



www.mecsaj.com/ar

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية MECSJ

العدد الثاني والثلاثون (كانون الأول) ٢٠٢٠

ISSN: 2617-9563

دور تويتر في الترويج للتصنيفات الفكرية والمذهبية وتأثيرها على الوحدة الوطنية في المجتمع السعودي

الإسم: لولوة سعد الغنزي

ماجستير كلية الآداب / جامعة الملك سعود / المملكة العربية السعودية

العمل: محاضر بالجامعة الإسلامية

E-Mail: lolwahs@hotmail.com

المخلص:

يعد تويتر من الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداماً في العالم، وفي السعودية بشكل خاص، حيث استقطب عدد كبير من الشباب السعودي وأصبح ظاهرة منتشرة بينهم لها آثارها وتبعاتها. هدفت الدراسة إلى التعرف على دور تويتر في الترويج للتصنيفات المذهبية والفكرية، ومدى تأثيرها على الوحدة الوطنية. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي واختارت عينة الدراسة بطريقة عمدية تكونت من 384 مشارك في الدراسة يمثلون مذاهب وتيارات فكرية مختلفة من السعوديين النشيطين في تويتر. استخدمت الباحثة الاستبيان الإلكتروني، وقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS) من أجل تحليل البيانات والنتائج.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج وأهمها: أن تويتر روج للتصنيفات الفكرية والمذهبية، وكان سبب في تعريف الأشخاص بتيارات فكرية يعرفونها لأول مرة. كما ساهم تويتر في تقبل الطرف الآخر بصرف النظر عن انتمائه الفكري والمذهبي ولذلك فهم لا يشاركون في الوسم التي تدعو إلى الطائفية والنزاعات الفكرية، كما ساهم في تغيير الصورة النمطية عن الأفراد. وبينت الدراسة جهل أفراد العينة بالقانون تمثّل في جهلهم بالقوانين التي تجرم الطائفية والعنصرية، وعدم وعيهم بأهمية القانون في التصدي لمن يهاجمهم برفع قضية عليهم، بالرغم من معرفتهم بوجود قانون ضد من يتعرض للآخرين بالسب والشتم على تويتر. وأظهرت الدراسة أيضاً بأن القوانين والأمور الأمنية كانت سبباً في امتناع الناس في المشاركة في الوسم التي تعمق من الطائفية والنزاعات الفكرية. وبالرغم من اتفاق جميع أفراد العينة على دعم الوحدة الوطنية، إلا أن اجاباتهم على محاور تبين السلوك المتبع عند التعاطي مع أشخاص من فكر مختلف تتعارض مع ذلك.

وخلصت الدراسة إلى عدة توصيات تضمنت ضرورة تعزيز الأمن الإعلامي، والإسراع بإقرار قانون لتجريم الطائفية، والاستفادة من وجود تويتر بالدعوة إلى الوحدة الوطنية، ونشر ثقافة المحبة والتسامح والسلام. كذلك ضرورة تعزيز دور مركز الحوار الوطني في عقد المزيد من ورش العمل والندوات عن الوحدة الوطنية، وإجراء المزيد من الدراسات والبحوث حول موضوع الأمن الإعلامي.

الكلمات المفتاحية: تويتر، الوحدة الوطنية، التصنيفات المذهبية والفكرية، الطائفية والعنصرية



Abstract

Twitter is one of the most widely used networks worldwide and in the Saudi Arabia in particular.

The main purpose of the study is to identify the role of Twitter in promoting sectarian and intellectual classifications and the extent of their influence on national unity. The researcher used the analytical descriptive method; the sample of the study was selected in a deliberate manner which consisting of 384 participants representing different doctrines and streams of thought from the Saudis active in Twitter. The researcher used the electronic questionnaire to collect the answers where the data analyzed by using statistical packages for social sciences (SPSS).

The main results of study showed that Twitter promoted intellectual and doctrinal classifications, which was the reason for the defining to people with intellectual groups for first time. Twitter contributed to the acceptance of the others regardless of their intellectual, sectarian affiliations. Therefore, they do not participate in the hashtags that call for sectarianism and intellectual conflicts, which contribute contributed to change the stereotype of individuals. The ignorance of the law by the individuals represents their unawareness of laws that criminalize sectarianism and racism. The study showed that the laws and security issues were the reason for the people's abstention in participating in the hashtags that deepen the sectarian and intellectual conflicts. Most of respondents were supported the national unity, but some of them did did the opposite actions. The study suggested a number of recommendations, including the need to strengthen media security, speed up the adoption of a law to criminalize sectarianism, benefit from the presence of Twitter by calling for national unity and spreading the culture of love, tolerance, peace and coexistence among members of society. In addition to the role of the National Dialogue Center in holding more workshops and seminars in schools and universities on national unity and recognition of pluralism and recognition of the other's ideological, intellectual and other rights.

Keywords: Twitter, National Unity, Sectarian and intellectual classifications, Racism



الفصل الأول: مدخل الدراسة

مقدمة

مرت شبه الجزيرة العربية خلال الربع الأول من القرن الماضي باضطرابات وعدم استقرار سياسي واقتصادي واجتماعي أجبر بعض سكانها على الهجرة خارج حدودها. وبعد العام 1932م، توحدت أجزاء كبيرة من شبه الجزيرة العربية -تمثل 70%- تحت اسم المملكة العربية السعودية. ومع قيام الدولة السعودية الحديثة تحققت إنجازات كبرى في جميع المجالات وأصبحت دولة لها رسالتها وقيمتها وإنجازاتها ومكانتها الإقليمية والدولية.

وتبلغ مساحة المملكة حوالي مليوني كم²، ورغم كبر المساحة أصبحت المناطق الرئيسية الوسطى والشمالية والغربية والجنوبية والشرقية ومع اختلاف كل منطقة عن الأخرى تحت راية واحدة المملكة العربية السعودية. أصبح هذا الاختلاف رافداً فكرياً وثقافياً واجتماعياً يصب في تنوع يثري البلد ويدفعها نحو التطور والتمكين.

وعندما بدأ الإنترنت يشق طريقه في تسعينيات القرن الماضي، ظهرت المدونات والمنديات وغرف الدردشة، وفي بيئة افتراضية التقى المستخدمون من بيئات وجغرافيا وتيارات فكرية مختلفة، وتعرف الفرد على الآخر المخالف له. ظهرت بعد ذلك وسائل التواصل الاجتماعي وما ألقته من جدل؛ ظهر تويتر وكان منصة يستطيع الشخص من خلاله أن يعبر بحرية عن أفكاره ومعتقداته، أصبح للسعوديين محطة للمشاركة الاجتماعية والسياسية والدينية، وقام بدور التعبئة الأيديولوجية ونشر أفكار تعلن لأول مرة على العلن. ظهرت النقاشات بين المذاهب والتيارات الفكرية المختلفة، وبرزت التصنيفات بقوة بعد ذلك وأصبحت سمة يشاهدها الجميع على تويتر.

- مشكلة الدراسة

نجحت بعض مواقع التواصل الاجتماعي في استقطاب أعداد كبيرة من المستخدمين السعوديين، خاصةً تويتر، حيث يعتبر من أهم المواقع التي انتشر استخدامها بينهم وأصبح ظاهرة منتشرة بين الشباب السعودي لها أثارها وتبعاتها. ومن هنا تبلورت مشكلة الدراسة، والتي تتمثل في دور تويتر في بروز ظاهرة التصنيفات الفكرية وتأثيرها على الوحدة الوطنية في ظل التحديات التي تواجه المملكة العربية السعودية.

- أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في ندرة مثل هذه الدراسات -طبقاً لحدود علم الباحثة- وفي ظل الأحداث الراهنة من نزاعات وحروب. كذلك في ظل سطوة الإعلام الجديد وقدرته على حشد الجماهير وتسييرها لأي جهة، وبسبب تصاعد وتيرة النزاعات الفكرية والعقائدية والتي أحدثت فجوة بين



أفراد المجتمع وقسمت أبناء البلد الواحد لجماعات وتكتلات تسيرها -نتيجة غياب الوعي- عصبية وعنصرية أدت لتفتيت البلدان, ومكنت الطامعين من القوى العظمى للتدخل بما فيه مصلحتها لتعمل على المحافظة على هذه اللوثة (العنصرية) لتحقيق مآرب ومصالح شخصية دون اعتبار للدمار الذي لحق بالبلد وأهلها. من هذا المنطلق يبرز دور الباحث في استخدام ما يملك من أدوات للمساهمة في رفع وعي الشعوب بأبعاد مواقع التواصل الاجتماعي والخطر الذي يمكن أن يسببه سوء استخدامها على الفرد والمجتمع.

- أهداف الدراسة

يتحدد الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على دور تويتر في الترويج للتصنيفات المذهبية والفكرية, ومدى تأثيرها على الوحدة الوطنية والتعايش بين أفراد المجتمع السعودي.

- تساؤلات الدراسة

- 1- ما دور تويتر في الترويج للتصنيفات الفكرية والمذهبية؟
- 2- ما دور تويتر في بث الطائفية وتعميق النزاعات الفكرية بين فئات المجتمع السعودي؟
- 3- ما مدى المعرفة بوجود قوانين تجرم الطائفية والعنصرية؟
- 4- ما دور وجود الوعي وغيابه عند استخدام تويتر؟
- 5- كيف يمكن تعزيز الوحدة الوطنية من خلال تويتر؟

الفصل الثاني: الإطار النظري

- المبحث الأول: نظريات الدراسة

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

من الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً أثراً قوياً ومباشرةً وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما. وتكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم. وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات اتجاه واحد, وإنما تعتمد وسائل الإعلام أيضاً على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون. (مكاوي والسيد, مرجع سابق, ص317)

ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على النحو التالي: إن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بنقل المعلومات بشكل متميز ومكثف, وهذا الاحتمال سوف يزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير. بالإضافة إلى ذلك



فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتدّاً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع.

- المبحث الثاني: دور تويتر في بروز ظاهرة التصنيفات الفكرية وتأثيرها على الوحدة الوطنية في المجتمع السعودي (أ) السعوديين على تويتر

مقدمة

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي عام 2004م ضمن نطاق Web 2.0, وهو ما يعرف بالويب الاجتماعي. أحدث ظهور هذا الويب نقلة كبرى فيما يتعلق بالتفاعلية التي أصبحت سمة تميزت بها؛ حيث تحول المستخدم من مجرد متلقي للمعلومة إلى فاعل، مشارك وصانع وناشر لها. هذا التحول سهل لظهور ما يعرف بصحافة المواطن، والتي جعلت كل شخص يملك حساباً في أحد هذه المواقع، إعلامي له أدواته التي ينشر بها لتصل رسالته لأعداد كبيرة وتؤدي أثراً سريعاً. وبرز أثر هذه المواقع بشكل كبير خلال أحداث ما يعرف بثورات الربيع العربي، حيث مثلت مواقع مثل فيس بوك وتويتر ويوتيوب منافساً للإعلام التقليدي، وسهلت لحراك الشباب العربي والذي أثر في تغيير ملامح المجتمعات وظهور قوى شاركت في التغيير السياسي لأول مرة.

تعريف تويتر

تويتر أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعرف بالتدوين المصغر. ويعرفه الموقع الرسمي بأنه: "عبارة عن شبكة معلومات تتكون من رسائل مؤلفة من 140 حرفاً (بما في ذلك الصور ومقاطع الفيديو والروابط) من جميع أنحاء العالم".

ويعرفه قاموس أكسفورد للإعلام بأنه: "موقع تواصل اجتماعي وتدوين مصغر".

وتتمثل مهمة الشبكة كما يذكر الموقع الرسمي بـ: "منح الجميع الإمكانية لإنشاء الأفكار والمعلومات ومشاركتها فوراً دون حدود".

وتصل زيارة الموقع شهرياً لمليار زيارة، ووصل مستخدميه إلى 313 مليون مستخدم نشط سنوياً ويدعم أكثر من 40 لغة عالمية.

خصائص تويتر

يظهر تويتر بأنه صوت الشباب والفئات المهمشة، وأصبح مفضلاً للسعوديين بفضل ما يوفره من فضاء واسع للحرية، حيث يسمح لهم بطرح أفكارهم ومناقشة الأحداث الجارية والاتصال بأعداد كبيرة من المستخدمين من قادة الرأي ومسؤولين وعامة، ويسمح بالتفاعلية والآنية.

استخدامات تويتر



في آخر إحصائية لموقع أليكسا¹ يعتبر تويتر الموقع الإلكتروني الرابع الأكثر استخداماً من قبل السعوديين. ويبلغ عدد السعوديين النشطين على تويتر في آخر إحصائية 6.37 مليون، بنسبة 20% من المستخدمين النشطين للإنترنت في البلد والبالغ عددهم 20.29 مليون مستخدم. ويقع تويتر في المركز الثاني لأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً (Gmi,2016). ويبلغ متوسط الأعمار للمستخدمين في السعودية منتصف العشرينات ويشكل المراهقين نسبة 2,2% من المستخدمين (Nico,2013).

وتصدرت السعودية في عام 2013 م دول العالم في نسبة المستخدمين النشطين على تويتر إلى إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت بشكل عام، حيث حصلت على نسبة 41% متفوقة على دول مثل الولايات المتحدة، والصين وفق دراسة أجراها قسم الإحصائيات في موقع "بيزنس إنسايدر" (السعودية الأكثر استخداماً لتويتر في العالم، 2013). كما سجل السعوديين النمو الأكثر في العالم بالنسبة لعدد السكان، ويؤكد المدير التنفيذي لتويتر "ديك كوستولو" قائلاً: "بأن المملكة العربية السعودية تعتبر الأسرع نمواً في مجتمع تويتر في العالم، استناداً إلى العدد الهائل من التغريدات من داخل السعودية، والتي زادت بنسبة ثلاثة آلاف مرة (3000%) (Kinninmont, 2013).

وينجذب الشباب السعودي لتويتر نتيجة لقلة نشاطات الترفيه، وغياب مؤسسات المجتمع المدني في السعودية، ولقدرته على إتاحة الفرصة لهم لممارسة حريتهم لنشر ما يودون نشره بعيداً عن مقص الرقيب وحارس البوابة. فقد أصبح تويتر أرضية واسعة خاصة للفئات المهمشة في المجتمع السعودي والذين وجدوا فيه واقعاً موازياً يشاركون آراءهم بحرية لم تستطيع ان توفرها لهم وسائل الإعلام التقليدي.

ويلجأ له الكثير من السعوديين للترفيه ومتابعة مستجدات ما يحدث في المجتمع السعودي فور حدوثه، والسبق في نقل الأخبار والتعليق عليها ومشاركتها ونشرها، ورصد ردود الأفعال. ومن أكثر الموضوعات متابعة على تويتر، تلك المتعلقة بالشؤون المحلية وقضايا المجتمع والشأن العام والموضوعات الرياضية والترفيهية كما أكدت إحدى الدراسات (السويد، 2015).

وتمتلك أغلب الصحف الورقية والإلكترونية والقنوات السعودية والإعلاميين حسابات رسمية – موثقة أحياناً- في تويتر، كما أن للكثير من المشاهير حسابات في تويتر ينقلون من خلالها أخبارهم الرسمية والحصرية لتصل لأكبر عدد من الناس.

وعلى الصعيد الحكومي، تمتلك الوزارات ورجال الدولة حسابات رسمية في تويتر. ويأتي تويتر بالمركز الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل الوزارات بالسعودية، حيث أثبتت دراسة على 22 وزارة نشطة على مواقع التواصل أن 14% من هذه الوزارات نشطة على تويتر. (Al-Badi,n.d.P.11)

¹ موقع إلكتروني متخصص في إحصائيات وترتيب مواقع الأنترنت.



ووفقاً لدراسة أخرى، فإن من بين 176 موقع حكومي سعودي يمتلك 93 منهم حساباً في تويتر بنسبة 53%. (Alasem,2015,P.71)

تأثير تويتر

يعتبر تويتر من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي إثارة للمواضيع المثيرة للجدل في السعودية. ويتضاعف عدد مستخدميه من فئة الشباب، فمن خلال المجتمع الافتراضي تشكل وعيهم تجاه قضايا محلية، وساهم في تغيرات وتطورات في طريقة تعاطيهم مع ما يصلهم عبر تويتر، وفي تكوين مخزون فكري لهم ما كان سينمو لولا وجوده، ما شكل تحديات تنعكس وبصور كبيرة على مجتمعهم وحياتهم اليومية.

فعلى الجانب الايجابي، وفر تويتر فرصة التعرف على الآخر، و الانفتاح الفكري، وتبادل المعلومات، ونشر وتداول الأفكار، والاطلاع على الثقافات المختلفة. و"أجرى المعهد الملكي للشؤون الدولية، دراسة بعنوان: إلى أي مدى أسهم" تويتر "في تغيير المجتمعات الخليجية للباحثة "جين كينينمونت"، نشرت نتائجها في العام 2013 م، تمثل البعد الإيجابي من استخدامات تويتر في "إحداث نقلة نوعية على المستوى الاجتماعي حيث وفر أداة فعالة للنقاش الاجتماعي، حدثت من تأثير المثقف التقليدي وأبرزت مثقفاً جديداً، وأصبح التأثير الفكري لنجوم الإعلام الجديد من الشباب على المجتمع أكبر بكثير من تأثير المثقف التقليد أو النخب القديمة".

أما على الجانب السلبي، فقد أكد الباحث الإسرائيلي في معهد أبحاث الأمن القومي بجامعة تل أبيب "يونييل جوغنسكي" في مقالة بصحيفة "معاريف" على مخاطر تويتر على الشباب تحديداً، وفق ما رصده من محاولات استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لتوجيه الرأي نحو قضايا معينة في السعودية، وعزا الكاتب الرهان على تويتر كأداة جيدة للاحتجاج الاجتماعي لأن العالم الافتراضي فيها مفتوح، وأغلب مرتاد تلك المواقع من الشباب الذين يشكلون أكثر من نصف السكان. " (السويد، 2015، ص 27)

ويتابع صناع القرار في السعودية باهتمام واضح للعلن ما يحدث في تويتر، فقد أصبح تويتر في بعض الأحيان مؤشراً للرأي العام أو صانعاً له، فيعمل على توجيه وحشد وتعبئة الأفراد تجاه بعض القضايا داخل المجتمع السعودي. كما عمل تويتر مع مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي على ترتيب أجندة وسائل الإعلام التقليدية والمسؤولين. فغالباً ما تثار قضايا اجتماعية أو دينية أو سياسية من خلال تويتر، حيث يقوم المستخدمون بطرحها ومناقشتها من خلال وسوم (هاشتاقات) تجتمع بها أعداد كبيرة من المشاركين لتكوين رأي عام موحد لصالح قضية ما، فتنتقل لأرض الواقع وتتخذ بسببها قرارات مهمة من صناع القرار.

والأمثلة عديدة لأهم الأحداث التي حدثت فقط في العامين المنصرم والحالي، والتي استطاع الأفراد من خلال الوسوم المنشئة، توجيه الرأي العام تجاه قضية ما لتقرضها على المسؤولين لحلها. فعلى سبيل المثال تناقل السعوديين مقطعاً لرئيس المراسم الملكية السعودي وهو يعتدي على أحد المصورين في مناسبة رسمية، ونشط الوسم #الطبيشي يصفع مصور ووصل للمراتب الأولى في الأكثر تداولاً ليتم فصله من منصبه.



وفي وسمي #تعرفه المياه_الجديدة و #الحصين تفاعل المغردين مع ارتفاع فواتير المياه وتصريحات وزير المياه حولها، لتصل الوسوم للأكثر تداولاً لأيام ما دفع المحطات الفضائية والصحف لتناول الموضوع لينهي صناع القرار القضية بإعفاء وزير المياه ورئيس شركة المياه. لم يكتفِ تويتر بأن يكون منصة افتراضية موازية لمجلس الشورى، بل أصبح محطة للمناشدات الإنسانية لطلب علاج أو عتق رقبة أو جمع تبرعات، أو أي مساعدة إنسانية. فقد نشط بعض المستخدمين في المساعدات الإنسانية، وخصص البعض حساباتهم لمساعدة المحتاجين من مرضى وفقراء مثل "أماني الشعلان" والتي خصصت وسم #ksakhieer لمشاركة الحالات المحتاجة. كما سخر أيضاً الفنان فايز المالكي حسابه ليكون همزة الوصل بين المحتاجين وفاعلين الخير.

وهكذا خلق تويتر مجالاً افتراضياً عاماً لمناقشة القضايا السياسية والدينية والاجتماعية والاقتصادية، رغم ما يقال عن غياب للحريات في السعودية وانعدام النقاش في مثل هذه القضايا. فقد كان المحرك الرئيسي للكثير من القرارات المتخذة من المسؤولين وصناع القرار.

(ب) التصنيفات الفكرية وأثرها على الوحدة الوطنية

الوحدة الوطنية

مقدمة

يعتبر تعزيز الوحدة الوطنية مسؤولية جماعية يشترك بها الجميع، وتتطلب جهود أفراد وجماعات، جهات رسمية وغير رسمية لتحقيقها. "ولا يمكن تعلمها بشكل كلي في الكتب والمقررات الدراسية، بل تعتمد بالدرجة الأولى على الممارسات والتطبيقات التي تتم داخل المؤسسة التربوية أو خارجها، كما أنها عملية مستمرة؛ بحيث ينبغي العمل بشكل دائم على تكوين المواطن المجتمعي، وتنمية وعيه بنظام حقوقه وواجباته، وترسيخ سلوكه وتطوير مستوى مشاركته في دينامية المجتمع الذي ينتمي إليه". (المغذوي، غير معروف، ص4)

وللإعلام دور كبير في قدرته على تعزيز مفهوم الوحدة الوطنية في ما يقدمه من محتوى، وبعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وتسخيرها الأدوات لكل شخص بأن يصنع محتواه الإعلامي الخاص وينشره، أصبح كل فرد مسئول مسؤولية قد تفوق أهمية وسائل الإعلام التقليدي في بعض الأحيان.

وفي الوقت الراهن، تمر البلاد العربية منذ نشوء ما يعرف بـ "ثورات الربيع العربي"، وبالتزامن مع بداية انتشار مواقع التواصل الاجتماعي مثل يوتيوب وفيس بوك وتويتر، باضطرابات وقلق ما زالت تهدد أمنها واستقرارها. ولعل من أبرز الإشكاليات التي ظهرت، الصراع الطائفي والنزاعات الفكرية، حيث أسهم تجييش الطائفية والعنصرية في اتساع الفجوة بين فئات المجتمع الواحد. كما تسبب التعصب وقلة الوعي وسوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل البعض، بتعميق الصراعات المذهبية والخلافات الفكرية، لتصل في بعض البلدان العربية إلى قيام حرب أهلية.



ومع التنوع الفكري وتعدد المذاهب والطوائف الدينية في السعودية، وفي خضم الاضطرابات التي تحيط بها، تواجه المملكة تحديات تدعوها للتأكيد على أهمية تقوية الأسباب الداعمة للوحدة الوطنية. والمتابع لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة تويتر، يشعر بعظم دور هذه المواقع في قدرتها على إثارة الفتن الطائفية وتعميق النزاعات الفكرية، خاصة أن السعوديين متعاطين نشيطين لهذه المواقع، ما يدعو لضرورة تدعيم كل الجهود الساعية لوحدة وطنية تجمع كل فئات المجتمع، وتنتشر سبل التعايش والسلام بينهم. أيضاً ضرورة دعم الجهود الرسمية الداعمة والمؤصلة للأمن الإعلامي، وتوعية الأفراد للقيام بمسئولياتهم تجاه وطنهم لدفعه نحو مستقبل مشرق وأفراد واعيين. ومن أهم ما قامت به الحكومة السعودية لتشجيع الحوار والتعايش بين أفراد المجتمع السعودي، إنشاءها مركزاً للحوار الوطني أشرف عليه الملك عبدالله -رحمه الله- بنفسه. ويعتبر مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني ركيزة مهمة لتدعيم قيم المواطنة وتعزيز الوحدة الوطنية بين فئات المجتمع السعودي.

تعريف الوحدة الوطنية:

يعود صعود مفهوم الوطنية لصعود القومية في القرن التاسع عشر، وتعرف الموسوعة البريطانية الوحدة الوطنية بأنها: "الشعور بالارتباط والتعلق والالتزام بوطن أو أمة أو مجتمع سياسي، وهي حب الوطن. وتتمثل القومية الوطنية بالولاء لأمة واحدة."

والوحدة الوطنية هي "اندماج اجتماعي بين شرائح المجتمع كافة تحت حكم واحد، وفي إقليم محدد بتراخي تام عن هذا الانتماء، ويشعور يجمع هذه الشرائح من أجل مصلحة واحدة ومشتركة". (المغذوي، غير معروف، ص4) وتعرّف الباحثة الوحدة الوطنية (إجرائياً) بأنها "توحد أفراد المجتمع وشرائحه رغم اختلافاتهم تحت راية وطنية واحدة."

ويمكن أن تُفعل الوحدة الوطنية من خلال تعزيز قيم المواطنة لدى الأفراد بدءاً من الأسرة والمدرسة، حيث تتمثل بالمحبة والتسامح والترابط والتلاحم بين جميع فئات المجتمع. والمواطنة كما ذكر سعود البلوي "أن تكون نتيجة للتربية الوطنية، التي تغرس في الإنسان حبه لوطنه، فيكون سلوكه المترتب على ذلك منطلقه الحرص على مصلحة الوطن ووحدته بكل أطيافه واختلافاته الثقافية". (محفوظ، 2008م، ص ص 97-98)

التصنيفات الفكرية

إن اختلاف التوجهات أو الاتجاهات الفكرية قديم قدم التاريخ، فالبشر يختلفون في ميولهم واتجاهاتهم حتى أصبح الاختلاف سنة كونية وطبيعة بشرية أصيلة، وبالتالي؛ يجب قبول الاختلاف كمبدأ وحق في الوقت نفسه. (مضامين التصنيفات الفكرية تعكس حالة متأزمة في خطابنا المحلي، 2013)

وتقسم التصنيفات الفكرية إلى قسمين، تصنيف إيجابي لتبيان ماهية الشيء والتعريف بالشخص وتمييزه. والآخر تصنيف سلبي يوصم به الأفراد لتأليب المجتمع عليهم أو إقصاءهم عنه. ويقصد



بالتصنيفات في هذه الدراسة التصنيفات الفكرية والمذهبية وكل ما يوصف به شخص نتيجة لفكرة يعتنقها أو مذهب يسير عليه.

والاختلاف سنة الله في الكون، وكما قال أحد العلماء: "اختلاف الأئمة رحمة للأمة". والحراك الفكري والثقافي بين أبناء المجتمع الواحد ظاهرة صحية حين يكون اختلافاً للإثراء والتنوع لا للفرقة والخلاف والتخوين والتكفير. والاختلاف من الناحية الإيجابية "يساعد في خلق ثقافة جديدة وتعددية إذا وجد التصويب الجيد للمفاهيم، بحيث لا يتحول المجتمع إلى تكتلات أو تحزبات تلغي إحداها الأخرى أو تفترض كل واحدة منها لنفسها قيمة الأهمية في الوجود وصحة الرأي، فالتباغض والتصادم الذي يحدث يعبر عن ردود أفعال افتقدت قيمة الوعي للتعايش الحضاري بالتوجيه الصحيح في فهم حق الآخر." (الشهري، 2014)

خارطة المذاهب والتيارات في السعودية

تبلغ مساحتها الجغرافية 2 مليون كم مربع. هذه المساحة الشاسعة ساعدت على تنوع في الجغرافيا والمناطق والحياة الاجتماعية والحضارية والاقتصادية، والتي بدورها مكنت من نمو تعددية فكرية ومذهبية وثقافية. ورسمت خارطة للمذاهب والتيارات الفكرية، توزع أصحابها على مناطق المملكة. فنجد المذهب السني وما يندرج تحته من مذاهب وتصنيفات، والمذهب الشيعي وما يندرج تحته من مذاهب وتصنيفات أيضاً. وعلى جانب التيارات الفكرية ظهرت بعض التيارات التي أُستورد بعضها من الخارج، وظهر بعضها داخل السعودية. وتنوعت درجة هذه التيارات من الشدة إلى الانفتاح، لنقف أمام عدد كبير يصعب حصره في هذه الدراسة.

قانون الجرائم الإلكترونية وقانون تجريم الطائفية²

لتحقيق الأمن المعلوماتي للفرد والمجتمع، ولضبط أمن واستخدام المواقع الإلكترونية، أقر نظام لمكافحة جرائم المعلوماتية في المملكة العربية السعودية في عام 1428هـ، يشمل على ستة عشر مادة ويقع في ثلاث صفحات. حيث تشمل المادة الأولى على العبارات والألفاظ الواردة بالنظام. والمواد من المادة الثانية إلى المادة الثالثة عشر تحوي على نص الجرائم مع العقوبات، في حين توضح المادتين الرابعة عشر والخامسة عشر جهات الاختصاص المنوطة بالدعم والمساندة خلال مراحل ضبط الجرائم، والجهات المختصة بالتحقيق فيها. فيما نصت المادة الأخيرة على الدعوة لنشر القانون بالجرائد ووقت العمل به.

ولتجريم الطائفية والعنصرية في المجتمع السعودي، هناك نظام لمكافحة التمييز وبث الكراهية لم يتم إقراره بعد، ومتوقع أن تتم مناقشته في مجلس الشورى في دوراته المقبلة.

- المبحث الثالث: الدراسات السابقة

² يمكن الاطلاع على نص النظام كاملاً في الملاحق



تعرض الباحثة بعض الدراسات السابقة في مجال التصنيفات الفكرية، و الأمن الفكري والوطني وتحقيق الوحدة الوطنية وقيم المواطنة في الاعلام الجديد. وحرصت الباحثة على ترتيب الدراسات من الأحدث إلى الأقدم زمنياً، ومن هذه الدراسات:

أجرى العريشي والغامدي (2015م) دراسة بعنوان: "دور مؤسسات المعلومات في عصر المعرفة لتعزيز الانتماء وتحقيق الوحدة الوطنية لدى الشباب في دول مجلس التعاون الخليجي"، الهدف منها التعرف على دور مؤسسات المعلومات في عصر المعرفة لتعزيز الانتماء وتحقيق الوحدة الوطنية لدى الشباب في دول مجلس التعاون الخليجي. اعتمد الباحثان على الاستبانة كأداة للبحث وبلغ عدد العينة 91 مبحوث. وخلص الباحث الى عدة نتائج، منها: أن الهوية والانتماء للوكن والوحدة الوطنية أهم السمات المميزة للمجتمع.

وقام السديري (2014م) بدراسة تناولت: "توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية ضد خطر الشائعات" هدفت إلى التعرف على توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات من خلال واقع توظيف وإيجابيات توظيف ومعوقات شبكات التواصل في التوعية ضد خطر الشائعات ووسائل التغلب على معوقات توظيف شبكات التواصل في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي واعتمد على أداة الاستبانة وتكونت عينة البحث من 129 فرد. خلصت الدراسة الى: توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية مرتفع جداً ما رفع من مستويات فهم أفراد المجتمع السعودي بما يحيط بهم من مخاطر وتهديدات داخلية وخارجية. الايجابيات المهمة جداً لتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات هو الوقوف بحزم ضد كل تيارات الافساد التي يتعرض لها الأفراد والمحافظة على عقيدة المجتمع السعودي القائمة على الوسطية وتنمية الحس الأمني للرد على الشائعات ودحضها قبل استفحالها.

كما أجرى الهويش (2013م) دراسة بعنوان: "تعزيز الأمن الفكري في ضوء النماذج والتجارب العالمية المعاصرة للحوار" هدفت إلى تعزيز الأمن الفكري لطلاب المرحلة الثانوية من خلال ايجاد صيغة مناسبة في ضوء النماذج والتجارب العالمية المعاصرة للحوار. والتعرف على واقع تطبيق الحوار في المرحلة الثانوية، والمشكلات الفكرية المترتبة على ضعف الحوار لدى طلاب المرحلة الثانوية. كما هدفت إلى التعرف على وسائل وأساليب علاج المشكلات الفكرية المترتبة على ضعف الحوار لدى طلاب المرحلة الثانوية. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي اعتمد على الاستبانة، وتم اختيار افراد العينة بطريقة عشوائية وبلغ عددها 3200 مبحوث. خلصت الدراسة الى: أنه وفي الوقت الذي حصلت فيه العبارتين "تدعم المدرسة ثقافة الاعتدال والتسامح وتقبل الآخر كأساس للحوار" و "يستخدم المعلم طرقاً تدريسية تعزز ثقافة الحوار ومهاراته بين الطلاب" على أعلى استجابة. حصلت عبارتي "تقام للطلاب دورات تدريبية خارج المدرسة تتعلق بموضوع الحوار" و "تترك الفرصة للطلاب لاختيار الموضوعات التي يرغبون التهاور فيها" على أقل استجابة من أفراد العينة.



وقام مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني (2013م) باستطلاع حول "التصنيفات الفكرية وأثرها على الوحدة الوطنية" هدف إلى معرفة رأي المجتمع السعودي حول أثر التصنيفات الفكرية على وحدة المجتمع، والتي قد تؤدي إلى تحيزات فكرية تجاه قضايا محددة، ومن ثم التعصب لفكر ما، أو الوصول إلى مراحل متقدمة من تسييس تلك الأفكار والقضايا لدى بعض الناس، أو توجيه التهم الباطلة، والتكفير لمناصري طرح أو فكر ما، والعمل على إقصائهم. اعتمد الاستطلاع على المقابلات من خلال الاتصالات الهاتفية وشملت وبلغت عينة الاستطلاع 1026 فرد. وخلصت النتائج إلى: أن 63,8% يرون أن التصنيفات الفكرية أمر طبيعي ويجب أن ننظر لها بإيجابية. في حين رأى 86,5% أن لوسائل التواصل الاجتماعي دور كبير في توسيع دائرة التصنيفات الفكرية، ويرى 68,6% أن التصنيفات الفكرية في الوقت الراهن أصبحت تسبب التنافر بين أفراد المجتمع، و 53% يعتقدون أن التصنيفات الفكرية تسهم في إضعاف الوحدة الوطنية.

وفي دراسة السبب (2013م): "الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الأمن الوطني في المملكة العربية السعودية" التي سعت إلى التعرف على مدى اسهام الإعلام الجديد في تعزيز الأمن السياسي والاقتصادي والاجتماعي والفكري في المملكة العربية السعودية، استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي والوثائقي، والتي اعتمدت على الاستبانة كأداة للبحث. تكونت العينة من بعض النخب السعودية وبلغ عدد العينة 184. وتمثلت أهم النتائج ب: أن لوسائل الإعلام الجديدة دوراً من ضعيف إلى عالٍ في تعزيز كافة مقومات الأمن الوطني في المملكة العربية السعودية.

كما أجرى الطيار (2014م) دراسة بعنوان: "شبكات التواصل وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً)" هدفت إلى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة من خلال بيان الآثار الايجابية والسلبية المترتبة على استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبانة وبلغت العينة 2274 مبحوث. توصلت الدراسة الى عدد من النتائج، أهمها أن أهم الآثار الايجابية لشبكات التواصل تمثلت في الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه وتعلم أمور جديدة والتعبير بحرية عن الرأي وتخطي حاجز الخجل.

وقام المغذوي بدراسة حول "دور المناهج التعليمية في تعزيز الوحدة الوطنية لدى طلاب التعليم الثانوي" احتوت على التساؤل الرئيسي وهو: ما دور المناهج التعليمية في تعزيز الوحدة الوطنية لدى طلاب التعليم الثانوي؟ وتوصل أخيراً لنتائج منها احتواء وثيقة السياسة التعليمية في المملكة العربية السعودية على أهداف واضحة لتعزيز مفهوم الوحدة الوطنية.

وأجرى إبراهيم (2011م) دراسة بعنوان: "تأثير الإعلام الجديد ودوره في التوعية الأمنية" حيث اشتملت على عدد من التساؤلات البحثية، منها ما السبل التي يمكن اتخاذها للحماية الأمنية في التعامل مع وسائل الإعلام الجديد؟ وما التحديات التي تواجه التوعية الأمنية وضرورتها؟ وخلصت الى مجموعة من النتائج منها أن هناك مطلوبات للتوعية الأمنية، منها: بناء الثقة الوطنية وتعزيز الأمن الجماعي والمشاركة في القضايا والمواقف الكبرى والحفاظ على أمن الدولة ومؤسساتها.



وفي دراسة آل عبود (2011م) "قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز في تعزيز الأمن الوقائي" سعت الدراسة للعديد من الأهداف منها التعرف على مستوى المواطنة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية ومدى إسهامها في تعزيز السلامة والأمن الوقائي. كما تهدف إلى التعرف على المقومات التي تحد من ممارسة الشباب في الجامعات لقيم المواطنة والتعرف على مقومات تفعيل ممارسة قيم المواطنة على أرض الواقع لدى الشباب في الجامعات. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي واعتمد على الاستبانة وبلغ عدد العينة 384 مبحوث. إلى عدد من النتائج، منها: أنه أجمعت غالبية المبحوثين على أن قيمة المشاركة من قيم المواطنة التي تسهم في تعزيز الأمن الوقائي.

وقام الشهراني (2011م) بدراسة حول: "أثر الحراك المعرفي على الأمن الفكري" وهدفت إلى التعرف على مكونات وإيجابيات وسلبيات الحراك المعرفي في المملكة العربية السعودية. كما هدفت لمعرفة العلاقة بين الحراك المعرفي والأمن الفكري. واستخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب المسح الاجتماعي واعتمد على الاستبانة، وبلغ عدد العينة 736. خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها أن من أوائل مكونات الحراك المعرفي في السعودية هو الشبكة العنكبوتية، ومن إيجابيات الحراك المعرفي رفع مستوى الحس الأمني وتعزيز مبدأ الوحدة الوطنية واستحداث أدوار أمنية لأفراد المجتمع لم تكن معروفة من قبل وتوضيح الأفكار المغلوطة واللاعقلانية وتطوير المعرفة لتوافق سمات المجتمع الأمن والفكري. ومن سلبيات الحراك المعرفي التجاوزات الأمنية من خلال التطور التقني. وتمثلت العلاقة بين الحراك المعرفي والأمن الفكري في حماية المجتمع وأفراده من الأفكار الضالة.

وأجرى فلمبان (2008م) دراسة بعنوان: "دور الحوار في وقاية الشباب من الإرهاب الفكري" سعى من خلالها إلى التعرف على دور الحوار في وقاية الشباب من الإرهاب الفكري. استخدم الباحث المنهج التاريخي والمنهج الاستنباطي. توصل الباحث إلى عدد من النتائج منها أن ثقافة الحوار بين الشباب والأسرة والمدرسة والمجتمع ضعيفة جداً أو تكاد تكون معدومة. يفتقد كثير من الشباب إلى الحوار المفيد والبناء معهم من قبل الأسرة والمدرسة والجامعة.

وفي دراسة الشهري (1434هـ) "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية" هدفت الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. تحقيق هذه استخدمت الباحثة المنهج المسحي الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من ١٥٠ طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيس بوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع كما تبين أن لاستخدام الفيس بوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي.



وقام **السويد (2015م)** بدراسة تناولت "استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الاعلام التقليدية" حيث هدفت إلى مجموعة من الأهداف منها التعرف على أهم استخدامات الشباب السعودي لتويتر. استخدم الباحث المنهج المسحي واعتمد على الاستبانة كأداة للبحث وبلغ عدد العينة 737 مبحوث. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج منها انتشار استخدام تويتر بين الشباب الجامعي كسمة غالبية. وتركزت كثافة استخدامات الشباب بالتويتر في المتابعة والقراءة فقط وإعادة الإرسال والتغريد، يليها بدرجة أقل الرد والتعليق والمشاركة في الـ (الهاشتاق). وأن من أهم العوامل التي جذبت الشباب لتويتر على التوالي هي: سهولة الاستخدام، والعامل الإخباري، وحرية التعبير، والتنوع والتواصل الاجتماعي والإثارة. وكانت أهم الموضوعات الأكثر متابعة في تويتر هي: الشؤون المحلية، وقضايا المجتمع والشأن العام، والموضوعات الرياضية، والترفيهية، يليها موضوعات حققت متابعة جيدة وهي: التقنيات والأجهزة الحديثة، والموضوعات الدينية والمعلومات والحقائق، والشؤون الخارجية، والموضوعات الطبيعية والفكرية.

وتناولت دراسة **أندرسون وهتلن (2016م)** بعنوان: "حديث وسائل الإعلام حول العرق" كيف ناقش وشارك وتحدث مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي القضايا القومية والعرق من خلال وسوم تتحدث عن حقوق ذو البشرة السوداء. ووضحت الدراسة أن الأميركيين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية بشكل متزايد للحصول على الأخبار والمعلومات السياسية. كما بينت الدور الكبير لتويتر وفيس بوك وغيرها من مواقع وسائل الاعلام الاجتماعية، في قدرتها على جلب المزيد من الاهتمام إلى القضايا مثل قضايا العرق وعدم المساواة العرقية، وأنها قد وفرت مجالات جديدة لتطرحها سعياً لحلها.

وكانت دراسة **شيدي (2011م)** "مواقع التواصل الاجتماعي والتغيير الاجتماعي" دراسة حالة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الثورة المصرية 2011م. رصدت من خلالها استخدام هذه المواقع قبل وأثناء وبعد لقطع شبكة الإنترنت إبان الأزمة. كما ناقشت العديد من القضايا الرئيسية المتعلقة باستخدام وسائل الاعلام الاجتماعية من أجل التغيير الاجتماعي. وخلصت الدراسة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتغيير الاجتماعي تتمثل في بعض النقاط منها أنه يمكن لهذه لوسائل التواصل الاجتماعي جذب الرأي العام لزيادة الوعي تجاه قضايا معينة. وأنها –الوسائل- تتيح للناس مساعدة بعضهم البعض حول قضايا معينة. استخدام هذه الوسائل للتغيير اجتماعياً قد يجلب المزيد من الخطورة.

الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة:

الإجراءات المنهجية للدراسة:

منهج الدراسة



المنهج الوصفي التحليلي

مجتمع الدراسة

السعوديون النشيطون في تويتر

أداة الدراسة

تم استخدام الإستبيان الإلكتروني و ذلك لعدة أسباب منها قلة التكلفة وسهولة الوصول إلى عدد كبير من الأفراد ولسهولة ترتيب و ترميز الإجابات من أجل التحليل الإحصائي .

عينة الدراسة

تم استخدام معادلة الحصول على العدد المناسب للعينة حسب دراسة (نظام الإحصاء, 2007) :

$$\text{حجم العينة المطلوب (ن)} = \frac{t^2 * b * (1 - b)}{m^2} \text{ حيث :}$$

ن = حجم العينة المطلوب

ت = مستوى الثقة عند 95% (القيمة القياسية 1.96)

ب = عدد الأشخاص المستخدمين لتويتر في السعودية (17,000,000)

م = هامش الخطأ عند 5% (القيمة القياسية 0.05)

وبعد تطبيق المعادلة والمتغيرات فإننا حصلنا على حجم العينة المطلوب = 384 و الذي بنينا عليها التحليل و النتائج.

حدود ومجال الدراسة

الحدود البشرية

السعوديين والسعوديات الذين يمتلكون حسابات نشطة في تويتر.

الحدود الزمنية

تم إعداد الدراسة في ديسمبر عام 2016م

الحدود الموضوعية



اقتصرت موضوع هذه الدراسة على التصنيفات المذهبية والفكرية بالسعودية، وما مدى تأثير تعاطي الأفراد لها في تويتر على بث أسباب الفتنة وتهديد الوحدة الوطنية. قامت الباحثة بتطبيق لأداة الدراسة ميدانياً على عينة قصدية وذلك للتأكد من ثبات عبارات المحاور الخمس وكانت نتائج الثبات كما يلي: - ثبات عبارات المحور:

معامل الثبات لمحاور الدراسة

المحور	عدد الفقرات	قيمة ألفا
دور تويتر في الترويج للتصنيفات	3	0.615
دور تويتر في بث الطائفية وتعميق النزاعات الفكرية بين فئات المجتمع السعودي	3	0.881
مدى معرفة أفراد العينة بوجود قوانين تجرم الطائفية والعنصرية من عدمه	4	0.921
مدى معرفة أفراد العينة بدور وجود الوعي أو غيابه	3	0.814
رأي أفراد العينة في كيفية تعزيز الوحدة الوطنية من خلال تويتر	7	0.805

كما تم حساب معامل الاتساق الداخلي باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، إذ بلغ معامل الثبات الداخلي للأداة درجة مقبولة لأغراض الدراسة (قيمة ألفا أكبر من 0.6). والجدول السابق يبين قيم معامل الاتساق الداخلي لكل محور من محاور الأداة. من خلال قيم ألفا لعبارات المحاور يتضح قوة ثبات العبارات حيث ان قيمة ألفا لكل محور كانت ذات قيمة عالية تدل على ثبات عالي.

أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها، فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية . Statistical Package For Social Sciences والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS). وذلك بعد أن تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى (5-1=4) ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية



الصحيح أي ($0.8=5/4$) بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية , وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي:

المتوسط المرجح	المستوى
من 1 إلى 1.80	أوافق بشدة
من 1.81 إلى 2.60	أوافق
من 2.61 إلى 3.40	صحيح لحدٍ ما
من 3.41 إلى 4.20	لا أوافق
من 4.20 إلى 5.00	لا أوافق بشدة

كذلك مع المقياس الثلاثي (نعم – محايد – لا)

المتوسط المرجح	المستوى
من 1 إلى 1.66	نعم
من 1.67 إلى 2.33	لا
من 2.34 إلى 3.00	محايد

حيث تم حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لمفردات عينة الدراسة وتحديد استجابات مفرداتها تجاه عبارات المحاور الرئيسة التي تتضمنها أداة الدراسة.

وبعد ذلك تم حساب المقاييس الإحصائية التالية:

(1) المتوسط الحسابي الموزون (المرجح) " Weighted Mean " وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات مفردات عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية, مع العلم بأنه يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط حسابي موزون.

(2) المتوسط الحسابي " Mean " وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات مفردات عينة الدراسة عن المحاور الرئيسة (متوسط متوسطات العبارات), مع العلم بأنه يفيد في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي.



(3) تم استخدام الانحراف المعياري " Standard Deviation " للتعرف على مدى انحراف استجابات مفردات عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة , ولكل محور من المحاور الرئيسة عن متوسطها الحسابي. ويلاحظ أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في استجابات مفردات عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة, إلى جانب المحاور والرئيسة فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها بين المقياس.

عرض وتحليل النتائج والتوصيات

- المبحث الأول: نتائج الدراسة

سعيًا لتحقيق أهداف الدراسة في الكشف عن دور تويتر في بروز ظاهرة التصنيفات الفكرية وتأثيرها على الوحدة الوطنية في المجتمع السعودي, قامت الباحثة بصياغة هذه الأسئلة وإرسالها لعينة البحث والذين يمثلون أهم المذاهب والتيارات الفكرية المختلفة في السعودية. وتضمنت الأسئلة سبعة محاور, تفاصيلها وأجوبة عينة البحث في الجداول التالية:

1- البيانات الشخصية

أ- النوع

الجدول (1) يوضح توزيع أفراد الدراسة وفقاً للنوع

يتضح من الجدول رقم (1) أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث, حيث بلغ عدد الذكور الذين أجابوا على أسئلة الدراسة 252 مبحوث ما نسبته 65.6%, فيما بلغ عدد الإناث المشاركات 132 ما نسبته 34.4%.

	التكرار	%
ذكر	252	65.6%
أنثى	132	34.4%
المجموع	384	100%

ب- المستوى التعليمي

جدول رقم (2) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي

	التكرار	%
ثانوي أو أقل	69	17.8%



يتضح من الجدول رقم (2) تنوع المستوى التعليمي لأفراد العينة. وأعلى نسبة من أفراد العينة 43.7% حاصلين على البكالوريوس، وأن 23% حاصلين على الماجستير، و 17.8% حاصلين على الدكتوراه، و 9.6% الثانوي فأقل، و 5.9%، بينما كانت أقل نسبة من أفراد العينة كانت 5.9%

دبلوم	37	9.6%
بكالوريوس	169	43.7%
ماجستير	89	23%
دكتوراه	23	5.9%
المجموع	384	100%

للحاصلين على الدكتوراه.

ج- العمر:

الجدول (3) توزيع أفراد الدراسة وفقاً للعمر

يبين استعراض بيانات جدول (3) تنوع أعمار أفراد العينة مع ارتفاع نسبي للأعمار، وكانت النسبة الأعلى بين الفئات 36 سنة فأكثر بنسبة 25.5% من عينة الدراسة، ثم تلتها مباشرة الفئة العمرية 35-31 سنة بنسبة 24.5%، فيما حصلت الفئة 30-26 سنة على نسبة 23.2%، وحصلت الفئة 25-21 سنة على 17.2%. بينما كانت الفئة العمرية 25-18 سنة هي أقل الفئات العمرية المشاركة بنسبة 9.6%.

%	التكرار	
9.6%	37	20-18 سنة
17.2%	66	25-21 سنة
23.2%	89	30-26 سنة
24.5%	94	35-31 سنة
25.5%	98	36 فأكثر سنة
100%	384	المجموع

2- استخدام لتويتر

أ- معدل استخدام تويتر

جدول رقم (4) توزيع أفراد الدراسة وفقاً لاستخدام تويتر

استخدام تويتر	التكرار	%
------------------	---------	---



يتضح من الجدول رقم (4) وبسبب اختيار العينة بطريقة قصدية، أن أعلى نسبة حصلت عليها الفئة التي تستخدم تويتر بصفة يومية بنسبة 75%. تليها من يستخدمون تويتر من 4-6 أيام بنسبة 10.4%, تليها الفئة التي تستخدم من 2-3 أيام بنسبة 8.9%, و أقل نسبة للفئة "مرة بالأسبوع بنسبة 5.7%.

مرة بالأسبوع	22	5.7%
2-3 بالأسبوع	34	8.9%
4-6 أيام	40	10.4%
يوميًا	288	75%
المجموع	384	100%

ب- عدد الساعات (يوميًا) في استخدام تويتر

جدول رقم (5) توزيع أفراد الدراسة وفقاً لعدد ساعات استخدام تويتر

من الجدول رقم (5) يتضح أن 59.9% من أفراد العينة يقضون من ساعة إلى ساعتين على تويتر , وأن 25.4% يقضون من 3-4 ساعات, بينما 14.30% فقط يقضون أكثر من 5 ساعات يوميًا.

%	التكرار	
59.9%	230	ساعة- ساعتين
25.8%	99	(3-4) ساعات
14.3%	55	أكثر من 5 ساعات
100%	384	المجموع

ج - استخدام الاسم الحقيقي (الاسم الأول واسم العائلة) في حساب تويتر

%	التكرار	
---	---------	--



جدول رقم (6) توزيع أفراد الدراسة وفقاً لعدد ساعات استخدام الاسم الحقيقي في حساباتهم

يوضح الجدول رقم (6) أن 66.40% من عينة البحث يستخدمون أسماءهم الحقيقية في حساباتهم، و33.6% يستخدمون أسماء مستعارة.

نعم	255	66.4%
لا	129	33.6%
المجموع	384	100%

د- توفر أكثر من حساب للشخص على تويتر

جدول رقم (7) توزيع أفراد الدراسة وفقاً لتوفر أكثر من حساب للشخص على تويتر

يبين الجدول رقم (7) أن النسبة الأعلى من أفراد العينة (68.2%) حصل عليها الأفراد الذين لا يمتلكون سوى حساب واحد على تويتر، والنسبة الأقل (31.8%) للذين يمتلكون أكثر من حساب.

	التكرار	%
نعم	122	31.8%
لا	262	68.2%
المجموع	20	100%

هـ مناقشة الأفكار بالاسم الحقيقي

جدول رقم (8) توزيع أفراد الدراسة وفقاً لمناقشة الأفكار بالاسم الحقيقي

	التكرار	%
نعم	119	31%
أحياناً	124	32.3%
لا	141	36.7%



المجموع	384	%100
---------	-----	------

يوضح الجدول رقم (8) أن 31% من عينة البحث يغردون بأسمائهم الحقيقية في حساباتهم، و 32.3% أحياناً، و 36.7% يستخدمون أسماء مستعارة.

3- دور تويتر في الترويج للتصنيفات

جدول (9) دور تويتر في الترويج للتصنيفات

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		عبارات المحور الأول
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3	0.943	2.14	2.6%	10	6.3%	24	18%	69	49%	188	24.2%	93	1. عرفني على تصنيفات فكرية لم أكن أعرفها من قبل
1	1.143	2.57	8.1%	31	11.2%	43	27.6%	106	35.7%	137	17.4%	67	2. دعم من فكرة كراهيتي لفئة نتيجة
2	0.985	2.26	3.9%	15	6.8%	26	20.8%	80	48.2%	185	20.3%	78	3. عرفني على أشخاص من أفكار مختلفة غيرت
		2.32	المتوسط العام لعبارات المحور الأول										

يبين الجدول رقم (9) أن 73.2% من عينة البحث يرون أن تويتر عرفهم على تصنيفات فكرية لم يعرفوها من قبل (بدرجة عالية وعالية جداً). و فضل 18% من أفراد العينة الحياد، بينما 8.9% يرون أن تويتر لم يعرفهم على تصنيفات فكرية جديدة .

أما العبارة رقم (2) فبينت النسبة الأعلى (53.1%) أن تويتر دعم من فكرة كراهية أفراد العينة لفئة نتيجة أفكارها. بينما (19.3%) كانت لمن لا يوافق على دور تويتر لكراهيته لمذهب وفكر مخالف، والتزم 27.6% الحياد في الإجابة على السؤال.

وفي العبارة رقم (3) بين 68.5% من أفراد العينة أن تويتر عرفهم على أشخاص من أفكار مختلفة غيرت من نظرتهم النمطية عنهم. فيما اجاب 20.8% منهم بمحايد و كانت النسبة الأقل (10.7%) للأشخاص الذي لم يغيروا نظرتهم النمطية عن الأشخاص المختلفين فكرياً عنهم .



ويلاحظ ان العبارة رقم (2) كانت الأكثر استجابة حيث كان متوسطها الحسابي الموزون 2.57 مما يعني انها تقع ضمن الفئة (من 1.81-2.6) على مقياس المتوسط الحسابي الموزون مما يعني ان الموافقة كانت بدرجة موافق، وهذا ما ينطبق على العبارة رقم (1) و العبارة رقم (3) حيث كان متوسطهما الحسابي 2.14 و 2.26 على التوالي.

وبشكل عام فإن المتوسط الحسابي للمحور كان 2.32 مما يعني ان استجابة العينة تجاه المحور كانت بدرجة "موافق" ومن خلال قيم الانحراف المعياري يتضح توافق العينة وقلة التشتت.

4- دور تويتر في بث الطائفية وتعميق النزاعات الفكرية بين فئات المجتمع السعودي

جدول رقم (10) دور تويتر في بث الطائفية وتعميق النزاعات الفكرية بين فئات المجتمع السعودي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	أحياناً		لا		نعم		عبارات المحور الثاني
			%	ك	%	ك	%	ك	
2	0.550	2.14	22.9%	88	68%	261	9.1%	35	1. أشارك في الوسوم (الهاشتاقات) التي تدعو لمحاربة فكر ومذهب مخالف
1	0.587	2.15	25.5%	98	63.5%	244	10.9%	42	2. انتقد الفكر والمذهب المخالف لي
3	0.591	2.08	21.6%	83	64.6%	248	13.8%	53	3. انتقد الفكر والمذهب المخالف لي، وأقدم له مقترحات لتصحيحه
		2.12	المتوسط العام لعبارات المحور الثاني						

يوضح جدول رقم (10) أن النسبة الأعلى للعبارة (1) بين أفراد العينة (68%) توافق على عدم المشاركة في الوسوم التي تدعو لمحاربة مذهب وفكر مخالف، تليها الفئة التي تشارك أحياناً بنسبة 22.9%، بينما أقل نسبة (9.1%) للفئة التي تشارك في تلك الوسوم.

و توضح العبارة (2) أن النسبة الأعلى (63.5%) كانت للعينة التي لا تنتقد فكر مخالف، تليها النسبة 25.6% التي تنتقد أحياناً، والنسبة الأقل (10.9%) لمن ينتقد. وتشابهت هذه النسب مع العبارة (3) إلى حد كبير والذي ينتقد المذهب والفكر المخالف ويسعى لتصحيحه (من وجهة نظره).

ويلاحظ ان العبارات جميعاً كانت متوسطاتها بين 2.08-2.15 مما يعني انها جميعاً تقع في الفئة من (من 1.67-2.6) على مقياس المتوسط الحسابي الموزون مما يعني أن الاستجابة كانت بدرجة "لا" اي رفض ما جاء بعبارات المحور جميعاً.



وبشكل عام فإن المتوسط الحسابي للمحور كان 2.12 مما يعني ان استجابة العينة تجاه المحور كانت بدرجة "لا" ومن خلال قيم الانحراف المعياري يتضح توافق العينة وقلة التشتت.

5- مدى المعرفة بوجود قوانين تجرم الطائفية والعنصرية

جدول رقم (11) مدى معرفة أفراد العينة بوجود قوانين تجرم الطائفية والعنصرية من عدمه

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أعرف		لا		نعم		عبارات المحور الثالث
			%	ك	%	ك	%	ك	
2	0.863	1.68	26.3 %	101	15.6 %	60	58.1 %	223	1. أعلم بوجود قوانين لتجريم الطائفية\العنصرية في السعودية
4	0.589	1.24	8.1 %	31	8.3 %	32	83.6 %	321	2. أعلم بوجود قانون يحمي الأفراد من السب والشتم على تويتر
1	0.699	2.00	24.5 %	94	51.3 %	197	24.2 %	93	3. أقوم برفع قضية ضد من يتهم علي بتويتر
3	0.709	1.66	13.8 %	53	38 %	146	48.2 %	185	4. أخشى من قيام شخص برفع قضية علي وأبتعد عن التغريدات السلبية بسبب ذلك
		1.65	المتوسط العام لعبارات المحور الثالث						

بالرغم من عدم وجود قانون صريح -حتى لحظة كتابة البحث (2007)- لتجريم الطائفية والعنصرية في السعودية، بين الجدول رقم (11) في العبارة الأولى أن أكثر من النصف (58.1%) من أفراد يعتقدون بوجوده، وتليها من لا يعلمون الإجابة 26.3% وهي نسب عالية مقارنة بمن يعلم حقيقة الجواب الصحيح ومثلوا النسبة الأقل 15.6%، وهذا يمثل جهل أفراد العينة بالقوانين وقلة نشاطات التوعية. وفي العبارة الثانية، بينت النسبة الأعلى (83.6%) وعي أفراد العينة بوجود قانون يحمي الأفراد من السب والشتم على تويتر، وتوزعت النسب الباقية بالتساوي (8%) لكل فئة لمن لا يعرفون أو يعرفون بعدم وجود قانون.

أما العبارة الثالثة، فيوضح أن نصف العينة (51.3%) لا يقومون برفع قضية ضد من يتهم عليهم بتويتر، و توزعت النسب الباقية بالتساوي (24%) لكل فئة لمن لا يعرفون أو يقومون برفع قضية ضد من يتهم عليه بتويتر.



في العبارة الأخيرة, يتضح أن نصف العينة (48.2%) تخشى من قيام الأشخاص برفع قضايا عليهم, لذلك لا يتعرضون للآخرين بالسب على تويتر, بينما لا يوافق 38%, و 13.8% لا يعرفون.

كان أعلى العبارات استجابة العبارة الثالثة حيث كان المتوسط 2.00 مما يعني أنها تقع ضمن الفئة (1.67-2.33) على مقياس المتوسط الحسابي الموزون مما يعني أن الاستجابة كانت بدرجة "لا". تليها العبارة الأولى ومتوسطها 1.68 مما يعني أن الاستجابة كانت بدرجة "لا". أما العبارتين الثانية والرابعة فكانت استجابتهما بدرجة "نعم".

كانت استجابة عينة الدراسة حول المحور بشكل عام بدرجة "نعم" حيث كان المتوسط العام 1.65 مما يعني القبول. ومن خلال قيم الانحراف المعياري يتضح توافق العينة وقلة التشتت.

6- دور وجود الوعي وغيابه عند استخدام تويتر

جدول رقم (12) مدى معرفة أفراد العينة بدور وجود الوعي أو غيابه

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		عبارات المحور الرابع
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3	0.769	1.69	0.8%	3	2.6%	10	6.3%	24	45.3%	174	45.1%	173	1. العنصرية والطائفية سبيل لاستدراج الأفراد لتهديد أمن المجتمع من خلال تويتر فيجب أن
2	0.956	2.42	1.8%	7	9.4%	36	36.7%	141	33.6%	129	18.5%	71	2. أبلغ الجهات المختصة فور اشتباهي بفكر مثير للفتنة بين فئات المجتمع
1	1.133	2.66	5.5%	21	21.4%	82	22.4%	86	35.7%	137	15.1%	58	3. أعلم أرقام وعناوين الجهات المختصة التي ينبغي أن أبلغها عند
		2.26	المتوسط العام لعبارات المحور الرابع										

يبين الجدول رقم (12) في المحور الأول اتفاق جميع أفراد العينة بنسبة 90.4% بدرجة من عالية إلى عالية جداً بأن العنصرية سبيل لتهديد أمن المجتمع, وهي نسبة عالية جداً تؤكد وعي أفراد العينة بخطر العنصرية والطائفية على المجتمع. بينما التزم 6.3% الحياد و بين 3.4% من أفراد العينة بأن العنصرية و الطائفية ليست سبيل لاستدراج الأفراد من خلال تويتر. و المحور الثاني يبين أن أكثر من نصف العينة (52.1%) يقومون بتبليغ الجهات المختصة فور



اشتباهم بفكر مثير للفتنة , و ألترم 36.7 % الحياد , فيما 11.2% من أفراد العينة لا يقومون بتبليغ الجهات المختصة .

أما المحور الثالث يوضح أن 50.8% يعلمون أرقام وقوانين الجهات المختصة (35.7% موافق, 15.1% موافق بشدة), فيما لا يعلم 26.9% لتذهب النسبة المتبقية 22.4% لمحايد.

يلاحظ ان العبارة الأولى كان متوسطها الحسابي 1.69 مما يعني أن الاستجابة من قبل عينة الدراسة كان بدرجة "موافق بشدة" في حين أن استجابات العبارة الثانية كان بدرجة "موافق" أما العبارة الثالثة فكانت الاستجابة بدرجة " محايد "

استجابات المحور بشكل عام كان بدرجة موافق حيث بلغ المتوسط العام للمحور الرابع (2.26).

من خلال قيم الانحراف المعياري للعبارات والتي تدور حول الواحد الصحيح مما يدل على توافق العينة وقلة التشتت.

7- تعزيز الوحدة الوطنية من خلال تويتر

جدول رقم (13) رأي أفراد العينة في كيفية تعزيز الوحدة الوطنية من خلال تويتر

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		عبارات المحور الخامس
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3	0.930	2.20	2.1%	8	6.5%	25	23.2%	89	45.8%	176	22.4%	86	1. أشارك في حملات تطوعية عبر تويتر لدعم الوحدة الوطنية
4	1.052	1.91	3.6%	14	5.5%	21	12.8%	49	34.4%	132	43.8%	168	2. لا أشارك في وسوم, أو أعيد تغريد تغريدات تعمق من الطائفية
1	1.103	2.39	4.9%	19	9.9%	38	28.6%	110	32.6%	125	24%	92	3. أو من بحرية الفكر والمعتقد وأتابع الآخر
2	0.959	2.28	2.6%	10	6.8%	26	28.1%	108	41.4%	159	21.1%	81	4. أرد على من يختلف معي بالفكر والمذهب
5	0.822	1.72	1%	4	2.6%	10	9.6%	37	41.1%	158	45.6%	175	5. لقادة الرأي في تويتر دور في نشر التوعية
6	0.838	1.68	1.8%	7	1.3%	5	9.4%	36	38.3%	147	49.2%	189	6. ضرورة وجود وعي في أن هناك جهود منظمة عبر تويتر لنشر الطائفية



7	0.660	1.45	%0.5	2	%1	4	3.1 %	12	33.6 %	129	61.7 %	237	7. ضرورة شعور أفراد المجتمع بمسئوليتهم
المتوسط العام لعبارات المحور الخامس													
		1.95											

في الجدول رقم (13) بين العبارة الأولى أن أكثر من ثلثي العينة موافقة على المشاركة في حملات تطوعية لدعم الوطنية (45.8% موافق، 22.4% موافق بشدة). فيما فضل 23.2% الحياد.

العبارة الثانية توضح أن أغلب العينة اختاروا عدم المشاركة في وسوم تعمق من الطائفية والنزاعات الفكرية (34.4% موافق، 43.8% موافق بشدة)، فيما يشارك في مثل هذه الوسوم 9.1% (5.5% غير موافق، 3.6% غير موافق بشدة)، وفضل 12.8% الحياد.

العبارة الثالثة تبين أن أكثر من نصف العينة يؤمنون بحرية الفكر والمعتقد وتقبل الآخر (32.6% موافق، 24% موافق بشدة)، فيما عارض 14.8% من أفراد العينة (9.9% غير موافق، 4.9% غير موافق بشدة)، واختار 28.6% منهم محايد.

العبارة الرابعة، في اجابات العينة حول "أرد على من يختلف معي بالفكر والمذهب بتغريدات ايجابية" وافق 41.4% من أفراد العينة، ووافق بشدة 21.1%، ومحايد 28.1%، وغير موافق 6.8%، فيما حصل لا أوافق بشدة على 2.6%.

في العبارة الخامسة وافق أفراد العينة على أن " لقادة الرأي في تويتر دور في نشر التوعية بأهمية تعزيز الوحدة الوطنية" ب 86.7% (41.1% موافق، 45.6% موافق بشدة) واختار 9.6% محايد.

يوافق 87.5% من أفراد العينة في العبارة السادسة على " ضرورة وجود وعي في أن هناك جهود منظمة عبر تويتر لنشر الطائفية وتعميق النزاعات الفكرية وضرورة التصدي لها" (38.3% موافق، 49.2% موافق بشدة)، فيما اختار محايد 9.4%.

في العبارة الأخيرة رقم (7) يوافق 95.3% من أفراد العينة على "ضرورة شعور أفراد المجتمع بمسئوليتهم الاجتماعية تجاه مجتمعاتهم" (33.6% موافق، 61.7% موافق بشدة)، فيما اختار 3.1% محايد.

من حيث استجابات عينة الدراسة لعبارات المحور السابع يتضح ان العبارات كانت متوسطاتها الحسابية تتراوح بين (1.45 – 2.39) حيث جاءت العبارة رقم (7) بمتوسط (1.45) مما يعني درجة استجابة " موافق بشدة" و باقي العبارات درجة الاستجابة كانت " موافق "

المتوسط العام للمحور 1.95 مما يعني أن الاستجابة بشكل عام تجاه المحور الخامس كانت بدرجة "موافق"، ومن خلال قيم الانحراف المعياري للعبارات والتي تدور حول الواحد الصحيح مما يدل على توافق العينة وقلة التشتت.



المبحث الثاني: مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري والتساؤلات

أولاً: البيانات الشخصية:

- 1- نسبة الذكور بين أفراد العينة أكثر من الإناث بنسبة 65.6%.
- 2- أكبر عدد من مفردات الدراسة من حيث المستوى التعليمي لفئة البكالوريوس سبة 43.7%.
- 3- أعلى نسبة لمفردات الدراسة من حيث العمر تقع بين فئة (36 سنة فأكثر).

ثانياً: استخدام أفراد العينة لتويتر

- 1- أكبر عدد من عينة الدراسة في معدل استخدام تويتر كانت "يومية" بنسبة 75%، وهذه النتيجة تتناسب مع خصائص تويتر في كون السعوديين الأكثر نشاطاً على تويتر.
- 2- أكثر عدد ساعات يقضيها أفراد العينة كان "ساعة-ساعتين" بنسبة 59.9%، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة السويد (2015م) في أن أفراد العينة يقضون وقتاً زمنياً (يومية) يتراوح بين الساعة والساعتين وما هو أكثر من ثلاث ساعات.
- 3- يستخدم 66.4% من عينة الدراسة أسماءهم الحقيقية في تويتر، ويمتلك 31.8% منهم حساب واحد فقط في تويتر، ويناقش ويعلق 31% منهم بأسمائهم الحقيقية.

ثالثاً: دور تويتر في الترويج للتصنيفات

يتضح من اجابات أفراد العينة اتفاقهم على:

- 1- روج تويتر للتصنيفات الفكرية حيث تعرف 67% على تصنيفات فكرية لم يعرفوها من قبل، وهذه النتيجة تتفق مع الاستطلاع الذي قام به مركز الملك عبدالعزيز بالحوار الوطني (2013) والذي أكد أن لوسائل التواصل الاجتماعي دور كبير في توسيع دائرة التصنيفات الفكرية، كذلك اتفقت النتيجة مع دراسة الشهري (1434) أن لاستخدام الفيس بوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي.
- 2- أن 53.1% من أفراد العينة يرون أن تويتر دعم من فكرة كراهيتهم لفئة أخرى نتيجة أفكارها، وهذه النتيجة تتفق أيضاً مع الاستطلاع الذي قام به مركز الملك عبدالعزيز بالحوار الوطني (2013) والذي أكد أن 68,6% يرون أن التصنيفات الفكرية في الوقت الراهن أصبحت تسبب التنافر بين أفراد المجتمع.
- 3- ساهم تويتر في تعريف 68.5% من أفراد العينة على أشخاص من أفكار مختلفة غيرت من نظرتهم النمطية عنهم.

رابعاً: دور تويتر في بث الطائفية وتعميق النزاعات الفكرية بين فئات المجتمع السعودي



- 1- أكثر من نصف العينة (68%) لا يشاركون في وسوم تدعو لمحاربة فكر ومذهب مخالف.
- 2- أكثر من نصف العينة (63.5%) لا ينتقدون المذهب والفكر المخالف ولا يسعون لتصحيحه.

خامساً: مدى المعرفة بوجود قوانين تجرم الطائفية والعنصرية

- 1- بالرغم من عدم سن قانون لتجريم الطائفية/العنصرية في السعودية (حتى تاريخ البحث)، إلا أن 58.1% من عينة البحث يعتقدون بوجوده، ما يبين جهل أفراد العينة بالقوانين.
- 2- 83.6% من أفراد العينة على وعي بوجود قانون ضد من يقوم بالسب والشتم على تويتر.
- 3- 51.3% من الاجابات بينت عدم قيام الأفراد برفع قضية ضد من يتعرض لهم بالسب والشتم.
- 4- اثبتت اجابات نصف عينة البحث (48.2%) دور القانون بردع من يقوم بسب الآخرين على تويتر.

سادساً: دور وجود الوعي وغيابه عند استخدام تويتر

- 1- وعي جميع أفراد العينة (90.4%) بأن العنصرية والطائفية سبيل لاستدراج الأفراد لتهديد أمن المجتمع من خلال تويتر، هذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة السديري (2014) في أن توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية مرتفع جداً ما رفع من مستويات فهم أفراد المجتمع السعودي بما يحيط بهم من مخاطر وتهديدات داخلية وخارجية.
- 2- التزم نصف أفراد العينة (52.5%) في التبليغ عند الاشتباه بفكر مثير للفتنة بين فئات المجتمع.
- 3- نصف العينة (50.8%) يعلمون أرقام وعناوين الجهات المختصة التي ينبغي تبليغها عند الاشتباه بفكر مثير للفتنة.

سابعاً: تعزيز الوحدة الوطنية من خلال تويتر

- 1- 68.2% يوافقون على المشاركة في حملات تطوعية عبر تويتر لدعم الوحدة الوطنية، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة Caroline S. Sheedy (2011) التي بينت أن لوسائل التواصل الاجتماعي دور في جذب الرأي العام لزيادة الوعي تجاه قضايا معينه.
- 2- 78.2% لا يشاركون في وسوم، ولا يقومون بإعادة تغريد لتغريدات تعمق من الطائفية والنزاعات الفكرية.
- 3- 56.6% يؤمنون بحرية الفكر والمعتقد ويتابعون الآخر المخالف لهم ويتقبلونه.
- 4- 62.5% يردون على من يختلف معهم بالفكر والمذهب بتغريدات ايجابية.



- 5- 86.7% يرون أن لقادة الرأي في تويتر دور في نشر التوعية بأهمية تعزيز الوحدة الوطنية.
- 6- 87.5% من أفراد العينة يرون ضرورة وجود وعي في أن هناك جهود منظمة عبر تويتر لنشر الطائفية وتعميق النزاعات الفكرية وضرورة التصدي لها.
- 7- توفر الدور الإيجابي لدى أفراد عينة الدراسة في ضرورة تعزيز الوحدة الوطنية من خلال تويتر.
- 8- 95.3% من أفراد العينة يرون ضرورة شعور أفراد المجتمع بمسؤوليتهم الاجتماعية تجاه مجتمعاتهم

نلاحظ من النتائج أعلاه بأن أفراد العينة يتوفر لديهم الحس الإيجابي لضرورة تعزيز الوحدة الوطنية من خلال تويتر، حيث كانت النسبة الأعلى من إجابات أفراد العينة تدعم المحاور التي تدعو إلى تعزيز الوحدة الوطنية. و نلاحظ أيضاً اتفاق جميع أفراد العينة بدرجة من عالية إلى عالية جداً بأن العنصرية سبيل لتهديد أمن المجتمع (90.4%)، أيضاً في عدم مشاركتهم في الوسوم التي تدعو لمحاربة الفكر المخالف (68%)، كذلك في عدم نقدهم للفكر المخالف والسعي لتصحيحه (63.5%)، وعدم مشاركتهم بوسوم تعمق من الطائفية والعنصرية (78.2%)، وأخيراً بإيمانهم بحرية الفكر والمعتقد (56.6%).

وهذه النتائج تتفق مع دراسة الشهراني (2011) والتي أكدت أن من إيجابيات الحراك المعرفي رفع مستوى الحس الأمني وتعزيز مبدأ الوحدة الوطنية واستحداث أدوار أمنية لأفراد المجتمع لم تكن معروفة من قبل وتوضيح الأفكار المغلوطة واللاعقلانية وتطويع المعرفة لتوافق سمات المجتمع الأمن والفكري.

على الجانب الآخر نلاحظ أنه ذهبت النسبة الأعلى في إجابات أفراد العينة على المحاور التي تدعم الوحدة الوطنية (نظرياً)، لكن اختلفت الاجابات عند التطبيق والممارسات المتبعة عند التعاطي مع أشخاص من فكر مخالف:

1- في محور " أشارك في الوسوم (الهاشتاقات) التي تدعو لمحاربة فكر ومذهب مخالف لي" أجاب 9.1% بنعم، و 22.9% أحياناً.

2- 36.40% اجابوا بنعم وأحياناً (10.9% نعم، 25.5% أحياناً) في المحورين "انتقد الفكر والمذهب المخالف لي" و "انتقد الفكر والمذهب المخالف وأقدم له مقترحات لتصحيحه".

3- أجاب نصف العينة (36.7% محايد، 9.4% لا أوافق، 1.8% لا أوافق بشدة) على المحور "أبلغ الجهات المختصة فور اشتباهي بفكر مثير للفتنة بين فئات المجتمع".

4- 21.9% (12.8% محايد، 5.5% لا أوافق، 3.6% لا أوافق بشدة) اجابوا بلا أوافق ولا أوافق بشدة ومحايد في محور "لا أشارك في وسوم، أو أعيد تغريد تغريدات تعمق من الطائفية والنزاعات الفكرية"



5- 43.4% (28.6% محايد, 9.9% لا أوافق, 4.9% لا أوافق بشدة) اجابوا بلا أوافق ولا أوافق بشدة ومحايد في محور " أو من بحرية الفكر والمعتقد وأتابع الآخر المخالف لي وأتقبله"

6- 37.5% (28.1% محايد, 6.8% لا أوافق, 2.6% لا أوافق بشدة) أجابوا بلا أوافق ومحايد في محور "أرد على من يختلف معي بالفكر والمذهب بتغريدات ايجابية"

7- 23.2% اجابوا بمحايد في محور " أشارك في حملات تطوعية عبر تويتر لدعم الوحدة الوطنية"

8- في محور "ضرورة شعور أفراد المجتمع بمسئوليتهم الاجتماعية تجاه مجتمعاتهم" أجاب 3.1% بمحايد.

ملخص النتائج

- روج تويتر للتصنيفات الفكرية والمذهبية, وكان سبب في تعريف الأشخاص بتيارات فكرية يعرفونها لأول مرة.

- ساهم تويتر في تقبل الطرف الآخر بصرف النظر عن انتمائه الفكري أو المذهبي أو الطائفي ولذلك فهم لا يشاركون في الوسوم (الهاشتاقات) التي تدعو إلى الطائفية والنزاعات الفكرية والرد بإيجابية عن من يخالفهم.

- دعم تويتر من كراهية فئة لفئة نتيجة للتيار الفكري أو المذهب المخالفين.

- ساهم في تغيير الصورة النمطية عن الأفراد.

- جهل أفراد العينة بالقانون تمثل في جهلهم بالقوانين التي تجرم الطائفية والعنصرية, وعدم وعيهم بأهمية القانون في التصدي لمن يهاجمهم برفع قضية عليهم, بالرغم من معرفتهم بوجود قانون ضد من يتعرض للآخرين بالسب والشتم على تويتر.

- القانون والأمور الأمنية كانت سبباً في ابتعاد بعض أفراد العينة عن السب والشتم على تويتر.

- غياب للوعي في عدم تبليغ الجهات المختصة عن فكر مثير للفتنة. أيضاً قلة من يعلمون أرقام الجهات المختصة.

- بينت الدراسة بأن القوانين والأمور الأمنية كانت سبباً في امتناع الناس في المشاركة في الوسوم و الهاشتاقات التي تعمق من الطائفية و النزاعات الفكرية.

- ذهبت النسبة الأعلى في اجابات أفراد العينة على المحاور التي تدعم الوحدة الوطنية (نظرياً), لكن اختلفت الاجابات عند التطبيق والممارسات المتبعة عند التعاطي مع أشخاص من فكر مخالف.



- طالب أفراد العينة بضرورة أخذ الحيطة والحذر من أفراد المجتمع و ضرورة شعور الجميع بمسؤوليته الاجتماعية

المبحث الثالث: التوصيات تتمثل أهم توصيات الدراسة في:

- 1- ضرورة تعزيز الأمن الإعلامي: في ظل انتشار وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي, يبرز دور الأفراد في ضرورة شعورهم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه مجتمعهم وتعزيز مفاهيم الوحدة الوطنية قوياً وعملاً.
- 2- إجراء دراسات وبحوث حول أهمية دور أفراد المجتمع ووسائل الإعلام في تعزيز الأمن الإعلامي في المجتمع السعودي في ظل مختلف التحديات التي تواجهه.
- 3- يجب الأخذ بالحسبان تأثير تويتر على المجتمع السعودي بتوجيهه الرأي العام وتجييش العنصرية والترويج بسلبية- للأفكار والمعتقدات.
- 4- الاستفادة من وجود تويتر ووصوله لشريحة كبيرة من المستخدمين بالدعوة للوحدة الوطنية عن طريق حملات منظمة وبإشراف رسمي وبمشاركة من قادة الرأي فيه.
- 5- لمركز الحوار الوطني دور مهم في ضرورة عقد المزيد من ورش العمل والندوات في المدارس والجامعات بصورة دورية وعدم اقتصرها على النخب والممثلين للمجتمع.
- 6- نشر ثقافة المحبة والتسامح والسلام والتعايش بين أفراد المجتمع بدءاً من المنزل والمدرسة.
- 7- الإقرار بالتعددية, والاعتراف بحرية الآخر العقائدية والمذهبية والفكرية, وتقبل الآخر والانفتاح عليه والتعايش معه.
- 8- الإسراع بإقرار قانون لتجريم العنصرية.

المراجع

المراجع العربية:

- 1- إبراهيم, بدر الدين أحمد. (2011). تأثير الإعلام الجديد ودوره في التوعية الأمنية. ورقة مقدمة في مؤتمر التوعية الأمنية الإعلام الجديد مركز التنوير المعرفي والأكاديمية العسكرية العليا. جامعة نايف للعلوم الأمنية. الرياض, المملكة العربية السعودية.
- 2- البكر, فوزية. (2011). كيف تكتب بحثاً علمياً للمرة الأولى في حياتك. الرياض: دار الخريجي للنشر والتوزيع.
- 3- الجراح, محمود. (2008م). أصول البحث العلمي. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.



- 4- الجزيرة. (17,2013 نوفمبر). السعودية الأكثر استخداماً لتويتر في العالم. أستر جعت في تاريخ 12 أكتوبر، 2016، من <http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2013/11/17/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85%D8%A7-%D9%84%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85>
- 5- الحباب، مصطفى، صهيب، يحيى، معلوم، حسن، الشيخ، ممدوح، ، خميس، أكرم، و عيسى، عبدالوهاب. (2015). السعوديون الشيعة الفكرة والإشكاليات. بيروت: مركز صناعة الفخر للدراسات والأبحاث.
- 6- السبيعي، سعد. (2013). الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الأمن الوطني في المملكة العربية السعودية، دراسة تطبيقية على بعض النخب السعودية في مدينة الرياض. رسالة دكتوراه، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- 7- السديري، تركي. (2015). توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات . دراسة مسحية على العاملين في إدارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية. رسالة ماجستير. الرياض، المملكة العربية السعودية.
- 8- السويد، محمد. (2015). استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية. بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعية. التطبيقات والإشكالات المهنية. الرياض، المملكة العربية السعودية .
- 9- الشهري، حنان. (1434). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك" وتويتر نموذجاً، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز بجدة. رسالة ماجستير، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة، المملكة العربية السعودية.
- 10- الشهري، مها. (15,2014 مارس). التصنيف الفكري والتعاش الحضاري. جريدة الوطن. أستر جعت في تاريخ 21 أكتوبر، 2016، من <http://alwatan.com.sa/Articles/Detail.aspx?ArticleID=20524>
- 11- الشهراني، معلوي. (2011). أثر الحراك المعرفي على الأمن الفكري. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض، المملكة العربية السعودية.
- 12- آل عبود، عبدالله. (2011). قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز الأمن الوقائي. جامعة الأمير نايف للعلوم الأمنية. الرياض، المملكة العربية السعودية.



- 13- العريشي، جبريل، و الغامدي، فوزية. (مارس، 2015). دور مؤسسات المعلومات في عصر المعرفة لتعزيز الانتماء وتحقيق الوحدة الوطنية لدى الشباب في دول مجلس التعاون الخليجي. بحث مقدم لمؤتمر The SLA-AGC 21st Annual. أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة.
- 14- الطيار، فهد. (2014). شبكات التواصل وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً). المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب. (61) 193-226 الرياض.
- 15- الكنعان، محمد. (23 مارس، 2014). التصنيفات الفكرية وأثرها على الوحدة الوطنية. جريدة الجزيرة. أستر جعت في تاريخ 6 نوفمبر 2016، من <http://www.al-jazirah.com/2014/20140323/ar3.htm>
- 16- آل مبارك، عبدالله. (14 أبريل، 2005). قراءة في مفهوم الوحدة الوطنية. جريدة الرياض. أستر جعت في تاريخ 12 أكتوبر 2016، من <http://www.alriyadh.com/56435>
- 17- المغدوي، عادل. (د.ت.). دور المناهج التعليمية في تعزيز الوحدة الوطنية لدى طلاب التعليم الثانوي. ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي (الوحدة الوطنية – قيم وثوابت)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- 18- المغدوي، عادل. (د.ت.). مسؤولية أساتذة الجامعات ومعلمي التعليم العام في تعزيز مفهوم المواطنة لدى الطلاب. المدينة المنورة، المملكة العربية السعودية.
- 19- المزاهرة، منال. (2012). نظريات الاتصال. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 20- الهويش، يوسف. (2013). تعزيز الأمن الفكري في ضوء النماذج والتجارب العالمية المعاصرة للحوار. مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني. الرياض، المملكة العربية السعودية.
- 21- جريدة الرياض. (31 أكتوبر، 2013). مضامين التصنيفات الفكرية تعكس حالة متأزمة في خطابنا المحلي. أستر جعت في تاريخ 12 أكتوبر 2016، من <http://www.alriyadh.com/880097>
- 22- جريدة الشرق. (1 نوفمبر، 2013). تحذير من تحوّل التصنيفات الفكرية إلى تحزبات واستقطابات تؤدي إلى الشقاق والتنازع. أستر جعت في تاريخ 12 أكتوبر 2016، من <http://www.alsharq.net.sa/2013/11/01/984963>
- 23- جريدة الشرق الأوسط. (2 يوليو، 2009). التصنيف الفكري لم يعد وسيلة للإقصاء. أستر جعت في تاريخ 1 نوفمبر 2016، من <http://archive.aawsat.com/details.asp?section=19&issueno=11174&article=525763#.WD9DirIrJ0w>



- 24- جريدة المدينة. (2010, 2 نوفمبر). اتفاق بالإجماع على أن التنوع في المجتمع هو عنصر قوة ودعم للوحدة الوطنية. أسترجت في تاريخ 6 نوفمبر 2016، من <http://www.al-madina.com/node/280841>
- 25- جريدة الوطن. (2015, 16 مايو). الحوار الوطني: الوحدة الوطنية مسؤولية جميع الأقطاب. أسترجت في تاريخ 6 نوفمبر 2016، من http://www.alwatan.com.sa/Culture/News_Detail.aspx?ArticleID=223901&CategoryID=7
- 26- جريدة اليوم. (2003, 1 أغسطس). اللقاء الوطني للحوار الفكري.. تفاعل خلاق لتعزيز الوحدة الوطنية. أسترجت في تاريخ 12 نوفمبر 2016، من <http://www.alyaum.com/article/1098300>
- 27- سلطان، حنان والعبيدي، غانم. (1984). أساسيات البحث العلمي بين النظرية والتطبيق. الرياض: دار العلوم للطباعة والنشر.
- 28- فلمبان، هلال. (2008). دور الحوار في وقاية الشباب من الإرهاب الفكري. مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني. الرياض، المملكة العربية السعودية.
- 29- قاسم، عبدالعزيز. (2008). الحوار والتقارب المذهبي في المشهد السعودي، مكاشفات الشيخ حسن الصفار أنموذجاً. الرياض: العبيكان.
- 30- محفوظ، محمد، الشايب، خلف، البلوي، سعود، المحمود، محمد، حمادة، حسن، الغيثي، شتيوي، وأبا الخيل، يوسف. (2008). المواطنة والوحدة الوطنية في المملكة العربية السعودية. بيروت: دار الانتشار العربي.
- 31- مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني (وحدة استطلاعات الرأي العام استطلاع). (2013). التصنيفات الفكرية وأثرها على الوحدة الوطنية. الرياض.
- 32- مكاوي، حسن، والسيد، ليلي. (2014). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 33- موقع المناطق. (1436, 19 ربيع الآخر). تفاصيل جلسات لقاء التطرف وآثاره على الوحدة الوطنية. أسترجت في تاريخ 12 نوفمبر 2016، من <http://almnatiq.net/17115/?mobile=1>
- 34- هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات. (2016م). المملكة العربية السعودية. نظام مكافحة جرائم المعلوماتية. أسترجت في تاريخ 12 نوفمبر 2016، من <http://www.citc.gov.sa/ar/RulesandSystems/CITCSys/Document/LA004%20Anti-Cyber%20Crime%20Law.pdf>



المراجع الأجنبية:

- 1- Alasem, A. (n.d.). *e-Government on Twitter: The Use of Twitter by the Saudi Authorities*. published master's thesis, Al-Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University Riyadh, Saudi Arabia.
- 2- Al-Badi, H. (n.d.). *The adoption of social media in government agencies: Gulf Cooperation Council case study*. Journal of Technology Research
- 3- Alexa. (2016, 1st October). Retrieved 2016, 11th October, from <http://www.alexa.com/siteinfo/alexa.com>
- 4- Encyclopaedia Britannica. (2016, 3rd December). Retrieved 2016 20th December , from <https://global.britannica.com/topic/patriotism-sociology>
- 5- Gmi. (2016). *Saudi Arabia social media statistics*. (2016, May 28th). Retrieved October 12th 2016, from <http://www.globalmediainsight.com/blog/saudi-arabia-social-media-statistics/>
- 6- Kinninmont, J. (2013). *To What Extent Is Twitter Changing Gulf Societies*. Chatham House. The article was originally published in Arabic for Al Ahram Centre State of the Region magazine
- 7- Marc, A. & Rainie, L. (2014, 20th February). *Twitter Topic Networks: From Polarized Crowds to Community Clusters*. Pew Research Center. Retrieved October 11th 2016, from <http://www.pewinternet.org/2014/02/20/mapping-twitter-topic-networks-from-polarized-crowds-to-community-clusters-2/>
- 8- ANDERSON, M. & HITLIN, P. (2016). *Social Media Conversations About Race*. Pew Research Center. Retrieved October 11th 2016, from <http://www.pewinternet.org/topics/race-and-ethnicity/>
- 9- Nico. (2013, 2nd August). *4 ways how Twitter can keep growing*. Retrieved October 11th 2016, from <http://blog.peerreach.com/2013/11/4-ways-how-twitter-can-keep-growing/>



www.mecsj.com/ar

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية MECSJ

العدد الثاني والثلاثون (كانون الأول) ٢٠٢٠

ISSN: 2617-9563

- 10- Oxford dictionary of social media. (2016). Retrieved October 11th 2016, from <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780191803093.001.0001/acref-9780191803093-e-1651?rskey=o8vmqM&result=1>
- 11- Sheedy, S. (n.d.) *Social Media for Social Change* (A Case Study of Social Media Use in the 2011 Egyptian Revolution). Master's thesis, American University.
- 12- Twitter website. (2016). Retrieved October 11th 2016, from <https://about.twitter.com/company>