

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري "دراسة ميدانية على النقابيين في إربد"

حاتم سليم العلوانة

ملخص

شهد الأردن منذ بداية عام (2011) كغيره من العديد من الدول العربية، موجة من الاحتجاجات والاعتصامات والمسيرات المطالبة بإحداث تغييرات إصلاحية، في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وقد أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي المجال لمنظمي فعاليات هذا الحراك الجماهيري، للمشاركة والتفاعل مع الأحداث، على مستوى التحفيز وتحريك الرأي العام.

وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين الأردنيين على المشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري، باستخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، على عينة بلغت (296) مفردة، من النقابيين في مدينة إربد.

وكان من أبرز النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- أن ما نسبته (74,7%) من النقابيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، و (24,3%) منهم يستخدمونها لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية.
- أن (50,6%) من النقابيين يستخدمون الفيسبوك و (27,1%) يستخدمون تويتر، وأن دوافع استخداماتهم لهذه المواقع تتمثل بأنها تسمح بالتواصل مع الأصدقاء بنسبة (28,5%)، وتتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة بنسبة (21,8%).
- بينت النتائج أن (56,6%) من النقابيين يشاركون (دائماً وأحياناً ونادراً) في الحراك الجماهيري الذي يطالب بإجراء الإصلاح والتغيير في الأردن، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- تصدرت المطالبة بإصلاحات دستورية قائمة موضوعات الحراك الجماهيري، التي يشارك بها النقابيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وحصلت على ما نسبته (14,4%)، تلتها المطالبة بإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية بنسبة (14,1%).

- أوضحت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموغرافية للنقابيين وبين المشاركة في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المقدمة

تزداد أهمية الإنترنت على المستوى الدولي مع تنوع استعمالاتها، وازدياد عدد المستخدمين لها، ولا تنحصر أهمية الإنترنت في مجال تبادل المعلومات، فهي تؤدي اليوم أدواراً سياسية واجتماعية واقتصادية وعلمية وثقافية هامة جداً.

وتشير الدراسات الحديثة إلى أن استعمالات الإنترنت في الدول التي تصنف بأنها غير ديموقراطية، ساعدت في كسر الطوق على عدد من الجماعات السياسية، مما دفع قسماً من هذه الدول إلى الاعتقاد بأن التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاتصال ومنها الإنترنت، أصبحت عدو النظم السياسية التي تنتهك حقوق الأفراد، وذلك لأن الإعلام الجديد، أضى يؤثر في الحياة السياسية في المجتمعات، ويساعد في بناء أفراد يمتلكون مستويات عالية من الديمقراطية والمشاركة السياسية، إلى جانب دورها على الصعيد الاجتماعي، ومساهمتها في تطوير الوضع الاجتماعي، وتجاوز النماذج الجاهزة والقوالب الجامعة بشكل تدريجي في العلاقات الاجتماعية، دون أن يؤدي ذلك إلى اهتزاز البنية الاجتماعية وإحداث شروخ فيها².

وقد ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الإنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام، تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الإعلاميين، الذي أطلقوا عليه الإعلام الجديد، والإعلام البديل، الذي يشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية، والمدونات، والمنديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة.

ووفقاً لذلك، فقد أنهت ثورة الاتصال الجديدة عدداً من المفاهيم كهرمية الاتصال، وأحادية مصدر الرسالة، كما استحدثت عدداً من المفاهيم الاتصالية الجديدة مثل: الوسائط الرقمية، والمجتمعات الافتراضية، والتشبيك الاجتماعي، وغيرها من المفاهيم والمصطلحات الأخرى، والتي تدل في مجملها على مدى الوفرة والتنوع في وسائل الاتصال الجديدة.

لقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تطوراً كبيراً ليس فقط في تاريخ الإعلام، وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكّل عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصراعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقه، واستطاعت هذه المواقع أن تمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة السياسية، الأمر الذي يجعل من السياسة شأنًا عامًا يمارسه معظم أفراد الشعب دون أن يكون مقتصرًا على فئات دون أخرى، وذلك لأن هذه المواقع تشجع الأفراد غير الناشطين أو الفاعلين سياسياً على المشاركة في الفعاليات السياسية، بحيث يمكن القول إنها يمكن أن تكون صوتاً سياسياً للمواطن العادي وغير العادي.

وتكمن إيجابيات الإعلام الجديد في سرعة الاتصال، والقيمة المعلوماتية، وضمان وصولها، وتحقيق التفاعل معها، وليس كونه إعلاماً مرسلًا من جانب واحد، مما خلق مساواة داخل المجتمع في الاتصال.

وقد ساهم الإعلام الجديد في الأونة الأخيرة في جذب الأنظار بعد تفجيره العديد من القضايا التي أثارت الرأي العام، فتداول الأخبار والصور ذات التوجه السياسي عبر وسائل الإعلام الجديدة، أرغم بعض الحكومات على اتخاذ قرارات، أو التراجع عن قرارات، بسبب الاحتجاج الجماهيري الواسع.

ومن جانب آخر، فقد دخلت الأقطار العربية مرحلة جديدة بكل ما تعنيه الكلمة من معنى، مع ارتفاع الأصوات المطالبة بالتغيير في مناطق عدة من أرجاء الوطن العربي، واستخدام الشباب المطالبين بالتغيير لوسائل حديثة للتواصل والتنسيق فيما بينهم، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وغيرها.

وارتبطت موجة الاحتجاجات والثورات التي اجتاحت المنطقة العربية مطالبة بالتغيير، من قبل شريحة الشباب، بصعود نجم شبكات التواصل الاجتماعي، وغيرها من شبكات التواصل الافتراضية، والتي وجد فيها الشباب العربي منفذاً للتعبير عن آمالهم وطموحاتهم ورغباتهم في التغيير، حتى غدت بمثابة محرك فاعل ومؤثر في الثورات والمظاهرات والأحداث التي شهدتها المنطقة العربية.

ويشير إلى أن هذه المواقع لعبت دوراً في المظاهرات الاحتجاجية التي وقعت في المنطقة العربية، بحيث أصبح البعض منها كموقع (الفيس بوك) مركزاً للمعارضة، يتم من خلاله التواصل بين منتسبي الأحزاب السياسية والناشطين سياسياً، للتنسيق فيما بينهم سياسياً، والتحريض ضد الحكومة.

وفي إطار ذلك أثارت مواقع التواصل الاجتماعي تساؤلات كثيرة عن الدور الذي لعبته هذه المواقع في ثورات (الربيع العربي) التي شهدتها عدد من الدول العربية، وأصبحت تشكل هاجساً لإثارة مزيد من الاحتجاجات والثورات في دول أخرى، نظراً لاستخدامها في الدعوة إلى الاحتجاجات والاعتصامات ونقل معلومات المظاهرات.

وقد انطلقت في الرابع عشر من كانون ثاني عام (2011) مسيرات احتجاجية، في العديد من المدن الأردنية، أطلق عليها (يوم الغضب الأردني) متأثرة بموجة الاحتجاجات والمسيرات التي اندلعت في عدد من الدول العربية، وخاصة في تونس ومصر، وكان من الأسباب الرئيسية لهذه الاحتجاجات تردّي الأوضاع الاقتصادية، وانتشار الفساد، وغلاء الأسعار، وارتفاع معدلات الفقر والبطالة.

وطالب المنظمون لهذه المسيرات والإحتجاجات، التي بلغت أكثر من خمسة آلاف مسيرة واعتصام وفعالية خلال عام 2011، بإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية، وتحظى هذه المسيرات والاحتجاجات بمشاركة من أحزاب المعارضة والنقابات المهنية والحركات الشبابية ومؤسسات المجتمع المدني والمجموعات المستقلة.

وتأسيساً على ما سبق، تأتي هذه الدراسة لتحاول رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في حفز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري، بالتطبيق على عينة من النقايبين من أعضاء مجمع النقابات المهنية في مدينة إربد.

الإطار النظري للدراسة:

تستند الدراسة على الأطر النظرية التالية:

1. الإعلام الجديد وآفاق التواصل الاجتماعي:

تعود جذور المشهد الاتصالي الذي نشهده اليوم ونعيش عدداً من تجلياته إلى سلسلة من التطورات التقنية المتلاحقة، بدأت في وقت مبكر من حقبة السبعينيات من القرن الماضي، وخاصة منها تلك التي تمت على صعيد شبكة الإنترنت، ففي عام (1972) دخلت هذه الشبكة عالم البث المتاح للجميع، وبدأ العمل على تطوير تقنية تسمح باستخدامها على نطاق تجاري، ومعها بدأ الطابع الاتصالي للإعلام كحقل معرفي واجتماعي جديد، وتطور حتى أصبح اليوم أحد أهم مجالات العلوم الإنسانية⁹.

ويطلق مصطلح الإعلام الجديد على تكنولوجيات الإتصال الجديدة وثورة المعلومات التي ظهرت في الجزء الأخير من القرن العشرين، كما أصبح لشيوع وسائط الإعلام الجديد واستهلاكها من جانب الجمهور، علاقة غير قابلة للشك في ميلاد عصر اتصالي جديد أطلق عليه البعض عدداً من المسميات مثل: العالم الافتراضي، الاتصال الرقمي... وغيرها من التعبيرات، والتي تعبر عن ظاهرة إنسانية تقنية واحدة، فالإعلام الجديد ساهم في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية القديمة القائمة على احتكار النخب السياسية والثقافية لوسائط الإعلام وباقي وسائل التعبير في الفضاء العام¹⁰.

ومنذ أواخر عام (2005) دخلت شبكة الإنترنت مرحلة جديدة، أمكن فيها لكل متصفحها أن يكونوا بمثابة مرسلين للمادة الإعلامية ومستقبلين لها في آن واحد. وبفضل هذا كله أصبحت هناك مواقع تتيح لزوار الشبكة ومتصفحها تكوين حسابات، يمكنهم من خلالها تحميل ملفات الصوت والصورة والنصوص، وأن يتحكموا في عملية مشاهدة هذا المحتوى، من خلال إتاحتها على نطاق ضيق، أو جعله عاماً للجميع¹¹.

فالإنترنت لم يسهل فقط عملية الوصول إلى المعلومات والأخبار والبيانات؛ بل أتاح الفرصة للمستخدم لإنتاج المضامين والرسائل والبيانات من خلال أشكال تعبيرية مختلفة، كمنتديات الحوار والصفحات الشخصية، وغرف الدردشة، والمدونات، والحسابات الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي، وغير ذلك من أشكال إنتاج المضامين الأخرى، وطرق التعبير والمشاركات المختلفة.

فالإعلام الجديد يوفر وسائل وقنوات جديدة للاتصال والتواصل، ويتيح منابر جديدة للنقاش والحوار، مما فتح المجال أمام أفراد المجتمع لممارسة مختلف أنواع الاتصالات بواسطة شبكة الإنترنت، للخروج من وضعية عدم التواصل وعدم الحوار، إلى التواصل والحوار، ومن الإعلام والاتصال الذي يتم في اتجاه واحد، إلى الإعلام الأفقي والاتصال في جميع الاتجاهات¹².

ويلجأ الأفراد إلى التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء من خلال ما يسمى بمواقع الشبكات الاجتماعية، التي تعد وسيلة جديدة لتبادل الآراء والأفكار، وحشد المناصرة والتأييد لقضية من القضايا، وتكوين الوعي حول القضايا المختلفة، أو تدعيم القائم منها سلفاً، من خلال المواد المنتجة باستخدام الوسائط المتعددة²²، وذلك عوضاً عن المنتديات الالكترونية التي يقوم على إدارتها أشخاص يقومون بالدور التقليدي لـ "حارس البوابة"، والمجموعات البريدية محدودة الفاعلية، أو المواقع المجانية المتخمة بالإعلانات، التي تعرضها المواقع الموفرة لهذه الخدمة، حيث وجدت المدونات طريقها إلى شبكة الإنترنت، ومواقع الفيديو، ومجموعات التواصل الاجتماعي. فمرتادو الشبكات الاجتماعية ينتمون إلى مشارب مختلفة، ولهم اهتمامات واحتياجات مختلفة، وبعضهم يرى أن هذه الاهتمامات والاحتياجات لا تجد من وسائل الإعلام والاتصال الاهتمام اللائق لتليتها بصورة كافية، فضلاً عن عدم تغطية هذه الوسائل لجميع الأنشطة التي يقومون بها، مما دفع هؤلاء الأفراد لتقديم محتوى يخصهم وحدهم، وبما يمكنهم من نقله لغيرهم²³، معبرين من خلاله عن اهتماماتهم وأرائهم ومواقفهم المتفاوتة، وعلى نحو يفي بكافة احتياجاتهم الاتصالية، ويشبع رغباتهم بوجه عام.

2. نظرية المجال العام:

صاغ الفيلسوف الألماني (جورجن هابرماس) نظرية المجال العام عام (1962)، وهي تشرح وتصف نشأة تكون الرأي العام وحالة الرأي، والمجال العام يتوسط في الواقع بين مجال السلطة العامة والحكومة، والمجال الخاص الذي قد يركز على الأسرة وشؤون الأفراد الخاصة، وهذا المجال العام - كما نشأ في المجتمعات البرجوازية الأوروبية - كانت تمارس فيه المناقشات حول السياسات الحكومية، وفي رحابه تتبلور اتجاهات الرأي العام²⁴.

وعرف "هابرماس" المناخ أو المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء)، فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويقومون بوضع احتياجات المجتمع مع الدولة وتحديدها، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار، والتي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة وهو شكل مثالي.

وأشار هابرماس إلى أن نجاح المجال العام يعتمد على¹⁵:

1. مدى الوصول والانتشار.
2. درجة الحكم الذاتي (المواطنون يجب أن يكونوا أحراراً، يتخلصون من السيطرة والهيمنة والإجبار).
3. رفض الاستراتيجية (كل فرد يشارك على قدم ومساواة).
4. الفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي.
5. وجود سياق اجتماعي ملائم.
6. الثقة والوضوح والصدق في المضمون الإعلامي.

وقد ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية "هابرماس".

ويعتمد على أن يكون الرأي العام حراً في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين المواطنين، فالإنترنت تقدم إمكانيات جديدة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فهي تجعل من السهل نشر المعلومات بشكل كبير بين الأفراد.

وتؤكد نظرية المجال العام أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تمنح تأثيراً في القضايا العامة وتؤثر على الجهة الحاكمة.

والمجال العام يُمكن رؤيته كمجال حياتنا الاجتماعية، والذي من خلاله يُمكن تشكيل الرأي العام، ويؤكد "هابرماس" على إمكانية خلق حوار خارج سيطرة الحكومة والاقتصاد من خلال نظريته، فضلاً عن التأثير السياسي للإنترنت بين الأفراد، وللإنترنت دور في تحقيق الديمقراطية، فهي في المجال العام يُنظر إليها كمحيط سياسي¹⁶.

ومن أهم السمات التي حددها هابرماس للمجال العام ما يلي¹⁷:

1. المجال العام حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.
2. المجال العام ينشأ من ناس خصوصيين، يجتمعون معاً كجمهور ليتناولوا احتياجات المجتمع من الدولة.
3. المجال العام هو مجموعة أشخاص يستفيدون من عقلانيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل العامة.

فالمجال العام - بشكل عام - هو تلك المساحات التي فيها يقوم الأعضاء بتناول ما يفضلونه، ويصلون لقرار في "كيف سيعيشون معاً ويعملون معاً بشكل جماعي خلال المستقبل"، كما أن هناك ثلاثة مظاهر تميز المجال العام أولها أن المشاركة فيه مفتوحة، وثانيها أنه يساوي بين مواقع الأطراف المشاركة فيه وأدوارها، بصرف النظر عن أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية، وثالثها أن أية قضية فيه تكون قابلة للنقاش¹⁸.

وتستفيد الدراسة الحالية من نظرية المجال العام في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي كمجال للحوار حول الاحتجاجات الشعبية، في إتاحة الفرصة للجمهور للتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة، وتبادل المعلومات والأفكار في هذه القضية، ومعرفة دوره في حفزهم على المشاركة في الحراك الجماهيري المطالب بالإصلاح، كما يمكن الاستفادة من هذه النظرية في تفسير النتائج، وذلك نظراً للدور الذي يمكن أن تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في خلق مجال عام بين مجموعات الأصدقاء، تمكنهم من إبداء آرائهم بحرية في موضوعات الحراك الجماهيري سياسياً واقتصادياً واجتماعياً.

3. نموذج الحضور الاجتماعي:

وتتبع الدراسة - أيضاً - نموذج الحضور الاجتماعي الذي يقيس الأثر الاجتماعي لنموذج الاتصال عبر الكمبيوتر.

ويتكون هذا النموذج من ثلاثة عناصر كما يلي¹⁹:

1. المدخلات:

ويحددها النموذج في ثمانية عوامل رئيسية تتمثل في:

- الدوافع (مبررات وأسباب تدفع الفرد للتواصل مع الآخرين عبر الكمبيوتر).
- المعرفة (معلومات الفرد بشأن نظام الاستخدام ومعلوماته عن مجالات التفاعل عبر الكمبيوتر).
- المهارات الشخصية (يقظة الفرد وثقته بنفسه).
- السمات الشخصية (الشخصية المنبسطة أكثر استعداداً للتواصل مع غيرها ودرجة الانسجام مع الآخرين).
- السمات المجتمعية (التنامي الكبير داخل المجتمع لاستخدام الكمبيوتر).
- عوامل السياق (الإطار الثقافي والزمني والوظيفي والبيئي والتي تلعب دوراً في تشكيل إطار استخدام الأفراد للكمبيوتر في عملية التواصل والتفاعل).

- متغيرات الوسيلة (وتشمل التفاعلية وإتاحة النص والصوت والصورة والحركة واللون، ويضاف لها العوامل الشخصية التي يقوم بها الفرد أثناء التواصل، مثل دخوله باسمه الحقيقي، أو اسم مستعار).

- متغيرات الرسالة (جاذبية وفائدة الرسالة وطابعها النفسي والاجتماعي).

2. العمليات التفاعلية:

وتشمل دخول الأفراد في عمليات تواصل إجتماعية تفاعلية سواء من فرد لفرد، أو من مجموعة لمجموعة أو من فرد لمجموعة وتشمل: الرسائل النصية، والرسائل الفورية، والبريد الإلكتروني، والمنتديات، والدردشة التي تبرز من خلال الفيس بوك، وماي سبايس، وتويتر وغيرها من مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى.

3. المخرجات:

وتشمل عملية التواصل والتي ينتج عنها الحوار والتفاعل والمشاركة والمبادرة من القيادة والتوجيه والتطوير والنقد، انطلاقاً من أن التواجد الاجتماعي يولد لدى الأشخاص إحساساً بوجود أفراد آخرين مشاركين معهم، أو على الأقل لديهم الرغبة في التفاعل الاجتماعي، أو قد تحدث نتائج سلبية ممثلة في التقوقع والإنسحاب والهروب، وبالتالي السلبية والعزلة النفسية والاجتماعية.

وتستفيد الدراسة الحالية من هذا النموذج في معرفة دوافع ومبررات تعرض النقابيين لمواقع التواصل الاجتماعي، ثم الطرق والعمليات التي تستخدم أثناء تواصلهم، ثم رصد نتائج عملية التفاعل والتواصل لمعرفة دور هذه المواقع في تحفيزهم على المشاركة في الحراك الجماهيري المطالب بالإصلاح.

4. نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام:

كما تعتمد هذه الدراسة في بنائها النظري على نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام في ظل الدور الذي يمكن أن يلعبه استقاء الجمهور معلوماته ومعارفه عن الحراك الجماهيري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ودور هذه المواقع في تشكيل اتجاهاتهم والتأثير في سلوكهم وتقدير مدى مشاركتهم في الحراك السياسي من عدمها.

وتعود بدايات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى الورقة البحثية التي قدمتها ساندرا بال روكتش بعنوان (منظور المعلومات The Information Perspective) في 1974 والتي دعت خلالها إلى التحول من المفاهيم التي تركز على دور وسائل الإعلام في عملية الإقناع إلى النظرة إلى وسائل الإعلام كنظام للمعلومات، وأن قوة النظام الإعلامي مستمدة من اعتماد الأنظمة الأخرى والأفراد عليه وعلى مصادر المعلومات التي يتحكم فيها. وذلك بدلاً من النظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها أنظمة غير مرتبطة بباقي الأنظمة الاجتماعية أو معزولة عنها (Ball-Rokeach, S. J. (1994, August)).

وقد تطوّرت هذه النظرة لتصبح نظرية متكاملة أصبحت تعرف بـ: "نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام" وذلك عبر الجهود المشتركة التي قام بها لاحقاً - بالإضافة إلى ساندرال بال روكتش صاحبة الورقة الأصلية- مليفن دفليير، وقد صاغها معاً فروض النظرية وطوّرها مداخلةً وذلك بدايةً من 1976 وحتى نهاية الثمانينات²⁰.

وتهدف هذه النظرية في الأساس إلى الكشف عن العلل التي تجعل لوسائل الإعلام آثاراً قوية ومباشرة في بعض الأحيان بينما تكون آثارها غير مباشرة وضعيفة في أحيان أخرى²¹.

وبالتبع فإن إخفاق النظام الإعلامي في مجتمع ما يدفع بالجمهور إلى اللجوء إلى مصادر إعلامية بديلة يمكن أن تجيب عن التساؤلات التي يطرحها.. وفيما يتعلق بالحراك الجماهيري الأردني فإن أي ضعف أو تحيز في تغطية وسائل الإعلام الحكومية أو المستقلة كنتيجة لخضوعها لضغوط قانونية أو اقتصادية على نحو يجعلها لا تلي تطلعات المتلقي لمعارف متكاملة وموضوعية عن الحراك، قد يجعله يلجأ إلى وسائل إعلام بديلة لهذه الوسائل لا سيما الإنترنت التي تتخطى حدود الزمان والمكان ويصعب أن يفرض أي طرف الرقابة عليها، ويجد خلالها القائم بالاتصال- بل والمواطن نفسه الذي أصبح يطلق عليه المواطن الصحفي -البديل الذي يطرح خلاله معارفه وآراءه حول الحراك دونما أي ضغط من أي جهة كانت، كما يجد فيها المواطن العادي البديل الذي يستقي منه هذه المعارف والآراء الحرة.

وترصد نظرية الاعتماد مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وتقسيمها إلى ثلاث فئات رئيسية هي: الآثار المعرفية؛ وتتمثل في كشف الغموض وتكوين الاتجاهات وترتيب الأولويات واتساع المعتقدات والقيم. والآثار الوجدانية؛ وتتجلى في العمليات الوجدانية التي ترتبط ببعض المصطلحات مثل المشاعر أو العواطف، وقياس هذه الآثار. ثم تأتي في النهاية كنتيجة للآثار المعرفية والوجدانية الآثار السلوكية والتي تحصرها النظرية في سلوكين أساسيين هما التنشيط والحمول²².

الدراسات السابقة:

- دراسة عجيزة (2012) وعنوانها "معالجة الصحافة المصرية ومواقع الاحتجاجات على شبكة الإنترنت لأزمة الاحتجاجات الشعبية في مصر".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة الصحف ومواقع الاحتجاجات، لظاهرة الاحتجاجات الشعبية في مصر، باستخدام منهج المسح التحليلي، من خلال تحليل مضمون عدد من مواقع الصحف المصرية، ومواقع الاحتجاجات على شبكة الانترنت.

وخلصت الدراسة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الصحف ومواقع الاحتجاجات في أسلوب عرض قضايا الاحتجاجات، وعدم وجود فروق في طبيعة معالجة هذه القضايا، وأن إطلاق الحريات تصدر قضايا الاحتجاجات السياسية، تلاه قانون الطوارئ، ثم تزوير الانتخابات وتغيير الدستور، وأن الخبر الصحفي جاء في مقدمة الفنون الصحفية التي عالجت هذه القضايا، تلاه العمود الصحفي فالحديث ثم التحقيق الصحفي.

- دراسة رضوان (2011) وعنوانها "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، أثناء أحداث ثورة 25 يناير 2011، والعوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على هذه الوسائل، ومدى تحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بالاعتماد على هذه الوسائل، باستخدام منهج المسح على عينة قوامها (300) مفردة من مستخدمي المواقع الالكترونية الإخبارية.

وأظهرت الدراسة أن القنوات الإخبارية كالجزيرة والعربية جاءت في مقدمة الوسائل التي تعرض لها أفراد العينة أثناء الثورة، تلتها الصحف الخاصة بالمصري واليوم السابع، ثم القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية مثل بي بي سي العربية والحررة، تلتها المواقع الالكترونية الإخبارية، ثم الصحف القومية المصرية في المرتبة الأخيرة.

وأكدت الدراسة أن العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، قد تحققت نتيجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام أثناء الثورة.

- دراسة نجات (2011) وعنوانها "الاحتجاجات في الصحف الأردنية اليومية والتحول المنشودة في المجتمع الأردني".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام الصحافة الأردنية اليومية بطبيعة المطالب التي يرفعها المحتجون الأردنيون، باستخدام منهج المسح وتحليل المحتوى على عينة من الصحف الأردنية اليومية ومن النقابيين الأردنيين.

وكشفت الدراسة أن مطالب المحتجين تمثلت في محاربة الفساد والمفسدين، وإجراء تعديلات على القوانين الناظمة للحياة الدستورية والديمقراطية، ورحيل الحكومة وحل مجلس النواب.

وأوضحت أن الأخبار والتقارير الإخبارية كانت في مقدمة الأنماط الصحفية التي عالجت موضوعات الاحتجاجات بما نسبته (86,8%)، وأن معظم الاحتجاجات جاءت على شكل مسيرات بما نسبته (57,7%) وأن المنظمين لهذه المسيرات كانوا من قطاعات مختلفة.

- دراسة محروم (2011) وعنوانها "صحفيو اليوم والغد في الأردن: كيف يقيمون تغطية قناة الجزيرة العربية لأحداث الربيع العربي في عام (2011)".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على آراء ووجهات نظر الصحفيين المحترفين، وطلبة الصحافة في الأردن، حول مدى موضوعية قناة الجزيرة القطرية، أثناء تغطيتها الإخبارية لثورات الربيع العربي.

وأظهرت الدراسة أن (67%) من الصحفيين يعتقدون أن القناة كانت منحازة بشكل كامل للشعوب العربية الثائرة، وأن (33%) منهم يعتقدون أنها كانت غير موضوعية، في حين أن (29%) من طلبة الصحافة في جامعتي اليرموك والبتراء يعتقدون أنها كانت غير موضوعية، لأنها إنحازت للشعوب العربية.

- دراسة صلوي (2011) وعنوانها "تغطية الصحافة الالكترونية للاضطرابات السياسية في الوطن العربي".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تغطية الصحافة الالكترونية السعودية، للأحداث المرتبطة بالاضطرابات السياسية، باستخدام منهج تحليل المضمون، لعينة من عشر صحف الكترونية سعودية.

وأظهرت الدراسة أن معظم الصحف الالكترونية السعودية أخذت موقفاً محايداً في تغطيتها للأحداث، فكانت تنقل الأخبار دون تعليق أو تحليل يوضح موقفها، كما أن الصحف ركزت على الخبر في تغطيتها لهذه الأحداث، واعتمدت على النقل عن وكالات الأنباء ووسائل الإعلام الأخرى، وأن هذه الصحف لم توظف الخصائص الاتصالية للصحافة الالكترونية في تغطيتها لهذه الأحداث والمتمثلة بإضافة روابط ووسائط متعددة.

- دراسة الداغر (2011) وعنوانها "المعالجة الصحفية للثورات العربية في الصحافة الأميركية".

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل طبيعة وسمات واتجاهات التغطية الصحفية للثورات العربية في الصحافة الأميركية، ودور القائم بالاتصال في تشكيل الرسالة الإعلامية، بالاعتماد على منهجي المسح الإعلامي والمقارن.

وتوصلت الدراسة إلى أن الصحافة الأميركية اهتمت بأحداث المنطقة العربية وبالمظاهرات والثورات التي اجتاحت المنطقة، وأن التحول الديمقراطي جاء في قائمة اهتمامات الصحف الأميركية، وكانت مؤيدة للثورات العربية وتغيير الأنظمة ومحاكمة رموزها، فركزت على عملية التغيير وثقافة الديمقراطية والتعددية، ورفض التعصب والتطرف الديني.

- دراسة خورشيد (2011) وعنوانها "دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف الحراك السياسي العربي، لإمكانات مواقع التواصل الاجتماعي في تأجيج الثورات العربية وإدامة زخمها وتعبئة شبابها.

وخلصت الدراسة إلى أن هذه المواقع أصبحت محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وكسرت حاجز الخوف وحوّلت العمل السياسي السري إلى نشاط علني، وقامت بدور التعبئة الايديولوجية للثورات، وحققت حضورها في نشر أفكار الثورات وتبني مطالب الثوار والترويج لهذه المطالب.

وأوضحت الدراسة أن هذه المواقع أدت دوراً كبيراً في التنسيق بين الثوار وتم توظيفها في مسألة التشبيك بين المجموعات السياسية وتنظيم الاعتصامات، وساهمت في تغيير الصورة النمطية للشباب العربي، إذ حولته من شباب كان يوصف بالسطحية، إلى شباب فاعل يتوق للحرية والكرامة والتغيير.

- دراسة حافظ (2011) وعنوانها "تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدوافع الحقيقية للتواصل بين الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية.

وأكدت الدراسة أن تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية يعد ظاهرة اجتماعية أكثر منها ضرورة أحدثتها التكنولوجيا الحديثة.

وأظهرت أن إيمان الفئة الشبابية على الاستخدام المفرط للشبكات الاجتماعية، أدى إلى فقدان المهارات المطلوبة لإقامة علاقات إجتماعية في البيئة المجتمعية الواقعية، وتراجع الاتصال الشخصي المواجهي في مقابل التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، الأمر الذي يؤدي إلى جنوح الشباب نحو الاغتراب الاجتماعي.

- دراسة أبو عرجة (2011) وعنوانها "معالجة الصحف الأردنية اليومية لأحداث الربيع العربي".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تؤديه المقالات الصحفية، إزاء الأحداث التي رافقت تطورات الربيع العربي، والآثار التي تركتها على الأردن وغيره من الدول العربية، باستخدام المنهج الوصفي، بتحليل مضمون عينة من المقالات الصحفية في صحف الرأي والدستور والعرب اليوم والغد.

وأوضحت الدراسة أن الكتاب الصحفيين اهتموا بالحديث عن الفساد بكافة أنواعه وأشكاله، وطالبوا الحكومة بالحوار مع المعارضة وإشراكها في مسيرة الإصلاح، لا سيما الحركة الإسلامية التي تشكل قاعدة أساسية في المعارضة، وتملك برنامجاً واضحاً للإصلاح.

وأشارت إلى اهتمام الكتاب بالحديث عن الربيع العربي والإشادة بالنجاحات التي حققها في كل من مصر وتونس، وأوضحت أن المقالات أجمعت على إدانة قتل المتظاهرين في البلدان العربية، ووجهت الانتقاد للنقابات المهنية الأردنية، معتبرين أنها تمارس دكتاتورية حزبية متعددة عن جوهر عملها النقابي.

- دراسة الدليمي (2011) وعنوانها "الفيسبوك والتغير في تونس ومصر".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أسباب الأحداث في تونس ومصر، ودور الفيس بوك فيها، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي.

وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في إنجاح ثورتي تونس ومصر، لأنها سهلت من عملية التواصل بين الناس واختصرت المسافات بينهم، وأن هذه الوسائل عملت على إثارة وعي الجمهور وتوجيهه نحو سلوكيات معينة، بزيادة المعلومات المرسلة للتأثير على القطاعات المستهدفة من الجمهور، وبينت أن تنظيم الاحتجاجات عبر (الفيس بوك) وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي لأحداث التغيير الاجتماعي من خلال نشاطات قليلة الكلفة، أدى إلى تعريض المشاركين في هذه الاحتجاجات إلى خطر التهديد بالعنف، وإلى الاستخدام الفعلي للعنف أيضاً.

- دراسة عبد القوي (2009)، وعنوانها "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية الافتراضية، ودور هذه الشبكات في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية، باستخدام منهجي المسح والمقارن، على عينة من الشباب قوامها (380) مفردة، وعلى موقع الـ Face book.

وأوضحت الدراسة أن نسبة الذين يستخدمون شبكة الفيسبوك لأغراض سياسية بلغت (50,7%). ولم تكن هناك أية فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث.

وأظهرت أن تعددية الآراء ومناقشة القضايا السياسية كانت بدرجة كبيرة من الحرية على الـ Facebook، وأن إتاحة الفرصة للتعليق وإبداء الرأي في القضايا المثارة، ساعد في جذب انتباه الشباب، نحو المضامين السياسية المثارة على (الفيس بوك) دون تمييز بين الذكور والإناث.

تعليق الباحث على الدراسات السابقة:

1. أجريت بعض الدراسات حول تغطية الصحف الأردنية لموضوع الاحتجاجات والتحولت الجديدة في المجتمع الأردني، والبعض الآخر اهتم بتغطية الصحف الأجنبية والعربية، والصحف الإلكترونية العربية للثورات التي شهدتها بعض الدول العربية.
2. أجريت عدة دراسات ميدانية حول اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات حول الثورات العربية، وأخرى اهتمت بدور الإعلام الجديد وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي في تنشيط الحراك السياسي العربي.
3. أجريت الدراسات الميدانية على جمهور الشباب بوجه خاص، والجمهور بشكل عام، ولم تهتم بقطاعات أخرى نوعية من الجمهور.
4. أثبتت نتائج الدراسات السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وأنها أدت دوراً كبيراً في الثورات العربية من خلال التنسيق بين الثوار.
5. لم تُجرَ دراسة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في حفز الجمهور الأردني على المشاركة في الحراك السياسي، خاصة أن الأردن يشهد احتجاجات للمطالبة بالإصلاح، انطلقت في 14 كانون ثاني عام 2011.

التعريفات الإجرائية:

- مواقع التواصل الاجتماعي: وهي إحدى وسائل الاتصال الجديدة، من خلال شبكة الإنترنت، التي تسمح للمستخدم أو المشترك بالتواصل مع الآخرين، وتقديم خدمات متنوعة في العديد من المجالات.

- الحراك الجماهيري: ويقصد به جميع الفعاليات التي نظمها الأردنيون منذ أوائل عام (2011)، والتي تشتمل على المسيرات والاحتجاجات والاعتصامات المطالبة بالإصلاحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
- النقابيون الأردنيون: ويقصد بهم أعضاء النقابات المهنية في مجمع النقابات المهنية في مدينة إربد، والذي يتكون من سبع نقابات مهنية هي (الأطباء وأطباء الأسنان والصيدالة والمهندسون والمهندسون الزراعيون والمحامون والأطباء البيطريون).

أهمية الدراسة:

جاءت مواقع التواصل الاجتماعي لتشكّل طفرة تحررية ونوعية، أثارت جدلاً واسعاً بين المهتمين وصنّاع القرار، حول هذا النوع من أدوات الاتصال الجماهيري، وقدرتها على التأثير في المجتمعات العربية، كما أن هذه المواقع أصبحت تمثل مجالاً عاماً يتيح حيزاً أعلى من التفاعلية، مما يجعلها وسيلة ملائمة لدراسة التعبيرات السياسية والاجتماعية، لذلك فإن أهمية هذه الدراسة تكمن في ندرة الأبحاث والدراسات الأردنية التي تناولت الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين على المشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري، وتزداد أهمية هذه الدراسة لكونها تعكس آراء شريحة اجتماعية ممثلة بالنقابيين الأردنيين، الذين يأتون في مقدمة الشرائح والاتجاهات والتيارات، التي تتصدى للقضايا الوطنية، لا سيما قضية الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي.

كما أن هذه الدراسة من شأنها أن توفر رؤية علمية موضوعية، للوقوف على دور هذه المواقع على الصعيد الأردني، وذلك من خلال توفيرها للنتائج العلمية المتعلقة بهذا الجانب.

مشكلة الدراسة:

اندلعت منذ أواخر عام (2010) موجة من الاحتجاجات والمظاهرات والاعتصامات والثورات، التي عمت عدداً من أقطار الوطن العربي، مطالبة بالتغيير السياسي والاقتصادي، باستخدام وسائل تكنولوجية حديثة، في مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، التي وجد فيها الشباب العربي، منفذاً للتعبير عن آمالهم ورغباتهم وطموحاتهم في التغيير.

وقد شهد الأردن منذ بداية عام (2011) حراكاً سياسياً جماهيرياً واسعاً، شاركت فيه كل الفئات والطبقات والشرائح المجتمعية والسياسية الأردنية، ويدعو إلى إجراء إصلاحات سياسية واقتصادية، نظراً لتردي الأوضاع الاقتصادية في البلاد، وانتشار الفساد المالي والإداري وغلأء الأسعار، وارتفاع معدلات الفقر والبطالة، وذلك باستخدام وسائل الإعلام الجديد لا سيما شبكات التواصل الاجتماعي، التي استقطبت الرأي العام، وألزمت الحكومات على اتخاذ قرارات وإجراءات دون رغبتها.

واستناداً إلى ما سبق، فإن مشكلة هذه الدراسة تتحدد في الإجابة عن السؤال التالي: ما طبيعة الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين الأردنيين، على المشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري، الذي يطالب بإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية؟.

أسئلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة التالية:

1. ما أسباب استخدام النقابيين الأردنيين مواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها النقابيون الأردنيون؟
3. ما أشكال تواصل النقابيين مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
4. ما مدى مشاركة النقابيين في الحراك الجماهيري، عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
5. ما الأساليب التي يستخدمها النقابيون في المشاركة بموضوعات الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
6. ما دوافع مشاركة النقابيين فيما يتعلق بموضوعات الحراك الجماهيري من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟
7. ما الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للنقابيين، فيما يتعلق بالحراك الجماهيري؟
8. ما الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي خلال الحراك الجماهيري الأردني بشكل عام من وجهة نظر النقابيين؟

9. ما مدى اعتماد النقايبين الأردنيين على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالحراك الجماهيري؟

10. هل توجد علاقة بين السمات الديموغرافية للمبوحثين والمشاركة في الحراك الجماهيري؟

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين الأردنيين للمشاركة في الحراك الجماهيري، المطالب بالإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي، كهدف رئيس لهذه الدراسة، وذلك من خلال النقايبين الأردنيين في محافظة إربد، كما تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على مدى مشاركة النقايبين في إربد واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي من عدمه.
2. التعرف على أسباب عدم استخدام النقايبين لمواقع التواصل الاجتماعي.
3. التعرف على دوافع استخدام النقايبين لهذه المواقع.
4. التعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها النقايبون في إربد.
5. التعرف على الزمن الذي يقضيه النقايبون في استخدام هذه المواقع.
6. التعرف على الفترات التي يفضلها النقايبون في استخدام هذه المواقع.
7. التعرف على الأساليب التي يقدم فيها النقايبون أنفسهم للآخرين، خلال مشاركتهم في هذه المواقع، وذلك من حيث تقديم أنفسهم باسم صريح أو مستعار، وعرض صورهم الشخصية من عدمه.
8. التعرف على مدى مشاركة النقايبين فيما يتعلق بالحراك الجماهيري، الذي يطالب بالإصلاح في الأردن، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
9. التعرف على موضوعات الحراك الجماهيري، التي يشارك بها النقايبون، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
10. التعرف على الطرق التي يساهم بها النقايبون في موضوعات الحراك الجماهيري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
11. التعرف على دوافع مشاركة النقايبين في موضوعات الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
12. التعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي، فيما يتعلق بالحراك الجماهيري في الأردن.

13. التعرف على إمكانية الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الآراء تجاه موضوعات الحراك الجماهيري.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية²⁹، ودراسة جمهور المتلقين، وتصنيف الدوافع والحاجات، والأنماط السلوكية، ومستويات الإهتمام والتفضيل³⁰، ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولاً إلى حقائق دقيقة، كما تنتمي هذه الدراسة إلى المنهج المسحي، الذي يعد من أهم المناهج التي تعنى بدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطاره الوصفي والتحليلي، من خلال جمع المعلومات والبيانات وتفسيرها، للدلالة على ما يحدث فعلاً، من أجل التوصل إلى استنتاجات وتعميمات³¹.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكوّن مجتمع الدراسة من النقابيين الأردنيين في مدينة إربد، على اعتبار أن هذه الشريحة الاجتماعية الأردنية، تولي الشؤون السياسية والاقتصادية المحلية اهتماماً ملحوظاً، وتتفاعل مع القضايا والهموم الوطنية والقومية، وذلك لأن أعضاءها على مستوى عالٍ من التعليم والوعي والثقافة، وغالباً ما تجري انتخاباتهم النقابية وفق قوائم وتكتلات سياسية وحزبية.

أما عينة الدراسة فقد تم اختيار مفرداتها من النقابيين الذين يتشكل منهم مجمع النقابات المهنية في إربد وهي سبع نقابات (الأطباء وأطباء الأسنان والصيدالة والمهندسون والمهندسون الزراعيون والمحامون والأطباء البيطريون) بحيث تم اختيار (300) مفردة من النقابيين، موزعة بالتساوي بين النقابات السبع، استناداً إلى عدد أعضاء كل نقابة، وذلك وفق أسلوب العينة الطبقية، باتباع أسلوب التوزيع الأمثل، كأحد مستويات العينة الطبقية، التي تمتاز بدقة تمثيلها للمجتمع الأصلي، لأنها تضمن ظهور وحدات من أي جزء من المجتمع، وتساعد على تقليل التباين الكلي للعينة، كما تمكن من الحصول على درجة عالية من الدقة³²، وقد تم استبعاد أربع استبانات لعدم صلاحيتها للتحليل، فاستقرت العينة على (296) مفردة.

ويوضح الجدول رقم (1) كيفية إختيار الباحث لمفردات العينة، وفق أسلوب التوزيع الأمثل للعينة الطبقية، استناداً للمعادلة التالية:

ن (العينة) × حجم الطبقة

حجم المجتمع الكلي

= عدد مفردات الطبقة

جدول (رقم 1): عدد النقابيين وحجم العينة

| النقابة | عدد الأعضاء | العينة |
|---------------------|-------------|--------|
| الأطباء | 2700 | 37 |
| اطباء الأسنان | 1500 | 20 |
| الصيدالة | 2000 | 27 |
| المهندسون | 11000 | 150 |
| المهندسون الزراعيون | 3000 | 41 |
| المحامون | 1400 | 19 |
| الأطباء البيطريون | 450 | 06 |
| المجموع | 22050 | 300 |

أداة الدراسة:

اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات من أفراد العينة، الذين يمثلون النقابيين في إربد، على اعتبار أن هذه الأداة توفر قدراً جيداً من الموضوعية العلمية بعيداً عن التحيز، وقد تكونت من جزأين، خصص الأول منهما للمتغيرات الديموغرافية، فيما تضمن الجزء الثاني (18) سؤالاً وفقرة، تم صياغتها لتحقيق الأهداف التي تسعى هذه الدراسة للوصول إليها.

صدق الأداة وثباتها:

حرص الباحث على التأكد من صدق الأداة وذلك من خلال عرضها على عدد من أساتذة الصحافة والإعلام والإجتماع، الذين أبدوا عدداً من الآراء والملاحظات، التي أخذ الباحث بها لتصحيح الاستبانة بعد ذلك صالحة للتطبيق الميداني على النقابيين في إربد، كما تم التحقق من ثبات الاستبانة وذلك من خلال توزيعها مسبقاً على عينة مكونة من عشرين نقابياً من أفراد العينة، وبفارق أسبوعين بين التوزيع الأول والثاني، وكانت إجاباتهم متطابقة في الحالتين، الأمر الذي يعزز من ثبات الاستبانة، كما اعتمد الباحث على التناسق الداخلي بين عناصر فقرات الاستبانة، والتي بينت وجود درجة عالية من الثبات، بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ (0,86) وهي نسبة ثبات عالية.

التحليل الإحصائي:

استخدمت هذه الدراسة البرنامج الإحصائي SPSS، لتفريغ البيانات ومعالجتها إحصائياً لاستخراج النتائج، وذلك من خلال المعالجات الإحصائية التي تضمنت التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وكرونباخ ألفا، لقياس الاتساق الداخلي، واختبار كاي² لمعرفة العلاقة بين السمات الديموغرافية للمبحوثين والمشاركة في الحراك الجماهيري.

تحليل النتائج وتفسيرها:

جدول (رقم 2): توصيف مجتمع الدراسة

| المتغير | البدائل والتكرارات | البدائل | ك | % | | |
|-----------------|--------------------|-------------------|-----|-------|-----|------|
| الجنس | | ذكر | 188 | 63,5 | | |
| | | أنثى | 108 | 36,5 | | |
| | | المجموع | 296 | 100 | | |
| العمر | | 25 سنة فأقل | 27 | 9,1 | | |
| | | 26 - 30 عاما | 60 | 20,3 | | |
| | | 31 - 35 عاما | 93 | 31,4 | | |
| | | 36 - 40 عاما | 62 | 20,9 | | |
| | | 40 عاما فأكثر | 54 | 18,2 | | |
| | | المجموع | 296 | 100 | | |
| | | الحالة الاجتماعية | | أعزب | 85 | 28,7 |
| | | | | متزوج | 162 | 54,7 |
| أرمل | 25 | | | 8,4 | | |
| مطلق | 24 | | | 8,1 | | |
| المجموع | 296 | | | 100 | | |
| الدخل الشهري | | 500 دينار فأقل | 35 | 11,8 | | |
| | | 501 - 1000 | 103 | 34,8 | | |
| | | 1001 - 1500 | 99 | 33,4 | | |
| | | 1501 فأكثر | 59 | 19,9 | | |
| | | المجموع | 296 | 100 | | |
| التخصص | | الطب البشري | 36 | 12,2 | | |
| | | طب الأسنان | 20 | 6,8 | | |
| | | الطب البيطري | 6 | 2,0 | | |
| | | الصيدلة | 28 | 9,5 | | |
| | | الهندسة | 146 | 49,3 | | |
| | | الهندسة الزراعية | 41 | 13,9 | | |
| | | المحاماة | 19 | 6,4 | | |
| | | المجموع | 296 | 100 | | |
| الانتماء الحزبي | | منتتم حزبيا | 92 | 31,1 | | |
| | | غير منتتم | 204 | 68,9 | | |
| | | المجموع | 296 | 100 | | |
| جهة العمل | | قطاع حكومي | 92 | 31,1 | | |
| | | خاص | 202 | 68,2 | | |
| | | بدون عمل | 2 | 0,7 | | |
| | | المجموع | 296 | 100 | | |

العلاونه

تشير بيانات الجدول رقم (2) إلى أن (5,63%) من أفراد العينة هم من الذكور وما نسبته (36,5%) من الإناث، وأن نسبة الذين تقل أعمارهم عن (25) عاماً بلغت (9,1%)، أما الذين تراوحت أعمارهم ما بين (26-30) عاماً فقد بلغت نسبتهم (20,3%)، فيما بلغت (31,4%) للذين تراوحت أعمارهم ما بين (31-35) عاماً، وما نسبته (20,9%) للنقابيين الذين تراوحت أعمارهم ما بين (36-40) عاماً، أما الذين زادت أعمارهم عن (40) عاماً فقد بلغت نسبتهم (18,2%)، أما الحالة الاجتماعية لأفراد العينة فإن النتائج توضح أن المتزوجين بلغت نسبتهم (54,7%)، فيما بلغت نسبة العازبين (28,7%)، وما نسبته (8,4%) للأرامل و (8,1%) للمطلقين.

وفيما يتعلق بالدخل الشهري فقد بلغت نسبة الذين تقل دخولهم عن (500) دينار (11,8%)، وما نسبته (34,8%) تراوحت دخولهم ما بين (501-1000) دينار، أما الذين تراوحت دخولهم الشهرية ما بين (1001-1500) دينار فقد بلغت نسبتهم (33,4%)، وما نسبته (19,9%) للنقابيين الذين زادت دخولهم عن (1500) دينار.

أما التخصص المهني للنقابيين والذي تم اختياره وفق أسلوب التوزيع الأمثل للعينة الطبقية كما هو في الجدول رقم (1)، فقد أظهرت النتائج أن نسبة المهندسين كانت (49,3%)، وما نسبته (13,9%) للمهندسين الزراعيين، و(12,2%) للأطباء، و(9,5%) للصيادلة، و(6,8%) لأطباء الأسنان، و(6,4%) للمحاميين، و(2%) للأطباء البيطريين.

وتوضح البيانات أن (68,2%) من المبحوثين يعملون في القطاع الخاص وما نسبته (31,1%) يعملون في القطاع الحكومي، و (0,07%) بدون عمل.

كما تشير البيانات إلى أن (68,9%) من النقابيين لا ينتمون إلى الأحزاب السياسية، وأن ما نسبته (31,1%) ينتمون للأحزاب الأردنية.

جدول (رقم 3): مشاركة النقابيين في مواقع التواصل الاجتماعي

| المتغير | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| نعم | 221 | 74,7 |
| لا | 75 | 25,3 |
| المجموع | 296 | 100% |

توضح بيانات الجدول رقم (3) أن ما نسبته (74,7%) من النقابيين في إربد يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، فيما بلغت نسبة الذين لا يستخدمون هذه المواقع (25,3%)، الأمر الذي يعني أن هذه الشريحة تدرك أهمية هذه الشبكات وطبيعة دورها على المستويات الشخصية والاجتماعية والسياسية، فيلجأون إلى استخدامها، لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم، كما أن هذه الشريحة من أكثر الشرائح علماً ومعرفة.

لذلك فإنها تحرص على مواكبة التطورات التكنولوجية في العديد من المجالات، ومن بينها الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي،

جدول (رقم 4): أسباب عدم استخدام النقايبين لمواقع التواصل الاجتماعي*

| النسبة المئوية | التكرار | الأسباب |
|----------------|---------|---|
| 16,5 | 29 | يتعرف المستخدم على اشخاص غير أسوياء عبر تلك المواقع |
| 22,7 | 40 | هذه المواقع تروج للإشاعات المغرضة وتشويه سمعة الآخرين |
| 16,5 | 29 | يتم استغلال هذه المواقع وفقاً لدوافع استغلالية تؤدي إلى انتشار الفضائح |
| 25,0 | 44 | تحتوي هذه المواقع دعاوى تحريض تسعى لنشر الفتن بين أبناء الوطن |
| 17 | 30 | يتم اختراق خصوصية هذه المواقع لعدم وعي المستخدم ومعرفته بكيفية حماية معلوماته الشخصية |
| 2,3 | 4 | أخرى |
| 100 | 176 | المجموع |

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن النقايبين الذين لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي والذين بلغ عددهم (75) نقابياً بما نسبته (25,3%) من حجم العينة، تعود إلى أن هذه المواقع تحوي دعاوى تحريضية تسعى لنشر الفتن بين أبناء الوطن وبما نسبته (25%) في المرتبة الأولى، تلاه في المرتبة الثانية أن هذه المواقع تروج للإشاعات المغرضة وتشويه سمعة الآخرين بنسبة (22,7%)، وبسبب اختراق خصوصية هذه المواقع لعدم وعي المستخدم ومعرفته بكيفية حماية معلوماته الشخصية بنسبة (17%) في المرتبة الثالثة، ثم لأن المستخدم يتعرف على أشخاص غير أسوياء عبر تلك المواقع، ولاستغلال هذه المواقع وفقاً لدوافع استغلالية تؤدي إلى انتشار الفضائح في المرتبة الرابعة وبما نسبته (16,5%) لكل منهما، ولأسباب أخرى تمثلت بعدم اهتمام النقايبين بهذه المواقع من جهة ولعدم توفر الوقت الكافي لديهم في المرتبة الأخيرة وبما نسبته (2,3%).

جدول (رقم 5): دوافع استخدام النقايبين لمواقع التواصل الاجتماعي

| الدوافع | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------|----------------|
| لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية | 156 | 24,3 |
| الاتصال بالأصدقاء أو بالمجتمع والتعرف على أصدقاء جدد | 129 | 20,1 |
| التسلية والترفيه في مواقع التسلية | 99 | 15,4 |
| لأنها تنمي المهارات الشخصية والحياتية والتعامل مع الآخرين | 80 | 12,5 |
| لأنها تتيح للمستخدم مناقشة قضايا المجتمع مع الآخرين | 112 | 17,4 |
| لأنها تنفس عن الذات | 64 | 10 |
| أخرى | 2 | 0,03 |
| المجموع | 642 | 100 |

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن دافع "لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية" جاء في مقدمة الأسباب التي تدفع النقايبين للمشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي، إذ حصل على ما نسبته (24,3%)، تلاه دافع "الاتصال بالاصدقاء وبالمجتمع والتعرف على أصدقاء جدد" بما نسبته (20,1%)، ثم لأن هذه المواقع تتيح للمستخدم مناقشة قضايا المجتمع مع الآخرين بنسبة (17,4%)، وبدافع التسلية والترفيه في مواقع التسلية التي توفرها هذه المواقع بما نسبته (15,4%)، ولأنها تنمي المهارات الشخصية والحياتية والتعامل مع الآخرين بنسبة (12,5%) ولأنها تنفس عن الذات في المرتبة الأخيرة وبما نسبته (10%).

ويتضح من هذه النتائج أن دوافع استخدامات النقايبين لمواقع التواصل الاجتماعي كانت متقاربة وتصدرها الدافع المتمثل بإتاحة الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية، وذلك لعدم وجود أي نوع من الرقابة على الآراء التي يطرحها المشاركون في هذه المواقع، الذين يرون فيها منبراً حراً يطرحون فيه آراءهم دون أية تدخلات من هذه الوسائل، كما هو الحال في وسائل الإعلام التقليدية، كما تعكس هذه النتائج أهمية الدور الذي تلعبه هذه المواقع على الصعيد الاجتماعي، لمساهمتها بالتواصل مع الآخرين، وسرعة وسهولة هذا التواصل، وكسب أصدقاء ومعارف جدد، وغيرها من الدوافع التي تعكس طبيعة الاستخدامات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين...

جدول (رقم 6): مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها النقيبون

| الموقع | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| فيسبوك | 161 | 50,6 |
| تويتر | 86 | 27,1 |
| يوتيوب | 71 | 22,3 |
| المجموع | 318 | 100 |

وفيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها النقيبون في إربد، تشير النتائج إلى أنها اقتصرت على ثلاثة مواقع فقط هي فيسبوك وتويتر ويوتيوب، حيث جاء الفيسبوك في مقدمة هذه المواقع التي يستخدمها النقيبون وبما نسبته (50,6%)، تلاه موقع تويتر بما نسبته (27,1%) ثم موقع يوتيوب بنسبة (22,3%)، الأمر

الذي يؤكد جماهيرية هذه المواقع، وإقبال المستخدمين عليها، خاصة موقع الفيسبوك الذي يستخدمه عشرات الملايين في العالم، وهذا ما يتفق مع دراسة¹⁹، في أن الفيسبوك أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً من جانب الجمهور سواء الذكور أو الإناث.

جدول (رقم 7): دوافع استخدام النقبائين لمواقع التواصل الاجتماعي

| الدوافع | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------|----------------|
| يسمح بالتواصل مع الأصدقاء | 161 | 28,5 |
| يتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة | 123 | 21,8 |
| تنوعه في عرض أنشطة مختلفة | 89 | 15,8 |
| نظراً لحدائته | 57 | 10,1 |
| نظراً لغرابته | 54 | 9,6 |
| يوفر الحماية لمعلومات الشخصية بعكس المواقع الأخرى | 80 | 14,2 |
| المجموع | 564 | 100 |

* الجداول (4، 5، 6، 7، 13، 17، 18، 19) سمح للمبوحين من خلالها باختيار أكثر من إجابة.

العلونه

أما عن الدوافع التي تكمن وراء استخدام المبحوثين لهذا الموقع دون غيره من المواقع الأخرى، فقد جاء دافع "يسمح بالتواصل مع الأصدقاء" في مقدمة هذه الدوافع، وبما نسبته (28,5%)، ثم لأنه "يتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية" بما نسبته (21,8%)، ولتنوعه في عرض أنشطة مختلفة بنسبة (15,8%)، ولأنه يوفر الحماية للمعلومات الشخصية بنسبة (14,2%)، ونظراً لحدائثة الموقع بنسبة (10,1%)، ثم نظراً لغرابة الموقع بنسبة (9,6%).

ويتبين من هذه النتائج مدى الحرص الذي يوليه النقيبون للتواصل مع أصدقائهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها، لأن هذه المواقع سهلت عليهم إدامة علاقاتهم بالآخرين، وأتاحت الفرص أمامهم للتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة لا توفرها الوسائل الإعلامية الأخرى، الأمر الذي يعكس طبيعة التنوع والوفرة التي تقدمها هذه المواقع.

جدول (رقم 8): المدة التي مضت على اشتراك النقبائين في مواقع التواصل الاجتماعي

| المدة | التكرار | النسبة المئوية |
|--------------------------|---------|----------------|
| منذ أقل من 6 شهور | 75 | 33,9 |
| من 6 شهور إلى أقل من سنة | 82 | 37,1 |
| منذ سنة فأكثر | 64 | 29 |
| المجموع | 221 | 100 |

تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى أن (37,1%) من النقبائين مضى على استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ما بين 6 شهور حتى سنة، وأن (33,9%) منهم يستخدمون هذه المواقع منذ أقل من ستة شهور، فيما أفاد ما نسبته (29%) أنهم يستخدمون هذه المواقع منذ سنة فأكثر، وهذا يعني أن غالبية النقبائين هم من حديثي المشاركة والاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد يكون الدور الذي لعبته في الثورات العربية وفي الأحداث التي شهدتها المنطقة العربية، ساهم في جذب الأنظار إلى هذه المواقع، التي أصبحت تستقطب معظم الشرائح الاجتماعية بشكل لافت.

جدول (رقم 9): الوقت الذي يقضيه النقبائون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

| الوقت | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------------|---------|----------------|
| أقل من 3 ساعات يومياً | 105 | 47,5 |
| من 3 - 5 ساعات يومياً | 86 | 38,9 |
| أكثر من 5 ساعات يومياً | 30 | 13,6 |
| المجموع | 221 | 100 |

توضح بيانات الجدول رقم (9) أن (47,5%) من النقبائين يقضون أقل من 3 ساعات يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأن ما نسبته (38,9%) يقضون ما بين 3 - 5 ساعات يومياً، فيما بلغت نسبة الذين يستخدمون هذه المواقع أكثر من 3 ساعات (13,6%)، مما يعني أن النقبائين يقبلون

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين...

على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأن هذه المواقع لها دور في حياتهم الشخصية والاجتماعية نظرا لطبيعة الأوقات التي يقضونها في استخدامها، مما يعني أن هذه المواقع تقدم خدمات متنوعة تحظى بإقبال النقبائين عليها.

جدول (رقم 10): فترات الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي

| الفترة | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------|---------|----------------|
| فترة الصباح | 44 | 19,9 |
| فترة الظهيرة | 42 | 19 |
| فترة المساء | 63 | 28,5 |
| لا يوجد وقت محدد | 72 | 32,6 |
| المجموع | 221 | 100 |

تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى أن الفترات التي يستخدم النقبائون فيها مواقع التواصل الاجتماعي توزعت على فترات اليوم الواحد بشكل متقارب نسبياً، وبينت النتائج أن (19,9%) يستخدمون هذه المواقع في فترة الصباح وما نسبته (19%) يستخدمونها في فترة الظهيرة وما نسبته (28,5%) في الفترة المسائية، فيما بلغت نسبة الذين لا يوجد وقت محدد لاستخدامهم (32,6%). وتوضح هذه النتائج أن النقبائين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي طوال فترات اليوم الواحد، وقد يرتبط ذلك بظروف عملهم في القطاع الخاص الذي قد يبدأ في أوقات متأخرة أحياناً.

جدول (رقم 11): الطريقة التي يقدم النقبائون أنفسهم للآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| الطريقة | التكرار | النسبة المئوية |
|-----------------------------|---------|----------------|
| أقدم نفسي بصورة واضحة صريحة | 156 | 70,6 |
| أقدم نفسي باسم مستعار | 65 | 29,4 |
| المجموع | 221 | 100 |

تشير بيانات الجدول رقم (11) إلى أن غالبية النقبائين يقدمون أنفسهم للآخرين بصورة واضحة وصريحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة هؤلاء (70,6%)، فيما بلغت نسبة الذين يقدمون أنفسهم باسم مستعار (29,4%)، وقد يرتبط لجوء البعض إلى استخدام أسماء مستعارة بالخصوصية الشخصية، وعدم رغبتهم في تعرف الآخرين عليهم لأسباب خاصة بهم، أو أنهم قد يكونون من العنصر النسائي، إلا أن الأصل في التواصل عبر هذه الوسائل الإعلامية يفترض بالمستخدمين تقديم أنفسهم بشكل صريح وواضح، ليسهل عليهم التواصل مع معارفهم وأصدقائهم.

جدول (رقم 12): استخدام النقابيين لصورهم الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي

| المتغير | التكرار | النسبة المئوية |
|----------------------------------|---------|----------------|
| نعم | 124 | 56,1 |
| لا (أترك مكان الصورة فارغاً) | 43 | 19,5 |
| لا (أستخدم صورة أخرى مكان صورتي) | 54 | 24,4 |
| المجموع | 221 | 100 |

أما فيما يتعلق باستخدام النقابيين لصورهم الشخصية فقد أظهرت النتائج أن (56,1%) يضعون صورهم على الموقع، وأن (19,5%) يتركون مكان الصورة فارغاً، فيما أجاب ما نسبته (24,4%) بأنهم يضعون صوراً أخرى غير صورهم الشخصية؛ وقد يكون ذلك مرتبطاً بالحرية الشخصية كما هو الحال باستخدام الأسماء الصريحة أو المستعارة، وذلك لأن هذه المواقع لا تلزم المستخدمين بعرض صورهم الشخصية أو أسمائهم الحقيقية.

جدول (رقم 13): أشكال تفاعل النقابيين مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| أشكال التفاعل | التكرار | النسبة المئوية |
|--------------------|---------|----------------|
| محادثة صوتية | 87 | 18 |
| مناقشة جماعية | 117 | 24,2 |
| رسالة بريدية | 62 | 12,8 |
| فيديو | 63 | 13 |
| رسائل محادثة (شات) | 155 | 32 |
| المجموع | 484 | 100 |

وفيما يتعلق بأشكال تفاعل النقابيين مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فقد أظهرت النتائج أن (32%) من النقابيين يلجؤون إلى رسائل المحادثة وما نسبته (24,2%) يستخدمون المناقشة الجماعية و (18%) للمحادثة الصوتية وما نسبته (13%) للفيديو و (12,8%) للرسائل البريدية، الأمر الذي يعني أن النقابيين يستخدمون أشكال التفاعل مع الآخرين مباشرة والتي تتيح تبادل الآراء وتنسيق المواقف، والتحفيز على المشاركة.

جدول (رقم 14): مشاركة النقابيين في الحراك الجماهيري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين...

| المتغير | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| دائماً | 44 | 19,9 |
| أحياناً | 43 | 19,5 |
| نادراً | 38 | 17,2 |
| لا أشرك | 96 | 43,4 |
| المجموع | 221 | 100 |

أما فيما يتعلق بمشاركة النقبائين في الحراك الجماهيري الذي يطالب بإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية في الأردن عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تشير بيانات الجدول رقم (14) إلى أن (19,9%) من النقبائين يشاركون دائماً، وما نسبته (19,5%) من النقبائين يشاركون أحياناً، و (17,2%) يشاركون نادراً، فيما بلغت نسبة الذين لا يشاركون (43,4%). وتفيد هذه النتائج أن ما نسبته (56,6%) من النقبائين يشاركون في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي توزعت بين المتغيرات (دائماً، أحياناً، نادراً)، مما يعكس طبيعة الاهتمام والتفاعل الذي يوليه النقبائون لموضوعات الحراك الجماهيري، خاصة وأن طبيعة الاهتمام والمشاركة ترتبط بالمرجعيات السياسية والفكرية والحزبية للنقبائين، فالحزبيون منهم تحركهم أحزابهم للمشاركة في الحراك سواء كان ذلك من خلال مواقع التواصل أو من خلال الشارع الأردني، كما أن الحراك الجماهيري نفسه يشكل قضية خلافية في المجتمع الأردني، الذي تتوزع مكوناته ما بين التأييد أو المعارضة أو عدم الاهتمام بهذا الحراك وبالنتائج التي قد يؤول إليها.

جدول (رقم 15): مشاركة النقبائين في الحراك الجماهيري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وفق الجنس

| المتغير / الجنس | دائماً | | أحياناً | | نادراً | | لا أشرك | |
|-----------------|---------|------|---------|------|---------|------|---------|------|
| | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | % |
| ذكر | 37 | 84,1 | 33 | 76,7 | 28 | 73,3 | 50 | 52,1 |
| أنثى | 7 | 15,9 | 10 | 23,3 | 10 | 26,3 | 46 | 47,9 |
| المجموع الكلي | 44 | 100 | 43 | 100 | 38 | 100 | 96 | 100 |

أما عن مشاركة النقبائين في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير الجنس، تشير النتائج إلى أن المشاركة الدائمة توزعت ما بين (84,1%) للذكور وما نسبته (15,9%) للإناث، أما الذين يشاركون أحياناً فقد بلغت نسبتهم من الذكور (76,6%) مقابل (23,3%) للإناث، فيما بلغت نسبة الذكور الذين يشاركون نادراً ما مجموعه (73,7%)، مقابل (26,3%) من الإناث، أما الذين لا يشاركون فقد بلغت للذكور ما نسبته (15,9%)، وللإناث ما نسبته (47,9%). وتفيد هذه النتائج أن مشاركة الذكور في الحراك عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكبر بكثير من مشاركة الإناث، ويعزو الباحث

العلونه

ذلك إلى أن الإناث أقل اهتماماً بالشؤون السياسية وبالشؤون العامة، لذلك فإن مبادراتهن في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك الجماهيري كانت أقل مما هي عليه عند الرجال من النقبين.

جدول (رقم 16): العلاقة بين السمات الديموغرافية للنقبين والمشاركة في الحراك الجماهيري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

| الدلالة الإحصائية | درجة الحرية | كا ² | لا يشارك | | يشارك | | المشاركة والعلاقة الإحصائية | | |
|-------------------|-------------|-----------------|----------|----|-------|-----|-----------------------------|-----------------|--------------|
| | | | % | ك | % | ك | السمات الديموغرافية | | |
| 0,671 | 4 | 2,354 | 3,4 | 10 | 5,7 | 17 | 25 | عاما فأقل | العمر |
| | | | 7,4 | 22 | 12,8 | 38 | 30-26 | عاما | |
| | | | 10,8 | 32 | 20,6 | 61 | 35-31 | عاما | |
| | | | 5,4 | 16 | 15,5 | 46 | 40-36 | عاما | |
| | | | 5,4 | 16 | 12,8 | 38 | 40 | عاما فأكثر | |
| | | | 32,4 | 96 | 67,6 | 200 | المجموع | | |
| 0,901 | 3 | 0,579 | 3,4 | 10 | 8,4 | 25 | 500 | دينار فأقل | الدخل الشهري |
| | | | 11,5 | 34 | 23,3 | 69 | 1000-501 | دينار | |
| | | | 10,5 | 31 | 23,1 | 68 | 1500-1001 | دينار | |
| | | | 7,1 | 21 | 12,8 | 38 | 1501 | دينار فأكثر | |
| | | | 32,4 | 96 | 67,6 | 200 | المجموع | | |
| 0,005 | 1 | 8,010 | 16,9 | 50 | 46,7 | 138 | ذكر | الجنس | |
| | | | 15,5 | 46 | 20,9 | 62 | أنثى | | |
| | | | 32,4 | 96 | 67,6 | 200 | المجموع | | |
| 0,597 | 2 | 1,033 | 10,5 | 31 | 20,6 | 61 | قطاع حكومي | جهة العمل | |
| | | | 22,0 | 65 | 46,3 | 137 | قطاع خاص | | |
| | | | 00 | 0 | 7 | 2 | بدون عمل | | |
| | | | 32,4 | 96 | 67,6 | 200 | المجموع | | |
| 0,755 | 1 | 0,097 | 10,4 | 31 | 20,6 | 61 | منتم حزيباً | الانتماء الحزبي | |
| | | | 22,0 | 65 | 47,0 | 139 | غير منتم حزيباً | | |
| | | | 32,4 | 96 | 67,6 | 200 | المجموع | | |

وحول العلاقة بين السمات الديموغرافية إلى للنقابيين، والمشاركة في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تشير بيانات الجدول (16) أنه لا توجد علاقة إحصائية بين العمر، والمشاركة حيث بلغت قيمة $\chi^2 (0,579)$ ، وبين الجنس والمشاركة حيث بلغت قيمة $\chi^2 (1,033)$ ، وبين الانتماء الحزبي والمشاركة، حيث بلغت قيمة $\chi^2 (0,097)$ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0,05$)

ويعزو الباحث ذلك إلى ما تتميز به مواقع التواصل الاجتماعي من سمات تتمثل بتعددية الآراء ومناقشة القضايا الجماهيرية بدرجة كبيرة من الحرية، وأن إتاحة هذه المواقع الفرصة للتعليق وإبداء الآراء في القضايا المثارة، ساعد في جذب الجمهور نحو مضامين هذه المواقع دون تمييز بين ذكور وإناث، أو أصحاب الدخل المختلف وأيضاً بين من ينتمون حزبياً أو من لا ينتمون.

جدول (رقم 17): المجالات التي يشارك بها النقبائون في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| المجالات | التكرار | النسبة المئوية |
|--|---------|----------------|
| المطالبة بإصلاحات دستورية | 91 | 14,4 |
| المطالبة بإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية | 89 | 14,1 |
| تغيير الحكومة الأردنية | 50 | 7,9 |
| حل مجلس النواب | 48 | 7,6 |
| إجراء انتخابات نيابية وبلدية نزيهة | 71 | 11,2 |
| محاربة الفساد والفاستدين | 62 | 9,8 |
| استعادة ثروات الدولة المنهوبة | 52 | 8,2 |
| تحسين الأوضاع الاقتصادية للعاملين والمواطنين | 63 | 10 |
| التصدي لمشكلتي الفقر والبطالة | 61 | 9,6 |
| أخرى | 1 | 0,02 |
| المجموع | 633 | 100 |

وعن الموضوعات التي يشارك بها النقبائون في الحراك الجماهيري من خلال استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي، أظهرت بيانات الجدول رقم (16) أن المطالبة بإصلاحات دستورية تصدرت موضوعات الحراك بما نسبته (14,1%) تلاها في المرتبة الثانية المطالبة بإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية بما نسبته (14,1%)، ثم إجراء انتخابات نيابية وبلدية نزيهة في المرتبة الثالثة بنسبة (11,2%)، واحتل تحسين الأوضاع الاقتصادية للعاملين والمواطنين المرتبة الرابعة بنسبة 10%، ثم محاربة الفساد والفاستدين بنسبة (9,8%)، تلاه في المرتبة السادسة التصدي لمشكلتي الفقر والبطالة بما نسبته (9,6%)، واستعادة ثروات الدولة المنهوبة بنسبة (8,2%)، ثم تغيير الحكومة بما نسبته

العلونه

(7,9%)، وحل مجلس النواب بنسبة (7,6%)، والمطالبة بالمساواة والعدالة الاجتماعية بنسبة (7,1%)، وتوضح هذه النتائج أن موضوعات الحراك الجماهيري متعددة ومتنوعة، وهي متراكمة منذ عقود طويلة، وأن القائمين على الحراك يطرحونها انطلاقاً من الواقع السياسي والاقتصادي الذي يشهده الأردن، والتي تمثل في مجموعها الشعارات والمطالب التي يرفعها المحتجون لإحداث الإصلاح والتغيير، وأن النقابيين عكسوا الواقع الأردني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لإثارة اهتمام المستخدمين لهذه المواقع وحفزهم على المشاركة فيها، سواء من خلال المواقع الاجتماعية أو على صعيد الشارع الأردني.

جدول (رقم 18): أساليب مشاركة النقابيين الآخرين فيما يتعلق بالحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| النسبة المئوية | التكرار | الأساليب |
|----------------|---------|--|
| 9,19 | 75 | عرض أخبار ومعلومات تتعلق بالمسيرات والاحتجاجات والاعتصامات |
| 22,5 | 85 | تقديم آراء حول المسيرات والاحتجاجات |
| 20,4 | 77 | التعليق على فعاليات الحراك الجماهيري |
| 17 | 64 | وضع لقطات مصورة عن المسيرات والاحتجاجات |
| 20,2 | 76 | عرض تساؤلات عن هذه المسيرات والاحتجاجات |
| 100 | 377 | المجموع |

تشير بيانات الجدول رقم (18) إلى أن الأساليب والطرق التي استخدمها النقابيون فيما يتعلق بالحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت متقاربة جداً، حيث أظهرت النتائج أن تقديم آراء حول المسيرات والاحتجاجات التي يشهدها الشارع الأردني بلغت نسبتها (22,5%)، تلاها التعليق على فعاليات الحراك الجماهيري بنسبة (20,4%)، ثم عرض تساؤلات عن هذه المسيرات والاحتجاجات بنسبة (20,2%)، وعرض أخبار ومعلومات تتعلق بالمسيرات والاحتجاجات والاعتصامات بنسبة (19,9%)، ووضع لقطات مصورة عن المسيرات والاحتجاجات بنسبة (17%).

جدول (رقم 19): دوافع مشاركة النقبائين في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| الدوافع | التكرار | النسبة المئوية |
|--|---------|----------------|
| لأنها تقدم معلومات عن الحراك الجماهيري الأردني لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى | 88 | 19,3 |
| لأن الحصول على معلومات وآراء عن الحراك الجماهيري الأردني من خلالها أسهل من وسائل الإعلام الأخرى، | 65 | 14,3 |
| لأنها تسبق وسائل الإعلام الأخرى في عرض الأخبار والمعلومات المتعلقة بالحراك الجماهيري | 62 | 13,6 |
| لأنني أحصل من خلالها على الأخبار التي ابحت عنها | 51 | 11,2 |
| لأنني أستطيع التواصل من خلالها مع مصادر مختلفة بشأن موضوعات الحراك الجماهيري الأردني | 64 | 14,1 |
| لأنها تحقق إمكانية التفاعل مع ما تنشره من موضوعات الحراك من خلال النشر والتعليق | 65 | 14,3 |
| المجموع | 455 | 100 |

أوضحت بيانات الجدول رقم (19) أن دافع "لأنها تقدم معلومات عن الحراك الجماهيري الأردني لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى" احتل المرتبة الأولى بين دوافع مشاركة النقبائين في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبما نسبته (19,3%). وجاء دافع "لأن الحصول على معلومات وآراء عن الحراك الجماهيري الأردني من خلالها أسهل من وسائل الإعلام الأخرى" و "لأنها تحقق إمكانية التفاعل مع ما تنشره من موضوعات الحراك من خلال النشر والتعليق" في المرتبة الثانية وبما نسبته (14,3%) لكل منهما، ولأنها تعرض وجهات نظر متعددة ومختلفة حول الحراك الجماهيري الأردني في المرتبة الرابعة وبنسبة (14,11%). ولأنها تسبق وسائل الإعلام الأخرى في عرض الأخبار والمعلومات المتعلقة بالحراك الجماهيري في المرتبة الخامسة بنسبة (13,6%)، فيما احتل دافع "لأنني أستطيع التواصل من خلالها مع مصادر مختلفة بشأن موضوعات الحراك الجماهيري" المرتبة السادسة وبما نسبته (13,2%)، وجاء في المرتبة السابعة والأخيرة "لأنني أحصل من خلالها على الأخبار التي أبحت عنها" بنسبة (11,2%).

ويتبين من هذه النتائج أن دوافع المشاركة لدى النقبائين متقاربة جداً نظراً لأن هذه الشريحة تكاد تكون متقاربة في مستويات التعليم والوعي والثقافة، كما يتضح من خلالها أن النقبائين يبدون اهتماماً بالحصول على المعلومات وسهولة توفرها وإمكانية التفاعل معها من خلال التعليق عليها، وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى بهذه الميزات التي حفزت النقبائين للمشاركة في الحراك الجماهيري.

العلونه

جدول (رقم 20): دور مواقع التواصل الاجتماعي في حفز النقابيين للمشاركة في الحراك الجماهيري

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | دور المواقع |
|-------------------|-----------------|--|
| 0,571 | 2,58 | ساهم في إحاطتي بالمعلومات والآراء عن الحراك الجماهيري أولاً بأول |
| 0,617 | 2,51 | ساهم في تزايد اهتمامي بالمسيرات والاعتصامات ومتابعة أخبارها |
| 0,698 | 2,30 | ساهم في تأييدي لهذه المسيرات والاعتصامات |
| 0,705 | 2,29 | ساهم في استمرارية هذه المسيرات والاعتصامات نتيجة تأييدنا لها |
| 0,755 | 2,21 | ساهم في إنجاح المسيرات والاعتصامات من خلال مشاركتنا بها |
| 0,753 | 2,26 | دفعني إلى المشاركة في هذه المسيرات والاعتصامات |
| 0,791 | 2,10 | دفعني إلى التخطيط مع الآخرين لتنظيم مثل هذه المسيرات والاحتجاجات |
| 0,505 | 2,32 | المجموع |

تشير بيانات الجدول رقم (20) إلى الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي، في الحراك الاجتماعي، وتبين هذه النتائج أن مساهمة هذه المواقع في إحاطة النقابيين بالمعلومات والآراء عن الحراك الجماهيري أولاً بأول جاءت في المرتبة الأولى وبمستوى مرتفع بلغ المتوسط الحسابي له (2,58)، تلاه في المرتبة الثانية "أن هذه المواقع ساهمت في تزايد اهتمام النقابيين بالمسيرات والاعتصامات ومتابعة أخبارها"، بمستوى مرتفع بلغ المتوسط الحسابي له (2,51)، الأمر الذي يعني أن الدور الذي لعبته هذه المواقع في المجالين السابقين كان مرتفعاً ومؤثراً لدى النقابيين، إلا أن دورها في المجالات الأخرى كان أقل تأثيراً وحصلت على مستويات متوسطة وذلك لأن المتوسط الحسابي لها تراوح ما بين (2,10) إلى (2,30)، وهي متقاربة مع المتوسط الحسابي العام لكافة المجالات والذي بلغ (2,32)، مما يؤشر على أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور فاعل في الحراك الجماهيري الأردني، وساهمت في تزايد اهتمام النقابيين في الحراك ومن ثم المشاركة في فعالياته.

جدول (رقم 21): الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك الجماهيري بشكل عام من وجهة نظر النقايبين

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | المجالات |
|-------------------|-----------------|---|
| 0,653 | 2,55 | الآراء التي يطرحها الأردنيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة للإصلاح |
| 0,696 | 2,30 | طرحت مواقع التواصل الاجتماعي كل الآراء المتعلقة بالإصلاح في الأردن |
| 0,728 | 2,26 | حشدت مواقع التواصل الاجتماعي الجماهير الأردنية للمشاركة في المسيرات والاحتجاجات |
| 0,736 | 2,22 | دفعت الحكومة الأردنية إلى الاستجابة لإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية |
| 0,823 | 2,09 | الأردنيون الذين يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي تحركهم دوافع سياسية معينة |
| 0,788 | 20,02 | الأردنيون الذين يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي تحركهم دوافع شخصية للنيل من أشخاص معينين |
| 0,801 | 2,10 | الأردنيون الذين يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي يروجون لأحزاب سياسية معينة |
| 0,386 | 2,22 | المجموع |

توضح بيانات الجدول رقم (21) مجالات الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالحراك الجماهيري، حيث تصدرتها " الآراء التي يطرحها الأردنيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة للإصلاح" بمتوسط حسابي بلغ (2,55)، وبمستوى مرتفع عن المجالات كافة، فيما جاءت المجالات الأخرى التي قامت بها مواقع التواصل في مستوى متوسط، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لها ما بين (2,30 - 2,02)، لتكون متقاربة مع المتوسط الحسابي العام لكافة المجالات، والذي بلغ 2,22، الأمر الذي يفيد أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دورها وأهميتها في حشد الجماهير الأردنية للمشاركة في المسيرات، ودفع الحكومة الأردنية للاستجابة لمطالب الحراك بإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية.

جدول (رقم 22): الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والموضوعات

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | إمكانية الاعتماد |
|-------------------|-----------------|---|
| 0,764 | 2,22 | مواقع التواصل الاجتماعي تقدم معلومات خفيفة |
| 0,802 | 2,02 | الصحف والتلفزيون فقط هي الوسائل القادرة على تكوين رأي عام |
| 0,752 | 2,18 | وسائل الإعلام الجماهيرية موثوق بها في القضايا الجماهيرية (مثل الحراك الجماهيري) |
| 0,724 | 1,98 | مواقع التواصل الاجتماعي يمكن الاعتماد عليها في الأمور الشخصية فقط |
| 0,694 | 2,04 | مواقع التواصل الاجتماعي تقدم الحقيقة |
| 0,680 | 2,25 | مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بحشد الجماهير وراء موقف معين |
| 0,795 | 2,07 | الوسائل الجماهيرية (صحف، إذاعة، تلفزيون) تعرض رأياً بعينه على الجمهور |
| 0,77 | 2,14 | مواقع التواصل الاجتماعي بها مجموعات متجانسة ومتشابهة في الرأي |

وفيما يتعلق بآراء النقايبين حول إمكانية الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والموضوعات الجماهيرية (مثل الحراك الجماهيري)، أشارت بيانات الجدول رقم (22) إلى أن "مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بحشد الجماهير وراء موقف معين" احتل المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (2,25)، تلاه في المرتبة الثانية "أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم معلومات خفيفة" بمتوسط حسابي بلغ (2,22)، وجاء في المرتبة الثالثة أن "وسائل الإعلام الجماهيرية موثوق بها في القضايا الجماهيرية بمتوسط حسابي بلغ (2,18) ثم أن "مواقع التواصل الاجتماعي بها مجموعات متجانسة ومتشابهة في الرأي في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (2,14) تلاه أن "الوسائل الجماهيرية (صحف، إذاعة، تلفزيون) تعرض رأياً بعينه على الجمهور" في المرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي بلغ (2,07)، فيما احتل "مواقع التواصل الاجتماعي تقدم الحقيقة" المرتبة السادسة وبمتوسط حسابي (2,04)، وجاء في المرتبة السابعة أن "الصحف والتلفزيون فقط هي الوسائل القادرة على تكوين رأي عام بمتوسط حسابي (2,02)، وأخيراً الرأي بأن "مواقع التواصل الاجتماعي يمكن الاعتماد عليها في الأمور الشخصية فقط بمتوسط حسابي بلغ (1,98).

وهو الأمر الذي يوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً مهماً يمكن الاعتماد عليه في تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والموضوعات مثل الحراك الجماهيري أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى، وهو ما أكدته معظم الدراسات السابقة التي أوضحت الدور المتعاظم لمواقع التواصل الاجتماعي خلال الثورات والتحويلات والحراك السياسي الذي يشهده العالم العربي والتي استطاعت حشد (الثوار) خلال الثورات التي شهدتها بعض الدول العربية.

أهم النتائج:

وفيما يلي أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

1. أظهرت النتائج أن (74,7%) من النقبائين يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي وأن ما نسبته (25,3%) لا يستخدمونها، وأن (25%) من هؤلاء برروا عدم استخدامهم لها لأنها تحوي دعاوى تحريض تسعى لنشر الفتن بين أبناء الوطن الواحد.
2. بينت النتائج أن دوافع استخدام النقبائين لمواقع التواصل الاجتماعي كانت متقاربة، وجاء في مقدمتها الدافع المتعلق بأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية بما نسبته (24,3%)، تلاه الدافع المتعلق بالاتصال مع الاصدقاء والمجتمع والتعرف على أصدقاء جدد بنسبة (20,1%).
3. اقتصر استخدام النقبائين الأردنيين على ثلاثة مواقع للتواصل الاجتماعي، الفيسبوك بنسبة (50,6%)، وتويتر بنسبة (27,1%) ويوتيوب بنسبة (22,3%).
4. أوضحت النتائج أن النقبائين الذين يمضون أقل من 3 ساعات يوميا في استخدام مواقع التواصل بلغت نسبتهم (47,5%)، وما نسبته (38,9%) يستخدمونها ما بين (3-5) ساعات يوميا.
5. أشارت النتائج إلى أن (70,6%) من النقبائين يقدمون أنفسهم للآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصورة واضحة، وأن ما نسبته (56,1%) يعرضون صورهم في المواقع.
6. أظهرت النتائج أن (19,9%) من النقبائين يشاركون في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة، وأن (19,5%) منهم يشاركون أحيانا، فيما (43,4%) لا يشاركون، وأن المشاركة الدائمة للرجال أكثر من النساء، حيث بلغت للذكور ما نسبته (84,1%) وللنساء (15,9%) فيما بلغت للذكور الذين يشاركون أحيانا ما نسبته (76,7%)، وللنساء ما نسبته (26,3%).
7. جاءت المطالبة بإصلاحات دستورية في مقدمة موضوعات الحراك التي يشارك بها النقبائون من خلال هذه المواقع، وبما نسبته (14,4%)، تلتها المطالبة بإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية بنسبة (14,1%)، ثم إجراء انتخابات نيابية وبلدية نزيهة بنسبة (11,2%).
8. تركزت مشاركة النقبائين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم آراء حول المسيرات والاجتماعات بما نسبته (22,5%)، والتعليق على فعاليات الحراك الجماهيري بنسبة (20,4%)، ثم عرض تساؤلات عن هذه المسيرات والاحتجاجات بنسبة (20,2%).
9. احتل الدافع الذي يفيد بأن مواقع التواصل تقدم معلومات عن الحراك الجماهيري لا تقدمها وسائل الاعلام الأخرى قائمة دوافع المشاركة في مواقع التواصل وبما نسبته (19,3%)، تلاه أن الحصول على معلومات وآراء عن الحراك الجماهيري من خلال هذه المواقع أسهل من وسائل الإعلام الأخرى،

ولأن هذه المواقع تحقق إمكانية التفاعل مع ما تنشره من موضوعات الحراك من خلال النشر والتعليق بما نسبته (14,3%) لكل منهما.

10. أكدت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي قامت بدور متوسط في حفزها للنقابيين للمشاركة في الحراك الجماهيري، وذلك لأن مؤشرات هذا الدور حصلت على متوسط حسابي عام بلغ (2,32%).

11. أكدت نتائج الدراسة أن جمهور النقابيين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن الاعتماد عليها أكثر من الوسائل التقليدية في تكوين الآراء تجاه موضوعات الحراك الجماهيري لأنها تقدم الحقيقة، فضلاً عن أنها تسمح بحشد الجماهير وراء موقف معين.

12. أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموغرافية للنقابيين (العمر، الدخل الشهري، الجنس، جهة العمل، الانتماء الحزبي)، وبين المشاركة في الحراك الجماهيري، عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

التوصيات:

- تفعيل مشاركة المواطنين في مواقع الإعلام الاجتماعي، ذلك لأن المواطن أصبح صانع الحدث والإعلامي في هذه المواقع، التي تحظى باهتمام وثقة متزايدة من الجمهور العادي وصناع القرار.
- إجراء دراسات علمية للمضامين المتاحة على الشبكات الاجتماعية من واقع استخدامات الأفراد في مراحل عمرية ومهنية متعددة، بما يسمح بالتعرف على كيفية استخدام هذه المواقع وآليات التواصل فيها.
- تعد النقابات المهنية من أكثر المؤسسات المجتمعية الأردنية اهتماماً وتفاعلاً مع القضايا والشؤون العامة، ولكونها من القطاعات التي تواكب التطورات التكنولوجية والعلمية وغيرها، الأمر الذي يدعو القائمين عليها إلى تشجيع المنتسبين إليها، لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، نظراً لأهمية الدور الذي باتت تلعبه هذه المواقع في العديد من المجالات الحياتية.

The Role of Social Networking in Stimulating Jordanian Citizens to Participate in the Public Mobility

A Field Study on a Sample of Trade Unionists

Hatim Saleem Alawneh, *Faculty of Mass Communication, Yarmouk University, Irbid, Jordan.*

Abstract

Jordan has witnessed since the beginning of the year (2011), like many Arab countries, a wave of protests and sit-ins and marches, prompted by changes of reform, in the political, economic and social development. Social networking sites have enabled the way for the organizers of the events of the mobility of the mass, to participate and interact with the events, the level of motivation and move public opinion.

This study aimed to investigate the role of social networking sites, to stimulate the Jordanian citizens to participate in the activities of mass movement, using the survey method information, both descriptive and analytical, on the total sample (296) Single, of trade unionists in the city of Irbid.

The main results of this study:

- That the rate of (74.7%) of the trade unionists who use social networking sites, and (24.3%) of them used because they provide the opportunity to express their views freely.
- That (50.6%) of the trade unionists who use Facebook and (27.1%) use Twitter, and that the motives of their use of these sites is that it allows to communicate with friends by (28.5%), and provide the opportunity to express their views freely absolute rate (21.8%).
- The results showed that (56.6%) of the trade union involved (always, sometimes and rarely) in the mass movement, which called for reform and change in Jordan, through social networking sites.
- Topped the list of constitutional reforms claim Topics mass movement, which is attended by unionists through the social networking sites, and got a rate (14.4%), followed by demanding political and economic reforms and social rate (14,1%).

قدم البحث للنشر في 2012/10/17 وقبل في 2013/2/ 26

الهوامش

- ¹ عبد الرزاق والساموك، 2011، ص57.
- ² زكريا، 2009، ص 935.
- ³ حسن، 2009، ص ص 478 – 479.
- ⁴ عبد القوي، 2009، ص 1552.
- ⁵ الحويان، 2012، www.shabab.addustour.
- ⁶ القرني، 2011، ص87.
- ⁷ العرب اليوم، 2012-1-19.
- ⁸ علي، 2010، ص 40.
- ⁹ الشامي، 2007، ص ص 129-130.
- ¹⁰ فؤاد، 2012، www.ahewor.
- ¹¹ كمال، 2009، ص ص 43-44.
- ¹² Sean P.Hagerty, 2008, P93.
- ¹³ البسيوني، 2009، ص ص 10-12.
- ¹⁴ زكريا، ص 943.
- ¹⁵ Johnson, 2002, p.428.
- ¹⁶ عبد القوي، ص 1558.
- ¹⁷ عزي، 2009، ص8.
- ¹⁸ عبدالمقصود، 2009، ص14.
- ¹⁹ حسن، 2009، ص ص 509-513.
- ²⁰ (DeFleur, ML. & Ball-Rokeach, S, (2001).
- ²¹ مكاوي والسيد، 2003، ص314.
- ²² مكاوي والسيد، 2003، ص316.
- ²³ عليان وغنيم، 2000، ص43.
- ²⁴ عبد الحميد، 2004، ص59.
- ²⁵ المغربي، 2007، ص97.
- ²⁶ العبد وعزمي، 1999، ص ص 152-153.
- ²⁷ عبد القوي، 2009.

المصادر والمراجع

- أبو عرجة، تيسير (2011)، معالجة الصحف الأردنية اليومية لأحداث الربيع العربي، المؤتمر العلمي "وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير"، كلية الإعلام، جامعة البتراء، عمان.
- البيسوني، محمد علي، (2009) دولة الـ Face Book، دار الشروق، القاهرة.
- حافظ، عبده (2011)، تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي - وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، كلية الإعلام، جامعة البتراء، عمان.
- حسن، أشرف جلال (2009)، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، المؤتمر العلمي الأول "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، الجزء الثاني، فبراير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- الحيوان، ابراهيم (2012)، مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني:
<http://www.shabab.addustour.com/alticle.qsp?artical.vo=107a1>. Retrived on 20-1-2012.
- الداغر، مجدي (2011)، المعالجة الصحفية للثورات العربية في الصحافة الأميركية، المؤتمر العلمي، دور وسائل الاعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد.
- الدليمي، عبدالرزاق (2011)، الفيسبوك والتغير في تونس ومصر، المؤتمر العلمي، دور وسائل الاعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد.
- دور الفيس بوك في الثورات العربية:
<http://www.Felesteen.ps/index.php?page=detsils&nid=18782>, Retrived on 5-1-2012.
- رضوان، أحمد (2011)، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011، المؤتمر العلمي - دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد.
- زكريا، نرمين (2009)، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- الشامي، عبدالرحمن محمد (2007)، آفاق التفاعلية في ظل الإعلام الجديد، المجلة العربية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض.
- صحيفة العرب اليوم، 2012/1/19.
- صلوي، عبدالحافظ، (2011)، تغطية الصحافة الإلكترونية للاضطرابات السياسية في الوطن العربي، المؤتمر العلمي، دور وسائل الاعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد.
- عبد الحميد، محمد، (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة.

عبد الرزاق، انتصار، والساموك صغد (2011)، الإعلام الجديد، جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة.

عبد القوي، محمود حمدي، (2009) دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

العبد، عاطف عدلي وعزمي، زكي أحمد (1999)، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة.

عبدالمقصود، هشام (2009) خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشؤون العامة في وسائل الإعلام الجديدة، مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

عجيزة، مروة (2012)، معالجة الصحافة المصرية ومواقع الاحتجاجات على شبكة الإنترنت لأزمة الاحتجاجات الشعبية في مصر

[Http://www.itdacademy.co.uk](http://www.itdacademy.co.uk), Retrived on: 9-1-2012.

عزي، عبيد ابراهيم (2009)، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

علي، نبيل، (2010)، محورية الثقافة في مجتمع المعرفة: رؤية عربية مستقبلية، كتاب العرب رقم 81، الجزء الأول، الكويت، وزارة الإعلام.

عليان، ربحي مصطفى وغنيم، محمد عثمان (2000)، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.

فؤاد، وسام (2012) الإنترنت ما بعد التفاعلية واتجاهات تطوير الإعلام الإلكتروني:

<http://www.ahewor.org/diliat/show.art.asp?aic=115099>, Retrived on 9-1-2012.

القرني، علي، (2011)، الإعلام الجديد، مكتبة الملك فهد للنشر، الرياض.

كمال، هناء (2009)، الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الإنترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

مراد، كامل خورشيد (2011)، دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، المؤتمر العلمي - وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، كلية الإعلام جامعة البتراء، عمان.

المغربي، كامل محمد (2007)، أساليب البحث العلمي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.

مكاوي، حسن، والسيد، ليلي، الإعلام ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ط3، ص314.

نجات، علي، (2011)، الاحتجاجات في الصحف الأردنية اليومية والتحولات المنشودة في المجتمع الأردني، المؤتمر العلمي - دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد.

- Ball-Rokeach, S. J. (1994, August). The information perspective. Paper: presented at the American Sociological Association, Montreal, Canada.
- DeFleur. ML, & Ball-Rokeach, S. (2001). Theories of mass communication (5th ed.) (New York: Longman).
- James Johnson, (2007) Public sphere, postmeclernism and polimic, the American political Science, Vol.88,No.2.
- Mahroum, Mohammad, (2011), Keen observers: How Journalists of Today and Tomorrow See Al-Jazeera Coverage of the Arab Spring of 2011, Dublin City Unviversity, Dublin.
- Sean P.Hagerty (2008), an examination of uses and gratiations of YOUTUBE, Unpublished Master thesis, Depatment of Communication, Villanova Oniversety,P.93.