الفصل الثالث

المنهجية

١،٣ التمهيد

يتناول هذا الفصل "المنهجية" الخاصة بموضوع الدراسة المعنونة ب"اتجاهات النخب في استخدام الإعلام التفاعلي، ودورها في تعزيز التوجهات الحكومية لدولة الامارات العربية المتحدة: دراسة تطبيقية على منصة تويتر"، والذي يعد العمود الفقري لخطة الدراسة، ومن خلاله سيتم التطرق الى منهجية الدراسة ونوعها، إضافة لعملية تصميم البحث والمنهجية المتبعة في تحليل المقابلات، إضافة للأداة، وضمان المصداقية والثبات، ومجتمع الدراسة والعينة التي ستخدم هذا الموضوع، والذي يجمع مفاهيم أساسية (اتجاهات النخب، الاعلام التفاعلي، التوجهات الحكومية) تعتبر من المحاور ذات الأهمية والتأثير في تطور المجتمع الاماراتي واستدامة موارده.

٢،٣ منهجية الدراسة ونوعها

إن موضوع البحث يعد من المواضيع الهامة والجديدة والتي لم يتم التطرق لها من قبل بهذه الصورة على الصعيد المحلي والمنطقة، وحتى وإن تم على المستوى العالمي استخدام مفهوم "اتجاهات النخب" في الاعلام التفاعلي من قبل، الا أنه لم يكن بالصورة التي تم التطرق لها في الدراسة الحالية وربطه بالتوجهات الحكومية ومنصة "تويتر"، لذا اعتمدت هذه الدراسة على المنهج النوعي، باستخدام المقابلة المتعمقة كأداة رئيسية لجمع البيانات، وصولا الى النتائج والتعميمات، والتي ستساهم في فهم الواقع وتطويره (سلمان، ٢٠١٧).

١،٢،٣ مفهوم المنهج النوعي

يُعَدُّ المنهج النوعي من المناهج المستحدثة في الأبحاث العلمية، وغالباً يتم استخدامه في المجتمع في المواضيع الانسانية والعلوم الاجتماعية والنفسية، كما يعتبر من المناهج الخاصة بالأبحاث التي تركز على

البيانات النوعية، وهناك من يطلق عليه أحياناً بالمنهج الوصفي أو المنهج الكيفي، حيث يتطلب هذا النوع من المناهج، ومن أجل نتائج دقيقة وسليمة، وجود باحث متمكن وقادر على الربط بين جميع وجهات النظر المختلفة، بهدف الوصول إلى النتائج المطلوبة والدقيقة (للدراسات م.، ٢٠١٧)، كما أن ظهور هذا المنهج النوعي جاء لتفادي أوجه القصور الواضحة في البحوث الكمية، خاصة أن المنهج النوعي بطبيعته الاستكشافية والاستقرائية، يساهم بدرجة كبيرة في فهم مشكلة الدراسة الغير واضحة في كثير من الأحيان. (القريني س.، ٢٠٢٠)

العلماء عرفوا المنهج النوعي بأنه: "نوع من أنواع الأبحاث العلمية التي تعتمد على دراسة المواقف والسلوك الإنساني، وفي سبيل ذلك يتم جمع البيانات والمعلومات، من خلال مجموعة من الأدوات مثل المقابلات والملاحظات"، حيث يؤكد هذا التعريف أن المنهج النوعي هو بحث علمي يعتمد على البيانات النوعية، ومن خلاله يسعى الباحث إلى التفسير الشامل لمشكلة أو موضوع البحث العلمي، كما أنه لا يوجد فيه أي مجال للنتائج الرقمية أو الإحصائية، بل النتائج تتمثَّل بصورة لغة مسموعة وجُمل توضيحية. (للدراسات م.، ٢٠١٧)

٣،٢،٢ خصائص المنهج النوعي

- التَّعرُّف على عدد من وجهات النظر الخاصة بموضوع أو مشكلة الدراسة، والتي يصعب الوصول اليها بالطريقة الكمية أو الإحصائية.
- يعتبر التَفاعُل من أساسيات البحث النوعي، والذي نراه واضحاً بين الباحث والمبحوثين، حيث يقوم الباحث بالحصول على معلوماته وجمعها عن طريق المواجهة، والمتمثلة بالمقابلة أو الملاحظة، مع التركيز على ما تُمثِّله الظاهرة بالنسبة للمُشاركين في الدراسة.
- يُساهم هذا النوع من المناهج في وصف مكان المقابلة، والصفات الشخصية التي يتمتع بها المبحوثين، إضافة إلى انطباعاتهم الواضحة، وطبيعة ونوعية الوظائف التي يعملون بها.
- يصل الباحث عن طريق المنهج النوعي، إلى المصادر الطبيعية للبيانات والمعلومات التي يحتاجها.
- يهتم المنهج النوعي بأدق التفاصيل والشرح المستفيض للظواهر والمشكلات الاجتماعية المطروحة للدراسة.
- يعتمد المنهج النوعي على الشمولية في الموضوع، ولا يهتم بالجزئيات التي لا تفيده، نتيجة عدم وجود وسائل لقياسها.

يتطلَّب المنهج النوعي لجمع البيانات والمعلومات، وقتًا زمنيًّا كبيرًا من التجهيز والاعداد المسبق، برغم أن حجم العينات صغيرا في تمثيل مُجتمع الدراسة. (للدراسات م.، ٢٠١٧)

٣ السمات العامة للمنهج النوعي

يتميز المنهج النوعي بعدة سمات (البحث، ٢٠٢١)، تتمثل بالتالي:

١. يهتم المنهج النوعي بالجانب العملي.
٢. يركز المنهج النوعي بالدرجة الأولى على المرحلة العملية ومراحلها المختلفة، وتأتي النتيجة النهائية في المرحلة الأقل أهمية.
٣. يتناول الدراسات التي تتعلق بالحياة البشرية وتجاربهم الشخصية، كما يحاول هذا المنهج النوعي في أغلب الأحيان تحديد مغزى الأفراد في الحياة.
٤. يهتم المنهج النوعي بالباحث بشكل كبير، والذي يلعب دوراً أساسياً ومحورياً في جمع وتحليل المعلومات، ولا يتم الاهتمام بالأمور والأدوات البديلة التي تحجم من دور الباحث.
٥. يشارك الباحث بصفته الشخصية في البحث، حيث يتولى بنفسه عقد المقابلات مع الأفراد المعنيين بالدراسة، كما يقوم بدوره بعمليات الملاحظة والاستنتاج.
٦. يعتمد هذا النوع من الأبحاث، على الأسلوب الوصفي، حيث يتم توجيه التركيز على الإجراءات والمراحل التي تمر بها العمليات المختلفة، ثم تحليلها وبحثها.
٧. يعتمد المنهج النوعي وبشكل كبير على الأسلوب الاستقرائي، حيث يقوم الباحث بتحليل المعلومات التي يحصل عليها، والعمليات التي يمر بها، وبناء الافتراضات، ثم استنتاج النتيجة.

٤،٢،٣ تحليل بيانات المنهج النوعي

إن عملية تحليل البيانات والمعلومات الخاصة بالمنهج النوعي تبدأ منذ بداية جمع المادة العلمية المطلوبة للدراسة، وذلك بالنسبة للباحثين المتمرِّسين من يملكون خبرات عالية في المجال الميداني النوعي، حيث تتطلب العملية القيام ببعض الأمور التحليلية، ولو كانت بالصورة المبدئية، الأمر يجعل الباحث يتذكر بعض الأمور الهامة، والتي يتعرَّف عليها بشكل يومي اثناء التعامل مع المبحوثين خلال دراسة العيِّنة، وهذا ما لا نراه لدى المبتدئين في هذا المجال، من يقومون بجمع المادة العلمية، ثم يلجؤون بعد ذلك إلى عملية التحليل، وهذه المسألة قد يترتب عليها بعض المشكلات، مثل نسيان بعض الانطباعات

والسلوكيات الخاصة بالمبحوثين، حيث تتمثل أهمية تحليل البيانات والمعلومات الخاصة بالمنهج النوعي، والتي عادة ما تُجمع بالأداة الرئيسية بالمقابلة، أو عن طريق الملاحظة أو الوثائق التاريخية بالتالي:

- فهم الباحث لما تنطوي عليه الأدلة التي تم جمعها، مما يجعله يقوم بتصنيفها وتبويبها وتقسيمها إلى مجموعات صغيرة، أكثر سهولة في التعامل معها، إضافة للتعرف على أوجه الاختلاف والأجزاء والأمور الهامة في سياق الموضوع.
- تعد كثرة البيانات والمعلومات التي تم التوصل إليها ثروة هامة للباحث، والذي يستطيع من خلالها الانطلاق إلى عمق الموضوع، إضافة للعمق الإبداعي والفكري، والوصول إلى النتائج المتوقعة والاجابات الكافية والشافية عن افتراضات الدراسة. (للدراسات م.، ٢٠١٧)

بما أن المنهج هو الطريقة التي تؤدي للكشف والتوصل إلى الحقيقة، تم الاعتماد وفق هذا المنهج على مرونة وخبرة الباحثة في الكشف عن العلاقات بين المتغيرات التي ترتبط بالظاهرة محل الدراسة (القريني د.، ٢٠٢٠)، من خلال دراسة عينة قصدية من النخب المتنوعة (السياسية والقيادية، الاجتماعية والاقتصادية، الإعلامية، الثقافية والفنية، الرياضية والشبابية)، حيث تساهم هذه المنهجية في الاستخدام الإيجابي الأمثل للرسالة الإعلامية المطلوب بثها عبر الاعلام التفاعلي السريع وتحديداً "تويتر"، والذي يعد حسب رأي الخبراء المنصة الأولى والأسرع لنشر الاخبار وعلى مستوى العالم (مصطفى د.، ٢٠١٩)، تلك المنصة الساعية إلى تعزيز دور النخب الإماراتية في التأثير الفاعل، وصناعة الوعي الجماهيري، خاصة أنها تملك القدرة في المساهمة في صنع القرار، والذي سينعكس بدوره على توجهات الحكومية وتجاوبها وقراراتها في الخروج بالمبادرات و الخدمات والسياسات والقرارات التي تخدم أفراد المجتمع، وتساهم في عمليات التغيير والتطوير نحو المسارات التنموية التي ترقى في الوطن والمواطن.

٣،٣ تصميم الدراسة

إن تصميم الدراسة يعتبر "عملية الجمع والترتيب والقياس وتحليل البيانات بطريقة صحيحة"، والتي تشكل الهيكل الفكري الذي يتم من خلاله إجراء البحث بصورة متكاملة (سواني،ف، ٢٠١٨)، وذلك لغرض تسهيل عملية البحث وبصورة ممنهجة، حيث اعتمدت هذه الدراسة (النوعية) والمعنونة بـ"اتجاهات النخب في استخدام الإعلام التفاعلي، ودورها في تعزيز التوجهات الحكومية لدولة الامارات العربية المتحدة:

دراسة تطبيقية على موقع تويتر"، على المنهج النوعي، باستخدام المقابلة المتعمقة كأداة لجمع البيانات الرئيسية، وذلك للكشف عن إشكالية الدراسة وما تحمل من تساؤلات، ومساهمة اجاباتها في وضوح الصورة المبهمة التي تقف وراء هذه الظاهرة، لذا فإن الغرض الرئيسي من هذه الدراسة النوعية، وكمرحلة أولى هو الحاجة إلى جمع المعلومات والبيانات حول الظروف الفعلية الواقعية لاتجاهات النخب الإماراتية المعنية في الدراسة (السياسية والقيادية، الاجتماعية والاقتصادية، الإعلامية، الثقافية والفنية، الرياضية والشبابية) في استخدام للإعلام التفاعلي وتحديداً "تويتر"، والعمل على وصفها وتحليلها بدقة (بأسلوب التحليل الموضوعي)، ثم معرفة الأثر الذي تركته تلك الاتجاهات على الحكومة وجعلتها تتبنى توجهات هامة عبارة عن حلول في صورة مبادرات وبرامج وسياسيات تخدم اطراف المجتمع، وهنا لابد من التعرف بدقة على مدى التفاعلية التي تحققت جراء ذلك التأثير في الاعلام التفاعلي، حيث ساعد ذلك على فهم الظاهرة أو مشكلة الدراسة فهماً دقيقاً، من أجل صياغة الحلول والتوصيات السليمة الكفيلة بعد ذلك لإجراء مزيد من البحوث في هذا المجال الهام في طرحة، والذي يعاني من شح في الدراسات الاعلامية السابقة، كما تم بعد ذلك وفي المرحلة الثانية مقارنة ما تم التوصل اليه من مفاهيم جراء تحليل تلك المعلومات، بمفاهيم الدراسة الرئيسية (اتجاهات النخب، الاعلام التفاعلي، التوجهات الحكومية) التي تعد أحد أهم الاهداف الرئيسية للدراسة، ومدى علاقتها بنظريات الدراسة وأفضل الممارسات.

تتطلب عملية تصميم الدراسة الأخذ بعين الاعتبار بالنظريات التي تقوم عليها هذه الدراسة، حيث تم من خلال النظرية الأولى "نظرية المسؤولية الاجتماعية" مراعاة المسلمات والأبعاد الأساسية للنظرية، إضافة للمبادئ الأساسية التي تقوم عليها حسب ما أكده "دينيس ماكويل" أحد أبرز علماء الاتصال، والتي تطالب بتقبل وسائل الاعلام ببعض الالتزامات تجاه المجتمع والوفاء بها بموضوعية ودقة وتوازن، مع تجنب المحتوى السيئ، والوصول لمختلف وجهات النظر، إلى جانب التركيز على الفرضيات الثلاثة للنظرية الثانية وهي "نظرية الحتمية التكنلوجية"، حسب رأي مؤسسها "مارشال ماكلوهان"، والتي تقول: إن وسائل الاتصال ماهي إلا امتداد للحواس، وإن الوسيلة هي الرسالة، كما أن وسائل الاتصال ما هي الى قسمين وسائل باردة أخرى ساخنة، وما تؤكده النظرية في أن قوة التكنولوجيا هي قوة التغيير.

١،٣،٣ منهجية تحليل المقابلات:

إن تصميم الدراسة يقودنا إلى تحليل البيانات بطريقة صحيحة، والتوقف مع منهجية تحليل المقابلات الخاصة بهذه الدراسة النوعية التي تحمل عنوان: (اتجاهات النخب في استخدام الإعلام التفاعلي، ودورها في تعزيز التوجهات الحكومية لدولة الامارات العربية المتحدة: دراسة تطبيقية على منصة تويتر)، من خلال تحليل الإجابات الناتجة من استخدام المقابلة المتعمقة (الأداة رئيسية) لمقابلة

النخب بفئاتهم الستة المتنوعة، حيث تعتمد الدراسة في تصميمها، على منهجية خاصة في تحليل المقابلات (التحليل الموضوعي)، والتي تقوم على عدة خطوات وإجراءات منظمة تتمثل بالشكل (١٩) التالي:

تنظيم البيانات

- **يعمل الباحث على قراءة النصوص والتمعن في تفاصيلها باشباع، في محاولة للوصول إلى جوهر البيانات، إضافة إلى الاستعانة بما تم تدوينه وكتابته وملاحظته في المقابلة الميدانية.**

تصنيف ووصف الرموز

- **قيام الباحث بالوصف المفصل للبيانات النوعية، ثم تأليف رموز أو مفاهيم للنصوص، والعمل على تقديم الأفكار التي تم جمعها من المقابلات والملاحظات.**

تطوير وتقييم التفسيرات

- **مرحلة تحتاج إلى الابداع في التفسير، والقدرة على إصدار الاحكام والنقد، وصولا الى ما وراء الترميز، ثم العمل على تطويرها بأفكار منظمة، ومن خلال هذه الخطوة في تحليل البيانات النوعية، يمكن الوصول الى التغذية الراجعة والتي تخدم كتابة التقرير**

عرض البيانات

- **يتم عرض البيانات باستخدام الاشكال والجداول أو حتى الصور التي تحتوي على النصوص وليس الأرقام، بحيث يتم اختيار البيانات التي تجيب على أسئلة الدراسة، ثم عرض التفسيرات والاقتباسات، باستخدام التحليل اليدوي.**

شكل ١٩: إجراءات وخطوات تحليل البيانات النوعية

المصدر: (البلوي، ٢٠٢١)

أما بخصوص منهجية تحليل البيانات المتبعة في هذه الدراسة، فقد اعتمدت الباحثة بعد التفريغ اليدوي بالشكل النصي (للتسجيل الصوتي) لما تم التوصل اليه من معلومات وبيانات جراء استخدام أداة المقابلة كأداة رئيسية لعينة الدراسة المكونة من (١٢ عينة من النخب الإماراتية المختلفة)، على استخدام احد أساليب تحليل البحوث النوعية، والذي يعرف (التحليل الموضوعي Thematic Analysis)، والتي يقوم الباحث من خلاله بتنظيم ووضع البيانات التي تم التوصل اليها في موضوعات وفئات معينة، ثم العمل على شرحها وتفسيرها بطريقة تحليلية، وصولاً الى إيجاد إجابات السؤال البحثي (خالد، ٢٠٢١)، كما يركز التحليل الموضوعي على المعاني ومدلولاتها، وتقريب الكلمات التي لها معنى في علاقتها، بحيث يتم من خلال هذا النوع، تحليل البيانات النوعية بشكل منهجي، ثم ربطها بالنظريات أو المفاهيم الأوسع (يعقوب، ٢٠٢١)، إذ يتم بداية ومن أجل الوصول الى نتائج دقيقة، العمل على تفسير تلك البيانات بصورة تحليلية، بهدف إيجاد الإجابة الدقيقة لأسئلة الدراسة، وذلك بالتركيز على جميع القواسم المشتركة بين البيانات،

حيث اتخذت كل من (براون وكلارك) (خالد، ٢٠٢١)، ست خطوات تطبيقية لأسلوب التحليل الموضوعي، والتي تم الاعتماد عليها في تحليل البيانات النوعية، والمتمثلة بالتالي:

١. التشبع والانغماس في البيانات التي تم جمعها حتى تصبح مألوفة (ملحق ٥)، وهنا لجأت الباحثة بالفعل الى: الرجوع بداية للتسجيل الصوتي لعينات الدراسة، والذي استغرق لكل عينة من (ساعة إلى ساعة ونصف)، والاستماع بداية لجميع التسجيلات وما تحمل من بيانات لعينة الدراسة، ثم الاستماع مرة أخرى اليها واللجوء إلى تفريغ تلك التسجيلات والبيانات النوعية يدوياً وبشكل نصوص مكتوبة، ثم معاودة قراءتها لأكثر من مرة وصولاً لدرجة التشبع، مع الحرص على أخذ الملاحظات أثناء القراءة وقبل مرحلة التحليل.
٢. كتابة الرموز الأولية: وفي هذه الخطوة يتم التحليل المنهجي باستخدام طريقة (الترميز المنظم) وذلك من خلال الانطلاق من مفاهيم الأسئلة والبحث دون وجود فرضيات للدراسة، حيث تقوم الباحثة بمراقبة ومتابعة إجابة كل الأسئلة، والعمل على اختصارها وتلخيص كل مقطع أو فقرة وردت في إجابات المقابلات، وتحويلها إلى جملة، ثم تلخيصها إلى كلمة أو كلمتين، بحيث تطبق هذه المسألة على ما تم استخراجه من المجموعة الكبيرة من البيانات، والتي بلغت في هذه الخطوة الى (ثلاثين) موضوع ومفهوم حسب الشكل (٢٢).
٣. البحث عن الموضوعات الأساسية (الفئات – العناوين): العمل على بلورة البيانات التي تم ترميزها في المرحلة الأولية السابقة، وأخذ شكل محدد وواضح، بحيث يتم تحويل الرموز إلى مواضيع أساسية تشتمل على فئات وعنوانين، تلك التي تعتبر شيئاً مهماً من البيانات فيما يتعلق بسؤال البحث، وتمثل بعض مستويات الاستجابات النمطية أو معنى محدد ضمن مجموعة البيانات، وذلك من خلال اللجوء إلى قراءتها مرة أخرى وتلقيحها من جديد الى أنماط متشابهة، ومقارنة جميع البيانات التي تم استخراجها والتي تتعلق بالموضوع، حيث تم التوصل الى مواضيع و أنماط متشابه واكثر شمولية ودقة، والتي بلغ عددها (١٠) مواضيع.
٤. مراجعة كل من الموضوعات المحتملة: وهنا يتم التأكد من جميع المواضيع، من خلال مراجعة الموضوعات المستخرجة من البيانات بشكل كامل، وتعتبر هذه الخطوة أساسية للتأكد من جودة عملية التحليل.
٥. تحديد الباحث للموضوعات وتسميتها: يتم من خلال هذه الخطوة تسمية المواضيع التي تم استخرجها، وهي كما تبين جميعها مواضيع إيجابية تخدم اهداف الدراسة بشكل كبير، حيث تم

تسمية العشرة مواضيع ب المفاهيم الأقرب إلى أهداف البحث، والمتمثلة ب (الرؤية الطموحة، المسؤولية المجتمعية، الاتجاهات، القوة الناعمة، القدوة، صناعة الرأي العام وتشكيله، التخطيط التنموي، جودة التواصل الرقمي، علم البصائر السلوكية، استشراف المستقبل)، حسب الجدول (١٩).

٦. إنتاج التقرير: بما أن الكتابة في الدراسات النوعية تطغى عليها عملية التفسير والتحليل، والتي بدأت واضحة منذ تطبيق خطوات أسلوب التحليل الموضوعي، وبداية مع كتابة الملاحظات العشوائية إلى عملية التنظيم والترميز والتحيل وصولاً للتقرير، والتي اعتمدت الباحثة أن تدرجه (إنتاج التقرير) باستخدام تلك المفاهيم (العشرة) الأوسع والاشمل في الخطوة الأخيرة، والتي ستكون في مرحلة مناقشة النتائج والاستنتاجات، التي تم فيها تقييم النتائج والمفاهيم، ومعرفة مدى مطابقتها وملاءمتها مع الأهداف الرئيسية، ومقارنتها بالإطار النظري للدراسة، بما في ذلك من النظريات، والدراسات السابقة، وأفضل الممارسات، وصولاً للتوصيات.

٣،٤ جمع البيانات

٣،٤،١ أدوات الدراسة

بناء على موضوع الدراسة "اتجاهات النخب في استخدام الإعلام التفاعلي، ودورها في تعزيز التوجهات الحكومية لدولة الامارات العربية المتحدة: دراسة تطبيقية على موقع تويتر"، فإن أدوات الدراسة التي تم استخدامها اختيرت لتتناسب مع موضوع البحث وتساهم في نجاحه، وتتمثل بالتالي:

٣،٤،١،١ المقابلة "المتعمقة"

يلعب حجم العينة دوراً مهماً في اختيار نوعية المقابلة التي تعتبر واحدة من أدوات جمع البيانات، فعادة ما يكون العدد الكبير للعينة، يعيق تطبيق المقابلة خاصة أنه يتطلب جهداً ووقتاً كبيراً، ولعل المقابلة بشكل عام ماهي الا عملية مقصودة تهدف إلى إقامة حوار فعال بين الباحث والمبحوث أو أكثر، وذلك بهدف الحصول على بيانات مباشرة وذات صلة بمشكلة البحث، كما تعتبر المقابلة لقاء يتم بين الباحث والشخص المعني، بهدف الحصول على البيانات والمعلومات المطلوبة وبطريقة مباشرة وشفوية، لذا تعتبر المقابلة المتعمقة أداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات في هذه الدراسة، وحين تكون المقابلة متعمقة فهي تتعمق وتطول مع أسئلة تم اعداها مسبقاً، يتم فيها جمع البيانات المركزة وصولاً الى المعلومات الدقيقة والمطلوبة في نتائج الدراسة، بحيث تمثل في النهاية كافة فئات المجتمع (التقييم، ٢٠١٨).

أما عن طريقة اجراء المقابلة الشخصية المتعمقة، فهي عبارة عن قيام الباحث بعقد مقابلة شخصية طويلة مع كل فرد من أفراد العينة المختارة التي تكون وجهاً لوجه، يتم فيها مناقشة و استيضاح آرائهم حول موضوع الدراسة، وهذا النوع من المقابلات يشبه المقابلات الشخصية التي يجريها الأطباء النفسيون و إخصائيو علم النفس الإكلينيكي، كونها بدون هيكل محدد، بحيث يقوم الباحث بإلقاء الأسئلة على المبحوث ويشجعه على الإجابة والإطالة في الشرح وتوضيح وجهة نظره، حيث تهدف هذه النوعية من المقابلات، إلى الكشف عن الدوافع و العواطف العميقة والمواقف التي يمر به الانسان، وتشتمل على مجموعة من المواضيع منها المنظمة أو الشبه المنظمة، ولأنها دقيقة فلابد على القائم عليها أن يكون محترفا ومتدرّباً تدريباً جيداً ويمتلك مهارات عالية في إدارة الحوار ورسم الخطوط العريضة في اللقاء، مع القدرة على قراءة لغة الجسد للمبحوثين ومطابقة اجاباتهم، خاصة أن هناك اشخاص يمتازون أحيانا بالمراوغة وعدم الوضوح في اجاباتهم المباشرة (جرار، ٢٠١٧).

بشكل عام تتيح مثل هذه المقابلات للمشارك، أن يسترسل ويسهب في الكلام مع الباحث خاصة عن تجربته، مما يؤدي الى تطوير العلاقة بشكل وطيد مع المشاركين من هم قيد الدراسة (شوسميث، ٢٠١٧)، هذا وقد خضعت الأسئلة الخاصة بالمقابلة بعد الصياغة للمراجعة والتدقيق من قبل المشرف الأكاديمي على الدراسة، والتي صيغت حول موضوع "اتجاهات النخب في استخدام الإعلام التفاعلي، ودورها في تعزيز التوجهات الحكومية لدولة الامارات العربية المتحدة: دراسة تطبيقية على موقع تويتر"، حيث تم تطبيق أداة الدراسة الرئيسية (المقابلة المتعمقة) على عينة الدراسة المقصودة، والتي اختيرت (٧٥٪) منها وفقاً لنتائج المكتب الإعلامي لحكومة الامارات، الواضحة في الجدول (٦) لقائمة أكثر (النخب الإماراتية) على منصة تويتر تفاعلاً وتأثيراً حتى سبتمبر ٢٠٢١، والتي يصل عددها حسب التنوع المطلوب إلى (٦) مجموعات (الرسمية والقيادية، السياسية، الاجتماعية والاقتصادية، الإعلامية، الثقافية والفنية، الرياضية والشبابية) بمجموع (١٢ عينة).

الدراسة حرصت في هذه الأداة "المقابلة المتعمقة" اتباع أسلوب الأسئلة المفتوحة التي تساعد في الحصول على مزيد من البيانات والمعلومات المتعمقة، إضافة للحصول على معلومات مسهبة تعكس مدى الخبرة والتجارب والنضج الفكري للعينة المقصودة، حيث جاءت الأسئلة انطلاقاً من أهداف البحث الرئيسية، لتكون كالتالي:

١. ماهي اتجاهات النخب الإماراتية في استخدام الإعلام التفاعلي وتحديداً منصة "تويتر"؟
٢. ماهي أبرز دوافع النخب الإماراتية في استخدام "تويتر" من منظور مبادئ المسؤولية الاجتماعية، والوعي المجتمعي؟ واندرج من هذا السؤال سؤال فرعياً يقول: هل حين تغرد تستشعر بمسؤولية الأثر من تلك التغريدة؟ وكيف؟ والذي يهدف إلى الاستشعار بأثر التغريدة ونتيجتها، وهو

الهدف الذي يتلاءم مع هدف هذا السؤال الثاني (جدول ١٠)، الذي يسعى إلى معرفة أهم الدوافع التي تستخدمها النخب الاماراتية في "تويتر"، من منظور مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية، احدى النظريات التي تقوم عليها الدراسة، إضافة لتعزيز الوعي المجتمعي.

٣. ماهي أبرز أنواع النخب الإماراتية الفاعلة في استخدام منصة تويتر؟ من وجهة نظرك؟

٤. ماهي أبرز المضامين والقضايا التي تتفاعل معها النخب الإماراتية عبر منصة تويتر الرقمية؟ واندرج من هذا السؤال (سؤالان فرعيان)، يقول الأول: ماهي التغريدة التي غردت بها وكان لها تأثير وردة فعل في المجتمع؟، والذي يهدف إلى تعزيز مضمون التغريدة المؤثرة في المجتمع، وهو الهدف ذاته الذي يتلاءم مع هدف السؤال الرابع (جدول ١٢)، الذي يسعى إلى تعزيز أهم المضامين والقضايا التي تتفاعل معها النخب الاماراتية، للتأثير عبر منصة الاعلام التفاعلي "تويتر"، إلى جانب تعزيز المشاركة المجتمعية الرقمية، أما السؤال الثاني فيقول: ما مدى انعكاس اعتماد (النخب الإماراتية) على منصة تويتر، على جودة التواصل الرقمي بينهم وبين افراد المجتمع؟ ويهدف إلى: تعزيز جودة الحياة الرقمية في المجتمع الإماراتي، وهو الهدف الذي يتلاءم أيضاً مع هدف السؤال الرابع (جدول ١٢).

٥. ما هي الأدوار التي تمارسها النخب الإماراتية المتنوعة للتأثير في التوجهات الحكومية؟ واندرج من هذا السؤال سؤالاً فرعياً يقول: إلى أي مدى تتفاعل مع تويتر للتأثير في تغيير السلوك والتوجهات؟، ويهدف إلى: تعزيز التفاعل للتأثير في تغيير السلوك، إضافة لتعزيز التعامل بمفهوم علم البصائر السلوكية على تويتر، وهو الهدف الذي يتلاءم مع هدف السؤال الخامس (جدول ١٣)، الذي يسعى إلى رصد وتحليل الأدوار الخاصة بالنخب الاماراتيين على منصة "تويتر"، والتي أثرت على التوجهات الحكومية الجديدة، وخدمت أفراد المجتمع، وأحدثت التغيير.

٦. ما مدى تفاعل المستوى الرسمي والقيادي مع ما تنشره "النخب" ويؤثر على اتجاهاتهم وعلى التوجهات الحكومية الجديدة، من وجهة نظر عينة الدراسة؟

إن تحقيق أهداف الدراسة وتساؤلاتها الستة، واسئلتها الفرعية الأربعة، والتي تم بلورتها كأسئلة وإعادة صياغتها من أجل الدقة في الأداة، وذلك بعد إجراء مقابلات اولية على عينة تمثل (محكمين للدراسة) بلغ عددها (٦ أفراد) تنوعت بين أكاديميين واعلاميين والنخب المؤثرين والفاعلين في الاعلام التفاعلي وتحديداً منصة تويتر (ملحق ٢)، حيث أسفرت عن مجموعة كبيرة من الأسئلة، التي بلغ عددها (٤٠) سؤالاً في استمارة المقابلة (ملحق ٣)، تم عرضها بداية على المشرف الاكاديمي للدراسة، ثم العمل على تقسيمها الى ست مجموعات، تلك المجموعات التي برزت منها الأسئلة الستة الرئيسية، إضافة للأسئلة الأربعة الفرعية التي تندرج أصلاً تحت أربعة من الأسئلة الرئيسية، والتي ساهمت بدرجة

كبيرة وباستخدام الأداة الرئيسة (المقابلة المتعمقة)، على فهم العينة وبصورة مباشرة، وذلك بما تتمتع به من توجهات فكرية وشعورية ونفسية، الأمر الذي قادنا للحصول على مادة كافية ومشبعة وغنية، خدمت عملية التفسير والتحليل المطلوب في هذا النوع من البحوث النوعية.

٣،١،٤،٢ الملاحظة

تُعرف الملاحظة بأنها "الانتباه المقصود والموجه نحو سلوك فردي أو جماعي معين، بقصد متابعة ورصد تغيراته، ليتمكن الباحث من وصف السلوك فقط أو وصفه وتحليله أو وصفه وتقويمه"، كما عرفت الملاحظة العلمية بأنها "الانتباه للحوادث والظواهر من أجل تفسيرها واكتشاف أسبابها، ثم الوصول للقوانين التي تسيطر عليها وتحكمها" (مجدوب، ٢٠١٧) .

يتم من خلال هذه الأداة (الملاحظة) وأثناء الزيارة الميدانية لعينة الدراسة، استخدام أسلوب الملاحظة العادية والبسيطة، ومن خلالها يتم تدوين ما سيتم ملاحظته تلقائياً في الظروف الطبيعية، كما يتم تدوين ما لم يتم التعرف عليه بالطريقة المباشرة وعبر أداة الملاحظة في استمارة البحث، بحيث يتم استيفاء المعلومات المطلوبة للإجابة على تساؤلات المشكلة البحثية، الأمر الذي ترتب عليه وجود معلومات إضافية لموضوع الدراسة، والتي خدمت بدورها نتائج البحث، كما أن هذه الملاحظة خدمت الأداة الأولى (المقابلة المتعمقة) من خلال رصد السلوك سواء بطرح السؤال أو عدم طرحه، (مجدوب، ٢٠١٧)، ولأن الملاحظة تعد من أهم أدوات الدراسة التي يعتمد عليها الباحث في عملية جمع البيانات، تم التركيز فيها وبإشغال الحواس والفكر لاستخلاص نتائج إضافية وتحليلات تخدم الدراسة، خاصة أن العينة مقسمة إلى ست مجموعات، تمثل نوعية عينة الدراسة (الرسمية والقيادية، السياسية، الاجتماعية والاقتصادية، الإعلامية، الثقافية والفنية، الرياضية والشبابية).

٣،١،٤،٣ ضمان الموثوقية وثبات الأداة

إن حرص الباحثة على ضمان تكامل الموثوقية في الدراسة وثبات الأداة وبجودة عالية، وبشكل فاعل، قادها للتركيز ومنذ البداية على معايير ضمان الموثوقية، وذلك من خلال:

١. الحرص على الكفاية في توفير البيانات المفصلة من عينة الدراسة المقصودة، وباستخدام أداة المقابلة الرئيسية وأداة الملاحظة.
٢. الاستفادة من البيانات والمعلومات الكبيرة التي تم التوصل اليها، والعمل على تفريغها جيداً من جهاز (التسجيل الصوتي) عن طريق جدول خاص يتعلق بكل فئة من النخب (الرسمية

والقيادية، الاجتماعية والاقتصادية، الثقافية والفنية، السياسية، الإعلامية، الشبابية والرياضية)، كدليل موثوق على إجابات المشاركين.

٣. العمل على قراءة تلك البيانات الكبيرة قراءة شاملة لجميع إجابات العينة.

٤. تنظيم البيانات وتفسيرها ووصفها وترميزها ببعضها البعض، ترميزاً شاملاً منظماً وبطريقة منطقية.

٥. استخراج المفاهيم والانماط والمواضيع الأولوية وعددها (٣٠) موضوع، حسب الشكل (٢٢).

٦. مناقشة المشرف الأكاديمي المباشر على ما تم التوصل اليه من نتائج أولية.

٧. من أجل الدقة في الأداة، قامت الباحثة بعمل مقابلات أولية على عينة تمثل (محكمين للدراسة) بلغ عددها (٦ أفراد) تنوعوا بين أكاديميين واعلاميين والنخب المؤثرين والفاعلين في الاعلام التفاعلي وتحديداً منصة تويتر (ملحق ٢)، حيث أسفرت عن مجموعة كبيرة من الأسئلة، التي بلغ عددها (٤٠) سؤالاً في استمارة المقابلة (ملحق ٣)، تم عرضها بداية على المشرف الاكاديمي للدراسة، ثم العمل على تقسيمها الى ست مجموعات، تلك المجموعات التي برزت منها الأسئلة الستة الرئيسية، إضافة للأسئلة الأربعة الفرعية، والتي تتوافق أهدافها مع أهداف أربعة من الأسئلة الرئيسية.

٨. مناقشة النتائج الأولوية شفهياً مع المعنيين في الإجابات والبيانات، وهم عينة الدراسة ال (١٢)، حيث تجاوب فقط (٨) منهم، (وهذا أمرٌ مقبول نظراً لطبيعة العينة ومسؤولياتها كنخب فاعله ذات مستوى عالٍ من القيادة والإدارة في المجتمع)، وذلك من أجل التأكد من دقة آرائهم ووجهات نظرهم في موضوع الدراسة.

٩. قراءة البيانات مرة أخرى قراءة دقيقة وأكثر اشباعاً عمقاً وتنظيماً، وترميزها للمرة الثانية ترميزاً منظماً أكثر دقة لما تم استخراجه من الأنماط والمواضيع ال (٣٠) في المرحلة السابقة، بعد تصنيفها ووصفها وصفاً دقيقاً، وربطها بعضها ببعض بطريقة منطقية، ثم العمل على استنباط أنماط ومحاور ومفاهيم تمتاز بالدقة وتساهم في جودة الدراسة، ليكون المجموع (١٠) مفاهيم ومواضيع وهي تعكس أهداف البحث الأساسية.

إن الاستناد العلمي للمعايير الرئيسية للموثوقية والجودة في البحوث النوعية، يقودنا للعودة الى (لنكولن وجوبا) (Yvonna S. Lincolon, 1985)، من اهتموا بمسألة طوير وتحديد هذه المعايير، بما تحمل من ترادف لها في البحوث الكمية، وقد نجحا بالفعل الى جانب عدد من العلماء الاخرين في التوصل الى المعايير الأربعة (المصداقية يقابلها الصدق الداخلي في البحوث الكمية، وقابلية النقل

والتعميم يقابلها الصدق الخارجي والتعميم في البحوث الكمية، إضافة للاعتمادية، ويقابلها الثبات في البحوث الكمية، والتأكيدية، ويقابلها الموضوعية في البحوث الكمية) (عطية، ٢٠٢٠)، لتأتي الدراسة الحالية والمعنونة ب "اتجاهات النخب في استخدام الإعلام التفاعلي، ودورها في تعزيز التوجهات الحكومية لدولة الامارات العربية المتحدة: دراسة تطبيقية على منصة تويتر"، بمراعاة الجودة والموثوقية من خلال المعايير التالية:

- **المصداقية**

إن المصداقية تعني في هذا السياق، تقديم الحقائق كما هي، وكما ظهرت لدى المبحوثين من عينة الدراسة، حيث عرف (ليشمان) (عطية، ٢٠٢٠) مصطلح المصداقية ب "تقييم نتائج الدراسة من خلال وجهات نظر المشاركين وما قاموا بالتعبير عنه"، وهي الطريقة التي حرصت عليها الباحثة في هذه الدراسة من خلال عرض وجهات نظرهم بصورة نهائية، ولأن الصدق حتى يتحقق يحتاج (للتعددية) ويقصد بها تطبيق أكثر من طريقة وأداة لدراسة الظاهرة، واكثر من النظرية في تفسير النتائج، وهذا ما تميزت به الدراسة الحالية، حين استخدمت أداتان (المقابلة المتعمقة والملاحظة) ونظريتان (نظرية المسؤولية الاجتماعية ونظرية الحتمية التكنلوجية)، وتعدد مجالات العينة (الرسمية والقيادية، الاجتماعية والاقتصادية، الثقافية والفنية، السياسية، الإعلامية، الشبابية والرياضية)، إضافة للتعددية في مراجعة النتائج الأولوية من قبل (المشرف المباشر والعينة المقصودة والخبراء والمختصين)، والتعدد في (إجراء وجمع المقابلات وملاحظتها في أوقات وظروف مختلفة)، حيث لعب هذا التعدد دوراً رئيسياً في توضيح وبيان جوانب ظاهرة الدراسة، وفي مختلف المراحل (جمع البيانات والتحليل والتفسير).

- **قابلية النقل**

إن قابلية النقل تعني في البحوث النوعية مدى القدرة على الاستفادة من هذه الدراسة، وتطبيقها على مجتمع متقارب، ومواقف وبحوث متشابه، وقد عرفها (ماكسويل) في البحوث النوعية ب "وجود مستويات متعددة من المعاني الناتجة من العينة النوعية، بحيث تمتاز هذه النتائج بالقابلية لتوسيعها على أفراد المجتمع، أما (لينكولن وجوبا) فقد أكدوا على أن قابلية النقل هي "درجة التشابه بين الموقف الأصلي والموقف المنقول اليه"، وحتى تتحقق قابلية النقل، لابد من استخدام استراتيجيات تلعب في جودة هذا المعيار، والمتمثلة ب (الوصف الدقيق والعميق والشامل، استخدام العينة القصدية، وربط النتائج بما ورد في الاطار النظري والدراسات السابقة)، (عطية، ٢٠٢٠) وكلها أمور تم تطبيقها في هذه الدراسة.

- **الاعتمادية**

حســـب رأي (لينكولن وجوبا) فإن معيار الاعتمادية يتحقق من خلال تكرار النتائج عند إعادة الدراســـة مرة أخرى وفي نفس الســـياق والظروف، وإن من أبرز العوامل التي تســـاعد في تحقيق الاعتمادية، هو تأثير الدراســـة على النظرية أو الممارســـات وبشـــكل كبير، عن طريق ترابط النتائج والدقة في المعاني والانماط العامة.

- **التأكيدية**

تعني التأكيدية "اتخاذ الباحث لخطوات واضـحة بحيث يعمل على التأكد من مطابقة النتائج بالمعاني التي قصـــدها المشـــاركين بالفعل، وعرضـــها كما هي دون أن يتأثر بها الباحث"، كما أن (باندي وباتنايك) عرفوا التأكيدية بانها "خطوات واضـــحة تضـــمن مطابقة النتائج لمعاني المشـــاركين قدر الإمكان، بدلاً من آراء الباحث الذاتية التي لا تستند الى بيانات من المشاركين"، وهذا ما تم الحرص عليه في هذه المرحلة من الدراســـة، من خلال الاهتمام بمبدأ الحيادية والابتعاد عن التحيز الذاتي، ولضمان تحقيق التأكيدية تم استخدام استراتيجيات خاصة بهذا المعيار والمتمثلة ب (استخدام اكثر من مصدر لجمع البيانات، إضافة لتعدد أنواع البيانات، والاستفادة من المراجعات التأملية المستمرة وقراءة النتائج لأكثر من مرة، وكذلك من الوصف التفصيلي الذي جعل الباحثة أكثر دراية وقدرة في متابعة البيانات، وتحديد آلية وكيفية بناء المعاني، وربط النتائج بالدراســـات الســـابقة والنظريات، و كلها تقوي تفســـير النتائج، الى جانب مســـألة التأكيدية في الابتعاد عن الانحياز، وصـــولاً لمرحلة الاستنتاجات). ، (عطية، ٢٠٢٠)

٥،٣ مجتمع الدراسة

إن مجتمع الدراسة المعنونة ب "اتجاهات النخب في استخدام الإعلام التفاعلي، ودورها في تعزيز التوجهات الحكومية لدولة الامارات العربية المتحدة: دراسة تطبيقية على موقع تويتر"، انحصر في جميع النخب الإماراتية الفاعلة (الرسمية والقيادية، السياسية، الاجتماعية والاقتصادية، الإعلامية، الثقافية والفنية، الرياضية والشبابية)، من مستخدمي "تويتر" الأداة الأكثر فاعلية وتواصل في مجتمع الامارات، والمنصة الأولى والاسرع لنشر الاخبار عالمياً حسب أحدث نتائج المكتب الإعلامي لحكومة الامارات (الامارات ا.، ٢٠٢١) وأحدث الاحصائيات (مصطفى د.، ٢٠٢٠) ، وكون الدراسة تعتبر من الدراسات الحديثة تم من خلال العينة المقصودة، سعت للوصول واكتشاف نتائج ممكن الاستفادة منها في المفاهيم المطلوبة للبحوث المستقبلية في هذا المجال، بحيث تكون الحلول والتوصيات فرصة لتصحيح الوضع الراهن فيما يخص إشكالية أو ظاهرة الدراسة، والمتمثلة في معرفة ماهية اتجاهات استخدام النخب للإعلام التفاعلي وتحديدا

"تويتر" كدراسة تطبيقية، ودورها في تعزيز التوجهات الحكومية في الدولة، خاصة أن تأثير النخب بشكل عام غير واضح للجمهور، وأحيانا غير مفهوم، وهناك من يمارس دوره كأحد النخب المؤثرة وهو بعيداً عن التأثير المدروس والمطلوب، بل هناك من يؤثر فعلا وقد لا يحسب على أنه من فئة النخب، لذا فأن حصر مجتمع الدراسة في هذه العينة يعود لعدة أسباب ومبررات (اللامي م.، ٢٠٢٠) تتمثل بالتالي:

١. إن التبرير وراء حصر مجتمع الدراسة، يعود إلى موضوع البحث نفسه واهميته والذي يتطلب ضرورة التواصل المباشر (اختصاراً للوقت والجهد والتكاليف) مع شريحة النخب المقصودة من أفراد المجتمع "كعينة الدراسة"، من هم الأقدر والأكفأ في استشعار القضايا والسياسات والمواضيع الحكومية المطلوبة للتأثير عبر الاعلام التفاعلي وتحديداً عبر منصة تويتر، والتي بدورها تؤثر على توجهات وتطلعات الحكومة التي تخدم الصالح العام.
٢. حصر الدراسة "مجتمع الدراسة" في ست مجموعات (الرسمية والقيادية، السياسية، الاجتماعية والاقتصادية، الإعلامية، الثقافية والفنية، الرياضية والشبابية)، يعود إلى أنها محلياً تعتبر النخب الأكثر فاعلية وتأثيراً ومتابعة على منصة "تويتر"، كما أنها الأكثر مشاركة في تعزيز التوجهات الحكومية.
٣. الحاجة الى الوصول واكتشاف نتائج دقيقة تخدم القرارات المطلوبة" كتوصيات"، والتي غالبا ما تحتوي هذه النوع من الدراسات النوعية، على عدد من المفاهيم والاولويات التي تخدم البحوث المستقبلية في هذا المجال، إضافة للخروج بنموذج إطار عمل لاتجاهات استخدام النخب للإعلام التفاعلي "تويتر"، بحيث تستفيد منه جميع النخب "كمنصة "تساهم مع الحكومة جنباً الى جنب في التأثير الصحيح، والذي يواكب الإستراتيجيات والتوجهات الحكومية، نحو اعلام تفاعلي ناجح ومفيد ومؤثر.
٤. إن نتائج البحث النهائية الناتجة من حصر مجتمع الدراسة في الفئة المذكورة، شملت النخب المعنية على مستوى الامارات وفق أحدث نتائج المكتب الإعلامي لحكومة الامارات، وبالتالي ممكن أن تعمم النتيجة على مجتمع دول الخليج الأخرى، من تشترك معها في الكثير من الظروف وملامح التطور والتأثير.
٥. إن عينة النخب المنتقاة من مجتمع الدراسة، لابد وأن تمثل مجتمع البحث تمثيلاً صحيحاً، وذلك حتى يتحقق الصدق في نتائج البحث، بما يضمن الوصول الى نتائج ذات دقة وثقة عالية.

بشكل عام يتكون إطار مجتمع الدراسة والذي تم حصره وفق أحدث نتائج المكتب الإعلامي لحكومة الامارات (الامارات ا.، ٢٠٢١) ، من النخب الإماراتية باختلاف تخصصها ونشاطها الإعلامي عبر منصة تويتر، ومن يشتركون جميعهم بخصائص معينة، مثل:

١. من هم من سكان دولة الامارات العربية المتحدة، ويحملون الجنسية الإماراتية.
٢. من يطلق عليهم مفهوم "النخب"، ومن هم على درجة عالية من المسؤولية والمعرفة والدراية في مجالاتهم، ومستوياتهم الرسمية والحكومية الاجتماعية والمهنية والتعليمية.
٣. من هم على درجة عالية من الخبرة والاطلاع على أفضل الممارسات.
٤. من يمتلكون الرغبة في التعاون والتغيير.

بما أن مجتمع الدراسة يغطي الامارات كافة، ويشترط على أن تكون العينة من الاماراتيين أي (الموطنين الأصليين)، لابد من مراعاة الدقة في اختيار عينة الدراسة، خاصة أن الدراسة تدور حول اتجاهات النخب في استخدام الإعلام التفاعلي، ودورها في تعزيز التوجهات الحكومية لدولة الامارات العربية المتحدة، من خلال دراسة تطبيقية على منصة (تويتر).

إن الرجوع الى الشكل (١٤) الخاص بإحصائيات منصة "تويتر" حتى سبتمبر ٢٠٢٠، والمعنية بالحسابات الشخصية (العشرة) الأكثر متابعة في الامارات، توضح تنوعاً في النخب المؤثرة في المجتمع، بين (الرسمية الحكومية، القيادية، الفنية، الرياضية، الاجتماعية) (socialbakers، ٢٠٢٠)، لتأتي أحدث النتائج وفق المكتب الإعلامي لحكومة الامارات (الامارات ا.، ٢٠٢١) كالتالي:

الجدول ٦: قائمة أكثر النخب الإماراتية على منصة تويتر تفاعلا وتأثيرا حتى سبتمبر ٢٠٢١ حسب المكتب الإعلامي لحكومة الامارات

#	وضع توثيق الحساب	الحساب	المتابعين	التغريدات	نوع الحساب
١.	✓	صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم @HHShkMohd	١٠،٦ مليون متابع	٦،٥٥٨ ألف تغريدة	الرسمية والقيادية
٢.	✓	صاحب السمو الشيخ محمد بن زايد آل نهيان @MohamedBinZayed	٤،٢ مليون متابع	٨،٠٤٨ ألف تغريدة	

#	وضع توثيق الحساب	الحساب	المتابعين	التغريدات	نوع الحساب
٣.	✓	سمو الشيخ سيف بن زايد آل نهيان @SaifBZayed	٢،٢ مليون متابع	١،٣٥٤ ألف تغريدة	
٤.	✓	سمو الشيخ عبدالله بن زايد آل نهيان @ABZayed	٤،٧ مليون متابع	١٠،٧ ألف تغريدة	
٥.	✓	معالي د. أنور قرقاش @AnwarGargash	١،٤ مليون متابع	٩،٥٨٤ ألف تغريدة	السياسية
٦.		عبدالخالق عبدالله @Abdulkhaleq_UAE	262,6 ألف متابع	69،5 ألف تغريدة	
٧.	✓	ابتسام الكتبي @ekitbi	82،3 ألف متابع	22 ألف تغريدة	
٨.	✓	ماجد الرئيسي @majedalraeesi1	199,7 ألف متابع	52،6 ألف تغريدة	
٩.	✓	منى المري @malmarri	197,7 ألف متابع	٢١،٧ ألف تغريدة	الإعلامية
١٠	✓	هبة السمت @HebaAlSamt	70,8 ألف متابع	144,2ألف تغريدة	
١١	✓	مصطفى الزرعوني @MustafaAlzaroni	12,8 ألف متابع	944تغريدة	
١٢	✓	معالي نورة الكعبي @NouraAlkaabi	284,9 ألف متابع	961تغريدة	الثقافة
١٣	✓	معالي زكي نسيبة @Zakinus	19,4 ألف متابع	285تغريدة	
١٤	✓	عمر سيف غباش @OmarSaifGhobash	22,4 ألف متابع	4,606تغريدة	
١٥	✓	سعيد النظري @SaeedAlnazari	1,565 ألف متابع	965تغريدة	الشبابية
١٦	✓	معالي شما سهيل المزروعي @shamma	271,7 ألف متابع	3,722تغريدة	
١٧	✓	معالي ضاحي خلفان @Dhahi_Khalfan	٢،٩ مليون متابع	126 ألف تغريدة	الاجتماعية

#	وضع توثيق الحساب	الحساب	المتابعين	التغريدات	نوع الحساب
١٨	✓	معالي حصة بوحميد @HessaBuhumaid	٢٣,٦ ألف متابع	٦,٥٣٥ تغريده	
١٩	✓	سعادة حمد الرحومي @h_alrahoomi	19,8 ألف متابع	11,6 ألف تغريده	

٦،٣ عينة الدراسة

يوجد في دولة الامارات العربية المتحدة وضمن مجتمع البحث، أطرافاً عديدة وفئات مختلفة تسمى "النخب"، والتي تعتبر وفق النتائج الأخيرة للمكتب الإعلامي لحكومة الامارات، والواضحة في الجدول (٦)، ذات مستوى عالي وأهمية واضحة ولها القدرة الكبيرة في التأثير، خاصة أنها ضمت حسابات متنوعة في الاختصاص، وتتشابه لحد كبير مع المجموعات المحددة كعينة للدراسة، كما كان واضحاً وجود مستوى عالي ورفيع وبشكل واضح في المجموعة الرسمية والقيادية، الأمر الذي يجعل عينة الدراسة تتكون وفق هذه النتائج إلى ست مجموعات، يمثلون نوعية النخب الإماراتية محل الدراسة، والتي تمارس دورها إعلامياً وبشكل فاعل عبر منصة الاعلام التفاعلي "تويتر"، وباختلاف تخصصها (الرسمية والقيادية، السياسية، الاجتماعية والاقتصادية، الإعلامية، الثقافية والفنية، الرياضية والشبابية)، من يتمتعون بمستوى حكومي وثقافي وعلمي يؤهلهم لتقييم الظاهرة والتأثير فيها بصورة كبيرة بما يتوافق مع التوجهات الحكومية، والتي اعتمدت عليها باستخدام "المقابلة المتعمقة" كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث تم انتقائها ضمن الجدول (٦) لقائمة الحسابات الأكثر تفاعلاً وتأثيراً ونمواً بين حسابات النخب الإماراتية على منصة تويتر، حسب ما جاء في النتائج الأخيرة للمكتب الإعلامي لحكومة الامارات (الامارات ا.، ٢٠٢١)، الى (١٢ فرد) وهو عدد يعتبر مهم في ظل هذه النوعية من النخب الهامة في المجتمع، ومن يمثلون العينة الكلية للدراسة، حسب الشكل التالي:

UNIVERSITI SAINS ISLAM MALAYSIA
ISLAMIC SCIENCE UNIVERSITY OF MALAYSIA

شكل ٢٠: عينة البحث "النخب الإماراتية" المعنية بالدراسة

١. طريقة اختيار عينة الدراسة

كما هو متعارف عليه، أن اختيار العينة بالشكل الدقيق يعطي نتائج مشابهة إلى حد كبير لما يتطلع اليه الباحث من نتائج، لذا فقد تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة القصدية (العمدية) وليست العشوائية، والتي تبدو العينة فيها مقصودة من مجتمع الدراسة، كما تعتبر هذه العينة هي الأساس القوي للتحليل العلمي لموضوع البحث، ومصدراً ثرياً وهاماً للمعلومات التي ستشكل القاعدة المهمة للدراسة، ولان الموضوع يحتاج للدقة في المعلومة ومن المصدر الصحيح، تم اللجوء الى المكتب الإعلامي لحكومة الامارات، وهو المصدر الرئيسي والهام في إدارة قنوات الاعلام التفاعلي لحكومة الامارات، إضافة لدوره في رصد ومتابعة اتجاهات الرأي العام والانطباعات حول موضوع ما يخدم اهتمامات وتوجهات الحكومة، حيث تم اختيار العينة حسب ما جاء في نتائج المكتب الإعلامي لحكومة الامارات، من الجدول (٦) لقائمة أكثر الحسابات الإماراتية على منصة تويتر تفاعلا وتأثيرا حتى سبتمبر ٢٠٢١ ، إضافة للرجوع الى الشكل (١٤) اكثر الحسابات الشخصية متابعة على تويتر حتى سبتمبر ٢٠٢٠ ، وذلك لسد النواقص في مجموعات عينة الدراسة، والتي يصل عددها بالتنوع المطلوب للنخب المعنية (الرسمية والقيادية، السياسية، الاجتماعية والاقتصادية، الإعلامية، الثقافية والفنية، الرياضية والشبابية)، الى (١٢ فرد)، بحيث تكون القائمة النهائية للعينة حسب الجدول (٧) التالي:

الجدول ٧: قائمة لعينة الدراسة المعتمدة

#	وضع توثيق الحساب	الحساب	المتابعين	التغريدات	المجموعة
١.	✓	معالي حصة بوحميد @HessaBuhumaid	٢٦,٤ ألف متابع	٧,٠٦٤ تغريده	الرسمية القيادية
٢.	✓	بتسام الكتبي @ekitbi	٨٢,٨ ألف متابع	٢٢,٣ ألف تغريدة	السياسية
٣.	✓	ماجد الرئيسي @majedalraeesi1	٢٠٦,٩ ألف متابع	٥٢,٩ ألف تغريدة	

#	الحساب	وضع توثيق الحساب	المتابعين	التغريدات	المجموعة
٤.	هبة السمت @HebaAlSamt	✓	٧٢,٩ ألف متابع	١٤٧,٢ ألف تغريدة	الإعلامية
٥.	مصطفى الزرعوني @MustafaAlzaroni	✓	١٣,٣ ألف متابع	٢٥,٣ ألف تغريدة	
٦.	مريم الكعبي @maryam1001	✓	٢٩١,٣ ألف متابع	٧٧,٥ ألف تغريدة	
٧.	معالي زكي نسيبة @Zakinus	✓	٢٢,٨ ألف متابع	٥٦,٢ تغريدة	الثقافة والفنية
٨.	الفنان حسين الجسمي @7sainaljassmi	✓	٧,٢ مليون متابع	١٢,١ ألف تغريدة	
٩.	سعيد النظري @SaeedAlnazari	✓	١,٧٠٨ متابع	١,٠٢٧ تغريدة	الشبابية والرياضية
١٠.	عدنان حمد الحمادي @AdnanHamad	✓	١٣١,٦ ألف متابع	٦,٤٩٤ تغريدة	
١١.	حمد أحمد الرحومي @h_alrahoomi	✓	٢٢,٩ ألف متابع	١١,٩ ألف تغريده	الاجتماعية والاقتصادية
١٢.	صلاح الحليان @alhalyan	-	١٨ ألف متابع	١٨,٨ ألف تغريدة	

نبذة عن عينة الدراسة

إن أهمية العينة في هذه الدراسة المعنونة ب "اتجاهات النخب في استخدام الإعلام التفاعلي، ودورها في تعزيز التوجهات الحكومية لدولة الامارات العربية المتحدة: دراسة تطبيقية على منصة تويتر"، تأتي من موقع العينة الأعلى مستوى رسمي وحكومي وتخصصي، والتي تتنوع بين (الرسمية والقيادية، السياسية، الاجتماعية والاقتصادية، الإعلامية، الثقافية والفنية، الرياضية والشبابية)، بمجموع يصل الى (١٢ فرد) حسب الجدول (٧)، الأمر الذي يجعلنا نسلط الضوء على (النبذة التعريفية) عن العينة العمدية المقصودة المختارة كل حسب تخصصها، حسب الجدول (٨) التالي:

الجدول ٨: نبذة تعريفية عن عينة الدراسة المعتمدة

#	المسمى الرسمي	نبذة تعريفية عن النخب
	النخب الرسمية القيادية	
١.	**معالي حصة بنت عيسى بوحميد عضو مجلس الوزراء وزيرة تنمية المجتمع**	تسلمت عملها كوزيرة تنمية المجتمع في ١٩ أكتوبر ٢٠١٧ ، وقد تمكنت من إنجاز ٤ سياسات خلال عام من العمل الحكومي المتميز، وهي: السياسة الوطنية للأسرة، وسياسة عمل أصحاب الهمم، واللائحة التنفيذية لقانون حقوق الطفل "وديمة"، والسياسة الوطنية لكبار المواطنين، كما أنها ترأس لجنة المجتمع وإرث الألعاب العالمية، وقد حققت إنجازات لامعة في ملف الألعاب الإقليمية للأولمبياد الخاص التاسع ٢٠١٨، وقبل نهاية ٢٠١٨ أستطاعت على صعيد آخر أن تنجز سياسات وتشريعات جديدة لتمكين المرأة من أجل الارتقاء بطموحها نحو آفاق المستقبل، كما أنها عززت من طموح الشباب عبر برنامج "إعداد" للمقبلين على الزواج و"كوّن أسرة إماراتية"، ودعّمت الآليات المتبعة لمنح الزواج بمزيد من الإيجابية والمرونة، شغلت منصب مساعد المدير العام للخدمات الحكومية في وزارة شؤون مجلس الوزراء والمستقبل، كما أنها أشرفت على تطوير الخدمات الحكومية في حكومة دولة الإمارات من خلال برنامج الإمارات للخدمة الحكومية المتميزة،إضافة للاشراف على إطلاق مشروع مصنع الخدمات الحكومية ، وعلى مشروع قياس رضا وسعادة المتعاملين عن الخدمات الحكومية، كما تولّت معاليها منصب المنسق العام لبرنامج الشيخ خليفة للتميز الحكومي، والمدير التنفيذي لقطاع التميز، والمدير التنفيذي لقطاع الدعم المؤسسي، ومساعد المدير العام لقطاع الخدمات الحكومية، و أيضاً المشرف على برنامج قيادات حكومة الإمارات لتطوير قيادات الصف الأول والثاني في الحكومة، الى جانب العديد من المسميات والعضويات. (المجتمع، ٢٠١٧)
	النخب السياسية	
٢.	**د. ابتسام الكتبي رئيسة مركز الامارات للسياسات**	تعتبر المؤسس والرئيس لمركز الامارات للسياسات، أستاذة في العلوم السياسية بجامعة الامارات، كما تعتبر من النخب السياسية المتميزة في الدولة والمنطقة، تم تعيينها عام ٢٠١٥ كعضو في الهيئة الاستشارية للمجلس الأعلى لمجلس التعاون الخليجي، كما تم اختيارها قي ٢٠١٨ ضمن قائمة أكثر خمسين إمرأة مؤثرة في العالم العربي، حصلت عام ٢٠١٩، على جائزة المرأة الأكثر تميزاً صمن مؤتمر القيادات النسائية العالمية، وأختيرت عام ٢٠٢١ مستشارة في المفوضية العالمية لسياسات مابعد جائحة كوفيد١٩ (للسياسات، ٢٠٢١) .
٣.	**ماجد الرئيسي كاتب ومحلل سياسي**	خريج كلية القانون من جامعة الامارات ، تخصص في مجال عمله بادرة ازمات الاتصال و ادارة السمعة وتعزيزها ، قدم العديد من الجلسات في منتدى الاعلام الاماراتي و المنتدى الاعلامي للمخاطر و التهديدات، وشارك في مداخلات عدة بصفته كاتب ومحلل سياسي وفي عدة قنوات منها البي بي سي ، العربية ، الحدث ، و تلفزيون دبي، وذلك حول الازمات الاعلامية و السياسية في المنطقة و العالم.
	النخب الإعلامية	
٤.	**هبة السمت، ناشطة في الاعلام التفاعلي و التواصل الاجتماعي، مدير إدارة الاعلام الرقمي بمؤسسة دبي للاعلام**	مدير إدارة الإعلام الرقمي للإذاعة والتلفزيون، في مؤسسة دبي للإعلام، شابة إماراتية على قدر كبير من الطموح والمثابرة، مفعمة بالحيوية والإصرار على تجاوز التحديات مهما كان حجمها، لها إنجازات كبيرة في عالم الاعلام التفاعلي والتواصل الاجتماعي، مثل: ● مؤسس مشارك لمنصة التواصل الاجتماعي إماراتويت. ● رئيس ومؤسس النادي العالمي للإعلام الاجتماعي في الامارات. ● عضو ناشط وفعال في منصة تويتر للتواصل الاجتماعي.

#	المسمى الرسمي	نبذة تعريفية عن النخب
		• عملت على قيادة فريق عمل ديناميكي يركز على الابتكار لتعزيز وجود مؤسسة دبي للإعلام عبر وسائل الإعلام الرقمية، والتواصل مع جمهورها على جميع المنابر والوسائط الرقمية والتكنولوجية الحديثة . • تعتبر مسؤولة عن توفير محتويات متكاملة لمؤسسة دبي للإعلام على الانترنت وتوزيعها، وتقديم خدمات وتطبيقات رقمية للأجهزة الذكية مع وضع استراتيجيات وسائل الاعلام الاجتماعية والمنصات المستجدة الأخرى . • قبل انضمامها لمؤسسة دبي للإعلام بخمس سنوات عملت هبه في مؤسسة تيكوم بدبي على تطوير وتنفيذ تطبيقات الويب وتطوير المحتوى لوسائل الإعلام الجديدة. • أسست أول مجتمع افتراضي على شبكة الانترنت في دولة الإمارات العربية المتحدة على منصة تويتر، وانبثقت منها فكرة تأسيس النادي العالمي للإعلام الاجتماعي في الامارات. • مبادِرة وشديدة الحماس لوسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي. • تمتلك عيناً حادة لأدق التفاصيل وتسعى لتحقيق الجودة ولها خبرة في العمل في جميع مراحل اعداد البرمجيات. • تمتلك دوافع ذاتية قوية ومقدرات عالية وحيوية لتنفيذ عملها، وتتحلي بالمسؤولية، تستمتع بالعمل الجماعي وتدعم المبادرات الفردية. حصلت على العديد من الجوائز، أهمها: • الشخصية النسائية القيادية في مجال إدارة الاتصال المؤسسي والتواصل الإعلامي. • جائزة الشرق الأوسط للتميز للقياديات • أكثر شخصية مؤثرة في الإعلام الرقمي في قارة آسيا. • جائزة مجلس الريادة العالمي WLCA.
٥.	**مصطفى الزرعوني– رئيس تحرير جريدة الرؤية**	تولى رئيس تحرير صحيفة الرؤية نوفمبر ٢٠٢١، عمل في صحيفة "خليج تايمز" بين عامي ٢٠١٢ و٢٠٢١ ،حيث تولى عدة مناصب آخرها "رئيس التحرير"، وعمل صحفياً في صحيفة البيان من العام ٢٠٠٦ الى ٢٠١٢ كما كتب في صحف عدة منها صحيفة "الرؤية" الإماراتية وصحيفة "البيان" الإماراتية، إضافة لعمله كمذيع في "تلفزيون الشارقة"، ويعتبر محللاً سياسياً لعدة قنوات تلفزيونية، وعضو مجلس إدارة جمعية الصحفيين الإماراتية منذ ٢٠٠٨ حتى ٢٠٢٠ ، وعضو كل من "نادي دبي للصحافة" و"الاتحاد العام للصحفيين العرب"، و"الاتحاد الدولي للصحفيين"، و"جمعية الإمارات لحقوق الإنسان"، كما أنه عضو اللجنة التنفيذية في "منتدى التنمية الخليجي."
٦.	**مريم الكعبي – كاتبة وناقدة إعلامية**	كاتبة وناقدة إعلامية، وهي عضو في اتحاد الاعلاميات العرب، تتمتع بخبرة طويلة في العمل بوزارة التربية والتعليم من خلال التغطيات الإخبارية وتحرير المواد الخاصة بمجلة المستقبل التي تصدر من منطقة العين التعليمية، إضافة إلى صياغة المكاتبات الرسمية والتعاميم الصادرة والأخبار، وكتابة التقارير والتحقيقات الصحفية، حصلت على العديد من شهادات التقدير والجوائز، والتي تعكس مدى نجاح أدائها وتميزها فيما تقدمه من مهام ومشاركات قوية في أهم المناسبات والمحافل التخصصية والوطنية، لديها العديد من

#	المسمى الرسمي	نبذة تعريفية عن النخب
		الإبداعات المتمثلة في تحرير وإعداد مجلة الغد و مجلة المستقبل، إضافة لإعداد وتنفيذ كتاب حصاد منطقة العين التعليمية (وعد وإنجاز) للعام ٢٠٠٦-٢٠٠٧م، وصياغة رسالة وشعار ورؤية وأهداف شعبة العلاقات العامة والإعلام التربوي، وإعداد النماذج الخاصة بالشعبة. صدر لها كتاب (آهات الصمت) وهو عبارة عن مقالات متنوعة في الإدارة والتربية والسياسة، إضافة إلى كتاب (حاول مرة أخرى)، ورواية (أسرار امرأة تحترق) عن دار أوراق – مصر، وحالياً لديها كتاب تحت الطبع عبارة عن قراءات مختارة للراحل الدكتور مصطفى محمود، كما انها تميزت في كتابة الأعمدة الصحفية وفي عدد من الصحف المحلية والعربية مثل العمود الاسبوعي (ما يسطرون) بجريدة الاتحاد في الفترة من ١٩٩٦- إلى ١٩٩٩م، إضافة لعمود (١+١=؟) صفحة المرأة والمجتمع، في الفترة من ١٩٩٧-١٩٩٨م، والعمود الأسبوعي (فضائيات) في مجلة الأسرة العصرية، في الفترة من ١٩٩٧-٢٠٠٠م، الى جانب ذلك تمتعها بالحضور القوي والتميز (ضيفة وناقدة إعلامية) في الكثير من البرامج المحلية والعربية، كما تميزت بمشاركاتها القوية في التصدي لهجمات التشويه المتعمدة على منصة "تويتر"، تلك النابعة من القيم الوطنية بما فيها الانتماء والولاء.
	النخب الثقافية والفنية	
٧.	**معالي زكي أنو ر نسيبة، المستشار الثقافي لصاحب السمو رئيس الدولة، الرئيس الأعلى لجامعة الإمارات العربية المتحدة**	معالي المستشار الثقافي لصاحب السمو رئيس الدولة، والرئيس الأعلى لجامعة الإمارات العربية المتحدة، حاصل على درجة الماجستير في الاقتصاد من كلية كوينز، جامعة كامبريدج، المملكة المتحدة، ومُنح دكتوراه فخرية في العلوم الإنسانية من جامعة القدس، يتعبر معاليه من مرافقي مؤسس الدولة المغفور له الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان،كما عمل مترجماً شخصياً ومستشاراً صحفياً لسموه منذ أواخر الستينيات،كما شغل ذات المهام بعد ذلك لدى المغفور له صاحب السمو الشيخ خليفة بن زايد آل نهيان، "طيب الله ثراه"، وحتى اليوم مازل يمارس مهامه في عهد صاحب السمو الشيخ محمد بن زايد آل نهيان، رئيس الدولة "حفظه الله"، حيث عمل معاليه في العديد من الوظائف والمناصب الإدارية، والإعلامية، والبحثية، مثل مدير في وزارة الإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة منذ تأسيس الدولة، وقام بتأسيس وإدارة مكتب الدبلوماسية العامة والثقافية في وزارة الخارجية والتعاون الدولي، كما عمل نائباً لرئيس هيئة أبوظبي للثقافة والتراث، وشارك في رسم وصياغة الاستراتيجيات العامة للهيئة، والإشراف على أنشطتها، ومتابعة العديد من المشاريع الثقافية، تم تعيينة كعضو في هيئة أبوظبي للسياحة والثقافة، وعضواً في اللجنة التنفيذية العليا التي تحولت فيما بعد إلى مجلس أمناء لجائزة الشيخ زايد للكتاب، الى جانب رئيس مجلس أمناء جامعة السوربون بأبوظبي، حيث ساهم في تأسيسها عام ٢٠٠٦م، يملك العديد من العضويات الهامة على الصعيد المحلي والعالمي، كما نال العديد من الأوسمة والجوائز. (المتحدة، ٢٠٢١)
٨.	**الفنان حسين الجسمي "السفير المفوض فوق العادة" للعمل الإنساني**	فنان ومُبدع إماراتي عربي إرتقى بمنهجه وثقافته وفنّه للعالمية، سجّل ووثّق العديد من النجاحات المتفرّدة، والتي جعلت منه رقماً صعباً في عالم الغناء وصناعة الموسيقى، ليقف شامخاً على أهم المسارح العربية والعالمية، محقّقاً أرقاماً قياسية على أصعدة الحضور

#	المسمى الرسمي	نبذة تعريفية عن النخب
		الجماهيري المباشر، كما تميز بزيادة نسبة المتابعة والمبيعات والمشاهدات عبر منصّات التواصل الإجتماعي كافة، متخطّياً المليارى مشاهدة، وأكثر من ألف ومائتان مُحتوى، استقبله رؤساء وملوك الوطن العربي، وتُوّج بأرفع الأوسمة والنياشين الرسمية، ومُنح العديد من الجوائز وشهادات الفخر والإعتزاز، وحصل على أكثر من شهادة دكتوراه فخريّة من قِبَل منصات أكاديمية ورسمية على مستوى العالم، ويُصنّف من بين أهم وأقوى الشخصيات العربية المؤثرة، ومن رُقيّه وهيبته لقّبه جمهوره العريض بـ"الجبل ." مُحب للعمل الخيري والإنساني وهو نهجه الدائم والمستمر، وله بصماته الخيرية والإنسانية وذلك من خلال زياراته الميدانية الى المخيّمات المتضرّرة بهدف زرع الأمل والتفاؤل والإيجابية، وله رؤية بعيدة المدى في الربط بين الفنان المثقّف والعمل الإنساني، وله مبادرات شاهدة على استثنائيّته، ليتم تكريمه بمنصب دبلوماسي دولي و"سفير مفوّض فوق العادة" لعدد من المنظمات الإنسانية الدوليّة، يعتبر شخصية فعّالة في خدمة وطنه بإخلاص، ترجمها بإسهامات مؤثرة نقلت رسالة الوطن الى المجتمعات العربية والعالمية، حاملاً قيَم الحب والسلام والإستقرار والتسامح بين الأديان والشعوب كافة، مما جعل منه ضيفاً معزَّزاً مكرَّماً عند نيافة "البابا فرانسيس" في "الفاتيكان"، كما يتفرّد بلون موسيقي عصري خاص به، مظهِراً بأغنياته وانتشارها الواسع رؤية موسيقية مميّزة في الألحان والكتابة والتوزيع والغناء، ليكون "أيقونة" عالية المستوى يُشار إليها لوصف فخامة ورقي الطرح. محترف في العزف على آلة البيانو بالفطرة، مرتبط بميكروفونه الأبيض المميّز، راسماً هوية خاصة بمفاهيم إبداعية متطوّرة وغير مسبوقة، وساهم باحترافيّة في نقل المحتوى من المحلية الى العالم، حتّى أصبحت باقة كبيرة من أعماله ضمن الأغنيات الخالدة في المكتبات الموسيقية العربية والعالمية، ليتربّع في قلوب الملايين رمزاً فنياً ثقافياً استثنائياً.
	النخب الشبابية والرياضية	
٩.	**سعادة/ سعيد النظري** **مدير عام المؤسسة الاتحادية للشباب**	يشغل منصب مدير عام المؤسسة الاتحادية للشباب منذ ٢٠١٨، إضافة لمنصب المدير التنفيذي لمكتب الشباب في مكتب رئاسة مجلس الوزراء، والرئيس التنفيذي لمركز الشباب العربي منذ تأسيسه في العام ٢٠١٧، لديه خبره واسعة في تطوير الاستراتيجيات والسياسات، حيث أشرف على تطوير الأجندة الوطنية للشباب، إضافة لتطوير النموذج الإماراتي للعمل مع الشباب، ومنظومة مجالس الشباب داخل الدولة، واستراتيجية الشباب العربي، والعديد من السياسات الاخرى المعتمدة من مجلس الوزراء، أشرف على قيادة المرحلة التأسيسية للعديد من المؤسسات الوطنية الهامة، مثل مكتب الشباب في مكتب رئاسة مجلس الوزراء، إضافة لمؤسسة الأولمبياد الخاص الإماراتي، والمؤسسة الاتحادية للشباب وغيرها، عمل قبل توليه منصبه الحالي في عدة مناصب سواء في القطاع الحكومي أوحتى الخاص، مثل مديراً للمشاريع في المكتب التنفيذي لصاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، كما لعب دوراً فاعلاً وهاماً ضمن الفريق الرئيسي الذي عمل على "قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب"، و أيضاً "المنتدى الاستراتيجي العربي"، و"مركز محمد بن راشد لاستشارات الوقف والهبة"، إضافة ل"منطقة ٢٠٧١" التي تعتبر إحدى المحركات الأساسية لتحقيق مئوية الإمارات، إضافة للعديد من المناصب الأخرى، كما

#	المسمى الرسمي	نبذة تعريفية عن النخب
		أشرف على العديد من المشاريع الاستراتيجية التي تم اطلاقها، وإدارة ٥٠ مشروعاً وطنياً، وتنظيمه وقيادته للعديد من المشـــاريع الشـــبابية الهامة داخل الدولة وخارجها، ويمتلك عضـــوية في العديد من اللجان والمجالس، مثل عضـــوية برنامج قيادات حكومة دولة الإمارات عن فئة وكلاء الوزارات، وقد مثل الدول في المحافل العالمية مثل ملتقى الشـــرق الأوسط للمنتدى الاقتصادي العالمي. (للشباب، ٢٠١٨)
١٠.	**عدنان حمد الحمادي** **الإعلامي الرياضي** **البرلماني**	اعلامي اماراتي، عضـــوٍ المجلس الوطني الاتحادي، رئيس لجنة التعليم والاعلام والرياضـــه، نائب رئيس المجلس الاستشاري لإمارة الشارقة – سابقاً، خبير في مجال التحليل الرياضي، الرئيس التنفيذي للقنوات الرياضـيه العربيه والعالميه في راديو وتلفزيون العرب سـابقا، يعتبر من أهم المعلقين في المجال الرياضـــي الإماراتي منذ أكتوبر عام ١٩٨٢، عمل حكماً لكرة القدم، وفي رصـــيده ٤٥ مباراة كحكم ســـاحة، و٢٦ كحكم خط، كما عمل مقدماً للبرامج الرياضـــية منذ نوفمبر ١٩٨٣، ومدير إعداد للبرامج الرياضـــية منذ عام ١٩٨٦، وكانت له تجربة إخراجية في مجال العمل التلفزيوني للبرامج المســـجلة عام ١٩٩٢، يمتلك ماجستير في القانون بتقدير امتياز مع مرتبة الشرف الأولى والنشر من الجامعة الأميركية في الإمارات ٢٠١٨ و ماجستير في الإدارة الرياضية – جامعة كورلينز – سويسرا ٢٠١١ وبكـالوريوس الآداب – إعلام واجتمـاع – جـامعـة الإمـارات العربيـة المتحـدة ١٩٨٦، ودبلوم في الصحافة الرياضية عام ١٩٨٦م.
	النخب الاجتماعية والاقتصادية	
١١.	**سعادة حمد أحمد الرحومي** **النائب الأول لرئيس المجلس الوطني الاتحادي**	النائب الأول لرئيس المجلس الوطني الاتحادي في الفصـل التشـريعي السـابع عشـر في الفترة من ٢٠١٩/١١/١٤ ولغاية ٢٠٢٣/١١/١٣، عضـو سـابق المجلس الوطني الاتحادي في الفصل التشريعي السادس عشر في الفترة من ٢٠١٥/١١/١٨ ولغاية ٢٠١٩/١١/١٣، وعضـو سـابق بالمجلس الوطني الاتحادي في الفصـل التشـريعي الخامس عشـر في الفترة من ٢٠١١/١١/١٥ ولغاية ٢٠١٥/١١/١٤، ورئيس مجلس إدارة اتحاد جمعيات الصـــيادين لدولة الإمارات العربية المتحدة سابقاً، كما عمل سابقاً في عدة وظائف (كمستشار فني لمجلس إدارة جمعية دبي للصيادين، و أيضاً مدير عام جمعية دبي للصيادين، ونائب مسئول الإنقاذ البري والبحري بالقيادة العامة لشرطة دبي، ومسئول فرقة المهمات الصعبة بالقيادة العامة لشرطة دبي، وضابط طيار بالقيادة العامة لشرطة دبي، لديه العديد من العضويات ويشـــترك في الكثير من اللجان، مثل (رئيس لجنة رؤســـاء اللجان، رئيس لجنة الشـــؤون الإسـلامية والأوقاف والمرافق العامة)، أما عضـويات المجموعات البرلمانية ولجان الصـداقة، فتمثلت ب (عضـو مجموعة الشـعبة في الاجتماع الدوري لرؤسـاء مجالس الشـورى والنواب والوطني والأمة بدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، رئيس لجنة الصداقة مـع برلمانات دول مجلس التعـــاون الخليجي، عضو لجنة التنسيق والعلاقات الخارجية الخليجية، عضو الاتحاد الكشفي للبرلمانيين العرب). (الاتحادي، ٢٠١٩)
١٢.	**الاستاذ صلاح الحليان** **الخبير الاقتصادي** **والمستشار المالي**	مؤسس ومدير شركة قلف إنشورانس كونسلتنج منذ عام ٢٠٠١، وهو مستشـار تأمين مســجل لدى هيئة التأمين الإماراتية وعضـــو مجلس إدارة هيئة الإمارات للتأمين والأمين العام السـابق لاتحاد الأوراق المالية العربية والسـلطات، وخبير محكمة مسـجل لدى محاكم دبي ومحاكم أبوظبي ومحاكم وزارة العدل، ومستشـار معتمد في مجال الاستثمار والتأمين في

#	المسمى الرسمي	نبذة تعريفية عن النخب
		الولايات المتحدة الأمريكية، كما يعتبر من أبرز خبراء محو الأمية المالية في دولة الإمارات العربية المتحدة، وهو مؤسس / مدير التدريب Baizati ،وصاحب مبادرة محو الأمية المالية الحائزة على جوائز والتي تؤثر على الآلاف من المواطنين الإماراتيين كل عام. تنوعت خبراته الطويلة في: من ٢٠١٥ حتى الآن: معهد بيزاتي للتدريب، مؤسس ومدير ، من ٢٠١١-٢٠١٢: اتحاد الهيئات العربية للأوراق المالية (دبي ، الإمارات العربية المتحدة) بصفته الأمين العام، من ٢٠٠٩ حتى الآن: بيزات (دبي ، الإمارات العربية المتحدة) كمؤسس ومدير، من ٢٠٠٢-٢٠٠٣: جمعية الإمارات للتأمين (أبوظبي ، الإمارات العربية المتحدة) بصفته المدير العام، من ١٩٩٩ حتى الآن: شركة قلف إنشورانس كونسلتنج (دبي ، الإمارات العربية المتحدة) بصفته مؤسس ومدير، من ١٩٩٩: الشركة الأمريكية للتأمين على الحياة ، مجموعة AIG (الشارقة ، الإمارات العربية المتحدة) ، كمدير المبيعات، من ١٩٩٧-١٩٩٩: الشركة الأمريكية للتأمين على الحياة ، مجموعة AIG (الشارقة ، الإمارات العربية المتحدة) بصفته مدير التخطيط وتنمية الوكالة، من ١٩٩٦-٢٠١٦ : بروفيشينال انفستمنت كونسلتنت (دبي ، الإمارات العربية المتحدة) كشريك ومستشار مالي، من ١٩٩٤-١٩٩٧: شركة اللآينس للتأمين (دبي ، الإمارات العربية المتحدة) | رئيس قسم الحياة والصحة، من ١٩٩٣-١٩٩٤: شركة اللآينس للتأمين (دبي ، الإمارات العربية المتحدة) بصفته مدير التسويق والتدريب، من ١٩٩٢-١٩٩٣: وسيط مستقل (لوس أنجلوس ، كاليفورنيا ، تامبا ، فلوريدا ، الولايات المتحدة الأمريكية) الحياة والصحة والممتلكات وحوادث وكيل التأمين، من ١٩٩٠-١٩٩٢: شركة برودينشيال الأمريكية (Torrance، California USA) بصفته ممثل المبيعات المسجلة ومخطط الأمن المالي. يشارك بانتظام في الدورات التدريبية التخصصية، حيث يعتبر محاضر ومتحدث في مواضيع الإدارة المالية الشخصية والتأمين والاستثمار، إضافة لمشاركته في البرامج التلفزيونية والإذاعية في دبي وأبوظبي، وقد أشرف على برنامجه الإذاعي الأسبوعي الذي أنتجه وقدمه "استشاري مالي" على إذاعة الشارقة، إضافة لبرنامجه التلفزيوني الأسبوعي الخاص (أموالكم) على قناة CNBC Arabia. يعتبر عضو مجلس الإدارة – هيئة التأمين الإماراتية، كما يعتبر عضو سابق في مجلس إدارة جمعية الإمارات العربية المتحدة للتأمين والمدير العام، و رئيس لجنة الحياة وعضو في لجان التدريب واللجنة الفنية العليا، وعضو في الرابطة العالمية لمهنيي المخاطر (GARP) وعضو في المعهد المعتمد للمحكمين – المملكة المتحدة، وهو كاتب أعمدة منتظمة في عدد من الصحف المحلية والعربية والعالمية.

إن المبرر وراء اختيار هذه العينة القصدية في هذه الدراسة لم يأتي من فراغ، حيث أن موضوع البحث يعتبر من المواضيع الحديثة والهامة في مجتمع الامارات، والتي لم يتم التطرق إليه مسبقاً وفق السياق المذكور "اتجاهات النخب في استخدام الإعلام التفاعلي، ودورها في تعزيز التوجهات الحكومية لدولة الامارات

العربية المتحدة: دراسة تطبيقية على منصة تويتر"، باستخدام أداة (المقابلة المتعمقة)، ومن أجل الدقة في اختيار العينة المطلوبة، والحصول على نتائج الدراسة بشكل صحيح، تم تحديد عينة الدراسة الى (١٢) عينة من نخب الامارات (الرسمية والقيادية، السياسية، الاجتماعية والاقتصادية، الإعلامية، الثقافية والفنية، الرياضية والشبابية)، وهي العينة الهامة والصعبة في إجراء اللقاءات بسلاسة ودون تعقيد، حيث أن كل شخصية لديها من الالتزامات والمسؤوليات الحكومية الكبيرة، التي جعلت أحيانا موعد اللقاء يتأجل لأكثر من مرة، أو الانتظار لأشهر للحصول على موعد للقاء الشخصية المطلوبة، وهو أمر طبيعي مع هذه النوعية من النخب ذات مستوى رسمي وحكومي عالي، ومكانة اجتماعية كبيرة لدى المجتمع الاماراتي، حيث اشتملت الدراسة على ٧٥٪ وفقاً لنتائج المكتب الإعلامي لحكومة الامارات (الامارات ا.، ٢٠٢١)، والتي تعود لعدة أسباب مثل (عدد المتابعين، و التفاعل من قبل المتابعين، ونوعية المواضيع المطروحة، و تغطية المحتوى المطروح من قبل النخب في الصحف والاخبار).

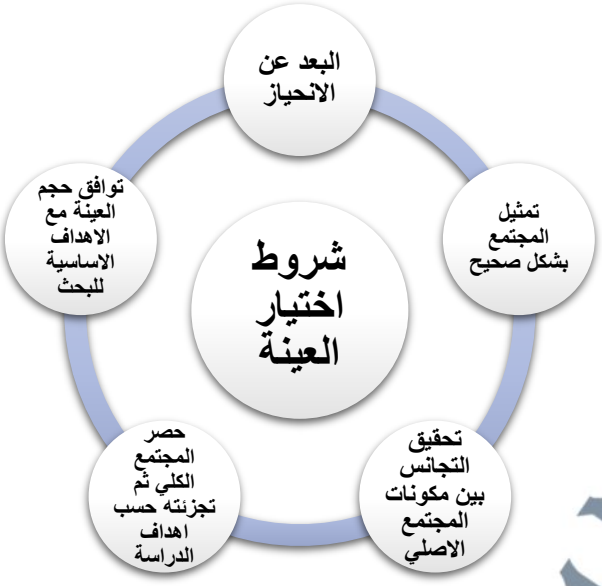
٢. خطوات اختيار العينة

١. تحديد طبيعة العينة التي يسعى البحث لدراستها، والمتمثلة بجميع النخب الإماراتية التي تمارس دورها إعلاميا عبر منصة الاعلام التفاعلي تويتر (الرسمية والقيادية، السياسية، الاجتماعية والاقتصادية، الإعلامية، الثقافية والفنية، الرياضية والشبابية)، من تقع عليهم مسؤولية توعية الجماهير وتوجيهه، ومعرفة مطالبهم وتطلعاتهم، ومن ثم التأثير على الحكومة من خلال منصة الاعلام التفاعلي "تويتر"، وعلى دورها في تعزيز التوجهات الحكومية، والتي تصب في تطور ورفعة الوطن واستدامته.

٢. تحديد طبيعة وشكل المجتمع الذي سيتم دراسته، وهو مجتمع الامارات، وتحديداً النخب الإماراتية المتواجدة في الدولة على منصة "تويتر" حسب الجدول (٦) وايضاً الشكل (١٥)، والتي تمثل عينة الدراسة خير تمثيل، ومن خلالها تم صياغة النتائج وتعميم التوصيات، خاصة أن الاعلام يعتبر اليوم ركيزة هامة في مستقبل تطور الدول التكنولوجي، كما أن تصاعد الاعلام التفاعلي وبشكل مذهل في الآونة الاخيرة، أدى إلى جعله من أسرع القطاعات نمواً وبنسبة تصل الى ١٧٪ سنوياً. (وام و.، ٢٠٢٠).

٣. تحديد حجم وقيمة عينة البحث، ومن خلالها تم الكشف عن مستوى التجانس والتوافق، وايضاَ الدقة في توفر الموارد والامكانيات المساعدة في انجاز البحث في الزمن المحدد.

أمام الخطوات الضرورية لاختيار العينة، فهناك شروط محددة وملزمة (اللامي د.، ٢٠٢٠)، في هذا الاختيار، والواضحة في الشكل التالي:



شكل 21: شروط اختيار العينة

المصدر: (اللامي د.، ٢٠٢٠)

٧،٣ الخلاصة

استطاع الفصل الثالث من الدراسة والذي يحمل عنوان "المنهجية" ويعد العمود الفقري لخطة الدراسة، أن يتطرق للمنهجية ونوعها، حيث اختارت الدراسة التي تحمل عنوان "اتجاهات النخب في استخدام الإعلام التفاعلي، ودورها في تعزيز التوجهات الحكومية لدولة الامارات العربية المتحدة: دراسة تطبيقية على منصة تويتر"، المنهج النوعي باستخدام المقابلة المتعمقة كأداة رئيسية لجمع البيانات، إضافة للملاحظة، كما تم التطرق لعملية تصميم البحث والتي تعتبر "عملية الجمع والترتيب والقياس وتحليل البيانات بطريقة صحيحة"، كما تشكل الهيكل الفكري الذي يتم من خلاله إجراء البحث بصورة متكاملة، والتعرف على منهجية تحليل المقابلات وفق هذا التصميم ، إضافة لأدوات الدراسة، وضمان الموثوقية وتبات الأداة، كما استعرض هذا الفصل مجتمع البحث والذي ركز على النخب الإمارتية بشكل خاص (الرسمية والقيادية، الاجتماعية والاقتصادية، الإعلامية، الثقافية والفنية، الرياضية والشبابية) من تعتبر الأكثر تفاعلاً وتأثيراً على منصة تويتر، حسب نتائج المكتب الإعلامي لحكومة الامارات حتى سبتمبر ٢٠٢١ والواضحة في الجدول (٦)، وايضاً الشكل (١٤) للحسابات الشخصية الأكثر متابعة حتى سبتمبر ٢٠٢٠، حيث تعتمد الدراسة على عينة تتكون من (١٢ فرد) من أعلى مستوى رسمي وحكومي حسب الجدول (٨)، ومن يمثلون مجتمع الدراسة، بحيث تكون عينة قصدية يتم اختيارها بطريقة (عمدية) غير عشوائية، خاصة أن الموضوع مهم ويحتاج لدقة وتركيز في الطرح.