحدود الوطنية هي العولمة الإعلامية.

استهدفت دراسة هناء حسين (2020)[4] تحديد الدور الذي تقوم به الصفحة الرسمية لصندوق تحيا مصر وتشكيل الرأي العام المصري نحو المبادرات التي يشملها الصندوق وأجريت الدراسة على (401) مفردة من المتابعين لصفحة صندوق تحيا مصر على الفيسبوك. وتوصلت الدراسة إلي ان مبادرة 100 مليون صحة من أكثر المبادرات معرفة لدى عينة الدراسة، وقد زادت معرفة العينة بأغلب مبادرات صندوق تحيا مصر كمستفيدين منها في الترتيب الأول ثم كمتبرعين بالمال والخدمات، أما التطوع بالوقت فجاء في الترتيب الأخير للمشاركة في المبادرات، جاء في مقدمة وسائل معرفة الصفحة الرسمية لصندوق تحيا مصر تصفح موقع الفيس بوك، وذلك يتيح للحكومات القدرة على الوصول لكافة فئات الجمهور بأداة منخفضة التكلفة.

درس هسوان Hsuan-Ting Chen[5] 2018 تأثير عاملي سمة الشخصية الفردية والقدرة الرقمية على مدى تفاعل الناس أو انسحابهم وتوصلت الدراسة إلي أن الأفراد الذين يخشون العزلة عن شبكتهم الاجتماعية لديهم احتمالية أكبر لحجب تعبيرهم عندما يختلفون مع الآخرين وفرض رقابة ذاتية على آرائهم وترتبط هذه العلاقة ارتباطًا وثيقًا بالمناخ السياسي للدولة. وأن الخوف من العزلة الاجتماعية له تأثير غير مباشر على تثبيط التعبير عن الرأي المخالف، وثقت هذه الدراسة أن الرقابة الذاتية بدوره يمنع الناس من التعبير بشكل خاص بطريقة تحد من التعبير عن رأي مخالف، ولكن ليس التعبير عن رأي مؤيد. غالبًا ما يحتوي الرأي المخالف على نبرة أكثر سلبية لمهاجمة المرشح أو الحزب المعارض، مما يؤدي إلى التوتر في الاتصال وإثارة المشاعر السلبية، في حين أن دعم الرأي له نبرة إيجابية إلى حد كبير والتي قد تعرض الشخص الذي يعبر عنه لضغط أقل للتوافق مع الأعراف. هذا سبب معقول يجعل الناس يختارون الامتناع عن التعبير عن الآراء المخالفة، ولكن لا يدعمونها. وهذا الإجراء من شأنه أن يقلل من فرص المناقشة الشاملة، وهو أمر بالغ الأهمية لتطوير الديمقراطية.

استكشف Thomas Poell وآخرون 2018[6] استطلاعات الرأي على فيسبوك كأدوات ديمقراطية أولية في الثورة المصرية: صفحة فيسبوك "كلنا خالد سعيد" تتناول الدراسة ديناميكيات المشاركة السياسية على الصفحة، وتبين أن الصفحة كانت بمثابة أداة ديمقراطية أولية من خلال تقديم استطلاعات رأي نوعية وكمية ومتابعة الإجراءات القائمة على رأي الأغلبية. وأجريت الدراسة على 14،072 منشورًا وأوضح التحليل أن الصفحة قدمت درسًا أساسيًا في المشاركة الديمقراطية لمستخدميها. فقد شكلت الصفحة مساحة عامة غير مسبوقة لإجراء مناقشات نشطة وكانت بمثابة مثال عملي للحكم المشترك والمشاركة السياسية، نجحت الصفحة في تشكيل أداة ديمقراطية أولية ساعدت في تعريف الشباب في مصر بممارسات التعبير والمشاركة السياسية، وهي مكونات مهمة للديمقراطية. على الرغم من أننا لا ندعي العلاقة السببية، إلا أن الصفحة وفرت لأعضائها، الذين بلغ عددهم 4.1 مليون مستخدم، مساحة للتعبير عن آرائهم بطريقة لم يسبق لها مثيل من قبل وساعدتهم على إدراك ذلك في مجتمع ديمقراطي، يمكن لأصواتهم وأصواتهم أن تحدث فرقًا. في وقت كان فيه الشباب مستبعدين في الغالب وتميزوا باللامبالاة السياسية.

دراسة خالد منصر (2018) [7] دور الصحافة الإلكترونية في تكوين الرأي العام اثبتت الدراسة أنه لتكوين رأي عام إيجابي تجاه القضايا الهامة فلابد للصحافة الإلكترونية أن تتيح الفرصة للجمهور للتعبير عن الآراء دون قيود وبكل حرية، تساهم الصحافة الإلكترونية مساهمة فاعلية في عملية تكوين الرأي العام من خلال حضورها الفاعل في مراحل تكوين الرأي العام حيث

تعمل على تركيز الانتباه للقضية ثم تزود الجمهور بالمعلومات المتعلقة بها، وتتيح حرية التعبير والمقترحات لحلها وتطويرها للوصول إلي تبلور رأي عام يتم تداوله من خلالها.

أجرت سمر حسانين 2018 [8] دراسة نقدية مستقبلية حول الاتجاهات الحديثة لبحوث الرأي العام وقد غلب الاتجاه الإيجابي نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر إخباري مقارنة بالوسائل التقليدية، وأن أغلب المناقشات الحوارية على مواقع التواصل الاجتماعي تقترب من الصدام لا الحوار وغير أخلاقية وأوصت الدراسة بضرورة إجراء دراسات حول مدى التزام مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالمعايير الأخلاقية

دراسة على عبد الهادي الأمير[9] (2016) حول اتجاهات أساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الالكتروني ازاء الازمات الأمنية وأجريت الدراسة على عينة عمدية مكونة من 150 مفردة من النخبة الأكاديمية بجامعة (بغداد، المستنصرية، والعراقية). وأكدت الدراسة على أن 92% من النخبة الاكاديمية تستخدم الفيس بوك، وأن أغلبية العينة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بواقع ثلاث ساعات يوميا. وأجمعت غالبية عينة الدراسة 90% على أن أهم المزايا الاتصالية المتحققة عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كانت عبارة عن التعبير عن مشاعر الرأي العام تجاه الاحداث الامنية المختلفة بالمرتبة الاولى وبنسبة مئوية بلغت 90%) وأظهرت النتائج اتجاه محايد حول دور مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات الأمنية في تشكيل الرأي العام الإلكتروني.

دراسة محمد مصطفى رفعت[10](2016)، اتجاهات الرأي العام الإلكتروني نحو متغيرات التحول الديمقراطي بمصر بعد إعلان خارطة الطريق 3 يوليو 2013: دراسة مسحية، وأجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها 450 مفردة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية وتوصلت الدراسة لارتفاع كثافة استخدام موقعي الفيسبوك واليوتيوب عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي وتمثلت أهم دوافع الاستخدام في التعرف على الأخبار والأحداث المختلفة، ووجود انخفاض ملحوظ في معدل التعبير عن الآراء السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد غلب الاتجاه الإيجابي نحو الشبكات الاجتماعية كمصدر إخباري مقارنة بالوسائل التقليدية الأخرى.

استكشفت لامية طالة(2015)[11]، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر وأكدت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي جعلت العديد من المستخدمين يدمنون التعامل عليها إلي الحد الذي يجعلهم بمجرد الخروج من الموقع يفكرون في الدخول إليه مرة أخرى مما يؤثر على حالة الفرد النفسية. وأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مكملة للإعلام التقليدي، وسهلت مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على الوصول للجمهور ورفع سقف حرية التعبير وأصبحت حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها. وبينت الدراسة

أن توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في القطاعات الحكومية والتعليمية والاجتماعية لازال ضعيفاً بالجزائر مقارنة بالدول المتقدمة. خلق الإعلام الرقمي واقع جديد يتمثل في تمكين الرأي العام ومطالبة جمهور الإنترنت بمزيد من الشفافية مما يستدعي من الحكومات التكيف مع هذا الواقع الجديد، وأخيرا ضعفت قدرة الدولة في التأثير على أجندة الرأي العام لمصلحة الإعلام الرقمي. لا يستطيع الإعلام الاجتماعي إحداث التغيير السياسي في العالم العربي إلا إذا توفرت الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتقنية الملائمة

استكشف العبيد الطيب 2014 ([12]) الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في التغيرات السياسية التي حدثت بالدول العربية وتوصلت الدراسة إلي أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر وسيلة اتصال فعالة يصنع الجمهور فيها المحتوى الإعلامي ويستهلكه، وقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا فاعلا في الثورات العربية وكانت عاملا قوياً في إحداث التغيرات السياسية، وجود ارتباط بين التعليم والنوع والاتجاه نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، عدم وجود فروق جوهرية بين النوع والجنسية والسن في استخدام الأفراد للتكنولوجيا الحديثة في حين كان هناك فروقاً راجعة للمستوى التعليمي، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منصات إعلامية دائمة، اختزلت مواقع التواصل الاجتماعي داخلها كل أنواع وسائل الإعلام التقليدية، تفوقت مواقع التواصل الاجتماعي على الإعلام التقليدي بالحرية والتفاعلية وسهولة الاستخدام.

دراسة زهير عابد (2012)([13])، حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، وأجريت الدراسة على 500 طالب من الجامعات الفلسطينية بغزة وتوصلت الدراسة إلي فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل بين الشباب إلا أن هذا الدور يبقى منخفضا في حل القضايا الاجتماعية والسياسية، وكانت أكثر القضايا التي يتم مناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي حرية الرأي التعبير في المجتمعات المختلفة، وتبين عدم تأثير كل من متغيري السكن والنوع على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام سياسيا بينما كان هناك تأثير لكل من متغيري الجامعة والتخصص العلمي.

وأجرت ثريا البدوي (2012)[14] تقييما حول رؤية المواطن المصري تجاه تغطية وسائل الإعلام لأزمة المجلس العسكري وأقباط ماسبيرو خلال عام 2011 من خلال إجراء دراسة ميدانية على 221 مبحوث دراسة ودراسة كيفية طبقت بشقيها الواقعي والافتراضي وأكدت في دراستها على أن فضاءات الانترنت أتاحت فرصة لمستخدميها للتعبير عن أفكارهم وآرائهم بل إدارة وإنتاج المحتوى الخاص بهم بما يتوائم مع أفكارهم ومعتقداتهم، بل وأكثر من ذلك فقد أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي مجالا عاما للمستخدمين يمكن من خلاله معارضة النظام

السياسي ونقده لوحظ قلة تفاعل النخبة وعدم مشاركتها الفاعلة عبر الفضاء الافتراضي مقابل المشاركة الفاعلة للشباب والجمهور العام.

قام **david Bietila 2010** [15] في دراسته حول الإثنوغرافيا في العصر الرقمي، باستنتاج ثلاثة عوامل رئيسية جعلت للشبكات الاجتماعية تأثيرا على تغيير الرأي العام وهى:

- انخراط المستخدمين في الحوار العام حول القضايا المجتمعية المختلفة عبر هذه الشبكات.
- ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على أكبر كم ممكن من الآراء – المتفقة أو المختلفة مع الرأي الفردي للمستخدم- وذلك من خلال التعرف على آراء الأصدقاء والنخب والنشطاء.
- نظرا لاعتبار هذه الشبكات مجالا عاما للمستخدمين فإن الآراء الفردية تتحول من خلالها إلي آراء عامة إلكترونية تؤثر بالتبعية على الرأي العام الحقيقي والحراك المجتمعي.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

- اتضح من الدراسات السابقة قلة الدراسات العربية التي تناولت ظاهرة الرأي العام الإلكتروني بعد ثورات الربيع العربي حيث كان التركيز الكبر على دراسة دور الشبكات الاجتماعية في التعبئة والحشد دون الاهتمام بظاهرة الرأي العام الإلكتروني نفسها وتحديد خصائصها والعوامل المؤثرة فيها.
- ارتبطت دراسات الرأي العام الإلكتروني بمفاهيم ذات صلة مثل الديمقراطية الافتراضية والمواطنة والمجال العام الافتراضي
- تعتبر الدراسات الغربية في سياق الرأي العام الإلكتروني أكثر تنوعا على المستويين النظري والتطبيقي
- محدودية الدراسات التي رصدت ملامح توظيف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الرأي العام الإلكتروني
- تم الاستفادة من الدراسات السابقة في الإطار المنهجي وبناء المقاييس وتساؤلات الدراسة.
- تأكيد الدراسات الإعلامية على الدور المهيمن الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل تصورات الرأي العام.

(5-1) الإطار النظري للدراسة

النظرية المستخدمة

نظرية المجال العام public sphere

يعتبر المجال العام مصدراً لتكوين الرأي العام، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار والمناقشات.

ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي فقد أثر ذلك في نظرية المجال العام حيث أصبحت مجالا عاما يتسم بحرية الحوار والمشاركة والتفاعلية في عرض الآراء وكذلك التنوع في عرض المحتوى.

وقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما للتواصل بين الأفراد، وليس فقط لجمع المعلومات. وقد عرف الفيلسوف الألماني يورقن هابرماس Habermas المجال العام بأنه مجتمع افتراضي، يتكون من مجموعة أفراد لهم سمات مشتركة يجتمعون كجمهور، ليقوموا بوضع وتحديد احتياجات المجتمع من الدولة (16). وعرفه أيضا بأنه فضاء تجتمع فيه الأفراد لإثارة الجدل حول قضية ما تتعلق بالشأن العام تتبادل فيه الآراء لفهم الشأن العام للدولة وتشكيل آرائهم حول مختلف القضايا بحرية[17].

دور مواقع التواصل الاجتماعي من خلال نظرية المجال العام

أتاح المجال العام للأفراد التعبير الحر عن الآراء ومناقشة قضايا المجتمع ومشكلاته المجتمعية المختلفة للوصول لمجتمع أكثر حرية وتكوين رأي عام مستنير[18].

وتقوم نظرية المجال العام على محاولة فهم حدود الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة وتوجيه النقاش عبر هذه المواقع في المجتمع. من خلال إتاحة ساحات ومنتديات للنقاش في القضايا المختلفة وتنظيم وبلورة الآراء المعروضة وفق ما تحظى به من اهتمام عام من قبل المشاركين في النقاش، وترشيح الآراء المقدمة وبلورتها لتكون في النهاية آراء لها أولوية وتقدير تعبر عن حالة النقاش العام التي دارت من خلاله[19].

ولكن يجب مراعاة أنه من الصعب السيطرة والرقابة على المجال العام لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك لأنها تتميز بإنها فضاء مفتوح حر تطرح فيه كافة الرؤى ويسهل فيه تبادل الأفكار والمعلومات[20].

وقد انتهت الدراسات إلى وصف جمهور الإعلام الجديد بأنه جمهور نشط، وأشار Jay G Blumler إلي أن نشاط الجمهور يتمثل في إمكانية استخدام وسائل الإعلام كبديل للاتصال

الشخصي للحصول على المعلومات، بجانب الاستخدام العمدى لمضامين وسائل الإعلام، وفقا لاهتماماتهم وتفضيلاتهم دون أي تأثير أو تحكم من أجهزة الإعلام[21].

وقد أشار هابرماس أن هناك أربع افتراضات تشكل سمات المجال العام وهى[22]

- أن تكون هناك قضية قابلة للنقاش، والنقاش الذي يتم في المجال العام، ينبغي أن يقتصر على الاهتمام بالحوار عن القضايا العامة الشائعة المعنية بالصالح العام.
- تساوي فرص الأطراف للمشاركة في الحوار وتبادل المعلومات حول القضايا المهمة، بناء على مبدأ المساواة دون النظر لأوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية.
- أن تكون المشاركة فيه متاحة للجميع، ولكن ينبغي أن يكون مجالًا عام واحداً شاملًا يربط بين جميع الأفراد في المجتمع.
- أن إطار العمل الديمقراطي للمجال العام يتطلب انفصالا تاماً بين المجتمع المدني والدولة.

توظيف نظرية المجال العام فى الدراسة من خلال ما يلى:

- التعرف على اتجاهات النخبة المصرية حول الراي العام الإلكتروني.
- معرفة اتجاهات النخبة نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمجال عام وكوسيلة للتغطية الإعلامية
- دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على إحداث تأثيرات إيجابية أو سلبية على الرأي العام.
- رصد الإشكاليات الاجتماعية والسياسية للرأي العام الإلكتروني في ضوء نظرية المجال العام.

نظرية الحتمية التكنولوجية:

اهتمت النظرية الحتمية التكنولوجية بدراسة تأثير تكنولوجيا وسائل الإعلام على سلوك وشعور وتفكير الأفراد، وكذلك تأثيرها على التطور التاريخي للمجتمعات.

ويرى صاحبها "مارشال ماكلوهان" أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلا عن تكنولوجيا وسائل الإعلام نفسها فطبيعة وسائل الإعلام التي يستخدمها الأفراد ستحدد طبيعة المجتمع وكيف يعالج مشاكله أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال؛ وأن التكنولوجيا الرقمية تؤثر تأثيرا أساسيا في التغير الاجتماعي، فوسائل الإعلام تحدد النظام الاجتماعي وبدون فهم الطبيعة التي تعمل بمقتضاه تقنياتها من الصعب أن نفهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمع[23].

لذلك يفترض في نظريته أن تكنولوجيا الاتصال تقيد حرية الإنسان الذي يصبح خاضعاً لها ويرى ماكلوهان أن مد جهازنا العصبي تكنولوجيا يغرقنا في حركة تجمع عالمية المعلومات، وإن الفرد في العالم الحديث سيتحول من العزلة والانسحاب إلى المساهمة القوية في التجارب الجماعية بسبب الوسائل الإلكترونية التي ستجعلنا نعود مرة أخرى إلي الترابط. ويوضح ماكلوهان أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع وكيف يعالج مشاكله مع أية وسيلة، مما يشكل ظروفا تؤثر على طريقة تفكير الناس وتصرفهم. ووفقاً لرأي ماكلوهان، فقد حل عصر تكنولوجيا الإعلام محل عصر الطباعة، حيث غيرت وسائل الاتصال الإلكترونية توزيع الإدراك الحسي، مما جعل التواصل سريعًا، لدرجة أن الشعوب من مختلف المواقع في العالم تندمج مع بعضها البعض والمشاركة بعمق في حياة الآخرين. أي أن العالم اليوم يعيش مرحلة العقل الالكتروني المتصل بشبكة من الأعصاب تمتد إلى أجزاء الجسم الكوني، حتى اذا ما نشبت أزمة هنا أو حرب هناك فإن الإشارات تأتي لتؤثر على تفكير الجموع في هذا العالم وتنذرهم بالخطر المشترك أما في وقت السلم تصبح الوسائط الإلكترونية محركا للتغير الاجتماعي[24].

الرأي العام الإلكتروني

يوجد للرأي العام الإلكتروني العديد من التعريفات نوجز منها مايلي:- هو ذلك الرأي الـــذي يعبر عن أكبر شـــريحة ممكنة مـــن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والتأثير في أكبر شـــريحة يمكن الوصـــول لهـــا[25].

والرأي العـــام الإلكتروني هو كل (لفظ، فكـــرة، رأي) تعبر عن توجه أو أيدلوجية بعينهـــا يتـــم توصيلهـــا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المشاهدة والمشاركة، ليتكون بعد ذلك ما يعرف بالرأي الإلكتروني.

هو الموضوع السائد في الواقع الافتراضي بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الذين تجمعهم مصلحة مشتركة تجاه قضية أو مشكلة ما تثير اهتمامهم وتتعلق بمصالحهم المشتركة[26].

هو مجموع أو نسبة آراء جمهور المشاركين عبر التكنولوجيا الإلكترونية في وقت محدد تجاه موضوع أو قضية معينة تم عرضه عليهم وأخذوا زمام المبادرة لإبداء رأيهم فيه، سواء كان ذلك لأنه يمس اهتماماتهم. أو لأنهم تأثروا بطرحه للنقاش أو الحوار[27].

وهو محصلة الآراء والنقاشات والأحكام السائدة في المجتمع الافتراضي تجاه قضية ذات طابع جدلي[28]

ويرتبط تكوين الرأي العام الإلكتروني بمتغيرين أساسيين هما: -

المتغير الأول: هو مستوى التعليم ويرتبط به عدد من المتغيرات الفرعية مثل الوسائط التكنولوجية الحديثة ومدى توافر ثقافة التعامل مع الانترنت، ومستوى التعليم للمستخدم.

المتغير الثاني: فهو مدى توافر خدمات الانترنت ومدى قوة الشبكة الحالية، بالإضافة إلي عدد الشركات التي تقدم هذا النوع من الخدمة، والأماكن المتاحة للجماهير التي تقدم مثل هذا النوع من الخدمة (السرعة الإتاحة، المجانية،)[29].

ومما سبق ترى الباحثة أنه يمكن تحديد العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام الإلكتروني فيما يلي:-

1- مدى معرفة الأفراد باستخدام التكنولوجيا الرقمية للتعبير عن آرائهم لتشكل مجالا عاماً للرأي يمكن تحليله وقياسه.

2- مشاركة المستخدم في الحوار العام حول القضايا المجتمعية المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

3- النشاط الإلكتروني والتفاعل المستمر للمستخدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

4- وجود جماعات مرجعية لمستخدمي التكنولوجيا الرقمية تتفق أو تختلف مع رأيها.

وعليه يمكن تحديد الأركان الأساسية للراي العام الإلكتروني:

- المجتمع الافتراضي (المستخدمين).
- قضية جدلية او مشكلة اجتماعية أو سياسية معينة تهم الجمهور.
- المناقشة الحرة وطرح الآراء والتفاعلية بين المستخدمين.
- التكنولوجيا الرقمية (الوسيلة والمنصة الإلكترونية).
- وقت محدد.

مميزات الرأي العام الإلكتروني

1- يساهم الرأي العام الالكتروني في دعم القرارات سواء بتأييدها فيسهم في نجاحها أو معارضتها فتفشل في تحقيق الهدف الذي اتخذت من اجله.

2- تحقيق التقارب الثقافي واختصار المسافات الاتصالية مع المجتمعات الاخرى في العالم.

3- زيادة مستوى الديمقراطية والحوار بحرية بين افراد المجتمع.

4- معرفة آراء واتجاهات الجمهور تجاه القضايا والمشكلات المهمة ذات المساس المباشر بأفراد المجتمع خاصة القضايا الأمنية والاقتصادية.

5- المساهمة في تحقيق التواصل مع النخب وصناع القرار عبر مواقع التواصل الاجتماعي

سمات الرأي العام الإلكتروني[30]

يتميز الرأي العام الإلكتروني بسمات تميزه عن الرأي العام التقليدي وتتركز هذه السمات فيما يلي:

1- **الانتشار والوصول**: يصل الرأي العام الإلكتروني إلي شريحة كبيرة من الأفراد في جميع أنحاء العالم وبسرعة فائقة فيتفاعل معه مستخدمي التكنولوجية الإلكترونية سواء بتأييده أو معارضته أو التعليق عليه.

2- **سهولة قياس اتجاهاته**: يقاس الرأي العام الإلكتروني بطرق علمية وبرامج تقنية توفر إحصائيات دقيقة تمكن القيادات من الاعتماد عليها في صنع واتخاذ القرارات.

3- **يتفاعل مع غالبية الأفكار والقضايا التي تهمه**: يتواجد الرأي العام الإلكتروني في أغلب القضايا التي تهم قطاع كبير من الناس سواء كان الموضوع محليا أو إقليميا أو عالميا ولهذا يلاحظ تفاعل الناس معه الكترونيا كل حسب القضية التي تهمه.

4- **تجدد الرأي العام الإلكتروني**: نظرا لتغير مجريات الأحداث، فإن الرأي العام الإلكتروني لا يتسم بالثبات فهو متغير باستمرار.

وأضاف camaj Hong وآخرون[31] (2009) التداول والتبادل، التعدد والتنوع، حرية التعبير، الوعي.

(1-6) أهداف الدراسة

- **الهدف الرئيسي للدراسة**

هو رصد وتوصيف ظاهرة الرأي العام الإلكتروني وتحليل أبعادها، من خلال استكشاف اتجاهات النخبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني وينبثق عن هذا الهدف عدة أهداف فرعية كالتالي:

- تحديد كثافة استخدام النخبة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني
- تحديد الآثار السياسية والاجتماعية للرأي العام الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- مناقشة تأثير الرأي العام الإلكتروني على كل من التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدية، وسياسة الحكومة.
- الوقوف على أبرز المزايا الاتصالية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر النخبة.
- رصد الإشكاليات الاجتماعية والسياسية للرأي العام الإلكتروني من وجهة نظر النخبة.

(1-7) تساؤلات الدراسة

تهدف الدراسة الميدانية للإجابة على التساؤلات التالية:

1. ما كثافة استخدام النخبة لمواقع التواصل الاجتماعي، وما طبيعة هذا الاستخدام؟
2. ما الآثار السياسية والاجتماعية للرأي العام الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ما اتجاهات النخبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني؟
4. ما اتجاهات النخبة نحو تأثير الرأي العام الإلكتروني على كل من: التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدية، وسياسة الحكومة؟
5. ما المزايا الاتصالية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر النخبة؟
6. ما أهم الإشكاليات الاجتماعية والسياسية للرأي العام الإلكتروني من وجهة نظر النخبة؟

(1-8) نوع الدراسة وإطار المنهجي

اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي وذلك لأن البحث يعد من البحوث الوصفية حيث تهتم الدراسة بجمع البيانات عن ظاهرة محددة وهى الرأي العام الإلكتروني وذلك بقصد التعرف على هذه الظاهرة من وجهة نظر النخبة وقد استعانت الباحثة باستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات لاستكشاف الظاهرة والوقوف على جوانبها.

(1-9) عينة الدراسة

تم اختيار عينة الدراسة الميدانية وفقًا لأسلوب العينة العمدية (Purposive Sample)، حيث تم تطبيق الاستمارة إلكترونيا على عينة قوامها 200 مبحوث من النخبة، من خلال إرسال لينك الاستمارة على الفيس بوك والواتس آب كما توضح بيانات الجدول التالي:

جدول رقم (1) توزيع العينة حسب البيانات الديموغرافية

البيانات الديموغرافية		ك	%
النوع	ذكر	97	48.5
	أنثى	103	51.5
العمر	أقل من 35 سنة	82	41
	من 35 سنة لأقل من 45 سنة	75	37.5
	من 45 سنة لأقل من 55 سنة	27	13.5
	من 55 سنة فأكثر	16	8
مستوى التعليم	مؤهل عالي	57	28.5
	ماجستير	54	27
	دكتوراه	89	44.5
نوع النخبة	نخبة أكاديمية	100	50
	نخبة إعلامية	100	50

(1-10) مقاييس الدراسة

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في إعداد مقاييس الدراسة، على النحو التالي:

- **مقياس الآثار السياسية والاجتماعية للرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي:** يتكون من أربع عبارات على النحو التالي: "مواقع التواصل الاجتماعي توفر مساحة عامة للأشخاص العاديين لمناقشة القضايا السياسية والاجتماعية"، "التعبير عبر مواقع التواصل يوفر صمام أمان لإظهار غضب الجمهور تجاه الظلم الاجتماعي / عدم المساواة"، "الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة قوة لتعزيز الديمقراطية في مصر"، "التعبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في بناء المجتمع المدني في مصر". وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.662)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس ($\sqrt{\alpha}$ =0.814).
- **مقياس دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام:** يتكون من خمسة عشر عبارة على النحو التالي: "مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور فاعل في تعزيز السلم المجتمعي"، "مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في التفكير السياسي والاجتماعي لبعض الأفراد"، "مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل رأي عام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي"، "الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمثل رأي عامة الشعب المصري"، "المناقشات على مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام"، "تعزز مواقع التواصل الاجتماعي المشاركة الفاعلة مع الآخرين والتحاور من أجل حل المشكلات السياسية والاجتماعية"، "مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر نافذة هامة لحرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع السياسية والاجتماعية السائدة في المجتمع"، "مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة لمناقشة القضايا السياسية والاجتماعية بحرية"، "مواقع

التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة للتوافق الاجتماعي والسياسي بين الآراء المختلفة"، "تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مخرجا للتعبير بحرية عن الآراء المختلفة حول القضايا المطروحة"، "تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات المساهمة في حدوث التطورات مؤخرا في الوطن العربي"، "مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع"، "بعض الصور والفيديوهات على مواقع التواصل الاجتماعي قد تغير الآراء تجاه بعض الموضوعات المطروحة"، "ما يكتبه الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالقضايا المطروحة قد يغير آراء البعض"، "قد يحدد البعض آراءهم في كثير من الموضوعات بناء على المعلومات التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي". وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.883)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس ($\sqrt{\alpha}$= 0.94).

- **مقياس تأثير الراي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي على التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدية:** يتكون من ثلاث عبارات على النحو التالي: "الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبح مصدر اخبار مهما للإعلام التقليدي"، "الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتحدى مصداقية وسائل الاعلام التقليدية"، "الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر على كيفية تغطية القضايا من قبل وسائل الاعلام التقليدية". وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.67)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس ($\sqrt{\alpha}$= 0.818).
- **مقياس تأثير الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سياسة الحكومة:** يتكون من خمس عبارات على النحو التالي: "الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يجعل الحكومة أكثر استجابة"، "الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر على عملية صنع القرار في الحكومة"، "الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر على القضايا التي تهم الحكومة"، "الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر على كيفية تحديد القضايا ومعالجتها من قبل الحكومة"، "القضايا التي تمت مناقشتها في مواقع التواصل الاجتماعي ستكون من قبل الحكومة"، وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.887)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس ($\sqrt{\alpha}$= 0.942).
- **مقياس مزايا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:** يتكون من ست عبارات على النحو التالي: "التعبير عن مشاعر الرأي العام تجاه الأحداث"، "اتاحة حرية التعبير بشأن أداء المؤسسات"، "كسب اراء الجمهور وثقته من خلال مصداقية المضامين المقدمة"، "المطالبة بتحقيق الشفافية في اختيار القادة"، "التعبير عن مطالبتهم بمحاسبة المسؤولين

عن الخروقات الأمنية"، "مطالبة الحكومة بالاهتمام بأمن المواطن والحفاظ على سلامته". وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.778)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (α= $\sqrt{0.882}$).

(11-1) أداة جمع البيانات وأسلوب المعالجة

تم جمع بيانات هذه الدراسة من خلال صحيفة الاستقصاء الإلكترونية التي تم تصميمها وتوزيع أسئلتها على عدة محاور عرضت نتائج الدراسة وفقًا لها، وكانت قيمة ألفا كرونباخ للاستمارة (α= 0.912)، ومعامل الصدق الذاتي للاستمارة ($\sqrt{\alpha}$= 0.955)، وتمت المعالجة الكمية للبيانات باستخدام برنامج (SPSS)، وذلك لحساب التكرارات واستخراج الجداول البسيطة والمركبة، واستخدام المتوسط الحسابي والوزن النسبي، بالإضافة إلى المعاملات الإحصائية التالية: كا^2، ومعامل التوافق، واختبار ت للعينات المستقلة، والتحليل العاملي الاستكشافي، وذلك للتوصل إلى نتائج الدراسة العامة والتفصيلية.

(2) نتائج الدراسة الميدانية

تم تحليل نتائج الدراسة من خلال عدة محاور وهى كالتالي: -

المحور الأول: كثافة استخدام النخبة لمواقع التواصل الاجتماعي، وطبيعة هذا الاستخدام.

المحور الثاني: التعرف على اتجاهات النخبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني وتأثير الرأي العام الإلكتروني على كل من التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدية، وسياسة الحكومة.

المحور الثالث: الوقوف على الآثار السياسية والاجتماعية للرأي العام الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي. والمزايا الاتصالية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي والإشكاليات الاجتماعية والسياسية للرأي العام الإلكتروني من وجهة نظر النخبة

المحور الأول: ـ كثافة استخدام النخبة لمواقع التواصل الاجتماعي، وطبيعة هذا الاستخدام.

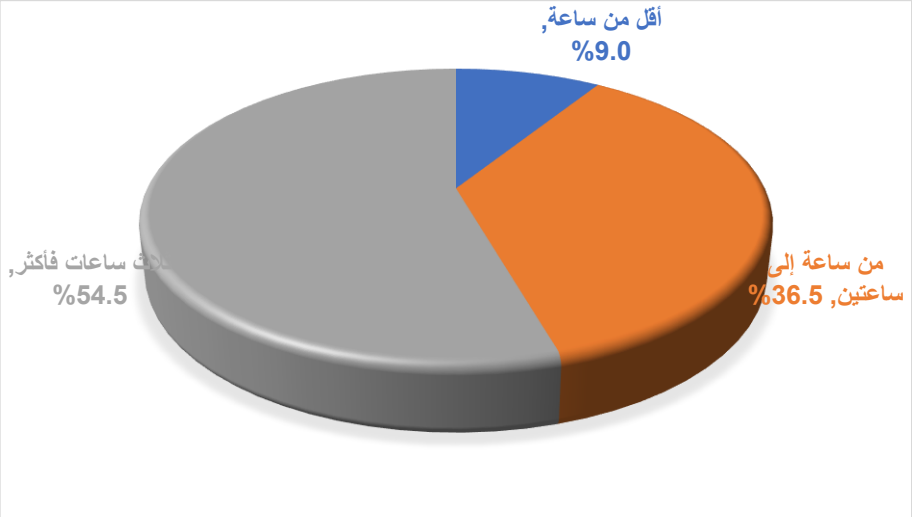
جدول رقم (2) يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها النخبة

مواقع التواصل الاجتماعي	نوع النخبة		الاجمالي	
	نخبة أكاديمية	نخبة إعلامية	ك	%
الفيس بوك	97	90	187	**%93.5**
اليوتيوب	63	62	125	%62.5
تويتر	34	47	81	%40.5
انستجرام	41	40	81	%40.5
واتس آب	28	29	57	%28.5

سناب شات	11	4	15	%7.5
أخرى تذكر	1	3	4	%2.0
جملة من سئلو	100	100	200	

تشير البيانات الواردة في جدول رقم (2) إلي وجود فروق دالة إحصائيا بين عينة الدراسة من حيث متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي اشارت الغالبية من النخبة بأنهم يستخدمون الفيس بوك بنسبة بلغت **93.5%**، وبفارق واضح في الترتيب الثاني جاء استخدام النخبة لليوتيوب بنسبة 62.7%، ثم استخدام تويتر وانستجرام بنسبة 40.5%. ويرجع ذلك لقدرة الفيسبوك على جذب العديد من الجمهور بإمكانياته المتعددة.

وتتفق النتائج مع العديد من الدراسات منها دراسة هناء حسين قرني[32] 2020 ودراسة آمال كمال[33] 2012 التي توصلت إلى ارتفاع كثافة استخدام المبحوثين للفيس بوك.

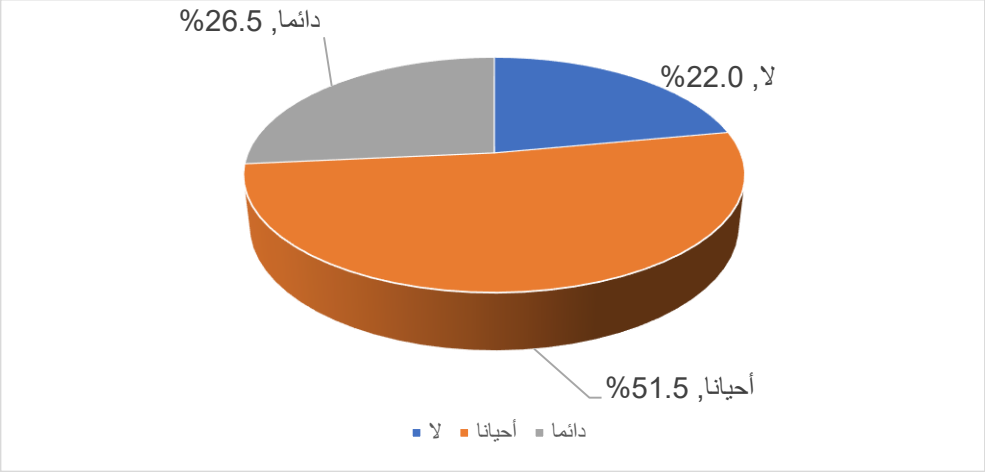


ن= 200 شكل رقم (1) متوسط ساعات استخدام النخبة لمواقع التواصل الاجتماعي

ويتبين من شكل رقم (1) أن أغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ثلاث ساعات فأكثر (54.5%)، وفي الترتيب الثاني استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين (36.5%)، وبنسبة ضئيلة جدا (9%) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعة. وهو ما يتفق مع دراسة علي عبد الهادي التي توصلت الى أن أعلى نسبة استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي من جمهور اساتذة الجامعات (نخبة أكاديمية) هى ثلاث ساعات فأكثر، وهو ما يدلل على أن جمهور النخبة يعد من الجمهور النشط في استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي. والتأكيد على دورها في تلبية الاحتياجات المعرفية لديهم وأنها أصبحت جزءا لا يتجزأ من روتين الحياة اليومي للأفراد. (34).

تبين من الدراسة الميدانية عدم وجود علاقة بين النوع ونوع النخبة في عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي[35] بينما ظهرت علاقة عكسية بين العمر والمستوي التعليمي وعدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث تبين أن الأكبر عمرا والأعلى في المستوى التعليمي هم الأقل استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي[36].



ن= 200 شكل رقم (2) التعبير عن الرأي في القضايا السياسية والاجتماعية عبر مواقع التواصل

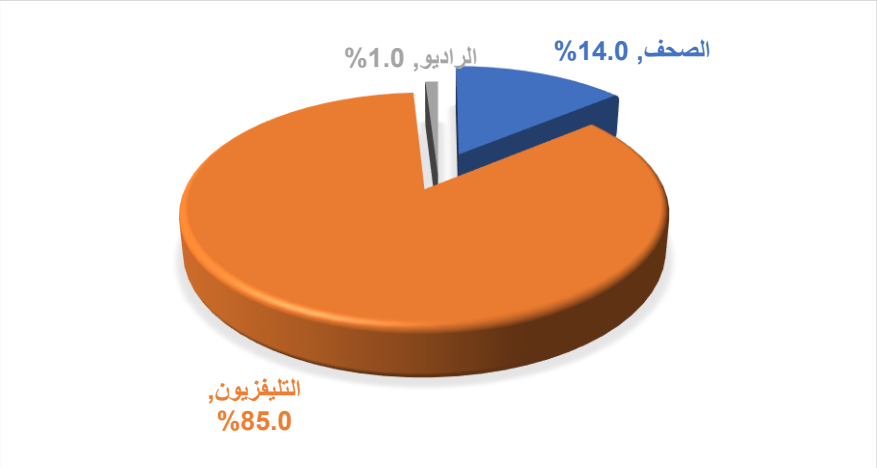
اتضح من الشكل السابق أن حوالي نصف عينة الدراسة (51.5%) لا تعبر بشكل دائم عن رأيها في القضايا السياسية والاجتماعية، وتتقارب هذه النتيجة **مع دراسة (Jennifer Young 2012)** حيث توصلت إلي أن 60% من عينة الدراسة لا تتفاعل بشكل دائم مع الأحداث السياسية بينما 40% فقط من عينة الدراسة تتفاعل بالتعليق المكتوب على الأحداث السياسية المختلفة.

جدول رقم (3) الأنشطة التي تمارسها النخبة على مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي	نوع النخبة		الاجمالي	
	نخبة أكاديمية	نخبة إعلامية	ك	%
قراءة الردود	70	66	136	%68
إبداء المشاعر على التعليقات	71	51	122	%61
إبداء الرأي الشخصي في الموضوعات محل النقاش	56	61	117	%58.5
مشاركة منشورات مع الأصدقاء	63	49	112	%56

نشر تعليقات على الصفحة الشخصية	51	53	104	%52
أخرى تذكر	2	4	6	%3
جملة من سئلو	100	100	200	

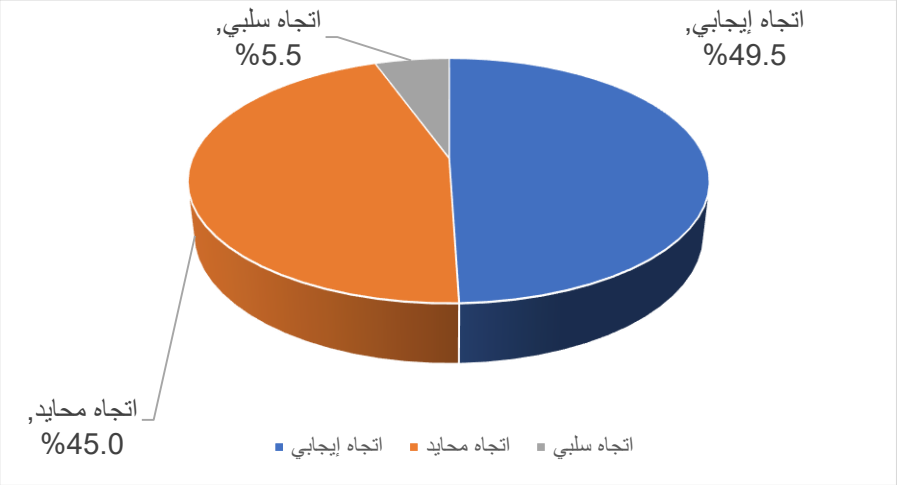
تبين نتائج الجدول رقم (3) أن من اكثر الانشطة الاتصالية التي يمارسها جمهور النخبة (عينة الدراسة) على مواقع التواصل الاجتماعي قراءة الردود (بنسبة 68%) وابداء المشاعر على التعليقات (بنسبة 61%)، بينما 58.5% من المبحوثين أشاروا إلي ابداء الرأي الشخصي في الموضوعات محل النقاش، ثم مشاركة المنشورات مع الاصدقاء بنسبة 56%، وكان في المرتبة الأخيرة نشر تعليقات على الصفحة الشخصية بنسبة 52%. وذلك يؤكد النتيجة في الجدول السابق من أن نصف عينة الدراسة لا تعبر عن رأيها بشكل دائم في القضايا السياسية والاجتماعية. وذلك يعكس عدم الاهتمام بنشر الآراء الشخصية بشكل كبير برغم المتابعة المرتفعة من العينة.



شكل رقم (3) الوسيلة التقليدية التي تتأثر أكثر من غيرها بالرأي العام الإلكتروني

تحولت مواقع التواصل الاجتماعي من مجرد وسيلة لنقل الخبر أو التعليق عليه إلى وسيلة لها دور في معالجته ومتابعته وإثارة ردود الأفعال حوله مع القدرة الهائلة على الانتشار، وفي بعض الأحيان يتم نقل الخبر إلى صفحات الجرائد والقنوات التليفزيونية بما يزيد من حجم تأثيرها وانتشارها. وقد رأت معظم عينة الدراسة (85%) ان التليفزيون يعد من أكثر الوسائل التقليدية تأثرا بالرأي العام الإلكتروني.

المحور الثاني: - اتجاهات النخبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني. وتأثير الرأي العام الإلكتروني على كل من التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدية، وسياسة الحكومة.



ن= 200 شكل رقم (4) اتجاهات النخبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني

هدفت الدراسة الميدانية للتعرف على اتجاهات المبحوثين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني؛ حيث توصلت النتائج إلى أن حوالي نصف المبحوثين لديهم اتجاهات إيجابية نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني وفي المقابل 5.5% فقط من عينة الدراسة كان اتجاههم سلبياً (م= 2.44، و= 81.3%).

تختلف هذه النتائج مع **دراسة علي عبد الهادي الأمير 2016**[37] التي توصلت إلى اتجاه محايد لدى اساتذة الجامعات بشأن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني.

بينما تتفق النتائج مع دراسة **أسامة غازي المدني (2016)** [38]، الذي توصل إلى أن 61.6% من طلبة الجامعة يعتقدون أن المناقشات على مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام لديهم بصورة غير منتظمة، وأن 50% من المبحوثين الشباب تغيرت مواقفهم حول بعض القضايا من جراء مناقشاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، كما توصلت الدراسة إلى أن 41.9% من الشباب يعتقدون في ارتفاع مستوى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام و55.2% من المبحوثين يرون أن مستوى التشكيل متوسط.

وبرصد مدى وجود علاقة بين العناصر الديموغرافية ودور مواقع التواصل في تشكيل الرأي العام الإلكتروني فقد تبين عدم تأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع ونوع النخبة والتعليم) على اتجاهات النخبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني، إلا أنه ظهر تأثير لعمر المبحوثين حيث تبين وجود علاقة بين العمر واتجاهات النخبة حيث كلما زاد عمر المبحوثين كان اتجاههم سلبيا نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني [39].

جدول رقم (4) يوضح تأثير الرأي العام الإلكتروني على وسائل الإعلام التقليدية

الفقرة	موافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبح مصدر اخبار مهما للإعلام التقليدي	140	%70.0	57	%28.5	3	%1.5	2.69	%89.5
الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر على كيفية تغطية القضايا من قبل وسائل الاعلام التقليدية	123	%61.5	69	%34.5	8	%4.0	2.58	%85.8
الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتحدى مصداقية وسائل الاعلام التقليدية	111	%55.5	62	%31.0	27	%13.5	2.42	%80.7

يتضح من بيانات جدول (4) أن معظم عينة الدراسة ترى أن الرأي العام الإلكتروني أصبح أحد أهم مصادر الأخبار، حيث لا يولد النقاش عبر الانترنت ضغطا اجتماعيا أو سياسيا على وسائل الإعلام التقليدية لمتابعته فحسب، بل يوفر لوسائل الاعلام التقليدية سببا مشروعا لتغطية هذه الأحداث والقضايا الحساسة. حيث توفر المناقشات عبر الإنترنت لبعض القضايا الهامة سببا مشروعا لوسائل الإعلام للقيام بتقارير المتابعة حيث تروج وسائل الإعلام التقليدية للأحداث والقضايا وإضفاء أهمية لهذه القضايا من خلال ما تقدمه من تحقيقات وتقارير مما يحفز على مزيد من النقاش على نطاق جماهيري أوسع. وبنشرها عبر وسائل الإعلام الإلكترونية يساهم مرة أخرى في زيادة انتشار الحدث. فالنقاش عبر الانترنت وحده لن يجذب انتباه الحكومة. ولكن بمجرد أن تتدخل وسائل الإعلام التقليدية، يصبح أسلوب عملها احترافيا نسبيا. من خلال تقارير هؤلاء المهنيين قد يظهر قلق على مستوى المجتمع، ومن ثم سيثير انتباه الحكومة إلى حد كبير.

وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات الأجنبية والعربية منها دراسة **Isaac Owusu Asante 2021** [40] **وآخرون** الذين أشاروا في دراستهم بأن وسائل التواصل الاجتماعي هي جوهر إنشاء المعلومات وتوزيعها من خلال المحتوى الذي ينشئه المستخدم حيث تمتلك منصات الوسائط الاجتماعية وظائف ديناميكية، مثل إمكانية قيام المستخدمين بإنشاء قنوات ومجموعات، ومشاركة المحتويات بسرعة فائقة مع عدد كبير من الجمهور تجعل وسائل التواصل الاجتماعي جذابة للمستخدمين.

وبالمثل أكدت لامية طالة(2015)[41] في دراستها باعتماد معظم وسائل الإعلام التقليدية بشكل أساسي على موقعها الإلكتروني لمواكبة الانتشار والسرعة والتفاعلية مع المجتمع.

كما أكد أيضا **حاتم العلاونة 2012**[42] أنه يمكن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوسائل التقليدية في تكوين الآراء والاتجاهات وتعبئة الجماهير تجاه موضوعات الحراك الجماهيري.

جدول رقم (5) تأثير الرأي العام الإلكتروني على سياسات الحكومة

الفقرة	موافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يجعل الحكومة أكثر استجابة	81	%40.5	104	%52.0	15	%7.5	2.33	%77.7
القضايا التي تمت مناقشتها في مواقع التواصل الاجتماعي ستكون من قبل الحكومة	75	%37.5	101	%50.5	24	%12.0	2.26	%75.2
الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر على القضايا التي تهم الحكومة	71	%35.5	108	%54.0	21	%10.5	2.25	%75.0
الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر على كيفية تحديد القضايا ومعالجتها من قبل الحكومة	73	%36.5	97	%48.5	30	%15.0	2.22	%73.8
الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر على عملية صنع القرار في الحكومة	68	%34.0	103	%51.5	29	%14.5	2.20	%73.2

تكشف بيانات الجدول السابق اتجاهات المبحوثين نحو تأثير الرأي العام الإلكتروني على سياسة الحكومة وتبين ارتفاع اتجاه العينة نحو تأثير الرأي العام الإلكتروني على سياسة الحكومة فرأى 77.7% أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تجعل الحكومة أكثر استجابة وأكد على ذلك أيضا موافقة 75% على أن الرأي العام الإلكتروني يمكن أن يؤثر على القضايا التي تهم الحكومة فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت قناة بديلة للتعبير العام ووسيلة ضغط لرفع الصوت عن بعض المطالب وايصال الصوت للمسؤولين وذلك يمكن أن يجعل الحكومة أكثر استجابة. فالضغط الجماهيري أصبح بارزا بشكل متزايد، والرأي العام الإلكتروني أصبح مجموعة ضغط قوية، حيث يمكن لجمهور مواقع التواصل الاجتماعي التعبير بشكل جماعي عن آرائهم بشأن الأمور العامة، مما يدفع الحكومة إلى أن تكون أكثر استجابة للاهتمامات العامة. ولكن هذا لا يتجاهل أنه في بعض الأمور يكون تأثير الرأي العام عبر الانترنت ضئيلا للغاية.

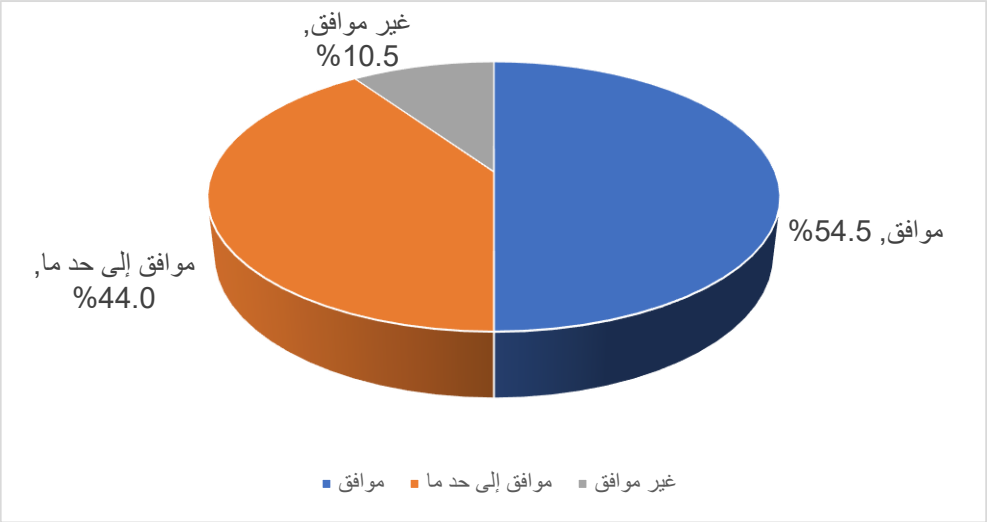
وأصبح الرأي العام الإلكتروني القوة الدافعة التي تروج لإبراز قضية ما، ولكن لا يمكن أن يؤثر بمفرده على عملية صنع القرار في الحكومة. فتكامل الرأي العام عبر الانترنت ووسائل الاعلام التقليدية أصبح أمرا حيويا لتصعيد بروز القضايا، مما يشكل ضغطا كبيرا على الحكومة للاستجابة وفقا لذلك.

ولم يعد في استطاعة أي نظام سياسي الاستمرار في الحكم دون الحصول على الحد الأدنى من موافقة الرأي العام، لذا أصبح الاهتمام بالرأي العام هدفا لكل سياسة[43]

وهذه النتيجة تتفق مع نظرية المجال العام حيث تؤكد النظرية على أن وسائل الإعلام الإلكترونية توجد حالة من النقاش والجدل بين الجمهور تؤثر على الحكومات والنخب والجماهير[44]

الأدوات التفاعلية التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي في مدى زمني قصير تعمل على إنشاء حوارات جماعية تعطي القوة لأي فرد من الجمهور ليصبح وسيلة إعلامية مستقلة بحد ذاته، كما تتيح تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي إمكانيات واسعة للاستقطاب والتعبئة، وهذا ما جعل هذا الإعلام أكثر تأثيراً في تكوين اتجاهات الأفراد وتشكيل أفكارهم وسلوكياتهم[45].

المحور الثالث: الآثار السياسية والاجتماعية للرأي العام الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي. والمزايا الاتصالية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر النخبة والإشكاليات الاجتماعية والسياسية للرأي العام عبر الانترنت



شكل رقم (5) مدى موافقة النخبة على الآثار السياسية والاجتماعية للرأي العام الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

أحد أهداف الدراسة هو استكشاف آراء المبحوثين حول الآثار السياسية والاجتماعية للرأي العام الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي؛ وتوصلت النتائج إلى أن أغلب المبحوثين يوافقون على حدوث آثار سياسية واجتماعية للرأي العام الإلكتروني حيث يتضح من بيانات الشكل رقم (5) أن حوالي نصف المبحوثين يوافقون على وجود آثار سياسية واجتماعية للرأي العام الإلكتروني 54.5%، و44% يوافقون إلى حد ما على حدوث مثل هذه التأثيرات، بينما 10.5% فقط من المبحوثين لا يوافقون على حدوث تأثيرات سياسية واجتماعية للرأي العام الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي. فمواكبة مواقع التواصل الاجتماعي لمجريات الأحداث وإكسابها بعداً جديداً مكنها من تعبئة الرأي العام الإلكتروني من خلال التركيز على وقائع محددة دون غيرها.

تدعم هذه النتيجة نتائج الأبحاث السابقة فقد أكد **Alisius 2021** [46] في دراسته إلى الدور البارز الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام نظرًا لامتداد الواسع

النطاق لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها الواسع حيث. تمتلك منصات الوسائط الاجتماعية خصائص وميزات فريدة للتأثير على الرأي العام الإلكتروني

أما Manuel Castel 2008 [47] فقد أشار في دراسته إلي أن الأثار الاجتماعية تتمثل في الرقابة المجتمعية للحفاظ على العادات والقيم وتنمية المجتمع وتطويره ونقد الأوضاع واتخاذ الخطوات التصعيدية تجاه مختلف القضايا.

فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت واقعاً ملموساً، خصوصا في ظل التطور الهائل في نقل الصور ومقاطع الفيديو واستخدامها عبر مواقع التواصل الاجتماعي. فأصبح بإمكان أي شخص لديه دراية بصنع مادة إعلامية بنقل وجهة نظره وتحيزاته. وهذا ما أكدته **دعاء سالم 2021** [48] في دراستها على أن محتوى الإعلام الرقمي من أقوى الأدوات تأثيراً في الجمهور.

وتبين من إجابات عينة الدراسة عدم تأثير المتغيرات الديموغرافية على مدى موافقة المبحوثين على الآثار السياسية والاجتماعية للرأي العام الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي. [(49)]

جدول رقم (6) الآثار السياسية والاجتماعية للرأي العام الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الفقرة	موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
مواقع التواصل الاجتماعي توفر مساحة عامة للأشخاص العاديين لمناقشة القضايا السياسية والاجتماعية	147	%73.5	50	%25.0	3	%1.5	2.72	%90.7
التعبير عبر مواقع التواصل يوفر صمام أمان لإظهار غضب الجمهور تجاه الظلم الاجتماعي / عدم المساواة	86	%43.0	89	%44.5	25	%12.5	2.31	%76.8

الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة قوة لتعزيز الديمقراطية في مصر	72	%36.0	83	%41.5	45	%22.5	2.14	%71.2
التعبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في بناء المجتمع المدني في مصر	60	%30.0	96	%48.0	44	%22.0	2.08	%69.3

يتضح من بيانات الجدول رقم (6) ان توفير مواقع التواصل الاجتماعي مساحة عامة للأشخاص العاديين لمناقشة القضايا السياسية والاجتماعية جاءت في الترتيب الأول (م=2.72، و=90.7%)، فمواقع التواصل الاجتماعي أعطت للرأي العام قدرة على التواصل من خلال تسليط الضوء على القضايا الهامة، حيث تتيح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها بالتعبير بطريقة مباشرة ولحظية والتعليق على الأحداث. وبفارق واضح جاء في الترتيب الثاني "التعبير عبر مواقع التواصل يوفر صمام أمان للتخلص من غضب الجمهور تجاه الظلم الاجتماعي / عدم المساواة" (م= 2.31، و= 76.8%)، بينما يشكك البعض فيما إذا كان التعبير عبر الإنترنت يمكن حقا أن يخفف من الضغط الاجتماعي، أو يخفف الاستياء العام بمجرد السماح لهم بنشر الآراء عبر الانترنت. حيث جاء في الترتيب الثالث الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة قوة لتعزيز الديمقراطية في مصر (م= 2.14، و= 71.2%)، وأخيرا "التعبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في بناء المجتمع المدني في مصر" (م=2.08، و= 69.3%).

وترى الباحثة أنه يمكن أن يكون للرأي العام الإلكتروني بعض التأثيرات على عملية صنع السياسة بأكملها، بغض النظر عما اذا كانت هذه التأثيرات غير مباشرة أو عرضية، لأن كسر سيطرة الحكومة على المعلومات، سيكون له بطبيعة الحال بعض التأثيرات على الرأي العام نفسه.

المزايا الاتصالية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر النخبة

تبين من نتائج الدراسة الميدانية ان من أهم المزايا الاتصالية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي التعبير عن مشاعر الرأي العام تجاه الأحداث المختلفة (م=2.72، و=90.5%)، ثم في الترتيب الثاني اتاحة حرية التعبير بشأن أداء المؤسسات المختلفة (م=2.54،

و=84.5%)، وفي الترتيب الثالث مطالبة الحكومة بالاهتمام بأمن المواطن والحفاظ على سلامته (م=2.4، و=80%)، وفي المرتبة الرابعة التعبير عن مطالب الجمهور بمحاسبة المسئولين عن التجاوزات الأمنية (م=2.24، و=74.7%)، وفي المرتبة الخامسة كسب اراء الجمهور وثقته من خلال مصداقية المضامين المقدمة (م=2.17، و=72.3%)، وفي المرتبة الأخيرة المطالبة بتحقيق الشفافية في اختيار القادة (م=2.15، و=71.5%)، وهو ما توضحه بيانات الجدول التالي:

جدول رقم (7) المزايا الاتصالية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي

الفقرة	موافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
التعبير عن مشاعر الرأي العام تجاه الأحداث	146	%73.0	51	%25.5	3	%1.5	2.72	%90.5
اتاحة حرية التعبير بشأن أداء المؤسسات المختلفة	117	%58.5	73	%36.5	10	%5.0	2.54	%84.5
مطالبة الحكومة بالاهتمام بأمن المواطن والحفاظ على سلامته	96	%48.0	88	%44.0	16	%8.0	2.40	%80.0
التعبير عن مطالبتهم بمحاسبة المسؤولين عن التجاوزات الأمنية	76	%38.0	96	%48.0	28	%14.0	2.24	%74.7
كسب اراء الجمهور وثقته من خلال مصداقية المضامين المقدمة	69	%34.5	96	%48.0	35	%17.5	2.17	%72.3
المطالبة بتحقيق الشفافية في اختيار القادة	69	%34.5	91	%45.5	40	%20.0	2.15	%71.5

تكشف بيانات جدول رقم (7) المزايا الاتصالية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي فقد احتل التعبير عن مشاعر الرأي العام تجاه الأحداث 90.5% فقد أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي فرصة للمستخدمين للتعبير عن آرائهم وايصال أفكارهم، مما أوجد شخصيات مؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي، تستطيع التأثير برأي أفراد كثيرة بالمجتمع. وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة للضغط لتشكيل الرأي العام، بهدف دعم قضايا اجتماعية وسياسية قد لا يعطيها الاعلام التقليدي حقها في التغطية الإعلامية. **وترى الباحثة أنه يتعين على وسائل الإعلام والحكومة أن تأخذ الرأي العام الإلكتروني على محمل الجد، مع الأخذ**

في الاعتبار أن الرأي العام الإلكتروني له حدوده؛ حيث قد يستغرق الراي العام الإلكتروني وقتا طويلا لظهور تأثيره على السياسة الوطنية. بالإضافة إلي مراعاة العوامل الأخرى التي تزيد من هذا التأثير.

ومن خلال إجابات المبحوثين فقد تمثلت أهم الإشكاليات الاجتماعية والسياسية للرأي العام الإلكتروني وكانت على الترتيب التالي:

1- أنه تحدى احتكار الحكومة للسيطرة على المعلومات.

2- لا يوفر الانترنت قناة بديلة لتوزيع المعلومات فحسب، بل يوفر مساحة عامة للأشخاص العاديين للتعبير عن آرائهم والمشاركة في الشؤون العامة.

3- يمكن لأي شخص الاتصال بالإنترنت لإسماع صوته؛ بسبب الطبيعة المفتوحة واللامركزية والتفاعلية للإنترنت.

4- زيادة حدة النزاع الإلكتروني في الآراء تعد أحد أهم عيوب المجال العام الافتراضي.

5- يمكن تضخيم آراء مستخدمي الإنترنت وتصبح ضغوطا شعبية قوية بغض النظر عن مدى جدواها، مما يدفع الحكومة إلى أن تكون أكثر شفافية وخضوعا للمساءلة لتفادي ذلك التضخيم. وهو ما تقوم به على سبيل المثال صفحة مجلس الوزراء على الفيسبوك بنشر كل الفعاليات الخاصة بالحكومة والرد على كل شائعة يتم تضخيمها بالحقائق والأدلة.

جدول رقم (8) يوضح التأثير السياسي والاجتماعي لمواقع التواصل على الرأي العام الإلكتروني

الفقرة	موافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات المساهمة في حدوث التطورات مؤخرا في الوطن العربي	112	56.0	77	38.5	11	5.5	2.51	%83.5
مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في التفكير السياسي والاجتماعي لبعض الأفراد	103	51.5	91	45.5	6	3.0	2.49	%82.8
بعض الصور والفيديوهات على مواقع التواصل الاجتماعي قد تغير الآراء تجاه بعض الموضوعات المطروحة	103	51.5	90	45.0	7	3.5	2.48	%82.7

قد يحدد البعض آراءهم في كثير من الموضوعات بناء على المعلومات التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي	100	50.0	87	43.5	13	6.5	2.44	%81.2
مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل رأي عام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي	95	47.5	88	44.0	17	8.5	2.39	%79.7
مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع	95	47.5	84	42.0	21	10.5	2.37	%79.0
تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مخرجا للتعبير بحرية عن الآراء المختلفة حول القضايا لمطروحة	85	42.5	101	50.5	14	7.0	2.36	%78.5
مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر نافذة هامة لحرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع السياسية والاجتماعية السائدة في المجتمع	90	45.0	90	45.0	20	10.0	2.35	%78.3
ما يكتبه الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالقضايا المطروحة قد يغير آراء البعض	80	40.0	106	53.0	14	7.0	2.33	%77.7
مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة لمناقشة القضايا السياسية والاجتماعية بحرية	81	40.5	93	46.5	26	13.0	2.28	%75.8
المناقشات على مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام	71	35.5	100	50.0	29	14.5	2.21	%73.7
تعزز مواقع التواصل الاجتماعي المشاركة الفاعلة مع الآخرين والتحاور من أجل حل المشكلات السياسية والاجتماعية	65	32.5	99	49.5	36	18.0	2.15	%71.5

مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة للتوافق الاجتماعي والسياسي بين الآراء المختلفة	50	25.0	96	48.0	54	27.0	1.98	%66.0
مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور فاعل في تعزيز السلم المجتمعي	35	17.5	99	49.5	66	33.0	1.85	%61.5
الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمثل رأي عامة الشعب المصري	32	16.0	68	34.0	100	50.0	1.66	%55.3

اتضح من جدول (8) وجود توجه إيجابي لدى عينة الدراسة حول الدور الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام الإلكتروني. حيث تقاربت اتجاهات النخبة حول تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام حيث رأى 83.5% أن مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات المساهمة في حدوث التطورات مؤخرا في الوطن العربي وأكد على ذلك 82.8 % بأن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في التفكير السياسي والاجتماعي لبعض الأفراد وأن الصور والفيديوهات على مواقع التواصل الاجتماعي تغير الآراء تجاه بعض الموضوعات المطروحة. مما يعنى أنه يمكن للرأي العام الإلكتروني -كقوة اجتماعية صاعدة- أن يساهم في إرساء الديمقراطية والتقدم من القاعدة إلى القمة. فالإنترنت لا يقدم معلومات وفيرة فحسب، بل والأهم يوفر مساحة عامة للتعبير عن الآراء والانخراط في الشئون العامة، مما يمكن أن يساهم في تنمية المجتمع المدني. ولكن يجب الأخذ في الاعتبار أن بعض الأفراد لديهم خوف متأصل من العزلة وهو الذي يحدد سلوكياتهم فمن يرون أن مواقفهم تتماشى مع الأغلبية سيشجعون على التحدث علانية في حين أن أولئك الذين يرون أن موقفهم تتعارض مع الأغلبية سيفرضون رقابة ذاتية على أنفسهم وذلك لخوفهم من التهديد بالعزلة الاجتماعية.

وهذا ما **أشارت إليه لامية طالة(2015)**[50] بإن الجماعات الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي لها دورا فعالا في تعبئة الرأي العام تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية.

وقد لخصت **لامية طالة** دور مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي في: -

1- القدرة على حشد الجمهور 2- بروز المواطنة الإيجابية الفاعلة. 3- أصبحت أداة مضادة للدعاية والإشاعات. 4- أصبح الجمهور محلل للبيانات الصادرة عن الحكومة. 5- المساهمة في تشكيل وعي جديد للمواطن.

ولكن تراجعت آراء عينة الدراسة حول مدى تمثيل الرأي العام الإلكتروني للرأي العام بنسبة 55.3%. **وقد يرجع تفسير ذلك لأنه لا يمكن مساواة الرأي العام عبر الإنترنت برأي المجتمع، إلا أنه يمكن أن يعكس بشكل كبير الرأي الاجتماعي. ففي بعض الأحيان قد يكون جزء منه مبالغ فيه أو متحيزا. لكن إذا كان هناك وقت كاف للتداول والنقاش فيمكن أن يعكس بشكل اساسي الرأي العام الاجتماعي. حيث تظهر آراء وأصوات مختلفة خاصة بعد إشراك وسائل الإعلام التقليدية والمهنيين، ويتم تلقائيا تصفية الجوانب المتحيزة وغير العقلانية للرأي العام عبر الإنترنت.**

خاتمة الدراسة

استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة اتجاهات النخبة المصرية نحو الرأي العام الإلكتروني ودور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيله، وتحديد مدي قدرة الرأي العام الإلكتروني في التأثير على كل من التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدية وسياسة الحكومة.

وتبين أن جمهور النخبة من الجمهور النشط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والغالبية العظمى من النخبة عينة الدراسة يستخدمون الفيس بوك حيث يعد الوسيلة الأكثر استخداما لديهم، ويؤكدون على دورها في تلبية الاحتياجات المعرفية لديهم.

اتضح عدم وجود علاقة بين النوع ونوع النخبة في عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بينما ظهرت علاقة عكسية بين العمر والمستوي التعليمي وعدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث تبين أن الأكبر عمرا والأعلى في المستوى التعليمي هم الأقل استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي.

لا تعبر عينة الدراسة بشكل دائم عن رأيها في القضايا السياسية والاجتماعية وأكثر الأنشطة الاتصالية التي يمارسونها على مواقع التواصل الاجتماعي هي قراءة الردود فقط وابداء المشاعر على التعليقات وكانت أقل الأنشطة الاتصالية التي يقومون بها هى نشر تعليقات على الصفحة الشخصية.

اتفقت معظم الآراء على وجود اتجاهات إيجابية نحو تأثير الرأي العام الإلكتروني على التغطية الاعلامية لوسائل الإعلام التقليدية وكذلك وجود اتجاهات إيجابية نحو تأثير الرأي العام الإلكتروني على سياسات الحكومة.

تحول مواقع التواصل الاجتماعي من مجرد وسيلة لنقل الخبر إلى وسيلة لها دور في معالجته ومتابعته وإثارة ردود الأفعال حوله مع القدرة الهائلة على الانتشار. فقد اكتسبت مواقع التواصل

الاجتماعي عبر مواكبتها مجريات الأحداث وتطوراتها بعد جديدا ربما لم تكن تتوقعه عند تأسيسها من خلال توظيف قدرتها التعبوية وتمكنها من حشد الآراء تجاه قضايا بعينها.

وترى عينة الدراسة أن التليفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية تأثرا بالرأي العام الإلكتروني وفي نفس الوقت فإنه عند نقل الخبر إلى صفحات الجرائد والقنوات التليفزيونية يزيد من حجم تأثيرها وانتشارها.

وجود اتجاهات إيجابية نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني.

اتضح وجود آثار سياسية واجتماعية للرأي العام الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي. فبإمكان أي شخص لديه دراية بصنع مادة إعلامية القيام بعرض وجهة نظره وتحيزاته، خصوصا في ظل التطور الهائل في نقل الصور ومقاطع الفيديو واستخدامها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

عدم تأثير المتغيرات الديموغرافية للنخبة عينة الدراسة على مدى وجود آثار سياسية واجتماعية للرأي العام الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تبين عدم تأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع ونوع النخبة) على اتجاهات النخبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني، إلا أنه ظهر تأثير لعمر المبحوثين حيث تبين وجود علاقة بين العمر واتجاهات النخبة فكلما زاد عمر المبحوثين كان اتجاههم سلبيا نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني.

ومن أهم المزايا الاتصالية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي هى التعبير عن المشاعر تجاه الأحداث المختلفة، واتاحة حرية التعبير بشأن أداء المؤسسات المختلفة، ثم مطالبة الحكومة بالاهتمام بأمن المواطن والحفاظ على سلامته، ثم كسب آراء الجمهور وثقته من خلال مصداقية المضامين المقدمة، وأخيراً المطالبة بتحقيق الشفافية في اختيار القادة.

وتمثلت أهم الإشكاليات الاجتماعية والسياسية للرأي العام الإلكتروني، في تحدي احتكار الحكومة للسيطرة على المعلومات؛ وذلك بسبب الطبيعة اللامركزية والتفاعلية للتكنولوجيا الرقمية، وكذلك تضخيم آراء مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وتصبح ضغوطا شعبية قوية لأنها توفر لهم مساحة عامة للتعبير عن الآراء والانخراط في الشئون العامة.، مما يدفع الحكومة إلى أن تكون أكثر شفافية وخضوعا للمساءلة، وبالتالي يمكن للرأي العام عبر الانترنت كقوة اجتماعية صاعدة أن يساهم في إرساء الديمقراطية والتقدم من القاعدة إلى القمة.

يوفر الانترنت طريقة اكثر امانا واسهل للأشخاص العاديين للانخراط في الشئون العامة، نظرا لعدم الكشف عن هوية المستخدم. ولكن كانت هناك بعض المناقشات حول ما إذا كان التعبير عبر الانترنت يوفر صمام أمان للتخلص من غضب الجمهور. فيشكك البعض فيما إذا كان التعبير عبر الإنترنت يمكن حقا ان يخفف من الضغط الاجتماعي. وترى الباحثة أنه من الممكن ان يخفف التعبير عبر الإنترنت من الضغط الاجتماعي وتعزيز السلم المجتمعي، ولكن يجب الأخذ في الاعتبار أنه لا يمكن الاعتماد عليه بشكل أساسي كصمام أمان للتخفيف من الاستياء العام والتخلص من غضب الرأي العام.

اتاحت مواقع التواصل الاجتماعي فرصة للمستخدمين للتعبير عن آرائهم وايصال أفكارهم، هذا ما أوجد شخصيات مؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي، تستطيع التأثير برأي افراد كثيرة من المجتمع.

يمكن للرأي العام الإلكتروني أن يعكس الرأي الاجتماعي، ولكن لا يمكن مساواة الرأي العام عبر الإنترنت برأي المجتمع فقد يكون جزء منه مغال فيه ومتحيزا. فهناك بعض الشكوك حول ما إذا كان الرأي العام المعبر عنه على الانترنت يمكن أن يمثل المواطنين المصريين ككل. بسبب الطبيعة المجهولة وغير المحددة للأنترنت، ومن الصعب معرفة الهوية الحقيقية للمستخدمين، وعلى الرغم من أن الرأي العام المعرب عنه على الانترنت لا يمثل الجمهور ككل، فقد بدأ المسؤولون يتعاملون معه كمقياس للإحساس بالمزاج العام والاستجابة له وفقا لذلك.

تبين من الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات المساهمة في التأثير السياسي والاجتماعي للأفراد. فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة للضغط لتشكيل الرأي العام، بهدف دعم قضايا اجتماعية وسياسية قد لا يعطيها الاعلام التابع والمسيس حقها في التغطية الإعلامية. حيث تعتبر مجموعات الفيسبوك بمثابة دليل إرشادي لتقييم المحتوى والقبول النهائي أو الرفض لذلك المحتوى فقد يسعى البعض للحصول على معلومات متطابقة لتجنب التنافر المعرفي.

تمكن خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي من متابعة بصمة الأشخاص الرقمية وبالتالي تحدد السمات النفسية لهم والتغيرات التي تطرأ عليها. حيث يتيح الذكاء الاصطناعي القدرة على تحليل ومعالجة بيانات المستخدمين بسرعة فائقة، من خلال العديد من أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الاجتماعية مثل أدوات تحليل آراء المستهلكين، برامج خدمة العملاء. حيث تتيح التحليلات المتطورة المدعومة بالذكاء الاصطناعي تحليل الاتجاهات والمشاعر، وتحديد الموضوعات الشائعة، وبالتالي إنشاء محتوى ذي صلة ونشره على الجمهور المستهدف.

بالرغم من أن الرأي العام الإلكتروني يحتاج وقتا طويلا لظهور تأثيره على السياسة الحكومية. إلا أن الرأي العام يعتبر من أهم الاعتبارات بالنسبة لواضعي السياسات ويتعين على وسائل الإعلام والحكومة أن تأخذ الرأي العام الإلكتروني على محمل الجد. وقد تباينت مستويات قبول النخبة للرأي العام الإلكتروني كوسيلة ضغط على الحكومة واختلف إدراك كل فئة فهناك فئات تراها مصدر للضغط الشعبي وأن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون وسيلة ضغط لرفع الصوت عن بعض المطالب وايصال الصوت للمسؤولين. في حين ترى فئات أخرى أنه لا يمكن الاعتداد بشكل أساسي على الرأي العام الإلكتروني لإنه في كثير من الأحيان قد يكون مغال فيه.

بفضل تقنيات الاتصال الجديدة غيرت مواقع التواصل الاجتماعي الطريقة التي ينظر بها الناس إلى مختلف القضايا. بدلاً من الاعتماد على نشر المعلومات من أعلى إلى أسفل من وسائل الإعلام، يتبنى الأشخاص نهجًا تصاعديًا للبحث عن تعليقات المستخدمين عبر الإنترنت لتقييم الآراء. وأصبح للرأي العام الإلكتروني دورا بارزا في صناعة المحتوى الإعلامي للقضايا المختلفة بالمجتمع.

فبدلا من أن يتم قصف الجماهير باستمرار برسائل ثابتة من وسائل الإعلام المنتشرة في كل مكان أصبحت وسائل الإعلام التقليدية تلتقط القضايا التي يناقشها مستخدمو الانترنت بشدة. بل أن المناقشة عبر الإنترنت حول بعض القضايا الحساسة قد توفر سببا مشروعا لوسائل الإعلام للقيام بتقارير المتابعة.

يتشكل الرأي العام الإلكتروني نتيجة تفاعل الأفراد مع بعضهم البعض، وقدرتهم على التعبير عن آرائهم بحرية. فمواقع التواصل الاجتماعي لديها قدرة كامنة على إحداث التغيير إلا أن تحول تلك القدرة من حالة الكمون إلي حالة النشاط يرتبط بالسياق الذي تتحرك فيه.

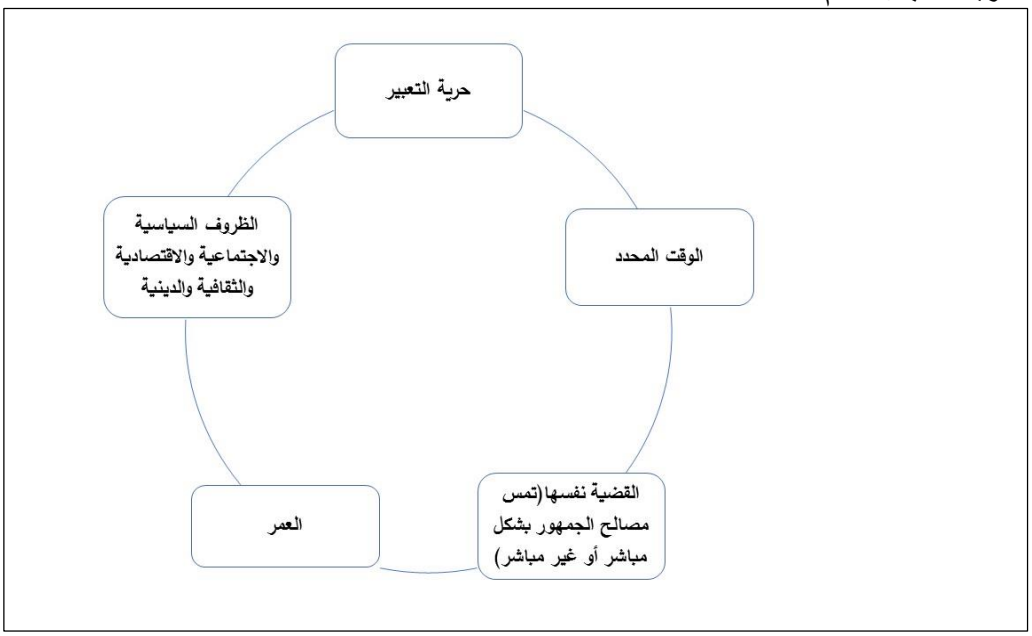
وأحد أهم الأمور التي تؤثر في تكوين الرأي العام الإلكتروني هي أن تكون القضية تمس مصالحهم الحياتية أو العقائدية بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر فتؤثر في نفسيتهم وعواطفهم.

وتكمن خطورة الرأي العام الإلكتروني في إمكانية توجيهه لتبني آراء بعينها وهناك مبالغ مخصصة لتوجيه الرأي العام بالغة الضخامة. لذا تظهر أهمية مراقبة الأشكال اللفظية وغير اللفظية للسلوك التخريبي عبر الإنترنت الذي يحاول التأثير على الرأي العام فيما يتعلق بالقضايا ذات الأهمية الوطنية. فقد يتم توجيه الراي العام الإلكتروني إلى آراء ذاتية بدلاً من حقائق موضوعية.

وأخيرا فإنه يمكن القول بإن الطبيعة التفاعلية لمواقع التواصل الاجتماعي ساعدت على جذب مناقشات نشطة حول العديد من القضايا السياسية والاجتماعية وساعدت مواقع التواصل الاجتماعي الجمهور على إدراك أن لديهم الحق في التعبير عن أنفسهم وأنه يمكنهم بالفعل

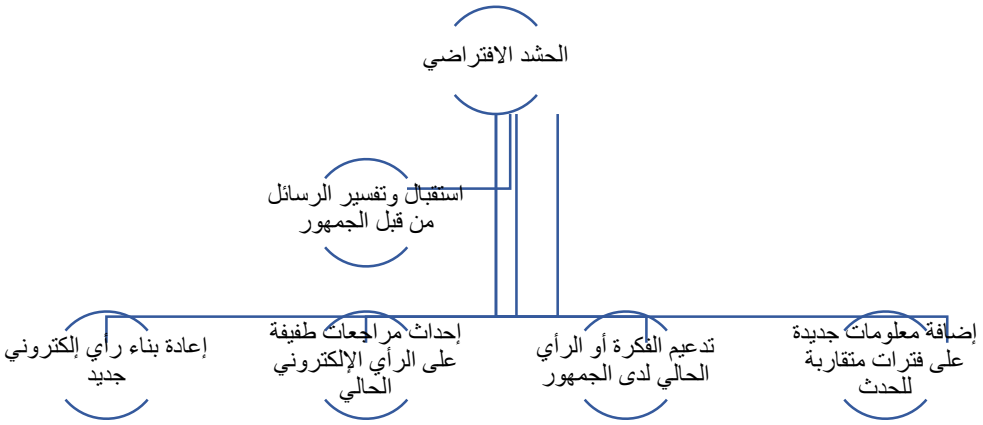
التأثير على سياسات الحكومة، ومحاربة الخوف من التعبير عن الآراء السياسية بشكل عام، فقد عززت مواقع التواصل الاجتماعي نمط من التواصل الأفقي وإعطاء إحساس بالقواسم المشتركة والانتماء حيث يرى الرأي العام الإلكتروني أنهم ليسوا وحدهم في مظالمهم وإحباطاتهم.

وقد قامت الباحثة بإعداد مقترح للعوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام الإلكتروني في ضوء نظرية المجال العام



شكل (6) مقترح للعوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام الإلكتروني

وقد قامت الباحثة بإعداد مقترح لكيفية (مظاهر) الحشد الافتراضي للرأي العام الإلكتروني في ضوء نظرية المجال العام



شكل (7) مقترح لكيفية الحشد الافتراضي للرأي العام الإلكتروني في ضوء نظرية المجال العام

المراجع:

1 Alisius D Leong & Shirley S Ho, perceiving online public opinion: The impact of Facebook opinion cues, opinion climate congruency, and source credibility on speaking out, **New Media & Society**, 2021, Vol.23, No.9, Pp. 2495-2515.

2رباب أسامة شاهين، أثر تعرض الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهاتهم نحو القضايا القومية- دراسة تطبيقية، **دكتوراه**، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2020.

3رضا مصطفى عباس محمد، الاتجاهات النظرية للإعلام الإلكتروني في ظل عولمة المعلومات، **مجلة الجامعة العراقية**، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، ع47، ج 2، 2020. ص 347- 359.

4هناء حسين قرني، الإعلام الجديد ودوره في تشكيل الرأي العام نحو صندوق تحيا مصر، **مجلة البحث العلمي في الآداب**، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، ع 21، 2020، ص 209-226.

5 Hsuan-Ting Chen, Spiral of silence on social media and the moderating role of disagreement and publicness in the network: Analyzing expressive and withdrawal behaviors, **New Media & Society**, 2018, Vol.20, No. 10, Pp.3917-3936.

6 Thomas Poell& et al., Facebook polls as proto-democratic instruments in the Egyptian revolution: The 'We Are All Khaled Said' Facebook page, **Global Media and Communication**, Vol.14, No.1, Pp. 141-160.

7خالد منصر، دور الصحافة الإلكترونية في تكوين الرأي العام: مقاربة نظرية، مجلة تاريخ العلوم، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، ع11، 2018، ص 55-64.

8سمر أحمد حسانين، الاتجاهات الحديثة لبحوث الرأي العام: دراسة نقدية مستقبلية، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع6، ديسمبر 2018، ص 379-401.

9على عبد الهادي، اتجاهات أساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني إزاء الأزمات الأمنية، **مجلة الباحث العلمي**، كلية الإعلام، بغداد، عدد 32، 2016. ص 111-128.

10محمد مصطفى رفعت، اتجاهات الرأي العام الإلكتروني نحو متغيرات التحول الديمقراطي بمصر بعد إعلان خارطة الطريق 3 يوليو 2013: دراسة مسحية، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع7، 2016، ص 317-358.

11لامية طالة، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر: دراسة مسحية في ضوء مدخل الاتصال السياسي، **المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية**، ع4، 2015، ص 379-414.

(12) العبيد الطيب، فاعلية الإعلام الإلكتروني في التغيرات السياسية: دراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، **مجلة ركائز معرفية**، مركز ركائز المعرفة للدراسات والبحوث، السودان، مجلد2، ع1، 2014، ص 87-122.

(13) زهير عابد، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي- دراسة وصفية تحليلية"، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، مجلد 26 (6)، عام 2012، ص: 1388 - 1428.

14 ثريا أحمد البدوي، تقييم رؤية المواطن المصري تجاه تغطية وسائل الإعلام لأزمة المجلس العسكري وأقباط ماسبيرو خلال عام 2011، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، يوليو- سبتمبر 2012، العدد 41، ص 55.

15 David Bietila, An Ethnography of relevance in the digital age, **Master 'thesis**, Columbian college of arts and sciences, the George Washington university, p 66.

(16)Keisuke Ikeda and Satoshi Kurihara, **An Examination of a Novel Information Diffusion Model for social media**, springer, 2017, p.93.

17 Habermas Jurgen, political communication in media society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research, **Communication Theory**, International Communication Association, Germany, No.16, 2006, Pp. 411–426.

(18)http://www.moqatel.com/openshare/Behoth/Mnfsia15/AlMjalAlam/sec01.doc_cvt.htm.

(19) شريف درويش اللبان، **الإعلام البديل. صوت الناس**، المركز العربي للبحوث والدراسات، يناير 2014.

20 عماد عمر، وسائط لإعلام الجديدة فضاءات إعلامية متاحة ومصادر معلوماتية هامة للتواصل الإعلامي ثورة 25 يناير أنموذجاً، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، **المؤتمر العلمي الثامن عشر الإعلام وبناء الدولة الحديثة**، 2012، ص 135.

21 J. Baran, Stanley & K. Davis, Dennis: **Mass Communication Theory**, U.S.A: Longman, 2003, P. 264.

22صبري خالد، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي- دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع 57، ج2، إبريل 2021، ص 17.

23رضا مصطفى عباس محمد، مرجع سابق، ص 350.

24رندة بوسعيد، التغير الاجتماعي والحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان، ، مجلة سوسيولوجيا، ع 1، جزء1، 2017، ص 46.

25محمد مصطفى رفعت، اتجاهات الرأي العام الإلكتروني نحو متغيرات التحول الديمقراطي بمصر بعد إعلان خارطة الطريق 3 يوليو 2013: دراسة مسحية، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة،ع7، 2016، ص 317.

26 Shiwen& etal., contentious discourse and dynamic frames: the interplay among online public opinion, media report, and government discourse in public event" **paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication**, Washington, 2013, p4.

27 متعب شديد محمد، قياس الرأي العام الإلكتروني، **ندوة إدارة وتطوير أداء مراكز قياس الرأي العام**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الشارقة، نوفمبر 2008، ص 91.

28 Roessler Patrick& etal, the spiral of silence and the internet: selection of online content and the perception of the public opinion climate in computer- mediated communication environments" paper presented at the annual meeting of the international communication association, phoenix, p4 2012

29مراد على زريقات، تأثير وسائل الاتصال الإلكترونية في الرأي العام، كلية الملك فهد الأمنية، مركز البحوث والدراسات، ندوة الجرائم الإلكترونية الملامح والأبعاد2008 متاح على -http://www.murad zuriekat0com/articles17.html

30متعب شديد محمد، مرجع سابق، ص 92، 93.

31 Camaj Hong &et al., political discource on facebook: A New Publi Sphere, paper presented at the Annual Meeting of the association for education, **Journalism & Mass Communication**, Boston, 2009, Pp.17-19.

32 هناء حسين قرني، مرجع سابق، ص 209-226.

(33) آمال كمال، علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بالمشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية المصرية 2011-2012بالتطبيق على موقع facebook دراسة ميدانية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، 2012، العدد 42، ص59.

(34) علي عبد الهادي عبد الأمير، اتجاهات استاذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني ازاء الأزمات الأمنية، مجلة الباحث العلمي، العدد 32، 2016، ص123.

(35) النوع: كا2= 2.614 د.ح= 2، الدلالة الاحصائية= 0.271، ر= 0.079 ، الدلالة الاحصائية = 0.269
نوع النخبة: كا2= 3.43 د.ح= 2، الدلالة الاحصائية= 0.18، ر= 0.115 ، الدلالة الاحصائية = 0.106

(36) العمر: كا2= 14.695 د.ح= 6، الدلالة الاحصائية= 0.023، ر= -0.253 ، الدلالة الاحصائية = 0.000
مستوى التعليم: كا2= 10.551 د.ح= 4، الدلالة الاحصائية= 0.032، ر= -0.215 ، الدلالة الاحصائية = 0.002

(37) على عبد الهادي عبد الأمير، مرجع سابق، ص 127.

(38) أسامة غازي المدني، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية: جامعة أم القرى نموذجا"، جامعة السلطان قابوس، كلية الآداب والعلوم، **مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية**، اغسطس 2016، مج 3، ع2. ص: 410 - 412.

(39) النوع: كا2= 2.23 د.ح= 2، الدلالة الاحصائية= 0.328، ر= -0.039 ، الدلالة الاحصائية = 0.585
نوع النخبة: كا2= 2.02 د.ح= 2، الدلالة الاحصائية= 0.364، ر= 0.067 ، الدلالة الاحصائية = 0.346
العمر: كا2= 14.59 د.ح= 6، الدلالة الاحصائية= 0.024، ر= -0.18 ، الدلالة الاحصائية = 0.011
التعليم: كا2= 4.775 د.ح= 4، الدلالة الاحصائية= 0.311، ر= 0.059 ، الدلالة الاحصائية = 0.406

40 Isaac Owusu Asante et al., Examining the Antecedents of User Donation Intentions Toward Social Media Articles: Moderation Effects of Social Contagion, **SAGE**, January-March 2021, Pp.1-12.

41لامية طالة، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر: دراسة مسحية في ضوء مدخل الاتصال السياسي، **المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية**، ع4، 2015، ص 379-414.

42حاتم سليم العلاونة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري" دراسة ميدانية على النقابيين في إربد"، **المؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان " ثقافة التغيير**، كلية الآداب/ جامعة فيلادلفيا، عمان- الأردن، ص 29.

43سمر أحمد حسانين، الاتجاهات الحديثة لبحوث الرأي العام: دراسة نقدية مستقبلية، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع6، ديسمبر 2018، ص 380.

44Brundidge, J. Encountering "Difference" in the Contemporary Public Sphere: The Contribution of the Internet to the Heterogeneity of Political Discussion Networks. **Journal of Communication**, No. 60, Vol. (4), 2010, Pp. 680-700.

45دعاء فتحي سالم، فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب الإعلام التربوي: الفيس بوك نموذجا، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مجلد 20، ع 3، ج1، يوليو 2021، ص 32.

46 Alisius D Leong & Shirley S Ho, perceiving online public opinion: The impact of Facebook opinion cues, opinion climate congruency, and source credibility on speaking out, **New Media & Society**, 2021, Vol.23, No.9, Pp. 2495-2515.

47 Manuel Castells, The Network Sites Enable Political Action, **International Journal of Media & Cultural Politics**, Vol.4, No.2, Pp243.

48 دعاء فتحي سالم، مرجع سابق، ص 30.

49 النوع: كا2= 3.668 د.ح= 2، الدلالة الاحصائية= 0.16، ر= 0.135 ، الدلالة الاحصائية = 0.056
نوع النخبة: كا2= 0.731 د.ح= 2، الدلالة الاحصائية= 0.694، ر= 0.03 ، الدلالة الاحصائية = 0.671
العمر: كا2= 10.21 د.ح= 6، الدلالة الاحصائية= 0.116، ر= -0.098 ، الدلالة الاحصائية = 0.168
التعليم: كا2= 4.803 د.ح= 4، الدلالة الاحصائية= 0.308، ر= -0.002 ، الدلالة الاحصائية = 0.98

50لامية طالة، مرجع سابق، ص 379-414.