



# دور مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو قضية الإصلاح الاقتصادي

## "دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري"

انجي خيرت حمزة\*

مدرس قسم علم الاجتماع جامعة طنطا  
jolitota@yahoo.com

### المستخلص

تتلور مشكلة الدراسة الراهنة في التعرف على دور التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو قضية الإصلاح الاقتصادي، من خلال التطبيق على عينة من الجمهور المصري الذي يتعامل مع الفيسبوك تندرج الدراسة الراهنة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، حيث قامت الباحثة باستخدام منهج المسح الاجتماعي بالعينة للتعرف على دور شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو قضية الإصلاح الاقتصادي أحد أبرز القضايا المطروحة على الساحة المجتمعية المصرية.

واستخدمت الباحثة استمارة استبيان اشتملت على عدد من البنود التي تغطي تساؤلات الدراسة الرئيسية والفرعية وتحقق أهدافها

ومن مجالات الدراسة المجال الجغرافي: محافظات القاهرة وأسيوط والمنوفية

المجال البشري: مستخدمي الفيسبوك في المجتمع المصري

المجال الزمني: ٦ شهور

ولقد جاءت الخصائص الاجتماعية لعينة الدراسة بالنسبة لخصائص الباحثين من حيث السن جاءت نسبة ٢٩% منهم في المرحلة العمرية من ٣٠ الى ٣٩ عاما، يليها نسبة ٢٨% في الفئة العمرية من ٢٠ الى ٢٩ عاما، ثم نسبة ١٧% اعمارهم بين ٤٠ و ٤٩ عاما، وأخيرا نسبة ٥% تجاوزت أعمارهم ٥٠ عاما ويلاحظ غلبة الطبيعة الشابة على عينة الدراسة حيث جاءت ثلاث أرباع العينة في الفئة الواقعة بين ٢٠ و ٤٠ عاما، وهو ما يتفق مع طبيعة المجتمع المصري الشابة من ناحية وميل الشباب الى التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي خاصة شبكة الفيسبوك اكثر من كبار السن.

**الكلمات المفتاحية :-**

الرأي العام - الإصلاح الاقتصادي

## مقدمة:

كان ظهور الفيسبوك كأحدى شبكات التواصل الاجتماعي الجديدة المرتبطة بالإنترنت حدثاً غير مسبوق في التواصل بين البشر وتعظيم قدراتهم على رسم عوالم جديدة متشابكة مع حياتهم اليومية. وعلى الرغم من ارتباط معظم الممارسات الخاصة بهذه الشبكة بالجوانب الاجتماعية بين المستخدمين، فإنها اختلفت في مصر بسبب وطأة التأثيرات السياسية والاقتصادية لتنتقل من مستوياتها الاجتماعية الى مستوياتها السياسية والاقتصادية من خلال مواجهة السلطات الحاكمة وصانعي القرار في مصر، وهو أمر ظهرت ابرز تجلياته في حدوث الثورة المصرية في ٢٥ يناير ٢٠١١، فقد كان حدوث الثورة نتوياً واضحاً لدخول وافد جديد على ساحة الصراعات السياسية، متمثلاً في الانترنت والآليات المرتبطة به خاصة مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفيسبوك<sup>(١)</sup>

ولقد أدى الواقع العربي بعامه، والمصري بخاصة، دوراً كبيراً في تحويل الأفراد الى استخدام الانترنت والتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، وهو أمر لم يبدأ بالتأكيد بالتناول السياسي والاقتصادي المباشر بقدر ما بدأ بالحوارات والدرشات الاجتماعية العادية. ولكن وطأة الواقع الاقتصادي والسياسة والدور القمعي للحكومات العربية أسهم في استخدام الانترنت، ومن ثم مواقع التواصل الاجتماعي كمنفذ حرية جديد يمكن من خلاله تبادل الأفكار، ومن ثم مواجهة السلطات الحاكمة. ومن هنا ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي في مختلف دول العالم العربي، وبدرجات متفاوتة بحسب مستوى الحرية التي تسمح به هذه الدول وبسبب حداثة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عالمنا العربي فان التأثيرات المختلفة المرتبطة بها والأدوار التي تؤديها في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية العامة مازالت بعيدة عن التقييم العلمي الموضوعي، الأمر الذي يستدعي اجراء العديد من الدراسات الميدانية والتحليلية، بما يساعد على تقييم هذه المواقع وحجم التأثير الخاص بها حالياً ومستقبلياً<sup>(٢)</sup>.

وفي ضوء ذلك تحاول الدراسة الراهنة التعرف على دور الفيسبوك في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو قضية الاصلاح الاقتصادي باعتبارها واحدة من القضايا ذات الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تؤثر بشكل رئيسي في حياة المواطنين، خاصة وأن مواقع التواصل الاجتماعي وبعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ لم تعد وسيلة مقتصرة على الجوانب الاجتماعية بل تخطت ذلك الى الجوانب الاقتصادية والسياسية والتي يشترك فيها العديد من المواطنين ويحاولون طرح قضاياهم من خلالها وتشكيل رأي عام ضاغط على السلطة السياسية الحاكمة وصانعي القرار السياسي، ومن هنا تبرز أهمية التعرف على دور هذه الشبكات الاجتماعية الجديدة.

## أولاً : الدراسات السابقة :

إقتربت العديد من الدراسات العربية والأجنبية من موضوع الدراسة بطريقة أو بأخرى ويمكننا وفقاً لما هو متاح من دراسات تحت أيدينا ان نقسمها الى ثلاثة محاور رئيسية على النحو التالي :

١. الدراسات الخاصة بشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

٢. الدراسات الخاصة باتجاهات الرأي العام

٣. الدراسات الخاصة بالاصلاح الاقتصادي

وسوف تقوم الباحثة بعرض نقدي للدراسات الخاصة بكل محور من المحاور الثلاثة على النحو التالي :

## الدراسات الخاصة بشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك :

لقد تعددت الدراسات الخاصة بشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك ودورها وتأثيرها وفي هذا الإطار تأتي دراسة " صالح سليمان عبد العظيم " عن دور الفيسبوك في اندلاع الثورة المصرية حيث قدم الباحث دراسة تحليلية لموقع كلنا خالد سعيد، وخرج بنتيجة مفادها أن مواقع التواصل الاجتماعي ورغم أهميتها إلا أن الفيسبوك لا يمكن أن يكون هو السبب في اندلاع الثورة المصرية ومدى عناصر قوة غير مسبوق في تاريخ الثورات البشرية<sup>(٣)</sup>

وفي نفس المحور جاءت دراسة عبد الهادي أحمد النجار عن دور الفيسبوك في تشكيل المجال العام لدى الشباب الجامعي المصري نحو أحداث ثورة ٢٥ يناير، وتوصلت الدراسة الى أن الفيسبوك قد لعب دوراً هاماً في تشكيل المجال العام لدى الشباب الجامعي المصري نحو أحداث ثورة ٢٥ يناير<sup>(٤)</sup>

ثم جاءت دراسة "Raine Christopher" عن استخدامات وإشباع الفيسبوك للمعلومات السياسية حيث توصلت الى وجود ارتباط بين دوافع استخدام الفيسبوك ودوافع هؤلاء الذين يبحثون عن معلومات سياسية على الفيسبوك<sup>(٥)</sup>

أما دراسة محمد أنور محروس عن دور الشبكات الاجتماعية فى التعبئة السياسية للشباب، فقد توصلت الى أن مواقع التواصل الاجتماعى لها دور كبير فى زيادة الوعى السياسى للشباب، وأنها لعبت دورا حيويا فى تكوين الحشود الثورية الراضة للتعسف الأمنى والدولة البوليسية وحالة الطوارئ المستمرة<sup>(٦)</sup>

وتأتى دراسة نادية بن ورقة عن دور شبكات التواصل الاجتماعى فى تنمية الوعى السياسى والاجتماعى من خلال تداول المعلومات الخاصة بالأحداث السياسية والدعوة لحضور الندوات والتظاهرات<sup>(٧)</sup>

وجاءت دراسة أنجى حمزة عن دور مواقع التواصل الاجتماعى فى الحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو، لتؤكد على الدور المحورى الذى لعبته مواقع التواصل الاجتماعى فى الحشد للثورتين، حيث جاء موقع الفيسبوك فى مقدمة هذه المواقع الذى كان اكثر فاعلية فى حشد المتظاهرين للثورتين بينما جاءت فاعلية موقعى اليوتيوب وتويتر اكثر فاعلية فى ثورة ٣٠ يونيو عن دورهما فى الحشد لثورة ٢٥ يناير<sup>(٨)</sup>

**وجاءت دراسة نسمة عبد الله مطاوع، تأثير مواقع التواصل الاجتماعى على تشكيل اتجاهات الشباب الجامعى نحو الأحزاب الاسلامية بعد ثورة ٢٥ يناير<sup>(٩)</sup>**

وسعت الدراسة الى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعى على تشكيل اتجاهات الشباب الجامعى نحو الأحزاب الاسلامية بعد ثورة ٢٥ يناير.

وتوصلت الدراسة الا عدة نتائج أهمها أن معلومات الشباب حول حزب الحرية والعدالة الذراع السياسى لجماعة الإخوان المسلمين وحزب النور الذراع السياسى للتيار السلفى جاءت عبر موقع الفيس بوك.

**وجاءت دراسة جامعة واشنطن، دور شبكات الاعلام الاجتماعى فى تفعيل الثورات العربية<sup>(١٠)</sup>**

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

وقد أكدت النتائج أن مجموعات المستخدمين للشبكات الاجتماعية قد استفادت من ممارسة حرية التعليقات والمحادثات بصورة لافتة، وهنا واجهت بعض الحكومات تحديات صعبة فى عملية قطع الاتصالات أو الانترنت أو حتى الهاتف النقال، كما أكدت أن هذه الشبكات كان لها دور كبير فى عملية التعبير بصورة سريعة

**٥- دراسة lina, Jarad استخدام الجماعات الفلسطينية للفيس بوك<sup>(١١)</sup>**

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

**الدراسات الخاصة باتجاهات الرأى العام :**

لقد تعددت الدراسات التى تناولت اتجاهات الرأى العام وتأتى دراسة Maxwell Macomb's عن دور الأجنحة المعدة لوسائل الاعلام فى تشكيل الرأى العام، وتوصلت الدراسة الى أن الصحف والتلفزيون ومن خلال أجنحة الأخبار يمكنه لفت انتباه الجمهور الى مجموعة صغيرة من القضايا التى يدور حولها تشكيل الرأى العام<sup>(١٢)</sup>

وفى نفس الإطار دراسة Lucas Braun عن وسائل الاعلام الاجتماعية والرأى العام، والتى أكدت على أن التواصل الاجتماعى عبر وسائل الاعلام الاجتماعى أخذ فى الأزدىاد وأن الطريقة التى يتم بها تشكيل الرأى العام تتأثر بقوة من خلال هذه الوسائط الاعلامية الجديدة<sup>(١٣)</sup>

وجاءت دراسة Daniel Leman عن اتجاهات الرأى العام فى مصر ووسائل الاعلام الاجتماعية، لتؤكد على أنه لا توجد فروق احصائية يعتد بها، لكن ظهرت أنماط ذات دلالة احصائية تثبت الحاجة الى إجراء المزيد من البحوث فى هذا المجال والتى تبنى على منهجية بحث عبر فترة زمنية ممتدة أكثر<sup>(١٤)</sup>

وتأتى دراسة عبد الكريم على الربيسى وزهير ياسين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، وتوصلت الدراسة الى أن شبكات التواصل الاجتماعي اصبحت أكثر انتشاراً أو استخداماً لدى الطلبة وان هذه الشبكات أصبحت تشكل مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام<sup>(١٥)</sup>

### الدراسات الخاصة بالإصلاح الاقتصادي:

شهدت الدراسات في هذا المحور ندرة في حد كبير وما تمكنت الباحثة من الحصول عليه من دراسات انحسر في ثلاثة دراسات منها دراسة Matthew O. Jackson عن الشبكات الاجتماعية في الاقتصاد، وتوصلت الدراسة الى أن الظروف الاجتماعية يمكن أن تساعد في تفسير الظواهر الاقتصادية، حيث لم يعد السياق الاجتماعي ينظر له على أنه عامل من الدرجة الثانية بل أصبح محرك رئيسي للسلوكيات، حيث تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً أساسياً في الحصول على الوظائف وتؤثر في قرارات الشراء للمنتجات<sup>(١٦)</sup>

وفي نفس الإطار جاءت دراسة سمير رضوان عن سياسات الأجور والإصلاح الاقتصادي في مصر، وتوصلت الدراسة الى ضرورة صياغة سياسية متسقة للأجور تكون مواءمة بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية. وإذا كان رفع مستوى الأجور مرغوباً من وجهة نظر العدالة الاجتماعية فإن الإصلاح الاقتصادي يتطلب إعادة النظر في البنية المعلوماتية المتعلقة بالأجور في الاقتصاد المصري<sup>(١٧)</sup>

وجاءت دراسة Johanna Martinsson عن دور الاعلام الحر في الإصلاح الاقتصادي، وأكدت الدراسة ان وسائل الاعلام تلعب دور حاسم في تنفيذ مشروعات الحكومة التنموية واعمال الإصلاح الاقتصادي ومساعدة العاملين في مجال التنمية. وان الاعلام الحر يساعد المواطن على مناقشة كل شئون المجتمع وبالتالي يساعده في المشاركة الديمقراطية في عملية الإصلاح الاقتصادي<sup>(١٨)</sup>

### ومن خلال العرض السابق للدراسات السابقة حول موضوع الدراسة يمكن استخلاص مجموعة من الملاحظات النقدية التالية :

١. أكدت الدراسات السابقة الخاصة بمحور شبكات التواصل الاجتماعي أن هذا النوع الجديد من الاعلام خاصة شبكة الفيسبوك قد بدأت تلعب دوراً مؤثراً في اتجاهات الرأي العام خاصة لدى قطاعات الشباب
٢. بينما اشارت الدراسات السابقة الخاصة بمحور اتجاهات الرأي العام أن شبكات التواصل الاجتماعي اصبحت أكثر انتشاراً واستخداماً من وسائل الاعلام التقليدية هو ما يعنى أنها الأكثر فاعلية في التأثير على الرأي العام مستقبلاً
٣. أما بالنسبة لمحور الدراسات السابقة الخاص بالإصلاح الاقتصادي فقد أكد على أن وسائل الاعلام الاجتماعي بدأت في التأثير على عملية التنمية والإصلاح الاقتصادي
٤. لقد تنوعت الدراسات السابقة في استخدام المناهج والأدوات والأطر النظرية المختلفة هذا الى جانب تعدد وتنوع التخصصات البحثية اجتماع واقتصاد وسياسة واعلام
٥. اشارت الدراسات الى أن هناك ندرة في مجال الدراسات التي تحاول التعرف على دور تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام لذلك تأتي أهمية إجراء هذه الدراسة لتكون ضمن التراكم المعرفي في هذا المجال.

### ثانياً : مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها :

تتبلور مشكلة الدراسة الراهنة في التعرف على دور التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو قضية الإصلاح الاقتصادي، من خلال التطبيق على عينة من الجمهور المصري الذي يتعامل مع الفيسبوك ومن هنا تسعى الدراسة الى تحقيق مجموعة من الأهداف على النحو التالي:

١. التعرف على حجم استخدام الفيسبوك في المجتمع المصري
  ٢. التعرف على علاقة الفيسبوك بالرأي العام
  ٣. التعرف على مدى تأثير الفيسبوك على الرأي العام
  ٤. التعرف على اعتماد الرأي العام على الفيسبوك في التعريف على القضايا العامة
  ٥. التعرف على دور الفيسبوك في طرح قضية الإصلاح الاقتصادي على الرأي العام
- ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة بتحويل هذه الأهداف الى تساؤلات للإجابة عليها على النحو التالي :

١. ما حجم استخدام الفيسبوك في المجتمع المصري؟
٢. هل هناك علاقة بين الفيسبوك والرأى العام؟
٣. ما مدى تأثير الفيسبوك على الرأى العام؟
٤. هل يعتمد الرأى العام المصرى على الفيسبوك للتعرف على القضايا العامة؟
٥. ما الدور الذى لعبه الفيسبوك فى تشكيل الرأى العام بقضية الاصلاح الاقتصادى؟

ثالثا : مفاهيم الدراسة :

مفهوم الشبكات الاجتماعية :

هى مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثانى للويب أو ما يعرف باسم ويب ٢.٠.٠.٠ تتيح التواصل بين الأفراد فى بيئة مجتمع افتراضى يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة..... الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التى يتيحونها للعرض<sup>(١٩)</sup>

كما تعرف بانها حلقات اجتماعية كما فى الحياة اليومية، إنما الفرق انها عبر الانترنت وهى تضم مواضيع خاصة وعامة من كتابات وصور وأفلام وحلقات تعارف<sup>(٢٠)</sup>

مفهوم مواقع الشبكات الاجتماعية :

هى مواقع مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع افراد جدد لا تعرفهم عن طريق افراد تعرفهم مثل (My space, Face book) ويعتبر موقع الفيسبوك أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع، قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه كبرى الشركات، ونقطة القوة الأساسية فى الفيسبوك هى " التطبيقات " التى اتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف انحاء العالم برمجة تطبيقاتهم المختلفة وازادتها للموقع الأساسى. وسهل العاملين فى الفيسبوك المهمة للمبرمجين بانشاء **API** اكواد برمجية مساعدة - تختصر الكثير عليهم وتساعدهم فى الوصول لملفك الشخصى وبناء تطبيق تستفيد منه<sup>(٢١)</sup>

مفهوم الرأى العام:

الرأى العام هو نتاج اجتماعى لعملية الاتصال، والتاثير المتبادل ويشترط لتواجده وجود اتفاق أو اختلاف حول موضوع محدد، كما يتطلب مناقشة علنية لموضوع ذلك الرأى<sup>(٢٢)</sup>

وسوف تستخدم الباحثة هذا المفهوم فى دراستها الراهنة لانها تعتبر الرأى العام هو الاتفاق أو الاختلاف حول قضية الاصلاح الاقتصادى كما طرحت على ساحة النقاش العلنى فى المجتمع المصرى عبر موقع الفيسبوك.

الاصلاح الاقتصادى:

ترى الباحثة أنه بالرغم من تعدد المفاهيم المطروحة بشأن مفهوم الاصلاح الاقتصادى إلا أنها تنصب عموما فى قناة فكرية واحدة وهى أن الاصلاح الاقتصادى يعنى تصحيح أسس الاقتصاد الكلى وإعادة رسم الأولويات لكى يتم توفير الظروف الملائمة لتحقيق النمو الاقتصادى القابل للاستمرار وتحسين مستويات المعيشة فى بيئة اقتصادية كلية مستقرة يتم فيها السيطرة على ضغوط التضخم من خلال اتباع سياسات مالية ونقدية تهدف الى سيادة نظام السوق وتحسين وضع ميزان المدفوعات<sup>(٢٣)</sup> وسوف تعتمد الباحثة على هذا المفهوم المستخلص من قراءتها لمفهوم الاصلاح الاقتصادى خلال الدراسة الراهنة.

رابعا: الاطار النظرى:

ترى الباحثة أن نظرية المجال العام هى الاطار النظرى المناسب للدراسة الراهنة حيث تعتبر شبكة التواصل الاجتماعى فيسبوك مجتمع افتراضى أو خيالى ليس من الضرورى أن يتواجد فى مكان معروف أو مميز، ويتكون من مجموعة من الأفراد الذين لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، يتفاعلون مع بعضهم على قدم من المساواة حول قضايا مشتركة على حد تعبير هابر ماس لمفهوم المجال العام<sup>(٢٤)</sup>.

وترى الباحثة أن التفاعل على فيسبوك يتيح ذلك لأنه ليس من الضرورى أن تكون هناك معرفة بين المشاركين فى المجال العام بعضهم البعض، ولكن لديهم إدراك وفهم القضية أو الاهتمام أو احداث معينة أو التعبير عن وجهة نظر تجاه المجتمع أو العالم.

ويمكن لأي شخص أن يشارك بأرائه أو مساهماته، بعد أن ساعدت وسائل الاعلام الجديد في الخروج من النطاق الخاص الى المجال العام الأوسع والأكثر استقطابا للعديد من الأفراد<sup>(٢٥)</sup>

ومع هذا الانتقال يتم التحول من قضايا فردية الى أخرى ذات طبيعة عامة، وكذلك يتم الانتقال من ردود الأفعال المادية التي تتم من خلال المظاهرات في الشارع أو الاعتصامات أو حتى أعمال الشغب الى فضاء جديد لديه وسائل جديدة واليات متنوعة يتم استخدامها للتعبير والاحتجاج تجاه المجتمع والدولة، وبذلك اتسع المجال المجتمعي ومجال النخبة ليضم فاعلين آخرين لديهم القدرة على التأثير في الرأي العام باستخدام تلك الوسائل الجديدة ومن بينها الفيسبوك<sup>(٢٦)</sup>

وترى الباحثة ان اسهامات هابر ماس في تطوير مفهوم المجال العام كجزء من الحياة الاجتماعية ساعد كثيرا في هذا الاطار حيث يستطيع المواطنون ان يتبادلون الاراء بطرق تهتم المجتمع كله، وهو ما يؤدي الى تشكيل الرأي العام حيث يظهر المجال العام للوجود عندما يتجمع الناس لكي يناقشوا القضايا العامة المشتركة<sup>(٢٧)</sup>.

ومن هنا ترى الباحثة ان نظرية المجال العام يمكن استخدامها كإطار نظري موجه في دراستها الراهنة، حيث لعبت شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك ك مجال عام للمواطنين المصريين دورا هاما في تشكيل وعيهم بالقضايا العامة ومن بين هذه القضايا المطروحة الآن على ساحة النقاش والحوار في المجال العام للفيسبوك هي قضية الإصلاح الاقتصادي التي تمس الاحتياجات اليومية للغالبية العظمى من المصريين.

#### خامسا : الاجراءات المنهجية للدراسة :

تتدرج الدراسة الراهنة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، حيث قامت الباحثة باستخدام منهج المسح الاجتماعي بالعينة للتعرف على دور شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو قضية الإصلاح الاقتصادي أحد أبرز القضايا المطروحة على الساحة المجتمعية المصرية.

واستخدمت الباحثة استمارة استبيان اشتملت على عدد من البنود التي تغطي تساؤلات الدراسة الرئيسية والفرعية وتحقق أهدافها على النحو التالي :

- ١ . البيانات الأساسية
  - ٢ . بيانات خاصة باستخدام الفيسبوك
  - ٣ . العلاقة بين الفيسبوك والرأي العام
  - ٤ . مدى تأثير الفيسبوك على الرأي العام
  - ٥ . القضايا المجتمعية المطروحة على الفيسبوك
  - ٦ . دور الفيسبوك في تشكيل رأي عام خاص بقضية الإصلاح الاقتصادي
- وقد قامت الباحثة باجراء اختبارات الصدق والثبات للاستمارة على النحو التالي :

#### الصدق:

قامت الباحثة بتقديم الاستمارة بعد صياغتها لمجموعة من المحكمين، الذين قاموا بتحكيم الاستمارة وتقديم العديد من الملاحظات قامت الباحثة بعمل التعديلات المطلوبة من المحكمين حتى أصبحت الاستمارة في صورتها النهائية

#### الثبات:

قامت الباحثة باجراء اختبار الثبات عن طريق اعادة الاختبار على عينة عشوائية مكونة من ٤٠ استمارة بواقع ١٠% من حجم العينة الاصلية المكونة من ٤٠٠ مفردة بحثية. وبلغت قيمة معامل الثبات ٠,٩٣،

#### الجدول رقم (١) يوضح

#### ثبات أداة البحث باستخدام معامل ألفا كرونباخ

المتغيرات	قيمة معامل ألفا كرونباخ
العلاقة بين الفيسبوك والرأي العام	0,85

0,87	مدى تأثير الفيسبوك على الرأى العام
0,94	القضايا المجتمعية المطروحة على الفيسبوك
0,90	دور الفيسبوك فى تشكيل رأى عام خاص بقضية الاصلاح الاقتصادى

### عينة الدراسة :

تم الحصول على العينة بطريقة كرة الثلج حيث قامت الباحثة بالوصول الى الحالة الأولى فى كل محافظة بطريقة عمدية ثم توالت الحالات عبر الأصدقاء والمعارف والجيران فى كل محافظة قامت الباحثة بتطبيق استمارة الاستبيان على ٤٠٠ مفردة بحثية مقسمة على ثلاث محافظات على النحو التالى :

٢٠٠ استمارة فى محافظة القاهرة

١٠٠ استمارة فى محافظة اسيوط

١٠٠ استمارة فى محافظة المنوفية

### مجالات الدراسة :

المجال الجغرافى : محافظات القاهرة وأسيوط والمنوفية

المجال البشرى : مستخدمى الفيسبوك فى المجتمع المصرى

المجال الزمنى : ٦ شهور مقسمة على النحو التالى :

٣ شهور لجمع المادة النظرية واعداد أدوات الدراسة

٢ شهر لجمع المادة الميدانية

١ شهر لكتابة التقرير النهائى للبحث

### سادسا : مناقشة نتائج الدراسة :

- جاءت الخصائص الاجتماعية لعينة الدراسة على النحو التالى:

#### الجدول رقم (٢)

م	الاستجابة	ك	%
١	أقل من ٢٠	٨٤	٢١
٢	من ٢٠-٢٩	١١٢	٢٨
٣	من ٣٠-٣٩	١١٦	٢٩
٤	من ٤٠-٤٩	٦٨	١٧
٥	من ٥٠ فأكثر	٢٠	٥
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق خصائص المبحوثين من حيث السن فقد جاءت نسبة ٢٩% منهم فى المرحلة العمرية من ٣٠ الى ٣٩ عاماً، يليها نسبة ٢٨% فى الفئة العمرية من ٢٠ الى ٢٩ عاماً، ثم نسبة ١٧% اعمارهم بين ٤٠ و ٤٩ عاماً، وأخيراً نسبة ٥% تجاوزت أعمارهم ٥٠ عاماً ويلاحظ غلبة الطبيعة الشابة على عينة الدراسة حيث جاءت ثلاث أرباع العينة فى الفئة الواقعة بين ٢٠ و ٤٠ عاماً، وهو ما يتفق مع طبيعة المجتمع المصرى الشابة من ناحية وميل الشباب الى التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعى خاصة شبكة الفيسبوك اكثر من كبار السن.

### الجدول رقم (٣) يوضح توزيع العينة من حيث النوع الاجتماعى

م	الاستجابة	ك	%
١	ذكر	٢١٦	٥٤
٢	انثى	١٨٤	٤٦
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق خصائص العينة من حيث النوع الاجتماعى، فقد جاءت نسبة ٥٤% من الذكور، مقابل نسبة ٤٦% للإناث، وتعكس هذه النسبة النسب العامة داخل المجتمع المصرى حيث التوازن بين الذكور والاناث فالنسب تقترب من النصف وهو ما يعنى أن الذكور والاناث متساون تقريبا فى تعاملهم مع شبكات التواصل الاجتماعى وفى مقدمتها الفيسبوك.

### الجدول رقم (٤) يوضح توزيع العينة من حيث المستوى التعليمى

م	الاستجابة	ك	%
١	أمى	-	-
٢	يقرأ ويكتب	٨	٢
٣	إبتدائى	١٢	٣
٤	اعدادى	١٦	٤
٥	ثانوى	٤٤	١١
٦	جامعى	٣٠٨	٧٧
٧	دراسات عليا	١٢	٣
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق خصائص العينة من حيث المستوى التعليمى فقد جاءت نسبة ٧٧% من الحاصلين على تعليم جامعى، يليها ١١% من الحاصلين على تعليم ثانوى، ثم نسبة ٤% من الحاصلين على الاعدادية، ثم نسبة ٣% للحاصلين على الابتدائية، ٣% أيضا للحاصلون على دراسات عليا، وأخيرا نسبة ٢% لمن يجيدون القراءة والكتابة. ويلاحظ ارتفاع نسبة التعلم داخل عينة الدراسة وهو ما يعنى أن الأكثر تعليما هم الأكثر تعاملًا واستخدامًا لوسائل التواصل الاجتماعى ومنها شبكة الفيسبوك

### الجدول رقم (٥) توزيع العينة من حيث المهنة

م	الاستجابة	ك	%
١	لايعمل	٦٠	١٥
٢	طالب	٤٨	١٢
٣	مهنى	٢٤٨	٦٢
٤	حرفى	٨	٢
٥	جيش /شرطة	-	-
٦-	قضاء	-	-
٧-	ربة منزل	٣٦	٩
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق خصائص العينة من حيث المهنة فقد جاءت نسبة ٦٢% من المهنيين، يليها ١٥% من العاطلون عن العمل، ثم نسبة ١٢% من الطلاب، ٩% من ربوات البيوت، وأخيرا ٢% من الحرفيين، ويلاحظ ارتفاع المستوى المهنى لعينة



الدراسة نظرا لارتفاع المستوى التعليمي وهم الأكثر تعاملًا مع التكنولوجيا الحديثة والأكثر استخدامًا لشبكات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفيسبوك في حين جاءت نسبة العاطلين عن العمل متوافقة مع النسبة العامة داخل المجتمع المصري.

### الجدول رقم (٦)

#### توزيع العينة من حيث محل الإقامة

م	الاستجابة	ك	%
١	القاهرة	٢٠٠	٥٠
٢	اسيوط	١٠٠	٢٥
٣	المنوفية	١٠٠	٢٥
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق خصائص العينة من حيث محل إقامتهم فقد جاءت نسبة ٥٠% يقيمون بالقاهرة، يليها ٢٥% يقيمون بالمنوفية، ثم نسبة ٢٥% يقيمون بآسيوط، وقد جاءت النسب بشكل عمدي حيث حرصت الباحثة على أن تشمل العينة محافظات مختلفة في العاصمة والوجهين البحري والقبلي حتى يمكن أن تكون ممثلة للمناطق الجغرافية المختلفة داخل المجتمع المصري.

### الجدول رقم (٧) يوضح

#### استخدام عينة الدراسة لموقع الفيسبوك

م	الاستجابة	ك	%
١	بشكل يومي	٣٦٠	٩٠
٢	شبه يومي	٣٢	٨
٣	غير منتظم	٨	٢
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق خصائص عينة الدراسة لموقع الفيسبوك أكدت عينة الدراسة أن ٩٠% يستخدمونه بشكل يومي، يليها نسبة ٨% يستخدمونه بشكل شبه يومي، وأخيرا نسبة ٢% يستخدمونه بشكل غير منتظم، وتعبّر هذه النتائج عن أن كل عينة الدراسة تتعامل مع الفيسبوك وأن الغالبية العظمى تستخدمه بشكل يومي منتظم وهو ما يعنى أن هناك احتمالية كبيرة لأن يؤثر الفيسبوك في اتجاهاتهم نحو القضايا العامة المطروحة على ساحة المجتمع المصري

### الجدول رقم (٨) يوضح

#### الوقت الذي يقضيه المبحوثين في تصفح الفيسبوك

م	الاستجابة	ك	%
١	أقل من ساعة	٥٢	١٣
٢	من ساعة الى ٣	١٣٢	٣٣
٣	من ٣ ساعات فأكثر	٢١٦	٥٤
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق الوقت الذي يقضيه المبحوثين في تصفح الفيسبوك في كل مرة يستخدمونه، فقد جاءت نسبة ٥٤% يستخدمونه من ٣ ساعات فأكثر، يليها نسبة ٣٣% يستخدمونه من ساعة الى ثلاث ساعات، وأخيرا نسبة ١٣% يستخدمونه أقل من ساعة. وتعبّر هذه النتائج عن تفاعل أكبر على موقع الفيسبوك لدى عينة الدراسة، وهو ما يعنى أنهم قد يكونوا أكثر تأثرا بالقضايا المطروحة عبر هذه الشبكة.

**الجدول رقم (٩)**  
**عدد أصدقاء المبحوثين على الفيسبوك**

م	الاستجابة	ك	%
١	أقل من ١٠٠٠	٣٣	١١
٢	من ١٠٠٠ إلى ١٩٩٩	١٢٤	٣١
٣	من ٢٠٠٠ إلى ٢٩٩٩	٨٢	20,5
٤	من ٣٠٠٠ - ٣٩٩٩	٧٨	19,5
٥	من ٤٠٠٠ - ٥٠٠٠	٧٢	18
	<b>المجموع</b>	<b>٤٠٠</b>	<b>١٠٠%</b>

يوضح الجدول السابق عدد اصدقاء المبحوثين على الفيسبوك اكدت عينة الدراسة أن نسبة ٣١% لديهم اصدقاء بين ١٠٠٠ و ٢٠٠٠ صديق، يليها نسبة ٢٠,٥% لديهم اصدقاء بين ٢٠٠٠ و ٣٠٠٠ صديق، ثم نسبة ١٩,٥% لديهم اصدقاء بين ٣٠٠٠ و ٤٠٠٠ صديق ونسبة ١٨% لديهم اصدقاء بين ٤٠٠٠ و ٥٠٠٠ صديق، واخير نسبة ١١% لديهم اصدقاء أقل من ١٠٠٠ صديق على الفيسبوك، وتعبّر النتائج عن ان الغالبية داخل العينة من الذي يمتلكون اصدقاء اكثر من ١٠٠٠ صديق وهو ما يعنى أن غالبية العينة من الفاعلين فى استخدام الفيسبوك.

**الجدول رقم (١٠)**  
**يوضح عدد السنوات التى قضاها المبحوثين على الفيسبوك**

م	الاستجابة	ك	%
١	أقل من سنة	٤	١١
٢	من سنة ل ٣	٤	١٩
٣	من ٣ الى ٥	٧٦	٢٨
٤	خمس سنوات فأكثر	١١٢	٤٢
	<b>المجموع</b>	<b>١٦٨</b>	<b>١٠٠%</b>

يوضح الجدول السابق عدد السنوات التى قضاها المبحوثين فى استخدام الفيسبوك فقد جاءت نسبة ٤٢% قضاوا اكثر من ٥ سنوات على الفيسبوك، يليها نسبة ٢٨% قضاوا من ٣ الى ٥ سنوات على الفيسبوك، ثم نسبة ١٩% قضاوا من سنة الى ٣ سنوات على الفيسبوك وأخيرا نسبة ١١% قضاوا أقل من سنة على الفيسبوك. وتعبّر هذه النتائج عن أن غالبية عينة الدراسة من المستخدمين القدامى للفيسبوك حيث تجاوزت نسبة من قضاوا من ثلاث سنوات فأكثر على الفيسبوك ٧٠% من العينة وهو ما يعنى انهم قد يكونون اكثر تفاعلا مع القضايا التى تطرح عبر هذه الشبكة التواصل الاجتماعى

**الجدول رقم (١١) يوضح**  
**استخدام المبحوثين للفيس بوك كمصدر للمعلومات حول الاصلاح الاقتصادى**

م	الاستجابة	ك	%
١	جميع التفاصيل تابعتها من خلال فيس بوك فقط	٣٤٠	٨٥
٢	تابعت فيس بوك وعرفت تفاصيل إضافية من وسائل اخرى	٦٠	١٥
٣	لم استخدم فيس بوك مطلقا واعتمدت على وسائل اخرى	-	-
٤	لم أهتم بمتابعة القضية أساساً	-	-
	<b>المجموع</b>	<b>٤٠٠</b>	<b>١٠٠%</b>

يوضح الجدول السابق استخدام المبحوثين للفيسبوك كمصدر للمعلومات حول قضية الإصلاح الاقتصادي، فقد جاءت نسبة ٨٥% يؤكدون أن جميع التفاصيل الخاصة بعملية الإصلاح الاقتصادي اخذوها من خلال الفيسبوك فقط، يليها نسبة ١٥% تابعت الفيس بوك فيما يتعلق بهذه القضية بالإضافة الى تفاصيل اخرى اضافية من وسائل اخرى، فى حين جاءت استجابات عدم استخدام الفيسبوك مطلقا ولم اهتم بمتابعة القضية اساسا بدون استجابات، وهو ما يعنى أن الغالبية العظمى داخل العينة تستخدم الفيسبوك كوسيلة رئيسية فى الحصول على المعلومات بشكل عام والمعلومات الخاصة بقضية الإصلاح الاقتصادي بشكل خاص

### الجدول رقم ١٢ يوضح

تعبير المبحوثين عن موقفهم من قضية الإصلاح الاقتصادي على الفيسبوك

م	الاستجابة	ك	%
١	نعم	٣٨٠	٩٥
٢	لا	٢٠	٥
	المجموع	٤٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول السابق مدى التعبير عن الرأى والموقف للمبحوثين فى قضية الإصلاح الاقتصادي على الفيسبوك فقد أكدت عينة الدراسة أن ٩٥% قاموا بالتعبير عن رايهم فى قضية الإصلاح الاقتصادي عبر الفيسبوك، مقابل ٥% فقط لم يعبروا عن موافقهم من هذه القضية، وهو ما يعنى أن الفيسبوك تعد بالنسبة لعينة الدراسة أحد الوسائل الاساسية للتعبير عن الرأى بحرية كبيرة.

### الجدول رقم (١٣) يوضح

موقف المبحوثين من تغيير الرأى بمتابعة القضية على الفيسبوك

م	الاستجابة	ك	%
١	نعم	٣٦٨	٩٢
٢	لا	٣٢	٨
	المجموع	٤٠٠	١٠٠%

جدول يوضح موقف العينة من تغيير الرأى تأثرا بمتابعة القضية على الفيسبوك بغض النظر عن موقفهم الايجابي، أو السلبي من الإصلاح الاقتصادي فقد جاءت عينة الدراسة لتؤكد أن نسبة ٩٢% تأثر موقفهم وتغيير من خلال استخدامهم للفيسبوك ومتابعتهم للإصلاح الاقتصادي من خلاله، مقابل ٨% فقط لم يتغير موقفه ورايه فى القضية من خلال المتابعة عبر الفيسبوك، وهو ما يعنى أن الفيسبوك اداة لتغيير الرأى والتأثير على الموقف من خلال الأفكار التى تطرح من خلاله قضية الإصلاح الاقتصادي

### الجدول رقم (١٤)

يوضح ثقة المبحوثين فى المعلومات التى تنشر على فيسبوك

م	الاستجابة	ك	%
١	أثق جداً	٣٢٨	٨٢
٢	الى حد ما	٦٠	١٥
٣	لا أثق	١٢	٣
	المجموع	٤٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول السابق مدى ثقة عينة الدراسة فى المعلومات التى تنشر على الفيسبوك، أكدت نسبة ٨٢% على أنهم يتقنون جدا فى المعلومات التى تنشر على الفيسبوك يليها نسبة ١٥% يتقنون الى حد ما فى المعلومات المنشورة على الفيسبوك، واخيرا نسبة ٣% لا يتقنون فى المعلومات التى تنشر على الفيسبوك وتعتبر هذه النتائج عن أن الغالبية العظمى داخل العينة تثق فى مصداقية المعلومات التى تنشر على الفيسبوك، وهو ما يعنى أن الفيسبوك قد اصبح مصدر مهم من مصادر المعلومات التى يثق فيها مستخدموا هذه الشبكة الاجتماعية.

**الجدول رقم (١٥) يوضح  
ثقة المبحوثين فى المعلومات التى يحصلون عليها من الفيسبوك**

م	الاستجابة	ك	%
١	لأنها تطابق ما يحدث فى الواقع	٣٦	٩
٢	لان الفيسبوك يقدم معلومات مختلفة عن الوسائل الاخرى	١٢٤	٣١
٣	لان الفيسبوك يتضمن آراء تعبر عن قضايانا ومشكلاتنا	١٦٠	٤٠
٤	اجد فى الفيسبوك فرصة للتعبير عن آرائى ازاء القضايا المختلفة	٤٨	١٢
٥		٨	٢
٦	لأنه يلخص أبرز ما يحدث على الساحة	١٢	٣
٧	لأنه الوسيلة الوحيدة المتوفرة خلال الوقت	٨	٢
٨	لأنه أسهل فى الوصول من الوسائل الاخرى	٤	١
	لأننى اثق فى الاشخاص الذين ينشرون المعلومات على الفيسبوك		
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق الأسباب التى تجعل عينة الدراسة تثق فى المعلومات التى تحصل عليها من الفيسبوك فقد جاءت نسبة ٤٠% تؤكد أن الفيسبوك يتضمن آراء تعبر عن قضايانا ومشكلاتنا، يليها نسبة ٣١% أكدوا على ان الثقة تأتي من أن الفيسبوك يقدم معلومات مختلفة عن الوسائل الأخرى، ثم نسبة ١٢% أكدت انهم يجدون فى الفيسبوك فرصة للتعبير عن الرأى ازاء القضايا المختلفة، ثم نسبة ٩% يرون أن المعلومات تطابق ما يحدث فى الواقع، ثم نسبة ٣% أكدوا على أنه الوسيلة الوحيدة المتوفرة طوال الوقت، ثم نسبة ٢% أكدوا أنه يلخص أبرز ما يحدث على الساحة، ثم نسبة ٢% أيضا يرون أنه اسهل فى الوصول اليه من الوسائل الأخرى واخيرا نسبة ١% يرى انه يثق فى الاشخاص الذين ينشرون المعلومات على الفيسبوك وتعتبر هذه النتائج عن الموضوعية لدى عينة الدراسة حيث ان الغالبية تثق فى المعلومات التى تنشر على الفيسبوك لأنه يقترب من قضاياهم ومشكلاتهم ولأنه يقدم معلومات متنوعة ومختلفة عن الوسائل الاعلامية الأخرى وكذلك يتيح فرصة التعبير عن الرأى، وهو ما يعنى أن الفيسبوك قد أصبح وسيلة اساسية لتشكيل الرأى العام حول القضايا المختلفة ومصدر ثقة للمتعاملين معهم

**الجدول رقم (١٦) يوضح  
عدم ثقة المبحوثين فى المعلومات التى يحصلون عليها من الفيسبوك**

م	الاستجابة	ك	%
١	أشعر انها تختلف كثيراً عما يدور فى الواقع	٢	16,7
٢	لا اثق فى الاشخاص الذين ينشرونها	٧	58,3
٣	أشعر بان معظمها ينشر بغرض تحقيق مصالح شخصية	١	8,3
٤	لأنها تعبر عن مصالح شخصية متميزة وغير موضوعي	٢	16,7
	المجموع	١٢	%١٠٠

يوضح الجدول السابق المبحوثين الذين لا يتقون فى المعلومات التى يحصلون عليها من الفيسبوك فقد جاءت نسبة 58,3% أكدوا انهم لا يتقون فى الأشخاص الذين ينشرون هذه المعلومات، يليها نسبة 16,7% أكدوا ان المعلومات عبر الفيسبوك تعبر عن آراء شخصية متميزة وغير موضوعية، ثم نسبة 16,7% أكدوا انهم يشعرون بان هذه المعلومات تختلف كثيرا عما يدور فى الواقع، واخيرا نسبة ٤% أكدوا أن المعلومات على الفيسبوك معظمها ينشر بغرض تحقيق مصالح معينة. وتأتى النسبة الغالبة لدى عينة

الدراسة التي لا تثق في المعلومات عبر الفيسبوك أنهم لا يتقنون في الأشخاص الذين ينشرونها وهذه احد اهم مشكلات الصداقة الافتراضية فغالبية الصداقات على الفيسبوك لأشخاص لا يعرفون بعضهم في الواقع الحقيقي لذلك فان الثقة قد تكون أقل لأنهم لا يعرفونهم معرفة شخصية

### الجدول رقم (١٧) يوضح

#### اتجاهات العينة نحو تعبير الفيسبوك عن الواقع بصدق

م	يعبر عن الواقع بصدق	ك	%
١	موافق	٣٦٤	٩١
٢	الى حد ما	٢٤	٦
٣	معارض	١٢	٣
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

الجدول السابق يوضح اتجاهات العينة نحو عبارة هل يعبر الفيسبوك عن الواقع بصدق، جاءت نسبة ٩١% توافق أنه يعبر بصدق عن الواقع، يليها نسبة ٦% توافق الى حد ما، ثم نسبة ٣% تعارض انه يعبر بصدق عن الواقع. وهو ما يعنى ان غالبية افراد العينة يتقنون في الفيسبوك.

### الجدول رقم (١٨) يوضح

#### اتجاهات العينة نحو ماينشر على الفيس بوك ليس صحيح

م	ليس كل ماينشر على الفيسبوك صحيح	ك	%
١	موافق	١٦	٤
٢	الى حد ما	٢٤	٦
٣	معارض	٣٦٠	٩٠
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

الجدول السابق يوضح اتجاهات العينة نحو عبارة ليس كل ما ينشر على الفيسبوك صحيح، جاءت نسبة ٩٠% تعارض، يليها نسبة ٦% توافق الى حد ما، ثم نسبة ٤% توافق، وهو ما يعنى ان غالبية عينة الدراسة لا توافق على أن ما ينشر على الفيسبوك غير صحيح وهو ميل الى تصديق كل ما ينشر على الفيسبوك

### الجدول رقم (١٩) يوضح

#### اتجاهات العينة نحو ان الفيس بوك يساعد على نشر الاكاذيب والايخبار المزيفة

م	الفيس بوك يساعد على نشر الاكاذيب والايخبار المزيفة	ك	%
١	موافق	١٢	٣
٢	الى حد ما	٢٤	٦
٣	معارض	٣٦٤	٩١
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

الجدول السابق يوضح اتجاهات العينة نحو عبارة أن الفيسبوك يساعد على نشر الاكاذيب والأخبار المزيفة، جاءت نسبة ٩١% تعارض، يليها نسبة ٦% توافق الى حد ما، ثم نسبة ٣% توافق، وهو ما يعنى ثقة العينة في الفيسبوك، وانه ليس اداة لنشر الاكاذيب والأخبار المزيفة.

### الجدول رقم (٢٠) يوضح

#### اتجاهات العينة أن الفيسبوك يسهم فى تضخم القضايا البسيطة

م	الفيس بوك يساهم فى تضخم القضايا البسيطة	ك	%
١	موافق	٢٠	٥
٢	الى حد ما	٢٤	٦
٣	معارض	٣٥٦	٨٩
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

الجدول السابق يوضح اتجاهات العينة نحو عبارة أن الفيسبوك يسهم فى تضخم القضايا البسيطة، جاءت نسبة ٨٩% تعارض العبارة، يليها نسبة ٦% توافق الى حد ما، ثم نسبة ٥% توافق على العبارة، وهو ما يعنى ثقة العينة فى الفيسبوك وانه لا يسهم فى تضخم القضايا البسيطة.

### الجدول رقم (٢١) يوضح

#### اتجاهات العينة بقيام الفيسبوك بدور فعال فى تعزيز السلم المجتمعى

م	يقوم الفيسبوك بدور فعال فى تعزيز السلم الاجتماعى	ك	%
١	موافق	٣٥٢	٨٨
٢	الى حد ما	٤٠	١٠
٣	معارض	٨	٢
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

وفيما يخص اتجاهات العينة نحو عبارة ان الفيسبوك يقوم بدور فعال فى تعزيز السلم، جاءت نسبة ٨٨% توافق على العبارة، يليها نسبة ١٠% توافق الى حد ما، ثم نسبة ٢% تعارض، وهو ما يعنى أن غالبية مفردات العينة تميل الى اعتبار الفيسبوك اداة فعالة لتعزيز السلم الاجتماعى

### الجدول رقم (٢٢) يوضح

#### اتجاهات العينة أن الفيسبوك يساعد فى المشاركة الفعالة والحوار لحل المشكلات

م	الفيسبوك يساعد فى المشاركة الفعالة والحوار فى حل المشكلات	ك	%
١	موافق	٣٦٨	٩٢
٢	الى حد ما	٢٨	٧
٣	معارض	٤	١
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

الجدول السابق يوضح اتجاهات العينة نحو عبارة أن الفيسبوك يساعد فى المشاركة الفعالة والحوار لحل المشكلات، جاءت نسبة ٩٢% توافق على العبارة، يليها نسبة ٧% توافق الى حد ما، ثم نسبة ١% تعارض العبارة، وتعبّر النتائج عن ميل العينة لاعتبار الفيسبوك اداة للمشاركة الفعالة والحوار لحل المشكلات

## الجدول رقم (٢٣)

يوضح اتجاهات العينة نحو قيام الفيسبوك بتقريب المسافات بين الثقافات لفهم القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية

م	قيام الفيسبوك بتقريب المسافات بين الثقافات	ك	%
١	موافق	٣٦٤	٩١
٢	الى حد ما	٢٤	٦
	معارض	١٢	٣
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

وبالنسبة لاتجاهات العينة نحو عبارة أن الفيسبوك يقوم بتقريب المسافات بين الثقافات لفهم القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، جاءت نسبة ٩١% توافق على العبارة، يليها نسبة ٦% توافق الى حد ما، ثم نسبة ٣% تعارض، وهو ما يعنى أن العينة توافق أن الفيسبوك يقوم بتقريب المسافات بين الثقافات المختلفة وهو ما يؤكد فاعلية الفيسبوك من وجهة نظر عينة الدراسة.

## الجدول رقم (٢٤) يوضح

اتجاهات العينة نحو أن الفيسبوك هو النافذة الوحيدة للحرية والتعبير بطلاقة عن الاوضاع السائدة فى المجتمع.

م	الفيسبوك هو النافذة الوحيدة للحرية والتعبير	ك	%
١	موافق	٣٨٠	٩٥
٢	الى حد ما	١٢	٣
	معارض	٨	٢
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

الجدول السابق يوضح اتجاهات العينة نحو عبارة ان الفيسبوك نافذة وحيدة للحرية والتعبير بطلاقة عن الأوضاع السائدة فى المجتمع، جاءت نسبة ٩٥% توافق على العبارة، يليها نسبة ٣% توافق الى حد ما، ثم نسبة ٢% تعارض العبارة فهو يعنى ثقة عينة البحث فى الفيسبوك كاداة للتعبير عن الرأى بحرية تامة.

## الجدول رقم (٢٥) يوضح

اتجاهات العينة نحو أن الفيسبوك يعمل على زيادة الوعى الثقافى والاجتماعى والسياسى

م	الفيسبوك يعمل على زيادة الوعى الثقافى والاجتماعى والسياسى	ك	%
١	موافق	٣٦٨	٩٢
٢	الى حد ما	٢٠	٥
	معارض	١٢	٣
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

الجدول السابق يوضح اتجاهات العينة نحو عبارة ان الفيسبوك يعمل على زيادة الوعى الثقافى والاجتماعى والسياسى جاءت نسبة ٩٢% توافق على العبارة، يليها نسبة ٥% توافق الى حد ما، ثم نسبة ٣% تعارض العبارة، وهو ما يعنى ثقة عينة الدراسة فى الفيسبوك واعتباره أحد أهم أدوات تشكيل وزيادة الوعى الثقافى والاجتماعى والسياسى.

## الجدول رقم (٢٦) يوضح

اتجاهات العينة نحو اعتبار الفيسبوك قناة اتصالية فعالة لتشكيل الرأى العام

م	الفيسبوك قناة اتصالية فعالة لتشكيل الرأى العام	ك	%
١	موافق	٣٦٤	٩٦
٢	الى حد ما	١٢	٣
	معارض	٤	١
	المجموع	٤٠٠	%١٠٠

وفىما يتعلق باتجاهات العينة نحو عبارة ان الفيسبوك يعتبر قناة اتصالية فعالة لتشكيل الراى العام جاءت نسبة ٩٦% توافق على العبارة يليها نسبة ٣% توافق الى حد ما، ثم نسبة ١% تعارض العبارة، وهو ما يعنى ان غالبية عينة الدراسة ترى أن الفيسبوك اداة فاعلة فى تشكيل الراى العام.

#### الخاتمة :

لقد تبلورت مشكلة الدراسة فى التعرف على دور شبكة التواصل الاجتماعى الفيسبوك فى تشكيل اتجاهات الراى العام المصرى نحو قضية الإصلاح الاقتصادى التى تعد القضية المحورية التى تهتم قطاعات واسعة من شعب مصر خاصة فى الأونة الأخيرة حيث ارتفعت الأسعار بشكل كبير يفوق قدرات الغالبية العظمى من المصريين فى إطار الإجراءات الاقتصادية التى اتخذتها الحكومة المصرية، فى اطار عملية الإصلاح الاقتصادى، وقد تمت معالجة الموضوع فى ضوء نظرية المجال العام التى ترى ان مواقع التواصل الاجتماعى عبارة عن مجتمع افتراضى يتكون من مجموعة من الأفراد الذين لهم سمات مشتركة ويتفاعلون مع بعضهم البعض على قدم المساواة حول قضايا مشتركة منها فى حالتنا الراهنة قضية الإصلاح الاقتصادى

وفى اطار عملية التفسير وفقا لنظرية المجال العام فقد جاءت نتائج الدراسة الميدانية لتؤكد ان شبكة التواصل الاجتماعى الفيسبوك قد لعبت دورا مؤثرا فى تشكيل الراى العام المصرى نحو قضية الإصلاح الاقتصادى، فالغالبية داخل عينة الدراسة قد استمدت معلوماتها الأساسية حول القضية من خلال شبكة الفيسبوك بل وقام غالبية المبحوثين بتغيير مواقفهم وآراءهم حول القضية من خلال متابعتهم للفيسبوك، وأكدت غالبية عينة الدراسة ثقتهم فى الموقع وما يقدمه من معلومات و آراء. وقد توافقت نتائج دراستنا الراهنة مع بعض نتائج الدراسات السابقة حول شبكات التواصل الاجتماعى ودورها فى تشكيل اتجاهات الراى العام المصرى خاصة شبكة الفيسبوك الأكثر شيوعا واستخداما فى المجتمع المصرى والتى أكدت الدراسات السابقة على دورها الفعال فى تشكيل الراى العام نحو القضايا المجتمعية الملحة والتى أصبحت تناقش باستفاضة على مواقع التواصل الاجتماعى تلك المواقع التى تسمح لمستخدميها ابدأ رأيهم فى هذه القضايا، ومن هنا ترى الباحثة ان دراستها الراهنة هى لبنة فى بناء كبير بدأ يشيد فى مجال علم الاجتماع يهتم بدور الاعلام الجديد فى تشكيل اتجاهات الراى العام المصرى



**Abstract****The Role Of Facebook Social Network In Shaping The Trends of the Egyptian Public Opinion Towards the Issue Of Economic Reform A Field Study on a Sample of the Egyptian Public****By Engy Khairat Hamza**

The problem of the current study is to identify the role of social communication in shaping the attitudes of Egyptian public opinion towards the issue of economic reform, through application to a sample of the Egyptian public that deals with Facebook.

The present study is included in the analytical descriptive studies, the researcher used the social survey method to identify the role of Facebook Social Network in shaping the attitudes of the Egyptian public opinion towards the issue of economic reform. One of the most prominent issues on the Egyptian community scene.

The researcher used a questionnaire form which included a number of items covering the main and secondary study questions and achieving their objectives.

**Domains of Study:**

The geographical domain: Cairo, Assiut and Menoufia governorates

The human domain: Facebook users in Egyptian society

The time domain: 6 months

The social characteristics of the study sample for the characteristics of the respondents in terms of age were 29% of them in the age group from 30 to 39 years, followed by 28% in the 20-29 age group, 17% aged between 40 and 49 years, and finally 5% over the age of 50 years and note the predominance of young nature on the study sample, the predominance of the young nature of the sample of the study, where three quarters of the sample in the category between 20 and 40 years, which is consistent with the nature of young Egyptian society on the one hand and the tendency of young people to deal with social networks, especially the Facebook network more than the elderly.

Economic Reform - Trends Of Public Opinion

**المراجع**

١. صالح سليمان عبد العظيم، دور الفيسبوك في اندلاع الثورة المصرية، مجلة العلوم الاجتماعية، الكويت، مجلد ٤١، عدد ٤، ٢٠١٣، ص ١٢٥.
٢. المصدر نفسه، ص ص ١٢٥ - ١٢٦
٣. المصدر نفسه
٤. عبد الهادي أحمد النجار، دور الفيسبوك في تشكيل المجال العام لدى الشباب الجامعي المصري نحو أحداث ثورة ٢٥ يناير، مجلة كلية الآداب جامعة الزقازيق، ٢٠١٢، العدد ٦٢، ص ص ١٢١ - ٢٦٤.
5. Raihe, Christopher, Uses and Gratification Theory of face book for political information, MS u. S Kansas, university of Kansas, 2008.
٦. محمد أنور محمد محروس، دور الشبكات الاجتماعية في التعبئة السياسية للشباب، مجلة كلية الآداب، جامعة دمياط، العدد ١، ٢٠١٢، ص ص ٥٠١-٥٥١.
٧. نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وابحاث الجلفة، عدد ١١، الجزائر، ٢٠١٣، ص ص ٢٠٠ - ٢١٧.
٨. انجي حمزة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحشد لثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد ٤١، مارس ٢٠١٧، القاهرة.
٩. نسمة عبد الله مطاوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأحزاب الاسلامية بعد ثورة ٢٥ يناير، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الاعلام، جامعة المنصورة، ٢٠١٥
١٠. موقع أخبار الساعة، دور الاعلام الاجتماعي في تفعيل الثورات العربي ٢٠١١/٩/١٥
- <http://www.alsaanews/2011/09/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%>
11. Jarad LIna, Palestinian face book Groups, THEIR USES AND GRATIFICATIONS, Degree. MASTERS, speech communication, 2002, Miami University Oxford, Ohio.
12. Maxwell MC Combs, The Agenda - setting role of the mass media in the shaping of public opinion, function of mass media, public opinion, quarterly, University of texas 36, 1972, 176 - 187

13. Lucas braun, Social media and public opinion Master universitari en interculturalitat I politiques communicative en la societat de le informacio, universitari Valencia 2014.
14. Daniel lemin, public opinion in the social media era : toward a new understanding of the spiral of silence, Gonzaga univeristy 2010. 15 عبد الكريم على الديبسي، وزعير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، دراسات، العلوم 2010. الانسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013.
16. Matthew O. Jackson, The study of social networks in economics, formation and decay of economic Networks, 2007.
17. سمير رضوان، سياسة الأجور، والإصلاح الاقتصادي في مصر، مؤتمر سلسلة الأوراق البحثية، مركز المعلومات، ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء المصري، القاهرة 2010.
18. Johanna Martinsson, the role of media literacy in the governance reform, the international bank for reconstruction and development, the world bank.
19. شعبان حسين محمد، إمكانية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني كأحدى أدوات طريقة تنظيم المجتمع، مجلة القاهرة، العدد الرابع والعشرون، 2012، ص 216.
20. المصدر نفسه، الصفحة نفسها
21. المصدر نفسه، ص ص 218 – 219.
22. شديوان على شيبية، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2016، ص ص 296 – 297
23. وثيقة الاسكندرية، مارس 2004، الطبعة الاولى، ص 13.
- Be Habib , seyla 1992, Calhoun, ed, and ,models of the public sphere, Habermas, , combridge mass , The MIT Press, 24 Cambridge, Massachusetts, and London, England , P. 87.**
25. عادل صادق، الفضاء الإلكتروني والرأي العام، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، القاهرة، مارس 2011، ص 26. المرجع نفسه، الصفحة نفسها
27. إبراهيم بيومي، اصول المجال العام وتحولاته في الاجتماع السياسي الاسلامي، المجلة الاجتماعية القومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، العدد الأول، المجلد 46، القاهرة، يناير 2009، ص 149.