

جامعة الدول العربية

المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم

معهد البحوث والدراسات العربية

قسم الدراسات الإعلامية

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية

دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الإعلامية

إعداد الطالب

أحمد يونس محمد حمودة

إشراف الأستاذ الدكتور

حسن عماد مكاي

عميد كلية الإعلام بجامعة القاهرة

القاهرة

ديسمبر ٢٠١٣

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ 2013/12/10 وأجيزت بتقدير
(ممتاز)

أعضاء لجنة المناقشة :

(1) الأستاذ الدكتور حسن عماد مكاي (مشرفاً ورئيساً)

(2) الأستاذ الدكتور سامي ربيع الشريف (مناقشاً)

(3) الأستاذ الدكتور نجوى كامل عبد الرحيم (مناقشاً)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

سورة يوسف الآية رقم { ٧٦ }

الإهداء ..

إليكِ يا منبع الأمل الصافي الحنون ... والأمل المشرق الذي لا يغيب ضوءه كالشمس والقمر .
إليكِ أهدى عباراتي... ورسالي ... وأزكى تحياتي... والدي العزيزة .

إليكِ يا من غمرتني بعطفك وحنانك وزرعت بنفسي حب الخير .
إليكِ أهدى حبي وقلمي.. ورسالي.. وجهدي وعمري ... والدي العزيز.

إلى زوجتي شيراز ،،، ومهجتا قلبي " ريماس و ماريما " .

إلى ... شموع أضواءت لي دربي ، إخواني وأحواقي .

إلى ... كافة زملاء الدراسة في مجال الإعلام ومن سبقتنا إلى رحمته تعالى

إلى وطني فلسطين أرضاً وشعباً

أهدي لهم جميعاً هذا الجهد المتواضع

شكر وتقدير

{رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحاً ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين }
النمل آية ١٩ .

الحمد لله الكريم المنان الرحيم الرحمن الذي خلق الإنسان وعلمه البيان وناطق لسانه بأي الذكر والقرآن ، واصلي واسلم علي مبعوث العناية الإلهية ، والهداية الربانية ، النبي الأمي الذي علم المتعلمين وقاد سفينة العالم الحائرة في خضم المحيط إلي ملكوت رب العالمين .

وارفع اكف الضراعة لله جلا وعلا الذي سدد خطاي ووقفني إلي انجاز هذه الدراسة بعد ما اجري لي الخير علي أيدي كل من تعهدوني بالرعاية من علماء فضلاء ، أباء أتقياء، وصحب أوفياء ، وأهل كرماء قدموا لي كل ما في وسعهم من جهد وعلم دون كلل أو سأم " ومصدقا لقوله تعالي " إنا لا نضيع اجر من أحسن عملاً" فإني أتقدم لهم جميعا باسمي آيات الشكر والعرفان سائلاً الله عز وجل أن يكافئهم ، وليجزهم ربي عني خير الجزاء وليجعل صنيعهم معي ثقلاً في ميزان حسناتهم وشفيعاً لهم يوم العرض عليك .

ومن ثم فإنني مصداقاً للقول " تواضعوا لمن تعلمون منه " أتقدم بكل الشكر والتقدير والفضل والامتنان إلي أستاذي الدكتور " حسن عماد مكاوي ، عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة، والمشرف على الرسالة ، الذي قدم لي نموذجاً متفرداً في الإثراء العلمي والمتابعة الدقيقة لكل خطواتي في إعداد الرسالة بالإضافة إلي تجاوزه بوقته وجهده واجبات الإشراف ليثري الرسالة بعلمه وملاحظاته وعلى إشرافه الدائم والمساعدة في إتمام الدراسة، ولا يسعني إلا أن أدعو الله أن يجزيه عني كل خير وأن يمدّه بالصحة والعافية ليتواصل عطاؤه الإنساني والعلمي بلا حدود.

كما يطيب لي أن أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلي كل من ساهم في مساعدتي وتوجيهي وإرشادي، وذلك انطلاقاً من قول المصطفى صلى الله عليه وسلم : " مَنْ لَمْ يَشْكُرْ النَّاسَ لَا يَشْكُرْ اللَّهَ " .
رواه أحمد وأبو داود والترمذي .

فأتقدم بجزيل الشكر إلي الدكتور / نعيم المصري رئيس قسم التعليم المستمر في كلية فلسطين التقنية -دير البلح ، الذي قدم لي كل العون والتشجيع والنصيحة لإتمام هذا البحث .

وإلى الأستاذ/ خالد صافي ، صاحب أفضل مدونة في فلسطين لعام ٢٠١٢ والمدرّب في مجال الإعلام الجديد على ما قدمه لي من نصائح وإرشادات في إتمام البحث.

و أتقدم بالشكر إلى معهد البحوث والدراسات العربية والهيئة الإدارية والعاملين فيها، وإلى جميع المشرفين الأكاديميين وإلى قسم البحوث والدراسات الإعلامي وخص بالذكر الأستاذ الدكتور " احمد يوسف " مدير معهد البحوث والدراسات العربية متمنياً من الله عزوجل أن يمن عليه بالشفاء العاجل وأن ينعم بموفور الصحة والعافية.

ولا يسعني إلا أن اشكر مصر الحبيبة التي لها قدرة غريبة على بعث روح الحياة والإرادة في نفوس من يقدم إليها. مصر بلد الرخاء ، بلد الكفاح و النداء.

قَارَنْتُ مِصْرَ بَغْيِ رِهَا ، فَتَدَلَّلْتُ ... وَعَجِزْتُ أَنْ أَحْظِيَ لَهَا
بِمِثْلِ
رَفَعَ إِلَهِهَ مَقَامَهَا ، وَأَجَلَّهُ .. فِي الذِّكْرِ ،
وَالْتَوْرَةِ ، وَالْإِنْجِيلِ

يَا مِصْرُ : يَرَعَاكَ إِلَهِ كَمَا رَعَى .. تَنْزِيلَهُ مِنْ
عَابِثٍ وَدَخِيلٍ !!

والشكر كله إلى عائلتي التي تحلت بالصبر الجميل ووفرت لي كل الدعم والمساعدة والوسائل المشجعة على الاستمرار والشكر موصول إلى كل الذين قدموا المشورة والنصيحة والعون لتتري هذه الدراسة النور لهم مني جميعاً كل الشكر والتقدير .

وَأرجو أن يسامحني كل من لم تسعفني الذاكرة بذكره فله مني كل الشكر والتقدير .

والله من وراء القصد وهو يهدي السبيل ..

وأخر دعوانا ؛ أن الحمد لله رب العالمين، وصلى الله وسلم على نبيه الأمين.

الباحث

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية القرآنية
ب	الإهداء
ج	شكر وتقدير
1	المقدمة
الفصل الأول : مشكلة الدراسة والإجراءات المنهجية	
4	مشكلة الدراسة
5	أهمية موضوع الدراسة
5	الأهمية العلمية
6	الأهمية العملية
6	أهداف الدراسة
7	مراجعة الأدبيات السابقة للدراسة
7	المحور الأول: الدراسات التي تناولت طبيعة استخدامات الشبكات الاجتماعية
7	المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بدور الإعلام في المعرفة والمشاركة السياسية والاجتماعية
35	التعليق على الدراسات السابقة
40	تحليل واستنتاج
41	موقف الدراسات الحالية من الدراسات السابقة
42	جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة
42	تساؤلات الدراسة وفروضها
43	مصطلحات الدراسة " التعريف الإجرائي لمفاهيم الدراسة "
45	الإجراءات المنهجية للدراسة
45	منهج الدراسة
46	تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة
46	أدوات جمع البيانات
47	إجراءات الصدق والثبات
49	-طريقة المعالجة الإحصائية للبيانات
الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي والشباب الفلسطيني	
52	شبكات التواصل الاجتماعي
53	الويب 2.0 والإعلام الجديد
56	الأشكال الرئيسية لشبكات التواصل الاجتماعي
56	الشبكات الاجتماعية Social Networks
58	المدونات Blogs
59	الويكي Wikis

60	البودكاست Podcasts
60	المنتديات Forums
60	مجتمعات المحتوى Content Communities
61	التدوين المصغر Micro blogging
61	قياس التأثير Klout
61	فلسطين تواكب التطور التكنولوجي
62	شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين : ملاحظات أولية للباحث
63	شبكة الفيس بوك Face Book
67	واقع الفيس بوك وتأثيره في المجتمع الفلسطيني
71	الشباب الفلسطيني وحملات التغيير عبر الفيس بوك
74	شبكة التواصل الاجتماعي يوتيوب You Tube
77	عصر اليوتيوب وواقعه في فلسطين
79	شبكة تويتر Twitter
80	ما الذي يوفره تويتر
81	استخدامات تويتر
82	بعض الإحصائيات حول شبكة تويتر
83	تويتر .. انتصار الدردشة العالمية
84	استخدام الشباب الفلسطيني لشبكة تويتر
85	شبكة ديغ Digg
86	ما هو ديغ
87	ديغ ما له وما عليه
88	فوائد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
89	الملامح العامة لفئة الشباب في فلسطين
90	التركيب العمري والنوعي للسكان في المجتمع الفلسطيني
91	التركيب العمري والنوعي للشباب في المجتمع الفلسطيني
91	دور الشباب في تنمية المجتمع
94	المشاركة المجتمعية وعلاقتها بإحداث التنمية المستدامة.
94	أهمية المشاركة المجتمعية
95	أنواع المشاركة المجتمعية
96	أوجه الشبه بين القضية والمشكلة
97	أوجه الاختلاف بين القضية والمشكلة
98	تحديد أبرز القضايا والمشاكل والحلول المقترحة على الصعيد المجتمعي في فلسطين
102	التغيرات التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي على صعيد الشباب الفلسطيني
102	أبرز المتغيرات التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي على الساحة الفلسطينية من خلال المتابعة والرصد

105	خصائص عينة الدراسة
	الفصل الثالث: نتائج الدراسة المسحية لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية
111	نتائج الدراسة ومناقشتها
173	خاتمة الدراسة
177	مقترحات الدراسة
178	بحوث ودراسات مستقبلية
	قائمة المصادر والمراجع
180	الكتب العربية
182	البحوث والدراسات
187	التقارير
188	المراجع الأجنبية
189	المقالات والدوريات
191	المواقع الالكترونية
193	المقابلات
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	الموضوع
90	جدول رقم (1) يوضح عدد السكان المقدر في الأراضي الفلسطينية ودول العالم منتصف عام 2011
97	جدول رقم (2) يوضح مقارنة بين القضية والمشكلة
98	جدول رقم (3) يوضح ابرز قضايا الشباب الفلسطيني المجتمعية وحلولها المقترحة
105	جدول رقم (4) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً للنوع
106	جدول رقم (5) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً للحالة الاجتماعية
106	جدول رقم (6) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً للعمر
107	جدول رقم (7) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لمكان السكن
108	جدول رقم (8) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً للمؤهل العلمي
109	جدول رقم (9) يوضح توزيع المبحوثين وفقاً لحجم الدخل
111	جدول رقم (10) يوضح استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي
111	جدول رقم (11) يوضح متوسط استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي
112	جدول رقم (12) يوضح الفترة الزمنية لاستخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي
113	جدول رقم (13) يوضح الاسم المستخدم من قبل المبحوثين للظهور على شبكات التواصل الاجتماعي
114	جدول رقم (14) يوضح طريقة إضافة الأصدقاء على شبكات التواصل الاجتماعي
114	جدول رقم (15) يوضح اللغة التي يفضل المبحوثين استخدامها في شبكات التواصل الاجتماعي
115	جدول رقم (16) يوضح الفئات التي يتحدث معها المبحوثين
116	جدول رقم (17) يوضح الأماكن الأكثر استخداماً من قبل المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي
117	جدول رقم (18) يوضح مدى استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية
118	جدول رقم (19) يوضح توزيع المبحوث ووفقاً للموضوعات والمواد التي يفضلون متابعتها والمشاركة والتفاعل معها

الصفحة	الموضوع
119	جدول رقم (20) يوضح طبيعة المعلومات المقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي
120	جدول رقم (21) يوضح التصرف حيال المنشورات على شبكات التواصل الاجتماعي
121	جدول رقم (22) يوضح ثقة المبحوثين بالمعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي
122	جدول رقم (23) يوضح أساليب الاتصال التي يستخدمها المبحوثين في التواصل مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي
123	جدول رقم (24) يوضح الفائدة التي تعود على من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
123	جدول رقم (25) يوضح متابعة المبحوثين للقضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي
124	جدول رقم (26) يوضح إجراء الذي يتخذه المبحوثين عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا المجتمعية
125	جدول رقم (27) يوضح درجة اهتمام المبحوثين وحرصهم على المشاركة بالقضايا التي دعت إليها شبكات التواصل الاجتماعي
126	جدول رقم (28) يوضح مدى كفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية
127	جدول رقم (29) يوضح دوافع المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي
129	جدول رقم (30) يوضح اشباع المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي
130	جدول رقم (31) يوضح مدى توجيه دعوة للمبحوثين من إحدى شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة في فعالية مجتمعية
131	جدول رقم (32) يوضح صفات نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي الذين يتفاعلون مع القضايا المجتمعية
132	جدول رقم (33) يوضح دور شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل تنمية المشاركة نحو القضايا المجتمعية
134	جدول رقم (35) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
135	جدول رقم (36) يوضح علاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمتغير النوع
135	جدول رقم (37) يوضح علاقة زمن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمتغير النوع
137	جدول رقم (38) يوضح علاقة استخدام الشبكات الاجتماعية بالنوع
139	جدول رقم (39) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في مدى الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي

الصفحة	الموضوع
140	جدول رقم (40) يوضح علاقة استخدام أساليب الاتصال في شبكات التواصل الاجتماعي بالنوع
141	جدول رقم (41) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في متابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي
142	جدول رقم (42) يوضح علاقة مدى اهتمام المبحوثين بالقضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالنوع
145	جدول رقم (43) يوضح علاقة مدى كفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية بالنوع
148	جدول رقم (44) يوضح علاقة دوافع المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية بالنوع
150	جدول رقم (45) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في اعتقادهم بتنمية شبكات التواصل الاجتماعي المشاركة نحو القضايا المجتمعية
150	جدول رقم (46) يوضح العلاقة بين مدة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لرأي المبحوثين بمتغير النوع
151	جدول رقم (47) يوضح الفروق بين الحالة الاجتماعية ومعدل الاستخدام
152	جدول رقم (48) يوضح الفروق بين الموضوعات التي يفضل المبحوثين المشاركة والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي والحالة الاجتماعية
156	جدول رقم (49) يوضح مصدر التباين للفروق بين الموضوعات والمواد التي يتفاعل معها المبحوثين والحالة الاجتماعية
157	جدول رقم (50) يوضح الفروق بين المؤهل العلمي ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
158	جدول رقم (51) يوضح الفروق بين الموضوعات التي يفضل المبحوثين المشاركة والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي والمؤهل العلمي
164	جدول رقم (52) يوضح الفروق بين المؤهل العلمي ومدى متابعة القضايا المجتمعية
164	جدول رقم (53) يوضح الفروق بين المستوى الاقتصادي ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
165	جدول رقم (54) يوضح الفروق بين المستوى الاقتصادي وزمن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
166	جدول رقم (55) يوضح الفروق بين الموضوعات التي يفضل المبحوثين المشاركة والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي والمستوى الاقتصادي
170	جدول رقم (56) يوضح الفروق بين المستوى الاقتصادي والثقة بالمعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي
171	جدول رقم (57) يوضح الفروق بين المستوى الاقتصادي ومتابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي

فهرس الأشكال

الصفحة	الموضوع
55	شكل رقم (1) يوضح مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي.
56	شكل رقم (2) يوضح رمز شبكات التواصل الاجتماعي
65	شكل رقم (3) رسم مخطط بياني يوضح أكثر دول العربية استخداماً للفيديو
67	شكل رقم (4) يوضح عدد مستخدمي الفيس بوك في غزة تقريباً.. والفئات الأكثر استخداماً.
70	شكل رقم (5) يوضح "أكثر 7 مواقع زيارة في فلسطين لعام 2013
71	شكل رقم (6) يوضح تطبيق على الفيس بوك لإضافة اسم فلسطين لقوائم مدن العالم
72	شكل رقم (7) يوضح صفحة page على موقع الفيس بوك تنادي بإنهاء الانقسام الفلسطيني
72	شكل رقم (8) يوضح الكتابة أوراق نقدية من عملات مختلفة تنشر على شبكة الفيس بوك تنادي بالحرية لفلسطين
73	شكل رقم (9) يوضح صفحات علي الفيس بوك تحت على زيارة المسجد الأقصى وتوجيه النظر إليه
73	شكل رقم (10) يوضح فيسبوك يضيف تاريخ الميلاد بالهجري
77	شكل رقم (11) يوضح تقسيمات لوظائف شبكات التواصل الاجتماعي
78	شكل رقم (12) يوضح تدرج زيادة المستخدمين خلال 3 شهور من (1 فبراير : 1 مايو) في فلسطين لموقع اليوتيوب عام 2013
80	شكل رقم (13) يوضح أول تغريده تم نشرها على تويتر كانت في 21 مارس 2006م
83	شكل رقم (14) يوضح إحصائية لمارس 2013 تشير إلى تقدم ملحوظ لموقع تويتر عالمياً من حيث النشر والمشاركة
85	شكل رقم (15) يوضح صورة على شكل دائري تبرز عشرات الشركات والشبكات والمواقع التابعة لشبكة التواصل "Twitter"
88	شكل رقم (16) يوضح تقسيم لبعض شبكات التواصل الاجتماعي في وظائفها" من إعداد الباحث
89	شكل رقم (17) يوضح رسالة التواصل مع الجمهور عبر استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي من إعداد الباحث
95	شكل رقم (18) يوضح أنواع المشاركة المجتمعية

مقدمة

يشهد عالمنا المعاصر تطوراً علمياً متلاحقاً، وتطوراً تكنولوجياً هائلاً، بل يمكن القول بأنه يشهد ثورة علمية متدفقة، وثورة تكنولوجية جبارة في مختلف مجالات الحياة، حيث ظهرت بوتيرة سريعة قد يقف الإنسان مذهولاً، أمامها على الرغم من أنه هو الذي أوجدها وطورها، فنحن نرى ونعيش اليوم عصر الذرة والأقمار الصناعية، وعصر الحاسوب والإنترنت والاتصالات التي حولت العالم إلى قرية صغيرة.

ولعل أبرزها أدوار الإعلام في معالجة اتجاهات ومواقف وسلوكيات الأفراد الخاطئة إزاء العديد من المظاهر السلبية.

فقد اكتسبت هذه الوظيفة أهمية أكبر مع تطور طرائق الاتصال، فالخدمات الإعلامية الجديدة التي تعتمد على وسائط البث الرقمية، وهو ثمرة التقدم الناتج عن اندماج الاتصالات وتكنولوجيات المعلومات، فنحن اليوم نعيش عصر اللغة الرقمية، فأصبح هذا العصر رمزا لوفرة المعلومات وتدفقها بسرعة هائلة فهي تؤدي اليوم أدواراً اجتماعية واقتصادية وسياسية وعلمية وثقافية هامة جداً، وأحدثت وسائل الإعلام الجديد طوفاناً معلوماتياً وسرعة في نقل الأحداث التي تجري حول العالم بأكمله، وأعدت تشكيل خارطة العمل الاتصالي والإعلامي في المجتمعات المعاصرة بما تحمله من خصائص كعالمية الاتصال وسرعة الوصول والتفاعل وقلة التكلفة.

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

فهذا شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، فإن هناك من يرى فيه وسيلة مهمة لإحداث التنمية البشرية داخل المجتمعات ووسيلة للالتحام وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والإطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدوره الفاعل والتميز كوسيلة اتصال ناجعة في الهبات والانتفاضات الجماهيرية.

وهنا تتضح أهمية علاقة التفاعل الإلكتروني مع النشاطات المجتمعية والتي تعد ضرورة ملحة تتطلبها مرحلة الشباب بصورة خاصة فهي تعد مصدرا من مصادر الكشف عن مواهب الشباب وإمكانياتهم وميولهم ومشاركتهم في شتى مجالات الأنشطة الثقافية والمجتمعية، فالتنمية لا يمكن أن تتم بدون إعداد الشباب، الذي هو أداة للتنمية، فيقدر ما يتوفر له من صحة وحيوية وقدرة وابتكار، وإبداعية، ومهارات مهنية وتقنية، وإحساس بالمسؤولية بقدر ما يتوفر للمجتمع القدرة الذاتية على النمو والتطور.

وعلى صعيد الشباب الفلسطيني مثلاً نرى ان هناك قطاع كبير منه بات يستفيد من الأنشطة والبرامج المتاحة له من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ويتفاعل معها بشكل يومي، ويحاول أن ينمي لنفسه الإحساس بالمسؤولية والمشاركة في القضايا المجتمعية من خلال هذه العمليات والأنشطة وهو يقوم بذلك من خلال تنمية المشاركة مع الآخرين من الجماعات الأخرى على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي والتي من خلالها ينشأ الحوار الجاد بين المتصلين لمعرفة الحقيقة التي تغيب عن ذهن البعض أحياناً.

ويرى الباحث بأن شبكات التواصل الاجتماعي، (فيس بوك، تويتر، يوتيوب) وغيرها، لعبت دوراً كبيراً في صنع صحوه -حرية التعبير- التي دخلت في الجسم السياسي والاجتماعي وخلفت ساحة مفتوحة للمطالبات الشعبية المستمرة بالإصلاحات المجتمعية وكسرت القبضة الخائقة على وسائل الإعلام من قبل الدولة، إضافة إلى تعبئة وصياغة الرأي العام، ومحاسبة الحكومات بطرق غير وأكّدت الدراسة أن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية التي استطاعت أن تنمي مشاركتهم نحو القضايا المجتمعية وخاصة (الفيس بوك) فهو من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وتفاعلاً ويثق فيها الشباب بدرجة كبيرة و بالمعلومات التي تقدمها و اللغة العربية هي اللغة الأكثر تفضيلاً واستخداماً على شبكات التواصل الاجتماعي ، و بينت الدراسة أن الحصول على الأخبار من أكثر الفوائد التي تعود على المبحوثين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأكثر الصفات التي يتمتع بها نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي الذين يتفاعلون مع القضايا المجتمعية هي صفات حميدة تتمثل في : أفراد لديهم القدرة على التغيير ، ولهم دور مهم وريادي في المجتمع وهناك شباب يمارس أنشطة وهوايات وأيضاً مثيرو شغب وأهدافهم سيئة .

الفصل الأول

مشكلة الدراسة وإجراءاتها المنهجية

- أولاً: - مشكلة الدراسة
- ثانياً: - أهمية الدراسة
- ثالثاً: - أهداف الدراسة
- رابعاً: - الأدبيات السابقة للدراسة
- خامساً: - تساؤلات الدراسة
- سادساً: - فرض الدراسة
- سابعاً: - مفاهيم الدراسة
- ثامناً: - الإجراءات المنهجية للدراسة
- تاسعاً: - أدوات جمع البيانات
- عاشراً: - اختبار الصدق والثبات
- حادي عشر: - المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة

أولاً : مشكلة الدراسة

أدى الاتصال عامة والإعلام خاصة عبر العصور دوراً محورياً إزاء القضايا الاجتماعية والثقافية والصحية نتيجة ما تفرزه وسائله من سرعة وشيوع ، ونظراً للارتباط الوثيق بين الإعلام والقضايا السائدة في المجتمع⁽¹⁾، فالإعلام ينهل من الواقع إفرازاته، ومعطياته الغثة والسمنة في ان معاً ويعيد صياغة هذا الواقع ومعطياته بطريقة تسهم في بلورة المواقف والاتجاهات والحلول للقضايا المأخوذة أساساً من الواقع⁽²⁾.

يولي الباحثون في المجالين الإعلامي والاجتماعي أهمية كبيرة في العلاقة المتبادلة بينهما واعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام كجسر يربط بينهم وبين صانعي القرار في المجتمع⁽³⁾.

فلقد شهدت الأراضي الفلسطينية منذ بداية عام (٢٠١١) حراكاً جماهيرياً واسعاً، شاركت فيه كل الفئات والطبقات والشرائح المجتمعية والسياسية الفلسطينية لإنهاء حالة الانقسام الفلسطينية، وهذا ما يدعو إلى إجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية واسعة، نظراً لتردي الأوضاع الاقتصادية في البلاد، وانتشار الفساد المالي والإداري وغلاء الأسعار، وارتفاع معدلات الفقر والبطالة، وإمكانية إيصال هذه الفكرة بشكل واسع تم استخدام أدوات الإعلام الجديد لا سيما شبكات التواصل الاجتماعي، التي استقطبت الرأي العام الفلسطيني.

لذا فإن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في تنمية مشاركة الشباب في قضايا المجتمع، وذلك من خلال قيام المجموعات الشبابية بإنشاء صفحات خاصة بهم على هذه المواقع يتبنون بها قضايا المجتمع التي تقع في صلب اهتماماتهم فيعملوا على نشرها والدفاع عنها باستخدام مهارات التواصل والمناصرة والضغط. لهذا يتم التركيز على مرحلة الشباب باعتبارها المرحلة الحاسمة في تقدم المجتمع أو تأخره .

وبناءً على نتائج المسح التي أجراها الباحث للدراسات السابقة العربية والأجنبية والتي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المشاركة السياسية والمجتمعية لدى أفراد المجتمع ، وما ركزت عليه هذه الدراسات في معرفة الفوائد المكتسبة من خلال استخدام مواقع

1 - جيهان رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، " ط 2 " ، القاهرة، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، 1978م)، ص 53.

2 -ماجى الحلواني:الإعلام وقضايا المجتمع، " ط 1 "، (القاهرة، مكتبة الأسرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2006م)، ص 107.

3 - خيرى الدين علي أحمد عويس :، دليل البحث العلمي (القاهرة: دار الفكر العربي، 1999م) ، ص 330.

التواصل الاجتماعي واستخدامات نشطاء الإنترنت والقائم بالاتصال لوسائل الإعلام البديل خلال ثورات الربيع العربي بصفة عامة، وثورتي مصر وتونس بصفة خاصة.

واستناداً إلى ما سبق، فإن مشكلة هذه الدراسة تتمثل في السؤال الرئيس التالي في التعرف على ما هو الدور التي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية.

ثانياً : أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة وفقاً للاعتبارات العلمية والمجتمعية الآتية:

أ. الأهمية العلمية

- وهي تنبع من عدة اعتبارات:

١- تناولت هذه الدراسة وسيلة مهمة من وسائل الاتصال الحديثة والتي تتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت ذات انتشار واسع ومتزايد ومكماً قوياً لوسائل الإعلام التقليدية في أواخر القرن العشرين في المجتمع الفلسطيني على وجه الخصوص والمجتمعات الإنسانية عامة، ويسعى الباحث من خلال ذلك إلى الكشف عن وظائف تلك الوسيلة ومدى دورها على المشاركة المجتمعية في أوساط الشباب الفلسطيني .

٢- تستمد الدراسة أهميتها من طبيعة شريحة الشباب ودوره المؤثر داخل كيان المجتمع الفلسطيني، فعلى مر التاريخ وفي جميع أنحاء العالم كان الشباب في طليعة الثورات والكفاح من أجل الحرية والعدالة والمساواة.

٣- ارتفاع أعداد مستخدمي الإنترنت، ليتجاوز ٧٥ مليون عربي، بينما تتجاوز شبكات التواصل الاجتماعي ٢٧,٧ مليون عربي^(١).

٤- تحاول الدراسة إحياء مفهوم الإعلام المجتمعي الذي ربما اندثر وسط ركاب الفوضى الإعلامية التي خلقتها تكنولوجيا الاتصال، وتكمن أهمية الدراسة في محاولة الربط بين اقتناء التكنولوجيا من ناحية، وتوظيفها لخدمة المجتمع من ناحية أخرى .

٥- الوقوف على بعض النقاط المهمة والمؤثرة في شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالدور التنموي للشباب الفلسطيني ومسؤولياته المجتمعية اتجاه قضاياها.

1 - التقرير الثاني للإعلام الاجتماعي : برنامج الحوكمة والابتكار(كلية دبي للإدارة الحكومية، تقرير الربع الأول، 2011)، بدون أرقام صفحة.

٦- " عد شبكات التواصل الاجتماعي إعلماً بديلاً: ويقصد به " الموقع الذي تمارس فيه المشاركة والتعبير وتبادل المعلومات والأفكار حول القضايا والموضوعات الشائكة، ويولد أفكاراً وأساليب لها أهميتها، وأيضاً طرقاً جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع، وتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية .

ب. الأهمية العملية:

- وهي تتبع أيضاً من اعتبارات:

١- إن أهمية هذه الدراسة ترجع إلى محاولة التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي التي يلجأ إليها الشباب الفلسطيني والتي تساعد على تنشئة الشباب وكيفية تنمية مشاركتهم في قضاياهم الاجتماعية ليكونوا عنصراً فعالاً في بناء المجتمع.

٢- تحديد الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت في ظل التطور التكنولوجي والزخم الإعلامي، ومدى مقدرة هذا النوع من الإعلام على خدمة المجتمع الفلسطيني.

٣- أهمية الموضوع بالنسبة للشباب الفلسطيني والمجتمع الفلسطيني ككل، من خلال تأكيد الفرص اللازمة للمواطن من أجل تمكينه من المشاركة الفاعلة اتجاه القضايا المختلفة التي ذات الاهتمام داخل المجتمع.

٤- الإيعاز لأصحاب القرار والجهات المسؤولة حول أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه ودعم استمرارية مسيرة التنمية ومشاركة الشباب فيها.

٥- رصد وإبراز نشاط المجموعات الشبابية الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في إثارة القضايا المجتمعية ذات الاهتمام في ظل تنوع وكثافة الحاجات التي يعاني منها المجتمع، والمعوقات التي تحول دون تحقيقها.

ثالثاً : أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي، في تحفيز الشباب الفلسطيني للمشاركة في القضايا المجتمعية كهدف رئيس لهذه

الدراسة، وذلك من خلال الشباب الفلسطيني في شتى أرجاء الوطن ، كما تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الفرعية التالية :

١. بيان دور التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني تجاه قضاياهم المجتمعية
٢. تحديد نوع القضايا المجتمعية التي يتناولها الشباب الفلسطيني عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
٣. تحديد الخدمات التي يقبل عليها الشباب الفلسطيني بصفة مستمرة على شبكات التواصل الاجتماعي من أجل المشاركة في القضايا المجتمعية
٤. تحديد مدى الاستفادة التي يحققها الشباب الفلسطيني من شبكات التواصل الاجتماعي
٥. التوصل إلى نتائج وتوصيات توضح الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في قضاياهم المجتمعية.

رابعاً: الأدبيات السابقة للدراسة

تشكل الدراسات السابقة منطلقاً أساسياً في الأبحاث التي تليها ولقد قدم الباحث بعرض بعض الدراسات التي رجع إليها في تحديد مشكلة الدراسة من خلال تقسيمه لهذه الدراسات الى محورين للإيفاء بجوانب موضع الدراسة حسب ما يتوفر من دراسات ذات العلاقة المباشرة وغير مباشرة بموضوع الدراسة.

- فقد اطلع الباحث على العديد من الدراسات العلمية والتي رتبها داخل كل محور من الأحداث إلى الأقدم وهي على النحو التالي:

- * المحور الأول : الدراسات التي تناولت طبيعة استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية .
- * المحور الثاني : الدراسات المتعلقة بدور الإعلام في المعرفة والمشاركة السياسية والاجتماعية.

أولاً: محور الدراسات التي تناولت طبيعة استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية:

١- دراسة زهير عابد (٢٠١٢) وعنوانها " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي" (١)

اعتمدت هذه الدراسة على مدخل الاستخدامات والاشباعات ، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية ، وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى جمهور طلبة الجامعات الفلسطينية ، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح لعينة من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، حيث قام الباحث باختيار عينة عشوائية طبقية من الطلبة بلغ قوامها (٥٠٠) مبحوث ، وأوضحت نتائج الدراسة تفوق البريد الإلكتروني على باقي مواقع شبكات الاجتماعي من حيث الاستخدام في المرتبة الأولى، وبنسبة (٨٨,٨%)، ويليه في المرتبة الثانية الفيس بوك، وبنسبة (٧٩,٨%)، وأظهرت نتائج الدراسة أن ان طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الاولى في منازلهم، وبنسبة (٨٩,٦%)، وتتراوح مدة استخدامهم لها ما بين الساعة الى اقل من ٣ ساعات، وبنسبة (٤٠,٤%)، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر لغات التواصل تداولاً لدى طلبة الجامعات الفلسطينية أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي هي اللغة العربية وبنسبة (٦٦,٨%) وأنهم يتقنون بها وبالدرج الذي تقوم به في تشكيل الرأي العام لديهم بدرجة متوسطة بلغت نسبتها (٥٨,٢%) .

وأوصت الدراسة على ضرورة أن تعمل الشركات القائمة على شبكات التواصل الاجتماعي على الحفاظ على القيم والعادات والخصوصية لبعض الشعوب وعدم الإساءة إليها.

٢- دراسة علاء أحمد الدحدوح (٢٠١٢) وعنوانها " تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية Face Book في الجامعات الفلسطينية" (٢)

حيث هدفت الدراسة للكشف عن واقع استخدام إدارة الجامعات الفلسطينية للشبكة الاجتماعية Face book ، ووضع تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية Face book ، في الجامعات الفلسطينية، حيث استخدم الباحث وفقاً لطبيعة الدراسة، المنهج الوصفي التحليلي، حيث قام الباحث بتحليل محتوى الصفحات الرسمية لمواقع الجامعات الفلسطينية على الشبكة

1- زهير، عابد " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي"، (مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية) مجلد 26 (6) ، نابلس ، فلسطين ، 2012 .

2- علاء ، الدحدوح ، " تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية Face Book ، في الجامعات الفلسطينية"، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة، (الجامعة الإسلامية، كلية التربية، قسم المناهج وطرق التدريس ، ٢٠١٢).

الاجتماعية وقام بتوزيع استبانته على الطلبة والهيئات التدريسية للتعرف على مدى نشاطهم وأنماط استخدامهم للشبكة الاجتماعية Face book، وتكون مجتمع الدراسة من الجامعات الفلسطينية في محافظات غزة، والضفة الغربية، ويشمل الطلبة والهيئة الأكاديمية فيها، واختار الباحث عينة من طلبة الجامعات تمثلت في (٣٣٠)، طالب من طلبة الجامعات الفلسطينية، وتوصلت الدراسة، مجموعة من النتائج، أهمها أن الطلبة والأكاديميون يفضلون استخدام الصفحات عن المجموعات والتطبيقات وأن الأكاديميون الفلسطينيين يستخدمون الشبكة الاجتماعية Face book للتعلم أكثر من التعليم، وأن الطلبة أكثر نشاطاً من الأكاديميين ، على الشبكة الاجتماعية Face book .

٣- دراسة محمد المنصور (٢٠١٢) وعنوانها " تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين:دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية"^(١)

حيث هدفت هذه الدراسة في الكشف عن شكل المواقع الاجتماعية "الفيس بوك نموذجاً" الخاص بقناة العربية، و المقارنة بين مضمون الموقع الإلكتروني (العربية.نت) وبين مضمون الموقع الاجتماعي (الفيس بوك) لقناة العربية، واستخدمت منهج المسح الوصفي، وشملت عينة البحث الحدود المكانية الافتراضية لموقع العربية الإلكتروني (العربية نت، وموقع العربية الاجتماعي) الفيس بوك على شبكة الانترنت، وحدد الباحث الفترة الزمنية من (٢٥-١-٢٠١١) لغاية (١١-٢-٢٠١١)، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة المقارنة بين مضمون الموقع الإلكتروني (العربية.نت) وبين مضمون الموقع الاجتماعي (الفيس بوك) لقناة العربية، انه خصص الموقعان الإلكتروني والاجتماعي مساحة ليست بالقليلة للأخبار الثقافية، وإعطاء فسحة أكبر للحوار المفتوح وإبداء الرأي والتعليقات والردود، وفي الأول كانت بعض المواد التحريرية آراء لكتاب ومهتمين بالشأن الثقافي، وفي الثاني تعليقات القراء التي لم يرتق أغلبها إلى مستوى الخبر أو المادة المنشورة، أيضا أكد الموقعان الإلكتروني والاجتماعي على إعطاء المحررين حق الاختيار لزوايا ثابتة وصفحات متخصصة، وإن اختيارات المحررين في الأول تناولت القضايا (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، والرياضية)، بينما اهتمت في الثاني بالقضايا الثقافية إرضاء لأذواق محبي الموسيقى من الزوار الشباب على وجه الخصوص ، أيضا اتفقت

1- محمد المنصور، " تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين:دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الدانمارك ، (كلية الآداب والتربية ، قسم الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمارك ، 2012م).

الصفحتان الرئيسيتان في الموقعين الإلكتروني والاجتماعي على أهمية الصورة لما لها من تأثير إيجابي على المتلقي، إلا أنهما اختلفتا في أماكن وأعداد وأحجام الصور في الموقعين .

٤ - دراسة ممدوح عبد الواحد محمد (٢٠١٢) وعنوانها " شبكات التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في المجتمع المصري : دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي ^(١) .

حيث استعانت الدراسة بالأسلوب الوصفي التحليلي لوصف وتحليل رؤية أفراد العينة اتجاه مشكلة الدراسة. وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٣٠٠) مبحوث من الشباب بجامعة كفر الشيخ واستهدفت الدراسة دراسة وتحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في التحولات السياسية التي شهدتها المجتمع المصري من خلال القيام بدراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي لمعرفة رؤيتها لدور شبكات التواصل الاجتماعي في التحولات السياسية التي شهدتها المجتمع المصري في السنوات الأخيرة ، وخلصت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها إسهام شبكات التواصل الاجتماعي بدور رئيسي في التحولات السياسية التي شهدتها المجتمع المصري في السنوات الأخيرة، حيث أتاحت فضاءً للتعبير عن الحركات الاجتماعية الجديدة مثل حركة شباب ٦ ابريل، وحركة كفاية وأن الدور الأبرز لشبكات التواصل الاجتماعي، وعلى الرغم من التأثير الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي في الثورات العربية وخاصة الثورة المصرية، الا انه لا يمكن المبالغة والتهويل في تأثيرها، حيث تمثل دورها بصورة رئيسية في التعبئة الأيديولوجية للثورة وتنظيم وقائعها وأحداثها.

وكان لشبكات التواصل الاجتماعي دور فعال ومهم في التحولات السياسية بمساهمتها في قيام ونجاح ثورة ٢٥ يناير.

٥ - دراسة سحر خميس وجولد وكاترين فون (٢٠١٢) بعنوان : ما وراء " ثورة الفيس بوك " في مصر و " انتفاضة يوتيوب " : مقارنة السياق السياسي واستراتيجيات الاتصال ^(٢) .

استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي وهدفت الدراسة إلى وصف كيفية استخدام النشطاء السياسيين لأشكال الاتصال الجديدة ، خاصة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر

1 - ممدوح عبد الواحد محمد ، " شبكات التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في المجتمع المصري ، : دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي " ،(ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الثامن عشر، " الإعلام وبناء الدولة الحديثة "، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، من 1-2 يوليو ، 2012م).

2 , Sahar Khamis, Paul B(2012:)., *Gold and Katherine Vaughn, Beyond Egypt's " Face book Revolution " and Syria's " YouTube Uprising " Comparing Political Contexts, Actors and Communication Strategies*, Arab Media Society , No. 15.

والفيس بوك ومواقع تبادل الفيديو، كأدوات لتسليط الضوء على انتهاكات النظم السياسية ضد مواطنيها، وتشجيع صحافة المواطن وتشكيل الرأي العام وتنظيم وتعبئة المواطنين. كما حاولت الدراسة التعرف على الكيفية التي تم بها التكامل بين النشاط الإلكتروني والنشاط على أرض الواقع، وتوصلت لجملة من الملاحظات والدلائل يمكن إيجازها على النحو التالي وتشير النتائج في هذه الدراسة إلى أن التكنولوجيا لا تسبب التغيير السياسي .. ولكنها تقدم وتقر قدرات جديدة ، بعبارة أخرى أن الجهات النشطة والفاعلة على المستوى السياسي هي التي تسبب التغيير السياسي الحقيقي حيث كانت إرادة الشعوب العربية وتصميمها على تحقيق التغيير في بلادها الدافع القوي والرئيس وراء الثورات العربية، وتعززت هذه الإرادة بواسطة انتشار وسائل الاعلام الجديد، والتي كانت بمثابة الحافز لعملية التعبئة والحشد للعمل السياسي على أرض الواقع.

وثبت وجود اتجاهان لتأثير وسائل الاعلام الجديد ، يعبران عن علاقة التأثير بين السياسية والصحافة في سياق استمرار الثورات العربية . الاتجاه الأول: يعبر عن تأثير وسائل الاعلام الجديد على المشهد السياسي في العالم العربي من خلال التحضير والإعداد والتعبئة والحشد والدعم والتضامن من أجل التغيير ، أما الاتجاه الثاني : فيعبر عن ما أفضى إليه المشهد السياسي من تغييرات مؤثرة على وسائل الاعلام العربية، كما يختلف تأثير الاعلام الجديد على الدول العربية من حيث المدى والشكل والسرعة من دولة لأخرى ويعتمد ذلك على عوامل كثيرة.

٦ - دراسة سهام جمال الدين أبو عيطة (٢٠١٢) وعنوانها " فعالية شبكة التواصل الاجتماعي (الويكي) في تنمية مفاهيم التكنولوجيا ومهارات الانترنت لدى طالبات الصف التاسع الأساسي بغزة"^(١) .

وهدفت هذه الدراسة إلى تحديد المفاهيم التكنولوجية المراد تنميتها لدى طلاب الصف التاسع الأساسي، بغزة، وتحديد مهارات الانترنت المراد تنميتها لطالبات الصف التاسع الأساسي بغزة، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج التجريبي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع طالبات الصف التاسع الأساسي في مدارس محافظة شمال غزة التابعة لوزارة التربية والتعليم واللاتي يدرسن مادة التكنولوجيا بواقع حصتين، أسبوعيا في الفصل الدراسي الثاني ٢٠١١-٢٠١٢، واختارت الباحثة عينة الدراسة بالطريقة القصدية، وبالتالي تكونت عينة

1 سهام، أبو عيطة، " فعالية شبكة التواصل الاجتماعي (الويكي) في تنمية مفاهيم التكنولوجيا ومهارات الانترنت لدى طالبات الصف التاسع الأساسي بغزة "، رسالة ماجستير غير منشورة، (غزة الجامعة الإسلامية ، كلية التربية، قسم المناهج وطرق التدريس، 2012م)

الدراسة من (٤٠) طالبة، تم تقسيمهم إلى مجموعتين، مجموعة تجريبية (٢٠ طالبة) وأخرى ضابطة (٢٠) طالبة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، تقديم الدروس على شكل (فيديو - صور ملونة - كتابة ملونة) يعتبر أسلوب تربوي مشوق للتعليم، وأن التعلم عبر شبكة التواصل الاجتماعي الويكي، يجعل التعليم أكثر تأثيراً وفعالية حيث أنه يدعم الأنشطة التعاونية والجماعية، وأن شبكة الويكي، تتيح للطلبة التفاعل والمشاركة مع بعضهم البعض وإمكانية تحرير المادة المعروضة عبر الموقع والتعديل عليها.

٧- دراسة أشرف جلال محمد (٢٠١٢) وعنوانها " دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية : دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في " مصر - تونس - ليبيا - سوريا - اليمن " (١) .

حيث اعتمدت هذه الدراسة على النموذج الوظيفي للشبكات الاجتماعية ، واستخدمت منهج المسح الإعلامي ، وكانت عينة الدراسة قوامها (٥٠٠) مبحوث .

وهدفت الدراسة إلى الإجابة على سؤال أساسي وهو ما طبيعة وحدود التأثير الذي قامت به الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام العربي نحو الثورات العربية ؟ وتحديد حجم وطبيعة التعرض والاستخدام للشبكات الاجتماعية ، وقياس مستوى الاهتمام والانتظام في عملية التعرض والاستخدام ، وطبقت الدراسة خلال سبعة شهور بدءاً من أكتوبر ٢٠١١ وحتى مايو ٢٠١٢، وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن إيجازها على النحو التالي :

-ان هناك تفوق واضح للشبكات الاجتماعية في تكوين آراء الجمهور نحو الثورات العربية نتيجة لتوفر عاملين أساسيين كما يؤكد النموذج الديمقراطي المشارك وهما سماح هذه الوسائل بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية وقدرتها على تحقيق المشاركة بفعالية، وأنه يوجد تهديد حقيقي للوسائل التقليدية التي تبث عجزها وفشلها بدرجات مختلفة- سواء كانت خاصة أو حكومية- وخاصة مع تطور الشبكات الاجتماعية بشكل خاص والمضمون المرتكز على المتلقي بشكل عام.

و ثبت وجود علاقة بين الاعتماد على الشبكات الاجتماعية والاتجاه نحو الثورات العربية.

1 - اشرف جلال محمد ، "دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية: دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي " في مصر- تونس- ليبيا- سوريا - اليمن، (ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الثامن عشر " الإعلام وبناء الدولة الحديثة " كلية الإعلام ، جامعة القاهرة 102 يوليو 2012).

٨ - دراسة باج وآخرون (2012) . Badge et al .⁽¹⁾ . بعنوان " أدوات جديدة لتصوير مشاركة الطلاب عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي .

هدفت الدراسة إلى تفعيل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة أو معيار لتحديد مدى ارتباط الطلبة بالعملية التعليمية، حيث اتبع الباحثون المنهج الوصفي التحليلي، فقاموا بجمع بيانات التواصل بين الطلبة ومعلميهم إلكترونياً باستخدام موقع FriendFeed.com. حيث تم إشراك عينة الدراسة التي تكونت من (٢٥٠) طالباً، من طلبة جامعة لايسستر Leicester في المملكة المتحدة قسم علوم الأحياء بالموقع ولمدة سنتين. ثم تم جمع بيانات التواصل الذي حصل بين الطلبة ومعلميهم ألياً عن طريق واجهات برمجية يتيحها الموقع. وتوصلت الدراسة إلى أن الطلبة يكونون شبكات صغيرة الحجم - ٢١ فرد في المتوسط - وذلك على الرغم من قدرتهم على التواصل مع الشبكة الأكاديمية كاملة. وهذا الحجم يعد صغيراً جداً بالمقارنة مع متوسط عدد العلاقات على الشبكات الاجتماعية Twitter, Face book ، كما توصل التحليل المجتمعي للمخطط المرئي للشبكة (Community detection algorithm)، باستخدام Gephi، إلى وجود ثلاث مجتمعات. المجتمع الأول هو مجتمع أكثر ارتباطاً ونشاطاً أكاديمياً من الطلبة وهم الأغلبية والذين يفضلون التواصل مع أعضاء الهيئة الأكاديمية بالإضافة إلى زملائهم، يليها مجتمع الأقل ارتباطاً والذين يفضلون التواصل فيما بينهم فقط، وأخيراً متوسط الارتباط الذين يقفون على الحياد ويتواصلون أحياناً مع زملائهم وأحياناً مع معلميهم.

٩ - حسني عوض (٢٠١٢) وعنوانها " أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب ^(٢) " ، تجربة مجلس شبابي عرار القدس نموذجاً .

هدفت هذه الدراسة إلى إعداد برنامج تدريبي وإعداد صفحات على موقع الفيس بوك لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب الفلسطيني في القدس، ولمعرفة مدى وجود فروق فردية ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده، وأستخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج شبه التجريبي ، وهي الطريقة التي لا يتم فيها الاختيار لأفراد المجموعات التجريبية والضابطة عشوائياً، للتعرف على

1 -badge,h.l. et al (2012); Beyond marks: *New tools to visualize student engagement via social networks*. Research in Learning Technology, Volume 20. 2012, Online <http://lra.le.ac.uk/handle/2381/10086>.

2 -حسني ، عوض ، " أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب" ، تجربة مجلس شبابي عرار القدس نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القدس أبو ديس، برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية ، القدس ، فلسطين، 2012م.

فعالية البرنامج التجريبي وأثره في تنمية المسؤولية الاجتماعية، وتكون مجتمع الدراسة من جميع الشباب من المرحلة العمرية (١٥-٢٥) سنة، للمنتمين لمجلس شبابي عرار، واختار الباحث (١٨) شابا، (٩) ذكور، و (٩) إناث بطريقة قصدية، وهم اللذين خضعوا للبرنامج التجريبي، واستخدم الباحث وسائل متعددة في إنجاز البرنامج، وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج الدراسة التالية، وجود فروق فردية ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده، وأظهرت أيضا عدم وجود فروق فردية ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور والإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج.

١٠- دراسة محمود الفطافطة (٢٠١١) وعنوانها " مدى علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين . " الفيس بوك نموذجا "(١).

وهي دراسة وصفية ، استخدمت تحليل المضمون لعينة من صفحات الفيسبوك للمجموعات الفلسطينية ، حيث هدفت هذه الدراسة المطولة التي جاءت في (٢٢٤) صفحة الى معرفة علاقة الاعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين مع التركيز على موقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " لما له من أهمية من حث الإقبال عليه وأثره في تجسيد مثل هذه الحرية سواء أكان ذلك العالم الافتراضي أو في العالم الواقعي . واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي ، حيث عمدت الدراسة إلى رصد واقع حرية الرأي والتعبير في فلسطين ومدى التبادل والاستفادة التي من الممكن أن يوفرها المجال الاتصالي الجديد للحركات الاجتماعية الفلسطينية في تنظيم ذاتها والتعبير عن أحلامها في قضايا كبرى أهمها الاحتلال وليس آخرها الانقسام، وقد خلصت الدراسة بمجموعة كبيرة من النتائج أهمها ، أن الجهد الفلسطيني استغل الاعلام الجديد لبناء رأي عام لكنه لم يستطع تجاوز طرق العمل التقليدية في الأداء الفلسطيني في كافة حقوله، وأيضا أن المجال التقني ساهم بتعزيز حرية التعبير وإعطائها متنفس وطريقة للنشر لكنه لم يبني ثقافة الاختلاف واحترام الرأي الآخر، وأن هناك ضعف في الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بنظريات التحول وعلاقتها بنظريات الوسائط الاتصالية في المشهد الفلسطيني .

1- محمود، الفطافطة : "علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين " الفيسبوك نموذجا"، دراسة غير منشورة رام الله ، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، قسم الإعلام، جامعة بيرزيت ، فلسطين، 2012.

١١ - دراسة منال منصور (٢٠١١) بعنوان "التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك"^(١).

حيث هدفت هذه الدراسة للتعرف على دوافع مشاركة الشباب في الحملات التي ينظمها الموقع، والتعرف على أهم الحملات الإعلامية التي يشارك الشباب فيها عبر الموقع، واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من جمهور الشباب الجامعية، وقامت الباحثة باختيار عينة عمدية من الشباب الجامعي الذي يستخدم الإنترنت وكان قوامها (٢٥٠) مفردة من إجمالي الملتحقين بكليات جامعة قناة السويس بمحافظة بورسعيد، واعتمدت الدراسة على استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، جاءت المواقع الاجتماعية في الترتيب الأول بنسبة ٤٠,٢%، وبالنسبة لأهم المواقع الاجتماعية وأكثرها استخداما لدى الشباب الجامعي جاء الفيس بوك في الترتيب الأول بوزن نسبي ٢٤,٤% ويليه في الترتيب الثاني موقع (تويتر) بوزن نسبي ٢,٢%، وكانت حملات الترويج عن السلع المصرية كانت أهم الحملات التي يشارك فيها الشباب المصري وذلك بنسبة ٣٢,١%، أما عن أسباب تفضيل الشباب المواقع الاجتماعية فقد تمثلت في التواصل مع الآخرين وتشكيل مجموعات من الأصدقاء في الترتيب الأول بنسبة ٢٧,٤%.

١٢ - دراسة أمال كمال (٢٠١١) بعنوان "استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي: بالتطبيق على موقع Face book"^(٢)

سعت هذه الدراسة للتعرف على العلاقة بين استخدام طلاب الجامعة المصريين لمواقع الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي لدى هؤلاء الطلاب، والكشف عن العوامل المؤثرة في العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي لدى الطلاب بأبعاده المختلفة، واعتمدت هذه الدراسة على نموذج الاتصال المستعين بالحاسبات Computer Mediated Communication، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح وتم تطبيق على عينة متاحة غير احتمالية من طلاب الجامعات المصرية، وقد بلغ حجم العينة (٣٠٠) مفردة، واعتمدت الباحثة على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات ومن أهم النتائج التي أسفرت عنها هذه الدراسة، ارتفاع نسبة المشتركين في موقع فيس بوك في العينة منذ أكثر من سنة، (بنسبة ٤٨,٣%) وارتفاع نسبة من يستخدم الموقع بكثافة يوميا لأكثر من ساعتين ٤٨%، ومن يدخل على الموقع يوميا ٧٥,٤%، وأظهرت النتائج زيادة دوافع الفيس بوك للاتصال بالأصدقاء الحاليين في

1 - منال عبده محمد منصور، "التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك"، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد السابع والثلاثون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يناير- يونيو 2011م).

2 - أمال كمال، "استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي": بالتطبيق على موقع face book، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد العاشر، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ديسمبر 2012م).

الجامعة وبالحرص على الإبقاء على العلاقات بالأصدقاء القدامى من ناحية أخرى ، حيث أشار ٦٧% أنهم يعتقدون أن الزملاء في الجامعة هم الذين يشاهدون صفحاتهم الشخصية ، يليهم من يرون الأصدقاء القدامى في المدرسة ، وأسفرت النتائج ارتفاع نسبة الموافقة على العبارات التي تحمل اتجاهات ايجابية مثل أن الطالب يشعر انه جزء من مجتمع الفيس بوك ، وأنه يشكل جزءا من نشاط حياة الطالب اليومية، وأن الطالب يشعر بالفخر لأنه يتواصل مع الآخرين عبر الفيس بوك، وتشير نتائج الدراسة الى ضرورة التفرقة بين الآثار الإيجابية والسلبية لرأس المال الاجتماعي والتميز بين استمارة تحقيق إغراض بناء أو لأهداف غير مرغوبة عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

١٣- دراسة عمرو أسعد (٢٠١١) بعنوان " العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي وقيمهم المجتمعية^(١): دراسة على موقعي يوتيوب ,YouTube, والفيس بوك Face book .

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي استخدم فيها الباحث في دراسته على منهج المسح، واستخدمت هذه الدراسة في إطارها النظرية نظرية الاستخدامات والاشباع، Uses Gratification &، ونظرية الحضور الاجتماعي، Social Presence، وبلغت عينة الدراسة (١٣٩) مقطع فيديو على مقاطع الفيديو لموقع اليوتيوب والتي تعد أكثر متابعة لشباب في المصري من فترة ١ يناير الى ٣١ مارس ٢٠١٠م ، وايضا شملت عينة الدراسة تحليل (٢٠٢) صفحة شخصية لطلاب الجامعات المصرية في موقع فيس بوك face book، واليوتيوب YouTube ، وكانت الدراسة الميدانية قد أجريت على عينة عمدية من مستخدمي الفيس بوك واليوتيوب من طلاب (جامعة القاهرة، الجامعة الأمريكية، جامعة الأزهر، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا)، وأظهرت أهم نتائج هذه الدراسة أن نسبة ٩٧% من طلاب الجامعة ملامحها الشخصية profile متاحة لجميع مستخدمي موقع الفيس بوك، face book، واحتلت مجموعات النقاش الترفيهية في مقدمة مجموعة النقاش التي انضم إليها طلاب الجامعة في موقع فيس بوك، face book، وأن مقاطع الفيديو الترفيهية والغناء والموسيقى على يوتيوب YouTube، كانت الأكثر مشاهدة بالنسبة للشباب المصري، وأيضا المقاطع الوثائقية ومقاطع الفيديو التي تناولت القضايا الاجتماعية والأحداث السياسية كانت الأكثر مشاهدة لدى الشباب المصري.

1- عمر أسعد، "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي وقيمهم المجتمعية" : دراسة على موقعي يوتيوب، You tube، والفيسبوك، Face book ، رسالة دكتوراة غير منشورة، (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١١).

١٤ - دراسة بيمن (٢٠١١) Bynum, (١) بعنوان "استثمار الوسائط الاجتماعية من أجل زيادة فرص مشاركة الطلاب"

هدفت الدراسة إلى التعرف على الطرق المثلى للاستفادة من وسائل الإعلام الاجتماعي - متمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي - في تحسين اندماج الطلبة في مرحلة التعليم الثانوي في العملية التعليمية. وقد تم استخدام المنهج الوصفي النوعي لإجراء الدراسة. حيث أجريت مقابلة مفتوحة مع عينة الدراسة التي تكونت من (١٠) مديري ومدرسي مدينة بيكر سفيلد في ولاية كاليفورنيا. وقد اعتمد الباحث على تحليل أجوبة العينة بشكل نوعي.

وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد معوقات كثيرة تحول دون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (على أساس أنها لمكون الرئيس للإعلام الاجتماعي)، في المراحل التعليمية الثانوي، وكان من أهم هذه المعوقات هو موقف الإدارة التعليمية التي تحجب صلاحية استخدام الإنترنت عن الحرم المدرسي داخل المعامل، في حين يستخدم الطلبة الإنترنت عن طريق أجهزتهم المحمولة!! والنتيجة أن المدرسين هم الذين يحرمون. كما أن المعوق الرئيس الثاني هو آراء المدرسين السلبية نحو تكوين أي علاقة مع الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي. كما توصلت الدراسة إلى أن استخدام الشبكات الاجتماعية أصبح ضرورة لكن وفق ضوابط تجعل من التواصل بين المدرس والطالب مريح ورسمي.

١٥ - دراسة مراد خورشيد (٢٠١١) وعنوانها "دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي : شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً"^(٢).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف الحراك السياسي العربي، لإمكانيات مواقع التواصل الاجتماعي في تأجيج الثورات العربية وإدامة زخمها وتعبئة شبابها. وخلصت الدراسة إلى أن هذه المواقع أصبحت محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وكسرت حاجز الخوف وحوّلت العمل السياسي السري إلى نشاط علني، وقامت بدور التعبئة الأيديولوجية للثورات، وحققت حضورها في نشر أفكار الثورات وتبني مطالب الثوار والترويج لهذه المطالب.

1- Bynumm,S(. 2011):*Utilizing Social Media to increase Student Engagement*. Unpublished master's thesis. Calerifonia State University.USA.

2 - مراد، كامل خورشيد، " دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً " ، المؤتمر العلمي وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، (الأردن: عمان، جامعة البتراء، كلية الإعلام ٢٠١١).

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

١٦ - دراسة محمد غريب (٢٠١١) بعنوان " الاتصال عبر الإنترنت وتأثيره في إكساب المهارات الاجتماعية لدى طلاب الجامعات: دراسة ميدانية (١)"

هدفت هذه الدراسة للتعرف على معدل استخدام طلاب لشبكة الانترنت وللوقوف على نوعية الخدمات التي يحصل عليها طلاب الجامعات من شبكة الانترنت، وتفسير العلاقة بين استخدام طلاب الجامعات للإنترنت وبعض المهارات الاجتماعية، واعتمدت هذه الدراسة في بنائها النظري على نظرية التعلم بالملاحظة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح، وشملت عينة الدراسة طلاب كل من جامعتي الزقازيق والسادس من أكتوبر، وأثبتت نتائج الدراسة عن وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين طلاب الكليات العلمية وطلاب الكليات النظرية من حيث حصولهم على نوعية المكتسبة من خلال شبكة الانترنت، وخاصة المعلومات الرياضية والاجتماعية، وأوضحت النتائج أيضاً ارتفاع متوسط الشعور بالسعادة في أي عمل جماعي كإحدى استجابات عينة الدراسة لمقياس مهارة التعاون المكتسبة عبر الإنترنت تلاها القدرة على المشاركة في المواقف التي تحث على التعاون ثم مساعدة الأصدقاء في إنجاز الأعمال والمسؤوليات.

١٧ - دراسة موقع "بيت.كوم" (٢٠١١): "غالبية العرب يستخدمون الإنترنت للردشة (٢)" ، ظهرت دراسة حديثة إن غالبية مستخدمي الإنترنت في الدول العربية يلجئون إلى الشبكة الإلكترونية للردشة مع أصدقائهم، أو العثور على أصدقاء جدد، مقارنة بمستخدمي الإنترنت لأغراض أخرى، مثل التعلم عبر الإنترنت أو التسوق الإلكتروني أو البحث عن وظيفة.

وذكرت الدراسة المتخصصة التي أجراها موقع "بيت.كوم" أحد أكبر مواقع التوظيف في الشرق الأوسط، إن السبب الرئيسي لاستخدام الإنترنت في المنطقة العربية، يعود إلى المشاركة في النشاطات الاجتماعية على الشبكة الإلكترونية، بمعدل يصل إلى ثلاث ساعات أو أكثر بصفة يومية، وكشفت النتائج إن (٦٧%) ممن شملتهم الدراسة، يستخدمون الإنترنت في

1 - محمد غريب، " الاتصال عبر الإنترنت وتأثيره في إكساب المهارات الاجتماعية لدى طلاب الجامعات "، (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر، العدد الرابع، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، يوليو/ديسمبر ٢٠١١م).

2 - غالبية العرب يستخدمون الإنترنت للردشة، دراسة علمية مقدمة منشورة عبر موقع (CNN) العربية، في ٠٢ تشرين الأول، أكتوبر ٢٠١١. متاح (On Line).

<http://arabic.cnn.com/2011/scitech/9/18/internet.arab/index.html>

التواصل الاجتماعي، بينما ذكر (٣٦%) منهم إنهم يتواصلون يومياً مع أصدقائهم عبر البريد الإلكتروني، فيما يتواصل (٣١%) مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مثل (فيس بوك) و(تويتر) وغيرها.

وأضافت إن مشاهدة الفيديو والاستماع إلى الموسيقى من الأمور التي تحظى بشعبية ضمن النشاطات اليومية للاتصال بشبكة الإنترنت، فيما تأتي نسبة ملحوظة من هذه النشاطات اليومية على الإنترنت من غرض البحث عن عمل، في ظل وجود نسبة (٣٦%) من المشاركين يستخدمون الإنترنت لإيجاد وظيفة، ومن النشاطات (الأقل شعبية) لمستخدمي الإنترنت تحميل (البودكاست) وتحظى بنسبة (٤٧%)، والمشاركة في دورات تعليمية إلكترونية بنسبة (٤٢%)، والألعاب الإلكترونية (٤٠%) ورفع مقاطع فيديو إلى مواقع مشاركة الفيديو (٣٧%)، وتحميل الصور بنسبة (٣٢%)، كما بينت الدراسة إن (٤٣%)، قالوا إنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل، فيما كان السبب الرئيسي في عدم استخدام تلك المواقع في مكان العمل "عدم توفر الوقت الكافي" لدى (٦٣%)، مقابل (١٦%) قالوا إن تلك المواقع "محبوبة" في أماكن عملهم.

١٨ - دراسة نشوة عقل (٢٠١٠) " العلاقة بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى تفاعلهم الاجتماعي مع الآخرين ومع وسائل الاعلام التقليدية (١) "

سعت هذه الدراسة لبحث العلاقة بين الوجود الافتراضي على مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت ومستوى التفاعل الاجتماعي لشباب الجامعة مع الآخرين ومع وسائل الاعلام التقليدية ، وتقوم الدراسة بتوظيف مدخلي الاعتماد الفردي على وسائل الاعلام (IMD) ، Individual Media Dependency ، والإعلام البديل Alternative Media ، لدراسة تأثير الاعتماد على الشبكات الاجتماعية في علاقة الشباب بمحيطهم الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح الوصفي ، وبلغت عينة الدراسة (٣٧٠) مفردة ، بأسلوب العينة العشوائية المتاحة، حيث طبقت على الطلبة من جامعة القاهرة (كجامعة حكومية) والأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام (كجامعة خاصة)، واستخدمت أسلوب المقابلة الشخصية في جمع البيانات من المبحوثين، وتوصلت الدراسة الى انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تفاعلهم مع الآخرين،

1- غشوى عقل، " العلاقة بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى تفاعلهم الاجتماعي مع الآخرين ومع وسائل الاعلام التقليدية " ، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام (الرأي العام) ، المجلد العاشر، العدد الثاني، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، 2010م).

(الأسرة - الأصدقاء - زملاء)، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة طردية بين دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي، (مراقبة البيئة - الترفيه - تكوين الآراء والمشاركة بها) ودوافع اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية، وأوصت الدراسة بمزيد من التركيز على دوافع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بدوافع الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية بدلا من التركيز على معدلات التعرض.

١٩ - دراسة سميرة شيخاني (٢٠١٠)، بعنوان "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"^(١)

هدفت الدراسة الى معرفة مظاهر التطور في الاتصال في النصف الثاني من القرن العشرين وبدايات القرن الواحد والعشرين، ومحاولة الوصول الى ماهية الإعلام الجديد، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، واستهدف مجتمع البحث الدول الصناعية المتقدمة (الولايات المتحدة الامريكة، ودول غرب أوروبا واليابان) بوصفها أكبر العالم امتلاكاً لوسائل الاتصال الجماهيري، وتعرض هذه الدراسة لوسائل التكنولوجيا المستخدمة في إعلام عصر المعلومات في العقد الأخير من القرن العشرين، وأشارت أهم النتائج في هذه الدراسة إلى أنه خلال السنوات القليلة الماضية مرت الولايات المتحدة الأمريكية وعدد من الدول الصناعية المتقدمة عبر مرحلة انتقالية مهمة غيرت من تركيبها الاقتصادية والاجتماعية وأعدت تشكيل وهيكله القوى العاملة بها ونقلتها مما كان يعرف بعصر الثورة الصناعية الى عصر جديد يسمى عصر المعلومات، وأن عصر المعلومات أفرز نمطا إعلاميا جديدا يختلف في مفهومه عن النظم الإعلامية السابقة، ويتميز عنها بالعديد من السمات أهمها: التفاعلية وتفتت الاتصال وقابلية التحويل وقابلية التحرك والشبوع والانتشار. وأيضا كانت أهم النتائج أنها أحدثت تكنولوجيا الإعلام الجديد تحولات جذرية في صناعة الصحافة المطبوعة وفي صناعة السينما والإذاعة والتلفاز، ومن أهم هذه التحولات استخدام أنظمة النشر المكتبي الالكتروني، والسينما الرقمية، والبث المباشر بالأقمار الصناعية.

٢٠ - دراسة شيماء زغيب (٢٠١٠)، بعنوان "استخدام موقع التدوين المصغر (تويتر) في تغطية الانتخابات التشريعية : دراسة تحليلية ٢٠١٠"^(٢)

حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة موقع التدوين المصغر - المعروف باسم تويتر - في الانتخابات التشريعية المصرية لعام ٢٠١٠،

1 - سميرة شيخاني، "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، دراسة علمية منشورة (مجلة دمشق، المجلد 26- العدد الأول والثاني، جامعة دمشق، سوريا، 2010).

2 - شيماء زغيب، "استخدام موقع التدوين المصغر (تويتر) في تغطية الانتخابات التشريعية 2010"، (المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد الثامن والثلاثون، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، يوليو - ديسمبر 2010 م).

وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التفسيرية ، واعتمدت على منهج مسح المضمون ، وعلى أسلوب المسح بالعينة، وتم تصميم استمارة تحليل المضمون كأداة لتحليل ٨١٦٧ تغريده تم جمعها من خلال إنشاء أرشيف للتغريدات، وتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في التغريدات (Tweets)، في الفترة الزمنية من ٢٦ نوفمبر ، حتى ٧ ديسمبر ٢٠١٠، أي قبل الانتخابات بيومين إلى ما بعد انتخابات الإعادة بيومين يوم ٥ ديسمبر ٢٠١٠، واقتصرت عينة الدراسة على التغريدات على موقع تويتر، وقد بلغ عدد التغريدات التي تم تحليلها، (٨١٦٧) تغريدة، ويمكن استخلاص أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي، جاءت الغالبية العظمى من التغريدات غير موجهة وبلغت نسبتها (٩٦،١%)، ويرجع ذلك إلى ان معظم التغريدات كان هدفها التغطية الإخبارية وليس إجراء المناقشات، واشتملت (٤٦،٣%) من التغريدات على روابط خارجية ، وكان الهدف من معظمها (٨٧،٤%) إعطاء مزيد من التفاصيل للخبر، واستهدفت ٥٣،٦% من التغريدات إعطاء معلومات ، في حين استهدفت (٢٦،٣%) تشكيل اتجاهات، وكانت معظم هذه المناقشات بين المغردين (٩٥،٨%) بين أفراد ذوي توجهات متشابهة، وهو ما يعرف بغرفة رجع الصدى.

٢١ - دراسة أرين كاربنسكي (⁽¹⁾ Aren Karbnsky 2010) بعنوان " اثر استخدام موقع " فيس بوك " على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات " ، وقد طبقت الدراسة على (٢١٩) طالباً جامعياً، حيث أظهرت النتائج ان الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على شبكة الانترنت وتصفح موقع " فيس بوك" أكبر الشبكات الاجتماعية على الانترنت ادني بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، كما أظهرت النتائج أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع كلما تدنت درجاته في الامتحانات.

كما بينت النتائج أن الأشخاص الذين يقضون وقتاً أطول على الإنترنت يخصصون وقتاً أقصر للدراسة مشيراً إلى أن لكل جيل اهتمامات تجذبه " ، وأن هذا الموقع يتيح للمستخدم " الدردشة" وحل الفوازير، وإبداء رأيه في كثير من الأمور والبحث عن أصدقاء جدد أو قدامى، وبينت النتائج إن (٧٩%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن إدمانهم على موقع " الفيس بوك" أثر سلبياً على تحصيلهم الدراسي.

1 - Aren, Karbiniski, " *Face book and the technology revolution*", N,Y Spectrum Publications,2010.

٢٢ - دراسة ميشيل فانسون (Meshel , 2010) بعنوان " أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية"⁽¹⁾.

هدفت هذه الدراسة للتعرف على، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح، وقد طبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها (١٦٠٠) شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا، وقد أظهرت أهم نتائج هذه الدراسة أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها (الفيس بوك وبيبو ويوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون أوقات أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم. وأظهرت الدراسة أيضا أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف، ولا يشاهدون التلفاز كثيرا، ويلعبون عدداً أقل من ألعاب الكمبيوتر، ويرسلون كمية من الرسائل النصية وكذلك البريدية، وقد بينت الدراسة أنه نحو (٥٣%) من الذين شاركوا في الدراسة المسحية، بأن شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم، وكشفت الدراسة عن أن نصف مستخدمي الإنترنت في بريطانيا هم أعضاء في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنة بـ (٢٧%) فقط في فرنسا، و (٣٣%) في اليابان، و(٤٠%) في الولايات المتحدة.

دراسة أسامة المدني (٢٠٠٩) بعنوان " استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشاعات المتحققة منها: دراسة ميدانية"^(٢) .

هدفت الدراسة للكشف عن الدور الذي يمكن أن تلعبه المدونات كوسيلة إعلامية يحتاج إليها المجتمع لتحقيق الديمقراطية وحرية الرأي باعتبارها وسيلة شعبية بين عدد كبير من أفراد المجتمع، واستندت الدراسة الى نظرية مدخل الاستخدامات والإشاعات كإطار نظري للدراسة، واستخدمت منهج المسح الوصفي ، وصمم الباحث صحيفة استبيان كأداة لجمع البيانات ، وتمثلت عينة الدراسة في عينة تبلغ قوامها (٢٥٠) مفردة من الشباب الجامعي السعودي، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها ، ارتفاع نسبة التفضيل للمدونات السعودية، تلتها المدونات التابعة للدول العربية الأخرى ثم المدونات الأمريكية مما يتسق مع ارتفاعات درجة الاهتمام بما يتعلق بمن يشترك في وحدة المصير أو من يؤثر عليه بقوة. ، وأكدت على صحة الفرض الذي يشير الى ان الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد، أي أن الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في التعرض للوسيلة، وهو ما أثبتته النتائج وأكدت

1- Mechel, Van soon, "*Face book and the invasion of technological communities*", N.Y,New York,2010.

2 - أسامة المدني، " استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشاعات المتحققة منها"، دراسة غير منشورة (القاهرة، جامعة حلوان، مجلة كلية الآداب ، العدد 26، يوليو، 2009م).

صحة الفرض، حيث أن النسبة الأكبر (٧٧,٣%) ممكن علم بوجود المضمون السياسي، أقبّلوا على استخدامه.

٢٣ - دراسة نرمين خضر (٢٠٠٩) بعنوان " الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية : دراسة على مستخدمي موقع Face book (١) ".
حيث هدفت هذه الدراسة للتعرف على دوافع استخدام الشباب المصري (عينة الدراسة) لموقع face book ، والكشف عن طبيعة العلاقات الاجتماعية والصداقات التي يكونها الشباب المصري وألوية تفضيلهم لهما عند التعامل مع أصحابها . وتحديد ورصد أهم الأنشطة التي يمارسها الشباب المصري على موقع الـ face book ، واعتمدت هذه الدراسة على نظرية المجال العام ونظرية الاستخدامات والاشباعات بهدف المساهمة في بناء الإطار النظري للدراسة ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية التي تستهدف الكشف عن الآثار النفسية وكذلك الاجتماعية، واستخدمت منهج المسح ، وقامت الباحثة باختيار عينة عمدية (٦٨مفردة) ، (متاحة) من الشباب الجامعي في جامعة القاهرة ، والجامعة البريطانية، وكشف الدراسة أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس قائمة دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع face book ، فقد احتل نسبة (٦٩,٩%) من إجمالي عينة المبحوثين، واتضح ان النصيب الأكبر من إجابات عينة الدراسة تفضل علاقات الصداقة خارج موقع face book ، بنسبة (٧٦,٥%)، وأشارت نتائج الدراسة أيضا الى ان مشاهدة البومات الصور الخاصة بالأصدقاء تأتي على رأس قائمة الأنشطة التي يمارسها المبحوثين على موقع face book بنسبة (٦٧,٧ %) . وكشفت نتائج الدراسة أيضا ان الطابع الايجابي غلب على الآثار الاجتماعية المترتبة على استخدام طلاب الجامعات لموقع face book وذلك يتسق مع الهدف من إنشاء موقع face book لتحقيق التواصل والتفاعل الاجتماعي بين طلاب الجامعات والأصدقاء ... الى آخره . وأكدت الدراسة على انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعة من الشباب المصري الذين قدموا أنفسهم بصدق للآخرين عبر الموقع، والطلاب الذين يشتركوا باسم مستعار في الموقع والتعامل مع الآخرين بزييف وكذب.

1 - نرمين خضر، " الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية " ،دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الأول ، الأسرة والإعلام وتحديات العصر (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، الجزء الثاني، 15-17 فبراير 2009م).

٢٤ - دراسة سالم الهباش (٢٠٠٩)⁽¹⁾ Salem Alhabash " بعنوان " تغيير الصورة
الذهنية والنمطية المدركة لدى الفلسطينيين والأمريكيون عن بعضهم البعض من خلال الفيس
بوك Face book "

استخدمت هذه الدراسة منهج النظام العاظمي 2x2x2 (الجنسية: الفلسطينيون مقابل
الأمريكيون)، (الفيس بوك Face book : التفاعل مقابل عدم التفاعل)، (الزمن: قبل التفاعل
مقابل بعد التفاعل)، واهتمت هذه الدراسة بالتحقق من أن " التواصل من خلال شبكة التواصل
الاجتماعي كالفيس بوك قد يكون لها تأثير على تغيير الصورة النمطية المدركة لدى
الفلسطينيين والأمريكيون عن بعضهم البعض".

وانطلق الباحث في دراسته الحالية من فرضية علمية مفادها أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد
مكونا من مكونات الإعلام الدولي والدبلوماسية العامة التي يضطلع بها مستخدمو تلك الشبكات.
ولقياس دور الشبكات الاجتماعية في التقريب بين الشعوب ، وتم تطبيق الدراسة على مجموعة
عينة قوامها (١٣٦) ، (٦٠) أمريكي و (٧٦) فلسطينيا، متوسط أعمارهم ٢٤ سنة، الغالبية
العظمى من المشتركين كانت من النساء بلغت نسبتهم ٦٥،٨%، غالبية الأمريكيون المشتركون
من البيض/ القوقاز بنسبة ٨٩،٢% من جامعة ميدوست Midwest University ، بينما
الفلسطينيون من مؤسسة لا تهدف الى الربح وغالبيتهم من الضفة الغربية ونسبتهم ٧٣،٣%. تم
تقسيم المبحوثين الى مجموعتين: مجموعة تتعرض للفيس بوك Face book وعددهم (٨١)،
الأمريكيون (٤٥) ، والفلسطينيون (٦٣) والمجموعة الثانية التي لا تتعرض للفيس بوك Face
book قومها (٥٥) مبحوث، الأمريكيون (٣١) والفلسطينيون (٢٤)، كما تشير نتائج الاختبارات
القبلية والبعديّة أن الأمريكيون أكثر حماسا بالمشاركة الاجتماعية من الفلسطينيين، ايضا الى ان
التفاعل من خلال الفيسبوك Face book له دور في تغيير الصورة النمطية فيما بين
المبحوثين الذين تعرضوا للفيس بوك Face book، بينما المجموعة التي لم تتعرض للفيسبوك
Face book لم تتغير الصورة النمطية.

وقد أبرزت النتائج وجود علاقة خطية ايجابية بين استخدام شبكة الفيس بوك وتغيير الصور
الذهنية والنمطية بين كل من الفلسطينيين والأمريكيين الذين تعرضوا للمعالجة التجريبية التي
تدعم التقريب بين الشعبين مما يمثل بدوره دليلا تجريبيا على الدور الايجابي والفاعل لشبكات
التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة القومية National Image للشعوب المختلفة.

1- Salem el habash (2009) : " *Youth 2 Youth: Change Palestinian – American Images and Stereotypes Through Face book*" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Marriott , Chicago, IL.

٢٥-دراسة اشرف جلال حسن (٢٠٠٩) بعنوان " اثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية^(١) .

اعتمدت الدراسة على منهج المسح والمنهج المقارن ، واتبعت الدراسة نموذج الاتصال عبر الكمبيوتر، مدعما بنموذج الأبعاد الخمس للشخصية ، هدفت هذه الدراسة للتعرف على طبيعة وحدود التأثير الذي أحدثته وسائل الإعلام الحديثة (الفضائيات، والمواقع الاجتماعية، والمدونات) على طبيعة وشكل العلاقات الاجتماعية والاتصالية داخل الاسرة المصرية مقارنة بالأسرة القطرية، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية متعددة المراحل بلغت (٦٠٠) مفردة توزعت بين الشباب وأولياء الأمور في مصر وقطر. وتوصلت الدراسة الى تزايد إقبال الشباب على المواقع الاجتماعية، واحتلال الفيس بوك ويوتيوب وماي سبيس موقع الصدارة لدى العينة. كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطيه بين مستوى استخدام التكنولوجيا ومستوى العلاقات الاجتماعية التي يكونها الأفراد عبر الانترنت، فكلما زاد الاستخدام زاد الاتجاه نحو تكوين علاقات مستقرة وثابتة وقوية.، فيزداد توجيه المصريين من الأباء والأمهات لأبنائهم مقارنة بالقطريين ويرتفع التوجيه والحوار لذوي التعليم المرتفع مقارنة بذوي التعليم المنخفض ،

وانه توجد فروق واضحة للسن في ترتيب أفراد العينة لاستخدامات الإنترنت، يميل الصغار (١٥-١٨) سنة للدرشة والمنتديات والرسائل النصية، ويميل الكبار (١٩-٢٢) إلى البريد الإلكتروني، وقد خلصت الدراسة الى أن هناك علاقة ارتباطيه بين نوع القضايا التي يتم التعرض لها في الوسائل والاتجاه نحو الاعتماد على هذه الوسائل في تكوين الرأي نحوها.

٢٦- دراسة خالد حسن علي (٢٠٠٩) بعنوان " دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية، وتحدياتها في مصر"^(٢) .

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، واستخدمت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمدخل نظري للدراسة، وطبقت عينة الدراسة على جريدة الأهرام المصرية والوفد والأهالي لتمثيل مجتمع الصحف، وفيما يتعلق في عينة الدراسة على التلفزيون

1 - اشرف جلال حسن ، " اثر شبكة العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية" : دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل، دراسة علمية مقدمة للمؤتمر العلمي الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر، (القاهرة ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام 15-17 فبراير 2009م) .

2 -خالد صلاح الدين حسن علي ، " دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية، وتحدياتها في مصر: في إطار تحليل الخطاب الإعلامي، ونظرية الاعتماد"، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الخامس عشر " الاعلام والإصلاح: الواقع .. والتحديات،(القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الجزء الثاني من 7-9 يوليو، ٢٠٠٩م).

فقد تم اختيار برامج البيت بيتك وبرنامجي العاشرة مساءً وواحد من الناس بقناة دريم وبرنامجي ٩٠ دقيقة، و٤٨ ساعة ببناء المحور الخاصة، حيث هدفت الدراسة إلى رصد وقياس دور الخطاب الإعلامي الوارد في الصحف والتلفزيون والمدونات السياسية في تشكيل معارف الرأي واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية وتحدياتها في مصر، بالإضافة إلى رصد وقياس المتغيرات الوسيطة، والتي تدعم أو على العكس تضعف من دور الخطاب الإعلامي في تشكيل الاستجابات المعرفية والوجدانية للرأي العام نحو قضايا الديمقراطية وتحدياتها.

المحور الثاني : الدراسات المتعلقة بدور الإعلام في المعرفة والمشاركة السياسية والاجتماعية

وتشمل الدراسات الآتية:

١ - دراسة رامي حسين الشرافي (٢٠١٢) بعنوان " دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني" ^(١).

حيث هدفت الدراسة إلى الكشف عن دوافع استخدام الشباب الفلسطيني من طلبة الجامعات في قطاع غزة للإعلام التفاعلي، والتعرف على مدى الاستفادة من تنمية الثقافة السياسية التي تعود على الشباب الفلسطيني من استخدامه للإعلام التفاعلي، واستخدم الباحث المنهج المسحي للجمهور، من خلال عينة عشوائية طبقية، من طلبة الجامعات الفلسطينية استخدم المنهج التاريخي الذي تم من خلاله نشوء وتطور الإعلام التفاعلي، والثقافة السياسية، وبلغت عينة الدراسة قوامها (٥٠٠) مبحوث، من طلاب وطالبات الجامعة الفلسطينية، واختار الباحث عينة عشوائية طبقية من طلبة الجامعات الفلسطينية المسجلة للفصل الدراسي الثاني ٢٠١١-٢٠١٢، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أن غالبية المبحوثين يستخدمون الإعلام التفاعلي بنسبة مرتفعة مقدارها (٩٣،٥%)، وان نسبة قليلة لا تستخدم مواقع الإعلام التفاعلي، لا تتجاوز نسبتهم (٦،٥%)، وكشفت نتائج الدراسة أن الطلبة يتقنون في الإعلام التفاعلي للحصول على المعلومات، وبالدور الذي تقوم به في تشكيل ثقافتهم السياسية بنسبة تصل (٧٠%)، وكشفت الدراسة أيضا أن طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في منازلهم بنسبة (٩١،٦%).

١ - رامي الشرافي، " دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني"، رسالة ماجستير غير منشورة، (غزة، جامعة الأزهر، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، دراسات الشرق الأوسط، 2012 م.

٢ - دراسة طه عبد العاطي نجم و أنور بن محمد الرواس (٢٠١١) بعنوان " العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية (١) ".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مظاهر استخدام طلاب جامعة السلطان قابوس للمواقع والمدونات الالكترونية، وعلاقتها بالمعرفة السياسية، واعتمد الباحثان في هذه الدراسة على نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory، كإطار نظري موجه للدراسة، واعتمدت هذه الدراسة على استخدام منهج المسح بالعينة، وتم إعداد استمارة استبيان للحصول على المعلومات التي تفيد الدراسة، وحدد الباحثان مجتمع الدراسة في طلاب جامعة السلطان قابوس، فقد تكونت عينة الدراسة من (٤٠٠) مبحوث تم سحبها بطريقة عشوائية من طلاب وطالبات جامعة السلطان قابوس، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة تصدرت القضايا السياسية الداخلية مجال اهتمام طلاب جامعة السلطان قابوس، وتلاها مباشرة القضايا السياسية العالمية، ثم القضايا الإقليمية، تصدر احتواء الانترنت على الصور وخدمات الفيديو مقدمة دوافع تعرض الطلاب لمتابعة الموضوعات السياسية على الانترنت، ثم جاء تمييز الانترنت بالفاعلية في الترتيب الثاني وتزويد الجمهور بوجهات النظر المختلفة في الترتيب الثالث، وأثبتت الدراسة أن أسباب تفضيل المواقع الالكترونية لدى الطلاب تكمن في الجراءة في معالجة الموضوعات وزيادة هامش الحرية لديها.

٣ - دراسة لنا العلمي (٢٠١١) وعنوانها " العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية" (٢).

هدفت الدراسة إلى معرفة بيان دور الثقة في المعلومات التوي توفرها هذه المواقع في تحسين الوعي السياسي لدى الطلبة، وبيان تأثير الفترة الزمنية للعضوية في تحسين الوعي السياسي لدى الطلبة، واعتمدت الدراسة على منهج الوصف التحليلي الذي يعتمد على تجميع المعلومات، ثم مقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج مقبولة، وقد تكون مجتمع الدراسة جميع طلبة كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية في جامعة النجاح الوطنية، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة ممثلة من مجتمع الدراسة تكونت من (٣٦٠٠) طالب، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1 - طه نجم، و أنور الرواس، " العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية"، مجلة دفاتر السياسة والقانون (سلطنة عُمان، جامعة السلطان قابوس، العدد الرابع، جانفي 2011م).

2 - لنا العلمي، " العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية"، (نابلس، جامعة النجاح الوطنية، كلية الاقتصاد، 2011م).

وجود علاقة معنوية وذات دلالة إحصائية بين دور مقدار التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحسين الوعي السياسي، وجود علاقة معنوية وتأثير كبير بين الدافع وراء الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحسين الوعي السياسي.

٤ - دراسة احمد رضوان (٢٠١١) وعنوانها "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١" (١).

حيث استخدمت هذه الدراسة منهج المسح على عينة قوامها (٣٠٠) مفردة من مستخدمي المواقع الالكترونية الإخبارية، واعتمدت هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، أثناء أحداث ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، والعوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على هذه الوسائل، ومدى تحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بالاعتماد على هذه الوسائل، وأظهرت الدراسة أن القنوات الإخبارية كالجزيرة والعربية جاءت في مقدمة الوسائل التي تعرض لها أفراد العينة أثناء الثورة، تلتها الصحف الخاصة كالمصري واليوم السابع، ثم القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية مثل BBC العربية والحرية، تلتها المواقع الالكترونية الإخبارية، ثم الصحف القومية المصرية في المرتبة الأخيرة.. وأكدت الدراسة أن العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، قد تحققت نتيجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام أثناء الثورة.

٥ - دراسة محمود عبد القوي (٢٠٠٩)، وعنوانها "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية" (٢).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية الافتراضية، ودور هذه الشبكات في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية، باستخدام منهجي المسح والمقارن، على عينة من الشباب قوامها (٣٨٠) مفردة من طلاب جامعة المنيا، وعلى موقع الـ Face book. وأوضحت الدراسة أن نسبة الذين يستخدمون شبكة الفيس بوك لأغراض سياسية بلغت (٧٠،٥٠%)، ولم تكن هناك أية فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث.

١ - احمد رضوان، "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ٢٥ يناير"، المؤتمر العلمي - دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، (الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، إربد، ٢٠١١م.

٢ - محمود عبد القوي، "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب": دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الخامس عشر "الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات" (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الجزء الثاني، 2009م.

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

وأظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب للفييس بوك لأغراض سياسية واتجاه الشباب نحو المشاركة السياسية، ويتضح من ذلك أهمية الدور الذي يقوم به موقع التواصل الاجتماعي الفييس بوك في تشكيل اتجاه الشباب نحو المشاركة السياسية .

٦- دراسة هشام عطية (٢٠٠٩) بعنوان " خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشئون العامة في وسائل الإعلام الجديدة ^(١) .

استهدفت الدراسة التعرف على أجندة القضايا التي تطرحها مدونات " الوعي المصري " و "نورا يونس" للتعرف على أولويات اهتماماتها في مجال معالجة وتقديم الشئون العامة ودلالات ذلك، واعتمدت الدراسة على تطبيق نظرية المجال العام Public Sphere، باستخدام أسلوب تحليل الخطاب، وتوصلت الدراسة إلى أن المدونات قدمت مجالاً منافساً وأحياناً بديلاً يطرح ما لا تقدمه وسائل الإعلام السائدة من موضوعات وقضايا الشئون العامة. وسعت نحو تعبئة الرأي العام في اتجاهات محددة، كما حدث في بعض قضايا التعذيب ومسألة التحرش الجنسي بالمرأة، واهتمت المدونتان بالتفاعل مع مختلف وسائل الإعلام عبر تضمين روابطها، وعملت في أحيان كثيرة كناقذ لبعض مواقفها وأنماط تغطيتها للأحداث والقضايا العامة.

وتميز أداء المدونتان بسرعة تغطية الأحداث ومنافسة مؤسسات إعلامية كبيرة في إمكاناتها عبر سرعة الرصد وتنوع وانفراد بتقديم وقائع لا تنتشرها ولا تبثها وسائل الإعلام السائد، كما حدث في مجال تغطية أحداث إضراب المحلة الكبرى وما ارتبط بها وتلاها من أحداث واضطرابات التي شهدتها فترة الدراسة، وعبرت المدونتان عن خصوصيات قضايا المجتمع المصري، وأفسحت المجال لجيل الشباب له وجه نظر تجاه الأحداث، ويملك وعياً وجرأة، ويسعى لتقديم أداء يعبر عن نمط إعلامي جديد يقاطع ويعترض ويستكمل في أحيان أخرى ما لا تقوم وسائل الإعلام السائدة.

1- هشام عطية، " خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشئون العامة في وسائل الإعلام الجديدة": دراسة تحليلية لخطاب المدونات المصرية، بحث مقدم لمؤتمر الإعلام الأسرة وتحديات العصر، (القااهرة، جامعة القااهرة، كلية الإعلام، ١٥-١٧ فبراير، ٢٠٠٩م.

٧- دراسة ريبيكا هايس Rebecca A.Hayes (2009) ^(١) : " وسائل الإعلام الحديثة والسياسات الجديدة : كفاءة التعليم السياسي واختبار استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية في المشاركة السياسية ."

وهي عبارة عن دراسة ميدانية اعتمدت على مسح عينة ممثلة من (٦٢٥) مبحوثا تتراوح أعمارهم بين (١٨-٢٥) عاما في الولايات المتحدة الأمريكية ، وهدفت لاختبار تأثيرات استخدام الشبكات الاجتماعية على كفاءة التعلم السياسي والمعرفة السياسية والمشاركة السياسية ، ومن أهم النتائج التي توصلت له هذه الدراسة هو أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لأهداف سياسية يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على كفاءة التعلم السياسي وعلى المعرفة والمشاركة السياسية . وأن التأثير على المشاركة السياسية من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية أثناء الانتخابات ٢٠٠٨ كان أقل مقارنة بتأثير وسائل الإعلام الإخبارية .

وأن المصادر الالكترونية للأخبار والمعلومات السياسية ليست هي المصادر المعلوماتية المفضلة لدى الفئة العمرية التي تهتم بها الدراسة بل كانت وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والأخبار التلفزيونية أكثر تفضيلا .

ونظرا لأن وسائل الإعلام التقليدية تشتمل على التقنيات الالكترونية وتتفاعل معها بما فيها مواقع الشبكات الاجتماعية ، فإن الناخبين الشباب قد يزيد استخدامهم للمحتوى المقدم من خلال مخرجات وسائل الإعلام التقليدية ، أي أن وسائل الإعلام التقليدية تتشارك مع وسائل الإعلام الجديدة في عملية الاتصال السياسي .

٧- دراسة مسعد عويس (٢٠٠٩) بعنوان " الدور التربوي للإعلام في نشر ثقافة المشاركة " ^(٢)

حيث سعت الدراسة الحالية الى رصد الظواهر الايجابية والسلبية في مجال الإعلام، واقتراح أساليب غير تقليدية يشارك فيها النشء والشباب ، على ابتكار الأساليب الإعلامية المشوقة لنشر ثقافة المشاركة. وعرضت تلك الورقة برنامجا تدريجيا في ذلك الصدد ، وقسمت الورقة

1 - Rebecca, A. Hayes(2009) : *New Media , New Politics : Political Effigy and The Examination of Uses of Social Network*, Sites for political Engagement., Unpublished Ph.D.Dissertation , (Michigan State University ,), Online: <http://proquest.umi.com/pqdweb?index=0&did=1974378471&Srchmode=1&side=1&Fmt=6&VInst=PROD&VTyoe=PQD&RQT=309&VName=PQD&TS=128021925&cilentId=93083>.

2 - مسعد عويس ، " الدور التربوي للإعلام في نشر ثقافة المشاركة" ، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر أخلاقيات الإعلام والإعلان ، جمهورية مصر العربية، بني سويف ، جامعة النهضة ، والمجلس العربي للتربية الأخلاقية 28-29 مارس، 2009م.

البحثية الى مجموعة من المباحث أهمها ، دور مؤسسات التنشئة التربوية في نشر ثقافة المشاركة، وأوضحت أيضا في مبحث آخر حول مفهوم ثقافة المشاركة ، ومحددات المشاركة ، والدور التربوي لأجهزة الإعلام في نشر ثقافة المشاركة، وخلصت الورقة البحثية الى مجموعة من النتائج أهمها، انه من المهم ان يتفق سلوك المشاركة مع نظرية المصالح التي تسعى اعتبار المصلحة فوق المصلحة الشخصية.. حيث إن تطابق المصالح يؤدي للاتفاق . وضرورة إلقاء الأضواء على رموز الوطن من النماذج البشرية التي قدمت النموذج والمثل الأعلى والقذوة الصالحة في مختلف ميادين العمل والإنتاج والدفاع عن الوطن في مشاركتها في كافة القضايا .

٨- دراسة احمد صلاح (٢٠٠٨)، بعنوان " إتاحة المعلومات ودورها في تفعيل مشاركة المجتمع المدني ^(١) .

هدفت الدراسة للتعرف على إمكانية تفعيل مشاركة المجتمع من خلال إتاحة المعلومات، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان التي طبقت على (١٠) منظمات عاملة في مجال المجتمع المدني، موزعين على القاهرة والإسكندرية، وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن إيجازها على النحو التالي، وجدت الدراسة عدد من المشكلات في إتاحة المعلومات وعدم وجود تعاون كاف من جانب الحكومة والقطاع الخاص، وأن السبب الرئيسي وراء مشكلة إتاحة المعلومات أو عدمها عدم وجود نص قاطع يحدد ذلك الاستثناء بالإضافة إلى استخدام مفهوم الأمن القومي لإرهاب الناس بقصد أو غير قصد، ووجدت الدراسة أن ٨٠% من الجمعيات تدرك مفهوم إتاحة، إلى جانب أن ٩٠% من الجمعيات غير راضية عن الشكل الراهن لإتاحة المعلومات

٩- دراسة محمد رمضان ومحمد بشندي، (٢٠٠٨) ، بعنوان " كيفية تمكين المجتمع المدني من خلال إتاحة المعلومات " ^(٢) .

حيث هدفت الدراسة للتعرف على الهوية الجديدة لمجتمعات الألفية القادمة، حيث الحق في المعرفة وصياغة المجتمع المنشود، واستعرض مفهوم ومنهجيات الإتاحة المعلوماتية

1 - احمد صلاح، " إتاحة المعلومات ودورها في تفعيل مشاركة المجتمع المدني " ، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر إتاحة المعلومات حق لكل مواطن، جمهورية مصر العربية، الإسكندرية، مكتبة الإسكندرية 7-9 فبراير 2008م.

2 - محمد عبد الغني رمضان، ومحمد رمضان بشندي، " كيفية تمكين المجتمع المدني من خلال إتاحة المعلومات " ، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر إتاحة المعلومات: حق لكل مواطن، (جمهورية مصر العربية، الإسكندرية، مكتبة الإسكندرية، 7-9 فبراير 2008م.

المطروحة للمجال العام ، مع التطرق لأهمية الإتاحة المعلوماتية ودورها في إكمال حلقة الإعلام والاتصالات بين أصحاب المصالح كافة داخل النطاق المجتمعي إقليمياً ودولياً.

١٠ - دراسة ماثيو كوشن و ما سا هيرو يا ما موتو Matthew J. Kushin & Masahiro Yamamoto (2008) بعنوان " استخدام طلبة الجامعات لوسائل الاجتماعية واتخاذ القرار الانتخابي في انتخابات ٢٠٠٨".

وهي دراسة مسحية أجريت على عينة من الشباب الجامعي الأمريكي في مقاطعة (نورث ويست) قبيل أسبوعين من إجراءات الانتخابات في نوفمبر ٢٠٠٨ وسعت الدراسة إلى استكشاف أدوار استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي في التأثير على عملية اتخاذ القرار السياسي لدى الشباب .

ومن أهم ما توصلت إليه هذه الدراسة ثبت وجود علاقة ايجابية بين كل من استخدام (استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية - التعبير على الانترنت - استخدام مصادر الانترنت التقليدية) والكفاءة السياسية ، وان المبحوثين الذين يولون انتباها أكبر للمعلومات المقدمة في الحملة عبر مصادر الانترنت التقليدية كانوا أكثر فاعلية وكفاءة سياسية .وان استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية والتعبير على الانترنت واستخدام مصادر الانترنت التقليدية ايجابيا بالانغماس السياسي وان مصادر الانترنت التقليدية كمواقع الأخبار ومواقع المرشحين والمواقع الحكومية ساهمت بدور أكبر في تسهيل المشاركة السياسية بين الشباب في الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ٢٠٠٨ .

١١ - دراسة ويو زانج وستيلا تشيا Weiwu Zhang & Stella C. Chia (2006) " تأثيرات استخدام وسائل الإعلام والرصيد الاجتماعي على المشاركة المدنية والسياسية (2) "

وهي عبارة عن دراسة مسحية على عينة مكونة من (٢١٩)مبحوثا في الولايات المتحدة الأمريكية بالاعتماد على المقابلات الهاتفية كأداة لجمع البيانات .

1-Matthew J. Kushin & Masahiro Yamamoto, " *Did Social Media Matter* ? College Student ' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election , Paper Presented to Association for Education in Journalism & Mass Communication , (Boston , USA,2009)

, Online : http://www.allacademic.com/meta/p375251_index.html.

2 - Weiwu Zhang & Stella C.Chia(2006) : *The Effects Of Mass Use and Social Capital on Civi and Political Participation* , *Communication Studies*, Volume 57, Issue 3 September 2006 , pages 277-297,online :

[Http://www.Informaworld.Com/Smpp/Content~Content=A756680794~Db=~All~Order=Page](http://www.Informaworld.Com/Smpp/Content~Content=A756680794~Db=~All~Order=Page).

ومن أهم نتائج هذه الدراسة ، أظهرت الدراسة أن ثقة الأفراد في الآخرين أو المؤسسات لا تؤثر على المشاركة السياسية والمدنية للأفراد ، وثبت وجود تأثيرات دالة للاتصالات الاجتماعية للأفراد على المشاركة السياسية والمدنية ، وأن قراءة الصحف ومشاهدة الشؤون العامة عبر التلفزيون تؤثر على المشاركة السياسية في حين لم تؤثر على المشاركة المدنية ، فيما كانت قراءة الصحف ومشاهدة الشؤون العامة مؤشرات للتنبؤ بالمشاركة السياسية في حيث لم تمثل المتغيرات الديموغرافية مؤشرات للتنبؤ بالمشاركة السياسية .

١٢ - دراسة حنان جنيد (٢٠٠٣) بعنوان "تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الانترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية"^(١).

حيث سعت هذه الدراسة لمعرفة الى أي مدى يعتمد طلاب الجامعة على الاتصال التفاعلي من خلال شبكات الانترنت كمصادر أولية للمعلومات عن القضايا السياسية العالمية والمحلية، وأثره على مشاركتهم السياسية ، واستندت هذه الدراسة الى منهج الاستخدامات والاشباعات كإطار نظري للدراسة، كما استندت الدراسة الى بعض المبادئ والأسس العملية لنظرية التلقي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي والتحليلي ، واستخدمت أسلوب العينة المتاحة ، وتكونت عينة الدراسة من (٢١٠) مفردة من الطلاب المقيدون بثلاث جامعات مصرية خاصة وهي : جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا ، وجامعة ٦ أكتوبر، وجامعة مصر الدولية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي ، أكدت الدراسة على تأثير الانترنت على أساليب المشاركة السياسية لطلاب الجامعات كما أوضحت ان من أهم أسباب الاعتماد على الانترنت كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية والمحلية والعلمية هو إمكانية استدعاء المعلومة في أي وقت . وأكدت الدراسة أيضا على أن المواقع الإخبارية احتلت المرتبة الأولى بين تفصيلات المواقع الاليكترونية التي يفضل الطلاب التعرض لها. كما أكدت الدراسة على تزايد أهمية كمصدر رئيسي من مصادر معلومات طلاب الجامعات.

1 حنان جنيد ، " تكنولوجيا الاتصال التفاعلي ' الانترنت ' وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصري ، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن عشر ،جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، يناير - مارس ، 2003م.

١٣-دراسة (Hou, Cheng.N. & Wang, Ming. H., 2003) بعنوان " الإنترنت كوسيلة إعلامية بديلة: دراسة دور المجتمع الافتراضي في المشاركة السياسية في تايوان^(١).

تناولت الدراسة ما إتاحتها وسائل الإعلام البديل من أنواع مختلفة للاتصال أسهمت في تعزيز حرية التعبير عن الآراء والاتجاهات المتنوعة، وجعل الفضاء الإلكتروني مجتمع حقيقي يتبادل عليه الأفراد الخبرات المشتركة بينهما، واللغات والثقافات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة ، وجد أن مجتمعات المثليين جنسيا يستخدمون وسائل الإعلام القائمة على الحساب الآلي لبناء هوياتهم ومجتمعاتهم على شبكة الانترنت حيث تقدم شبكة الانترنت فرصة أفضل للأفراد المثليين جنسيا للمشاركة في الاتصال التفاعلي، وأن هناك إمكانية لتعاون وسائل الإعلام البديل ووسائل الإعلام المطبوعة في معالجة نفس القضايا الاجتماعية.

١٤ - دراسة وليد فتح الله بركات (2003) بعنوان اعتماد الشباب الجامعي الكويتي على وسائل الاعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية^(٢).

حيث اعتمدت هذه الدراسة على نموذج الاعتماد على وسائل الاعلام في إطارها النظري، وسعت هذه الدراسة لمعرفة وسائل الاعلام التي يتجه إليها الشباب الجامعي الكويتي كمصادر للحصول على المعلومات التي يحتاج إليها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح ، وصمم الباحث صحيفة استقصاء، واعتمد على أسلوب المقابلة المباشرة مع المبحوثين، وشملت عينة البحث على (٥٠٠) مفردة من الشباب الجامعي ، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن تلفزيون الكويت يحظى بثقة كبيرة لدى المبحوثين بينما تعد الإذاعة مصدر متواضع للحصول على الإخبار والمعلومات ، كما أن الانترنت كوسيلة إخبارية ما زالت في موقع متأخر نسبيا بين اختيارات المبحوثين، وأنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة بين الوسيلة التي يعتمد عليها المبحوث للحصول على الأخبار بصفة عامة وبين كثافة استخدامه لوسائل الإعلام.

1 - Hou, Cheng - N,& Ming- H," *Creating the Internet as Alternative Media*", Paper present at the Annal Meeting of the American Sociological Association, Atlanta Hotel, Atlanta, GA, (2003) Aug16,.

2 - وليد فتح الله بركات، " اعتماد الشباب الجامعي الكويتي على وسائل الاعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية" (المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد الثامن عشر، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة (يناير- مارس 2003).

التعليق علي الدراسات السابقة: -

أولاً: محور الدراسات التي تناولت طبيعة استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية:

١- أكدت دراسة زهير عابدين ٢٠١٢ تفوق البريد الالكتروني على باقي مواقع شبكات الاجتماعي من حيث الاستخدام في المرتبة الأولى في حين ان دراسة نعيم المصري ٢٠١٣ أكدت علي ان (الفيس بوك) من أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً من قبل المبحوثين إذ جاءت في المرتبة الأولى ، وأن أكثر المواد التي يتناقش فيها المبحوثين خلال التواصل مع الطلبة عبر الشبكات الاجتماعية تبادل وجهات النظر والآراء.

٢- اختلفت دراسة سهام جمال ٢٠١٢ عن دراسة (ارين كارينسكي ٢٠١٠ ونعيم المصري ٢٠١٣) في ان دراسة سهام توصلت لأهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في جعل التعليم أكثر تأثيراً وفاعلية في حين ان دراسة ارين كارينسكي ونعيم المصري أكدوا علي أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على شبكة الانترنت وتصفح موقع " فيس بوك" أكبر الشبكات الاجتماعية على الانترنت ادني بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراًؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع نظراً لانهم يؤدون ساعات طويلة مع هذه الشبكات فأثر إيمانهم للفيس بوك علي تحصيلهم الدراسي وعدم استخدام الشبكات الاجتماعية من قبل المعلمين لأنها تعد مضيعة وإهدار للوقت.

٣- اختلفت دراسة علاء الدحويح ٢٠١٢ عن دراسة سهام جمال الدين ٢٠١٢ في ان علاء أكد علي ان الطلبة يفضلون استخدام الصفحات عن المجموعات والتطبيقات في حين ان دراسة سهام توصلت إلي ان التعلم عبر شبكة التواصل الاجتماعي الويكي، يجعل التعليم أكثر تأثيراً وفعالية.

٤- اختلفت دراسة ممدوح عبد الحميد ٢٠١٢، ودراسة خورشيد ٢٠١١ ودراسة اشرف جلال ٢٠١٢ عن دراسة (سحرو وجولد وكاترن فون ٢٠١٢ ودراسة أسامة المدني ٢٠٠٩) في ان "ممدوح؛ وأشرف وخورشيد توصلوا إلي ان شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة فيس بوك كانت أداة لظهور حركات جديدة تنادي بالتغيير والتي أدت في نهاية الأمر لأحداث ثورات الربيع العربي وذلك لقدرتها علي تحقيق المشاركة بفاعلية بصورة تهدد الوسائل

التقليدية ، وكسرت حاجز الخوف وحوّلت العمل السياسي السري إلى نشاط علني، وقامت بدور التعبئة الأيديولوجية للثورات وساهمت في تغيير الصورة النمطية للشباب العربي، إذ حولته من شباب كان يوصف بالسطحية، إلى شباب فاعل يتوق للحرية والكرامة والتغيير. في حين أن دراسة سحر وجولد وكاترن فون ٢٠١٢ أكدت علي ان التكنولوجيا ذات تأثير بعيد للغاية في إحداث التغيير السياسي، وأكدت ان التغيير السياسي ينبع من إرادة الشعوب وذلك بتعزيز من وسائل الإعلام المختلفة للأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

٥- اتفقت دراسة منصور مع دراسة أمال كمال ٢٠١١ في أن أهم المواقع التي يستخدمها الشباب هي الفيس بوك لأكثر من ساعتين يوميا وذلك للاتصال بالأصدقاء الحاليين والقدامى ولكنهم اختلفوا مع زهير عابد تفوق البريد الالكتروني على باقي مواقع شبكات الاجتماعي من حيث الاستخدام.

٦- اختلفت دراسة منال منصور وأمال كمال ٢٠١١ عن دراسة "بيمن" فترتي دراسة منال منصور وأمال كمال ان هناك أهمية كبرى لمواقع الفيس بوك في توطيد العلاقات الجديدة والحفاظ علي العلاقات القديمة بين الشباب الجامعي فيشعر الطالب انه جزء من مجتمع الفيس بوك في حين ان دراسة بيمن ٢٠١١ تؤكد ان هناك عدم اعتراف من الادارة التعليمية بأهمية استخدام الانترنت مما يؤثر تأثيرا سلبيا علي الطلاب والمدرسين الذين أصبحوا لا يكونون إلا اراءاً سلبية عن علاقتهم بالطلاب عبر الفيس بوك

٧- اختلفت دراسة ميشيل فانسون عن دراسة امال كمال ٢٠١١ في ان دراسة ميشيل تؤكد ان الأشخاص البالغين قد اعترفوا بأنهم يقضون أوقات أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم. في حين ان دراسة امال كمال أكدت علي ان استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي هو نوع من توطيد العلاقات والإبقاء عليها.

٨- تختلف دراسة نرمين خضر ٢٠٠٩ ودراسة منال منصور ٢٠١١ ودراسة بيت كوم في ان نرمين ترى ان دوافع التسلية هي التي تحتل المركز الأول لمستخدمي الفيس بوك بينما دراسة منال منصور تؤكد ان تفضيل الشباب المواقع الاجتماعية بغرض التواصل مع الآخرين وتشكيل مجموعات من الأصدقاء جاء في الترتيب الأول ، اما دراسة بيت كوم ٢٠١١ كشفت أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس قائمة دوافع استخدام طلاب

الجامعة لموقع face book، و السبب الرئيسي لاستخدام الإنترنت في المنطقة العربية، يعود إلى المشاركة في النشاطات الاجتماعية على الشبكة الإلكترونية.

٩- أكدت دراسة **نعيم المصري** ٢٠١٣ أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل الباحثين أثر وأدى إلى انخفاض التعامل مع وسائل الإعلام الأخرى بدرجات متفاوتة جاء أكثرها على مطالعة واستعارة الكتب كما أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية أثر سلباً على قراءة الصحف والمجلات وبذلك **تختلف عن دراسة سميرة شيخاني** ٢٠١٠ التي تؤكد علي أن الثورة الصناعية أدت لظهور عصر جديد هو عصر المعلوماتية التي أحدثت طفرة الصحافة والسينما والإذاعة.

١٠- أكدت دراسة **محمود الفطافطة** ٢٠١١ أن الجهد الفلسطيني استغل الإعلام الجديد لبناء رأي عام لكنه لم يستطع تجاوز طرق العمل التقليدية في الأداء الفلسطيني في كافة حقوله.

١١- أكدت دراسة **عمرو اسعد** ٢٠١١ أن نسبة ٩٧% من طلاب الجامعة لديهم profile متاحة لجميع مستخدمي موقع الفيس بوك, face book، واحتلت مجموعات النقاش الترفيهية في مقدمة مجموعة النقاش التي انضم إليها طلاب الجامعة، وأن مقاطع الفيديو الترفيهية والغناء والموسيقى على يوتيوب, YouTube كانت الأكثر مشاهدة بالنسبة للشباب المصري وأيضا المقاطع الوثائقية ومقاطع الفيديو التي تناولت القضايا الاجتماعية والأحداث السياسية كانت الأكثر مشاهدة لدى الشباب المصري، وبذلك تتفق مع دراسة **نرمين خضر** التي تؤكد علي ان دوافع التسلية هي التي تدفع الطلاب لاستخدام الفيس بوك.

١٢- أكدت دراسة **محمد غريب** ٢٠١١ ان هناك فروق معنوية دالة إحصائيا بين طلاب الكليات العلمية وطلاب الكليات النظرية من حيث حصولهم على نوعية المكتسبة من خلال شبكة الانترنت، وخاصة المعلومات الرياضية والاجتماعية، وأوضحت النتائج أيضا ارتفاع متوسط الشعور بالسعادة في أي عمل جماعي يقومون به.

١٣- أكدت دراسة **نشوي عقل** ٢٠١٠، انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تفاعلهم مع الآخرين، (الأسرة- الأصدقاء- الزملاء وبذلك تختلف مع دراسة **ميشيل فانسون** التي تؤكد أن الأشخاص البالغين قد اعترفوا بأنهم يقضون أوقات أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم.

١٤- أكدت دراسة سالم الهباش ٢٠٠٩ ان هناك علاقة خطية ايجابية بين استخدام شبكة الفيس بوك وتغيير الصور الذهنية والنمطية بين كل من الفلسطينيين والأمريكيين الذين تعرضوا للمعالجة التجريبية التي تدعم التقريب بين الشعبين مما يمثل بدوره دليلاً تجريبياً على الدور الايجابي والفاعل لشبكات التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة القومية

المحور الثاني:- الدراسات المتعلقة بدور الإعلام في المعرفة والمشاركة السياسية والاجتماعية

١- أكدت دراسة رامي حسين الشرافي ٢٠١٢ ان استخدام الطلاب للإعلام التفاعلي له دور كبير في تشكيل ثقافتهم السياسية كما ان طلبة الجامعات الفلسطينية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وبذلك تتفق مع دراسة (Cheng.N. & Wang, Ming. H., 2003) في أن شبكة الانترنت تقدم فرصة أفضل للاتصال التفاعلي.

٢- أكدت دراسة طه عبد العاطي نجم و أنور بن محمد الرواس (٢٠١١) علي ان قضايا السياسة الداخلية تصدر اهتمام طلاب جامعة السلطان قابوس ، وان احتواء الانترنت علي فيديوهات وصور هي الدافع القوي وراء متابعة الشباب للقضايا السياسية علي مواقع الانترنت وذلك أيضا للجرأة التي تعالج بها الموضوعات.

٣- اتفقت دراسة رامي حسين الشرافي ٢٠١٢ مع دراسة محمود عبد القوي ٢٠٠٩ مع دراسة Rebecca A.Hayes 2009 في ان الفيس بوك له دور كبير في تشكيل ثقافة الشباب السياسية استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لأهداف سياسية يمكن أن يكون له تأثير ايجابي على كفاءة التعلم السياسي وعلى المعرفة والمشاركة السياسية. و نسبة كبيرة من عينة الدراسة تستخدم الفيس بوك لأغراض سياسية ولا فرق في ذلك بين الإناث والذكور، والسبب الرئيسي وراء استخدام الفيس بوك لمناقشة القضايا السياسية هو الحرية التي يتيحها التطبيق في إبداء وجهات النظر المختلفة أي تعددية الآراء

٤- اتفقت دراسة هشام عطية ودراسة حنان جنيد ٢٠٠٩ في تأثير الانترنت علي أساليب المشاركة السياسية ان أن المدونات قدمت مجالاً منافساً لوسائل الإعلام السائدة في تناولها للقضايا العامة وقادرة علي تعبئة الرأي العام للاتجاه لناحية معينة وذلك أيضا لسرعتها في رصد الأحداث وانفرادها بوقائع لا تبثها وسائل الإعلام العادية كما أن نجاحها يتوقف علي

انتقادها المستمر لأدائها في تناول القضايا ، وبذلك تختلف مع دراسة احمد رضوان ٢٠١١ التي توصلت إلي ان القنوات الإخبارية جاءت في مقدمة ما تابعه الناس أثناء ثورة ٢٥ يناير ثم الصحف العربية ثم المواقع الالكترونية ، وأيضا أوضحت أن الاعتماد علي وسائل الإعلام المختلفة كان له العديد من التأثيرات السلوكية والوجدانية.

٥- اتفقت دراسة Rebecca A.Hayes (2009) مع دراسة احمد رضوان ٢٠١١ في ان وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والأخبار والتلفزيونية أكثر تفضيلا عن مصادر المعلومات الالكترونية للأخبار وذلك أثناء الانتخابات وجاءت القنوات الإخبارية في مقدمة ما تابعه الناس أثناء ثورة ٢٥ يناير ثم الصحف العربية ثم المواقع الالكترونية ، وأيضا أوضحت أن الاعتماد علي وسائل الإعلام المختلفة كان له العديد من التأثيرات السلوكية والوجدانية

٦- اختلفت دراسة وليد فتح الله بركات ٢٠٠٣ مع دراسة Rebecca A.Hayes (2009) و دراسة احمد رضوان ٢٠١١ في أن وليد بركات يري أن وسائل الإعلام التقليدية ومنها التلفزيون تحظى بثقة الكثيرين وتأتي بعد منها الإذاعة أما الانترنت فمازال في موقع متأخر.

٧- اتفقت دراسة احمد صلاح ٢٠٠٨ مع دراسة محمد رمضان ومحمد بشندي ٢٠٠٨ في أهمية إتاحة المعلومات لمجتمعات الألفية الجديدة لأهمية ذلك في إكمال حلقة الإعلام والاتصالات بين أصحاب المصالح داخل المجتمع.

٨- اتفقت دراسة ماثيو كوشن و ما سا هيرو يا ما موتو ودراسة مسعد عويس ٢٠٠٩ ودراسة حنان جنيد ٢٠٠٣ في أهمية استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية والتعبير على الانترنت في خلق إنسان ذو كفاءة وفاعلية سياسية مما كانت سببا في تسهيل المشاركة السياسية وذلك من خلال الدور التربوي لأجهزة الإعلام في نشر ثقافة المشاركة،من خلال إعلاء المصلحة العامة فوق المصلحة الشخصية.

٩- اتفقت دراسة احمد رضوان ٢٠١١ مع دراسة رانيا محمود ٢٠٠٧ ودراسة حنان جنيد ٢٠٠٣ ودراسة وليد فتح الله بركات ٢٠٠٣ علي أهمية وسائل الإعلام التقليدية كالبرامج الحوارية في استقاء الشباب لمعلوماتهم عن مشكلات المجتمع المصري مما يوضح أن الاعتماد

علي وسائل الإعلام المختلفة كان له العديد من التأثيرات السلوكية والوجدانية وأكد أيضا علي ان القنوات الإخبارية جاءت في مقدمة ما تابعه الناس أثناء ثورة ٢٥ يناير ثم الصحف العربية ثم المواقع الالكترونية.

١٠- أكدت دراسة (2006) Weiwu Zhang & Stella C. Chia علي المشاركة السياسية لا تتوقف علي الثقة في الآخرين أو المؤسسات كما ان المشاركة السياسية لا تتوقف علي أي متغيرات ديموجرافية وبذلك تختلف عن دراسة احمد صلاح ٢٠٠٨ التي تري ان غياب مشاركة المجتمع ترجع لعدم اتاحة المعلومات الكافية وذلك لعدم وجود تعاون بين الحكومة والقطاع الخاص تحت ما يسمى بالأمن القومي.

تحليل واستنتاج

من خلال مراجعة الباحث للدراسات السابقة ذات العلاقة بمشكلة الدراسة يمكن الإشارة الى ما يلي:

- هناك حاجة لمزيد من هذه الدراسات لكي توصل لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب في قضايا المجتمع بالشكل الكافي وخصوصا في المجتمع الفلسطيني الذي لا يزال يفتقر لمثل هذه الدراسات.

- إن معظم الدراسات السابقة أوجدت أن موقع شبكة الاتصال الاجتماعي الفيس بوك هو الأكثر استخداما فيما بين الشباب وخاصة الجامعي ، وأن الناشطين السياسيين هم الأكثر استخداما لموقع الفيس بوك , Face book .

- تركيز معظم الدراسات العربية على تناول دور وسائل الاتصال في المشاركة الثقافية والسياسية في إطار محيطها الجغرافي إلا أن هذه الدراسات ساهمت في تقديم معلومات هامة عن طبيعة الدور الإعلامي في المجالات العامة وإن كان يتصف في الغالب بالغياب أو الضعف في أحسن الأحوال وذلك يعود الى حداثة ظاهرة الإعلام الجديد ومنها شبكات التواصل الاجتماعي، مما يدعوا الى التركيز على دراسة دور هذه الشبكات الاجتماعية ذات المضمون المتخصص في تدعيم قضايا المجتمع.

- وأجريت الدراسات الميدانية على جمهور الشباب بوجه خاص، والجمهور بشكل عام، ولم تهتم بقطاعات أخرى نوعية من الجمهور.

- فيما كانت الدراسات الأجنبية أكثر عمقاً وشمولاً في تناولها لدور شبكات التواصل الاجتماعي من خلال التركيز على أبعادها وقدرتها على توظيف المشاركة لدى الجمهور الى جانب المتغيرات الاتصالية حيث ركزت دراسات منها على دور الأسرة والبناء الثقافي السائد في المجتمع وأثره مما جعل هذه الدراسات تتميز بعمق أكبر.

- كشفت تلك الدراسات عن تنامي تأثير شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في مجالات وقضايا الشأن العام ، حيث اضطلعت وسائلها بدور مهم في إثراء المجال الإعلامي ، وتفعيل قيم عدالة الممارسة الاتصالية بين المترددين عليها ، فضلا عن دورها المؤثر في التمهيد لثورات الربيع العربي عبر سنوات من النشاط الإلكتروني لمرتابه ، ومد جسور التواصل بين مختلف فئات المجتمع .

- إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يستخدم لتواصل الشباب مع الأصدقاء والمدرسين وزملاء الدراسة لذا تعد شبكات التواصل الاجتماعي امتداد للصدقات والاهتمامات. -اللافت أن الباحث وجد تباين في نتائج الدراسات التي تناولت طبيعة استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية وحدود تأثيراتها في الشباب ، فمنها الايجابي المتمثل في دور تلك المواقع تحفيز ودعم العلاقات الاجتماعية، وبناء علاقات إنسانية مبنية على الاهتمامات والأنشطة المشتركة بين المستخدمين ، وخلق مساحات واسعة من التعبير عن الآراء.

-أثبتت نتائج الدراسات السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وأنها أدت دوراً كبيراً في الثورات العربية من خلال التنسيق بين الثوار.

- وعلى النحو الأخر وجد الباحث بعض الدراسات الأجنبية والعربية اهتمت بتحليل مضمون الصفحات الشخصية لمستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية ، في هذا المجال . والأبرز أنها أجريت على عينات من طلبة الجامعات باعتبارها الفئة الأكثر استخداما لمواقع الشبكات الاجتماعية.

موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

- وأخيرا ساعدت الأدبيات السابقة الباحث في تحديد تساؤلات الدراسة وفروضها، والاستفادة منها لاستخدامها في هذه الدراسة، ومساعدة الباحث في صياغة المشكلة البحثية للدراسة، والتعرف على متغيرات الدراسة وأهدافها، وساعدت أيضا في صياغة استبانة الدراسة. - أفادت هذه الدراسات في تحديد الخلفية النظرية لموضوع الدراسة.

- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة والعمل على ربطها بالدراسة الحالية بما يثريها ويعزز من أهميتها.

وبما أننا نبدأ من حيث انتهى الآخرون وحيث أن البحث العلمي لا بد أن يكون تراكمياً ويكمل ما توصل إليه الغير فإننا نستطيع أن نقول أن هذه الدراسة هي استكمال لدراسات أخرى سابقة سعت إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة الشبابية وبشكل خاص في القضايا المجتمعية حيث لم تُجرَ دراسة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية ، خاصة أن فلسطين شهدت حراكاً جماهيرياً للمطالبة بإنهاء الانقسام الفلسطيني الداخلي ، انطلقت في ١٥ آذار كانون ثاني عام ٢٠١١، وغيرها من من الدعوات التي أطلقت على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

خامساً: - تساؤلات الدراسة

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس التالي : ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية ؟

١- ما مدى استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي، وما هي شبكات التواصل الاجتماعي الأبرز التي يستخدمها الشباب الفلسطيني؟

٢- ما القضايا المجتمعية المثارة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين؟

٣- ما مدى الاستفادة التي يحققها الشباب الفلسطيني من شبكات التواصل الاجتماعي؟

٤- ما هي الخدمات التي يقبل عليها الشباب الفلسطيني بصفة مستمرة على شبكات التواصل الاجتماعي؟

٥- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في إكساب الشباب الفلسطيني مهارات التفاعل والمشاركة في القضايا المجتمعية؟

٦- إلى أي حد يرى الشباب الفلسطيني أن استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يدفعهم للتفكير في طرق حديثة وجديدة لمشاركة فاعلة في قضايا المجتمع؟

سادساً: - فرض الدراسة

يؤثر معدل التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي على مدى المشاركة في القضايا المجتمعية في إطار متغيرات (النوع - التعليم - الدخل).

سابعاً: - مفاهيم الدراسة

شبكات التواصل الاجتماعي :

• **التعريف العلمي :** مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية (World Wide Web)، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات ⁽¹⁾.

وفي تعريف آخر هي مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور ⁽²⁾، وهي مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة ، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين ، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال ، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر ⁽³⁾.

• **التعريف الإجرائي:** "شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم واكتسبت أسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر ، والتي يستخدمها الشباب الفلسطيني والتي تتشكل من خلال الإنترنت وتسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة ، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين ،

1- سلطان الصاعدي. الشبكات الاجتماعية .. خطر أم فرصة؟! 2013 م، تاريخ الاسترجاع 2013.2.17، على الرابط <http://www.alukah.net/spotlight/0/40402>

2 - جمال عبد العزيز، الشهران ، الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعلم، "ط2"، (الرياض ، مطابع الحميضي، 2003م) ص134.

³ - Danah m. Boyd, Nicole B.Ellison , *Social network sites; Definition , history and scholar ship* , Journal of computer mediated communication , vol(13),issue (1) <http://icmc.indiana.edu/vol13issue1 /boyd.ellison.html>.

والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال ، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر .

القضية المجتمعية :

التعريف العلمي : هي عبارة عن حدث معين في مجتمع ما نتيجة التغيرات الطارئة عليه بفعل عوامل خارجية أو عوامل دخيلة على المجتمع ، فالقضية المجتمعية من حيث المجتمع تتضمن مجموعة بشرية كبيرة وحدود جغرافية واسعة على عكس المشكلة الاجتماعية التي تتضمن مجموعة بشرية صغيرة وحدود جغرافية صغيرة ⁽¹⁾ .

التعريف الإجرائي: مفهوم القضية أعم وأشمل وتتضمن القضية العديد من المشكلات مثل مشكلات التعليم والفقير وغيرها .

المشاركة المجتمعية

التعريف العلمي : يقصد بالمشاركة المجتمعية بأنها الإسهامات والمبادرات للأفراد والجماعة سواء مادية أو عينية، كما يمكن تحديدها أيضا بأنها مسئولية اجتماعية لتعبئة الموارد البشرية غير المستغلة ووسيلة للفهم والتفاعل المتبادل لجهود ومواد كل أطراف المجتمع والتنسيق بينها من أجل تحقيق الصالح العام في المجالات المختلفة في المجتمع ⁽²⁾ .

التعريف الإجرائي : عبارة عن الإسهام المنظم لأكبر قدر ممكن من شرائح المجتمع المختلفة في صنع القرارات والمشاركة في العمليات المرتبطة بالتأثير على مناحي المختلفة بوسائل المشاركة المتاحة.

المفهوم الإجرائي لمشاركة الشباب .

هو إشراك الشباب في عملية تنمية المجتمع وتحديد الاحتياجات والبحث عن حلول واتخاذ قرارات والتخطيط على مستوى الجماعات والتنظيمات والمنظمات العاملة في المجتمع ، وإشراكهم أيضا في عملية تنمية المجتمع والنهوض به وتحديد الاحتياجات والبحث عن حلول والتخطيط على مستوى الجماعات على كافة المستويات العاملة في المجتمع.

1 - فهمي سليم الغزوي ، المدخل إلى علم الاجتماع ، (الأردن، عمان . دار الشروق للطبع والنشر 2004م) ، ص 43.

2 - عمر، رحال، الشباب والعمل التطوعي ، (فلسطين، مؤسسة الحياة للإغاثة والتنمية، 2006م) ، ص 11.

ثامنا: - الإجراءات المنهجية للدراسة

في ضوء مشكلة البحث وفرض الدراسة وتساؤلاتها تم تحديد مجتمع الدراسة واختيار أنسب أنواع العينات - الاحتمالية أو غير الاحتمالية- تمثيلاً لهذا المجتمع، وكذلك اختيار نوع المنهج وأدوات جمع البيانات المناسبة، والقيام بعد ذلك بإجراءات المعالجات الإحصائية اللازمة للخروج بنتائج المسح الميداني.

أولاً : نوع الدراسة

نظراً لطبيعة هذه الدراسة من حيث نوعية متغيراتها ومصادر معلوماتها فإنها تُعد من الدراسات الوصفية Descriptive studies التي تهتم بدراسة واقع شبكات التواصل الاجتماعي وتناولها للقضايا المجتمعية الفلسطينية، وتأثيرها على تنمية وتفعيل مشاركة الشباب الفلسطيني اتجاه قضاياها المجتمعية والتي تهدف إلى تصنيف البيانات والحقائق التي يتم تجميعها وتسجيلها ثم تفسيرها وتحليل هذه البيانات تحليلاً شاملاً واستخلاص دلالات مفيدة⁽¹⁾.

ثانياً: منهج الدراسة

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح الاجتماعي والذي يعد جهداً علمياً منظماً يساعد على وصف الظاهرة، والحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر وتقديم صورة واقعية أو أقرب ما يكون إلى الواقع من الظاهرة⁽²⁾، وللحصول على وصف دقيق للمشكلة والتأكد من جمع البيانات الضرورية وتحليلها بأكبر درجة من الدقة بهدف تصنيفها وتبويبها تبويبا شاملاً ومحاولة تحليلها وتفسيرها⁽³⁾، وفي إطار هذه الدراسة تم الاستعانة بالمنهج المسحي على عينة من جمهور الشباب الفلسطيني ونشطاء الإنترنت باستخدام أسلوب المسح بالعينة في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس وفلسطيني الخارج .

مجتمع الدراسة الميدانية .

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جميع الشباب الفلسطيني من المرحلة العمرية (١٨) سنة إلى أقل من (٣٥) من الذكور والإناث (وهي فئة عمرية مفعمة بالطاقة والنشاط وإمكانية اكتساب الجديد من المعارف والمعلومات والمهارات وتحمل المسؤولية إلى جانب مرونة وعدم جمود العلاقات الإنسانية، وناهيك عن ذلك هي مرحلة عمرية يمكنها المشاركة بفاعلية في القضايا المجتمعية في البلاد.

1 - سمير حسين، بحوث الإعلام والأسس والمبادئ، " ط 1 " (القاهرة : دار عالم الكتب ، 1976م) ص 126.

2 - احمد عمر: البحث العلمي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، جامعة قار يونس، ليبيا، بنغازي. 1994، ص 68

3 - سمير محمد حسين، مرجع سابق، بحوث الإعلام " الأسس والمبادئ "، الطبعة الثالثة، القاهرة: عالم الكتب، 1999م، ص 99.

عينة الدراسة :

لجأ الباحث إلى اختيار العينة من المجتمع الأصلي بأسلوب المسح بالعينة ، وذلك من خلال العينة الحصصية غير احتمالية ويختار أفراد هذه العينة من بين الجماعات أو الفئات ذات الخصائص المعينة بنسبة الحجم العددي لهذه الجماعات وبشروط محددة سابقا وفي هذه العينة يترك الاختيار للقائم بالمقابلة أو الباحث الذي يراعي اعتبارات معينة ، وفي هذه العينة يقسم المجتمع إلي مجموعات كل مجموعة ترتبط مفرداتها بشكل ما وتؤخذ من هذه المجموعات نسبة معينة وان هذه النسبة تتفق والصفات التي قسم المجتمع بموجبها مثلاً نختار نسبة معينة من كل مرحلة دراسية (١)، والتي يبلغ قوامها (٤٥٠) مبحوث، من الشباب الفلسطيني وتم اختيار العينة وفقا لبعض الشروط والمواصفات التي حددها الباحث لتلاءم مجتمع الدراسة وأهدافها.

ج - حجم العينة :

قام الباحث بتطبيق الدراسة على عينة من الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس الشريف، والتي بلغ قوامها (٤١٠) مبحوثا ، وهو عدد كاف من الناحية الإحصائية للخروج بمؤشرات ذات دلالة ، حيث إن معظم البحوث الإعلامية تحدد حجم العينة ب ٤٠٠ مفردة إذا ما كان مجتمع الدراسة يزيد على عشرة آلاف فرد (٢) .
ويسمح هذا العدد للباحث أن يتمثل التنوع والاختلافات في خصائص العينة وإجراء المقارنات بين مفردات العينة وفقا لمتغيرات (النوع - العمر - المستوى التعليمي - الدخل).

أدوات جمع البيانات .

تم استخدام صحيفة استقصاء Questionnaire وهي أحد أدوات جمع البيانات والهدف الأساسي منها الحصول على معلومات علمية مقننة من المبحوثين في إطار الموضوع الأساسي للدراسة ، وسيتم وتوزيعها من قبل الباحث على الشباب الفلسطيني في قطاع غزة ، وتم تطبيقه - بمستوييه الاستقصاء بالمقابلة الشخصية Personal Interview والاستقصاء الالكتروني لجمع البيانات المتعلقة بالمبحوثين من حيث : خصائصهم وسماتهم ودوافعهم لاستخدام شبكات التواصل الاجتماع وتصوراتهم حول دورها في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية ، وقد تتضمن الصحيفة تساؤلات تتكون من مجموعة الأسئلة المغلقة وشبه مغلقة والمفتوحة بما يحقق أغراض وتغطية تساؤلات الدراسة الحالية ، كما وسيستخدم الباحث الهاتف النقال كأسلوب في جمع البيانات، نظراً للظروف التي تعانيها الأراضي الفلسطينية من حواجز،

1 - مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، ط١، مؤسسة الوراق ، الأردن ، ٢٠٠٠. ص١٦٢.

2 - عاطف عدلي العبد عبيد، (2002): " تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية"، القاهرة : دار الفكر العربي، ص 147 .

حيث قام الباحث بإعداد صحيفة الكترونية عبر الموقع التالي:

<http://goo.gl/pLxSHZ>

للوصول إلى عينة الدراسة خارج قطاع غزة.

وقام الباحث بتقسيم الاستمارة إلى مجموعة محاور تم تحديدها في ضوء الإطار النظري والمنهجي للدراسة بما يشمله من مشكلة بحثية وتساؤلات وفروض الدراسة على النحو التالي:

المحور الأول : يتضمن أسئلة خاصة بالخصائص بمستوى التفاعل والاستخدام الشخصي لشبكات التواصل الاجتماعي.

المحور الثاني: يتضمن أسئلة خاصة بمدى التفاعل مع القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث: يتضمن أسئلة خاصة بالدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل تنمية المشاركة نحو القضايا المجتمعية.

المحور الرابع : يتضمن أسئلة خاصة بالخصائص الديموغرافية للمبحوثين.

اختبار الصدق والثبات

اختبار صدق أداة جمع المعلومات :

يقصد به اختبار صدق أداة جمع المعلومات والبيانات ومدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً.

ولتحقيق درجة الصدق في هذه الدراسة تم إتباع الخطوات التالية :

- قام الباحث بإجراء اختبار الصدق الظاهر لفقرات الاستبانة، وذلك من خلال عرضها بصورتها النهائية على مجموعة من المحكمين أصحاب الخبرة والمعرفة في مجال البحث العلمي، المتخصصين في الإعلام⁽¹⁾، حيث أبدوا آرائهم حول فقراتها وهو ما يُعرف باسم

1- * قام بتحكيم الاستمارة كلا من السادة الأساتذة حسب الترتيب الأبجدي :

1- د. /أحمد المغاري، مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة الأقصى.

2- أ.د./إيناس أبو يوسف، أستاذ مساعد بقسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

3- أ.د./سلوى العوادلي، أستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة.

4- أ.د./شريف درويش اللبان، أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال ، كلية الإعلام جامعة القاهرة.

5- د./ صفا فوزي ، مدرس بقسم الإذاعة كلية الإعلام ، جامعة القاهرة

6- د./ نبيل اللوح/ مدرس بقسم تنمية الموارد البشرية، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين

7- د./ نيرمين خضر، أستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة

8- د./ وائل العشري، مدرس بقسم الصحافة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.

9- د./ نعيم المصري، رئيس قسم التعليم المستمر – كلية فلسطين التقنية- دير البلح

10- أ.د./ياسين لاشين ، أستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان ، جامعة القاهرة

أسلوب الصدق الظاهر " صدق المحكمين " ، والتي التزم الباحث بتعديلها إلى أن وصلت إلى صورتها النهائية لتكون قابلة للتطبيق على عينة الدراسة.

الاختبار القبلي :

بعد الانتهاء من إعداد الاستمارة الميدانية تم اختبار مدى وضوح ودقة الأسئلة قبل التطبيق النهائي على مجتمع الدراسة ، لذلك فقد تم إجراء اختبار قبلي للاستمارة على عينة عشوائية من الشباب الفلسطيني من مجتمع الدراسة تبلغ (٤٠) مبحوث بنسبة ١٠% من إجمالي مجتمع الدراسة

وبناء عليه فقد تم حذف وإضافة بعض الأسئلة والبدائل ، وتوضيح بعض النقاط المبهمة وغير الواضحة ، وغلغ بعض الأسئلة المفتوحة وإلغاء بعض الأسئلة المكررة ، وإضافة بعض البدائل الاختيارية ، وإعادة صياغة بعض الأسئلة لتلاءم مدى قدرة المبحوث على فهمها بدقة ، حيث تم إعادة صياغة أحد الأسئلة لعدم تمكن نسبة كبيرة من طلاب عينة الاختبار القبلي من فهم السؤال .

وتم توزيع رابط الاستمارة الالكترونية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني مع المتابعة المستمرة وحث المبحوثين على تعبئتها إلكترونياً ، وقد تم استيفاء الاستمارة الميدانية خلال الفترة من ٢٠١٣/٦/٢٠ إلى ٢٠١٣/٨/١٩ .

اختبار الثبات:

يقصد به الوصول الى نفس النتائج بتكرار تطبيق المقياس على نفس الأفراد في نفس المواقف أو الظروف، وبالتالي فإن كافة الإجراءات يجب أن تتسم بالدقة والاتساق والثبات للوصول إلى ثبات النتائج^(١).

قام الباحث بإجراء اختبار الثبات على عينة الدراسة وذلك من خلال أخذ عينة قوامها ٥%، من عينة الدراسة، (٢٠ مفردة) ، بعد أسبوعين من التطبيق الأول وقياس معامل الثبات بين النتائج التي توصل إليها مع كل مرة من إعادة التحليل، وجاءت نسبة الاتفاق مرتفعة بين التطبيقين حيث تم حساب معامل الارتباط بين فقرات الاستبيان ، فبلغت درجة الثبات (٠,٨٨) وهو معامل ارتباط عالي يمكن الوثوق به مما يدل على صلاحية الاستمارة للتطبيق، واستعان الباحث في هذه المرحلة بالإضافة لجهده بمجموعة من الزملاء من الباحثين وبعد الانتهاء من الاستمارات قام الباحث بعمل المراجعة المكتبية التي تم فيها استبعاد أربعين (٤٠) استمارة.

1 - محمد عبد الحميد. " البحث العلمي في الدراسات الإعلامية " ، ط 1 (القاهرة: عالم الكتب، 2000م)، ص 419.

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة :

١ - المراجعة المكتبية:

تمت مراجعة البيانات ، والتأكد من وضوح إجابات المبحوثين واستبعاد الاستمارات التي لا تحقق القدر المقبول علمياً من الصدق وبلغ عددها 40 استمارات .

٢ - ترميز البيانات:

من خلال إعداد دليل الترميز وتحويل إجابات المبحوثين إلى أرقام لإعدادها للدخول إلى الحاسب الآلي ومعالجتها .

٣ - إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي ومعالجتها:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة ، تم إجراء معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ Statistical Package for the Social Sciences ، حيث تمت عمليات دمج لبعض البيانات ، والمتغيرات ، وتحويلها من صورتها الخام إلى متغيرات يمكن إجراء الاختبارات الإحصائية عليها .

وقد اشتملت الدراسة على المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية :

• التكرارات البسيطة والنسب المئوية .

• Chi square Test χ^2 الخاص باختبار استقلالية العلاقات بين المتغيرات من النوع الاسمي .

• اختبارات T-test وتم استخدامه لقياس معنوية الفروق بين مجموعتين مستقلتين على متغير نسبي Ratio أو فئوي Interval واحد .

• تحليل التباين ذو البعد الواحد one way analysis of variance ANOVA ويستخدم لمعرفة الفروق في المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين بالنسبة لمتغير ما نسبي Ratio أو فئوي Interval واحد .

• الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائياً بينها .

• معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2x2 ، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0,30 ، ومتوسطة ما بين 0,30 - 0,70 ، وقوية إذا زادت عن 0,70 .

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر ، أي عند مستوى معنوية 0,05 فأقل .

الفصل الثاني

شبكات التواصل الاجتماعي والشباب الفلسطيني

- شبكات التواصل الاجتماعي
- الويب 2.0 والإعلام الجديد
- الأشكال الرئيسية لشبكات التواصل الاجتماعي
- شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين: ملاحظات أولية للباحث
- شبكة الفيس بوك Face Book
- شبكة التواصل الاجتماعي يوتيوب YouTube
- شبكة تويتر Twitter
- شبكة Digg
- فوائد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
- الملامح العامة لفئة الشباب في فلسطين
- دور الشباب في تنمية المجتمع
- تحديد أبرز القضايا والمشاكل والحلول المقترحة على الصعيد المجتمعي في فلسطين

الفصل الثاني

شبكات التواصل الاجتماعي والشباب الفلسطيني

شبكات التواصل الاجتماعية .

مقولة ديكارت "أنا أفكر إذن أنا موجود" أشعلت الإلهام لدى مخترعي التكنولوجيا ليبتكروا للبشرية ألواناً شتى من وسائل الاتصال والتواصل مخدلين بذلك الشطر الثاني من تلك المقولة لتصبح،

"أنا أتصل إذاً أنا موجود"⁽¹⁾، فهذه المقولة أصبحت النسخة الجديدة لنوع جديد من الإنسان لم يعد الأساسي عنده هو الاستقلال الشخصي بل تعددية العلاقات وتشابكها وإن كانت افتراضية.

شهدت البشرية عبر تاريخها ظهور العديد من الاختراعات التي أثرت تأثيراً جذرياً على حياة الناس، فقد شهد القرن الماضي على سبيل المثال ظهور ابتكارات تقنية بالغة مثل السيارة والتلفزيون والراديو والكمبيوتر والتي وبالرغم من التأثير الكبير الذي أحدثته، إلا أن تلك التأثيرات لا تزيد في أهميتها على تلك التي تقوم بها الإنترنت اليوم من حيث سرعة ذلك التأثير وعمقه وانتشاره وإمكاناته الكامنة التي لم يظهر منها حتى الآن سوى قمة الجليد، وبفضل تلك الشبكات يتحول الفرد العالمي من الانعزال ومحدودية المشاركة إلى المساهمة الشديدة في التجارب الجماعية محدثة أواصر الترابط الفاعلية.

إن المتخصصين في المستقبلات يرون أن مسار (ثورة المعلومات) وبضمنها شبكات التواصل الاجتماعي، سترتب عليها خلال السنوات المقبلة تغيرات في مجال الإعلام وإدارة شؤون الحكم والأمن سواء على مستوى المجتمع الواحد أو المستوى العالمي وتنسيق العلاقات بين الدول ببعضها البعض.

والبعض الآخر يؤكد أن التكنولوجيات البازغة للعصر الرقمي ستغير حياتنا كلها، وإننا نقف الآن على أبواب ثورة جديدة، وإن هذه الثورة ستغير الطريقة التي نصنع بها خياراتنا فيما يتعلق بكل شيء في حياتنا

فأهمية الإنترنت تكمن في قدرتها على تغيير مفاهيم الاتصال وتوزيع المعرفة، وقد ازدادت تلك الأهمية مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتر وغيرها والتي استطاعت أن تغير بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم، وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وطريقة تواصل الحكومات مع مواطنيهم، وطريقة أداء الشركات لأعمالهم.

1 - محمود، الفطافطة، مستقبل الإعلام الجديد، مركز رام الله لدراسات حقوق الإنسان "تسامح"، العدد السادس والثلاثون، السنة العاشرة، ٢٠١٢م، آذار ص ٦٥.

كما أنها غيرت مفهوم العمل التطوعي والكيفية التي يمارس بها الناشطون السياسيون والاجتماعيون والحقوقيون أنشطتهم. وكما نشاهد هذه الأيام فإن تلك الشبكات الاجتماعية، بدأت في التأثير في العملية الديمقراطية نفسها⁽¹⁾، هذه الشبكات الاجتماعية بدأت في البزوغ كأدوات ثورية التأثير وقدرات كامنة لم يظهر منها حتى الآن إلا القليل. إن هذه الشبكات الاجتماعية لم تقم فقط كما رأينا بإشعال فتيل الثورة في مصر، ولكنها أشعلت ثورة تفكير ملهم في العالم بأكمله. فالشبكات الاجتماعية أتاحت فرصة النقاش على محاور أوسع من فضاء مجالسهم وهي البوابة الجديدة لإدارة حياة الشعوب حتى لو أدت لمخاوف بعض الحكام.

الويب 2.0 والإعلام الجديد.

الإعلام الجديد (New media)، أو الإعلام الاجتماعي (Social media)، هو أحد أبرز تجليات الويب 2.0 والذي يعرف بأنه " مصطلح يشير إلى مجموعة التقنيات الجديدة والتطبيقات التي أدت إلى تغيير سلوك الشبكة الإعلامية " انترنت " ⁽²⁾.

يستخدم مفهوم " الإعلام الجديد " لوصف البيئة الإعلامية التي تدمج بين الإعلام التقليدي كالصحف، والتلفزيون، والراديو من جهة والإعلام الرقمي من جهة أخرى خاصة الإعلام التفاعلي والإعلام الاجتماعي ⁽³⁾.

ويمثل الإعلام الجديد الجانب الإعلامي من الويب 2.0، حيث يمثل المفهوم الجديد لشبكة الانترنت، فالإعلام الجديد يمثل تغييرا مهما فهو يلخص أهمية التفاعل بين المستخدمين والجماعات، ذات الاهتمامات المشتركة، التي تمثل أهم ركائز الويب 2.0 والإعلام الجديد.

فالإعلام الجديد هو مجموعة من التطبيقات والأرضيات (Platforms) ووسائل الإعلام على الشبكة والتي تهدف لتسهيل التفاعلية، والتعاون على بناء المحتويات ومشاركتها ⁽⁴⁾.

1- Kirkpatrick, David, " *The Face book Effect*", the inside story of the Company That Is Connecting the World: New Yurok : 2010, Simian 8 Shuster.

2- What is Web 2.0? *Design patterns and Business Models for the Next Generation* of 1. Software.

3- <http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/files/report/digitalyouth- White Paper.pdf>, " live with new media, p81.

4- http://www.universalmccann.com/Asset/Wave_3_20080403093750.pdf, Wave.3,P102.

حيث يعتمد الإعلام الجديد على العديد من التكنولوجيات كخلاصات الـ RSS، المدونات ، الويكي، منصات مشاركة الصور (Flickr)، مشاركة الفيديو (You Tube) ، البودكاست، الشبكات الاجتماعية، علامات تداول المواقع ، الـ Mash-ups، العوالم الافتراضية، التدوين المصغر، والكثير من التكنولوجيات الأخرى (1).

كما تتيح وسائط الإعلام الجديد إمكانيات هائلة للتواصل والاتصال الجماهيري ومن الجدير ذكره، أنني لاحظت هناك بعض الخطط في الدراسات العربية حول الإعلام الجديد، فالكثير من الباحثين يعرفون الإعلام الجديد على أنه استخدام وسائط الإعلام للتكنولوجيات الحديثة في عملها، وهم بذلك يرون أن الإعلام الجديد ظهر في الجزء الأخير من القرن العشرين، بينما الإعلام الجديد (New Media)، الذي نتحدث عنه ظهر مع الويب 2.0، لهذا فهو مرتبط بالويب وبالمستخدمين سواء كانوا أفراداً أو منظمات كما أنه يعتمد على تطبيقات لتظهر إلا في السنوات الأولى من القرن العشرين.

ويبين الباحث بأن شبكات التواصل الاجتماعي أدت إلى ظهور هذا النوع من الإعلام الذي يطلق عليه " الإعلام الرقمي، أو التفاعلي"، في تحمل في طياتها أساليب وأنماط جديدة من آليات الاتصال ومعالجة المعلومات، وتشكل منصة لمجموعة من الأشكال والوسائل الإعلامية الجديدة، " تلفزيون رقمي، راديو رقمي، شبكات اجتماعية ومدونات ... " والتي تعتبر شكل من أشكال الاتصال الجماهيري بين الأفراد والجماعات مصدراً مهماً للأخبار والمعلومات، ومسرحاً لوسائل الإعلام المتعددة من نص وصوت وصورة ، ولقطات فيديو، أتاحت للجمهور مجالاً واسعاً للمعرفة والاطلاع على مختلف الآراء والتفاعل مع القضايا المحلية والعالمية على مدار الساعة.

1 - سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، " مجلة جامعة دمشق- " المجلد ٢٦- العدد الأول والثاني، ٢٠١٠م، ص ٣٤٣



شكل رقم (١)

(مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج و نشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية "الوسائط").

ويطلق على الإعلام الجديد صفة إعلام المعلومات للدلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية و يندمج فيها، ويطلق عليه إعلام الوصلات التشعبية، Hypermedia، لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة Hyperlinks، ونحن معنيون هنا بمميزات خاصة بشبكة الانترنت التي أعطيت ميزة التشعبية والوصلات Links لما ينشر أو يبث داخلها، كما يطلق على بعض تطبيقات هذا الإعلام المستحدث إعلام الوسائط المتعددة Multimedia لحالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو^(١).

ويضيف الباحث أن الإعلام الجديد يتميز بأنه إعلام متعدد الوسائط (Multimedia)، هذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة الساكنة والصور والرسومات المتحركة، " الفيديو"، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها بشكل إلكتروني، وقد أفرز عصر المعلومات نمطاً إعلامياً جديداً، يختلف في مفهومه عن النظم الإعلامية السابقة، ويتميز عنها بالعديد من

1-عباس، مصطفى صادق (2008) : الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع،

السمات: أهمها التفاعلية، والانتقال والتحرك بسهولة بما يضمن له الشيوخ والانتشار الواسع، يضاف إلى ذلك تميز المواد المقدمة من قبل شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بتعدد أساليبها من خلال الوسائط المتعددة.

الأشكال الرئيسية لشبكات التواصل الاجتماعي

في الوقت الحالي هناك سبعة أنواع رئيسية من تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي :
* الشبكات الاجتماعية (Social networks):

الشبكات الاجتماعية هي مواقع ويب تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات ومساحات خاصة ضمن الموقع نفسه، ومن ثمة التواصل مع الأصدقاء ومشاركة المحتويات والاتصالات^(١). وأشهر الشبكات الاجتماعية :

Flicker- Bebo- Twitter- Digg- Wiki- leaks MySpace- YouTube- LinkedIn
.Face book - - Tumbler - Google -Wikipedia .



(شكل رقم ٢)

(من تصميم الباحث يوضح رمز شبكات التواصل الاجتماعي)

وتميزت بسرعة الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة، وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها، وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتها في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية وجعلتهم أكثر تفاعل ومشاركة في مخلف القضايا.

1 - أماني، مجاهد (٢٠١٠): استخدام الشبكات الاجتماعية، في تقديم خدمات مكتبة متطورة، ، مجلة دراسات المعلومات ، العدد الثامن، ص ٢ .

ويعرف الباحث الشبكات الاجتماعية بأنها خدمة متوفرة عبر الإنترنت تعمل على ربط ومشاركة وتشبيك عدد كبير من المستخدمين من شتى أرجاء العالم في موقع الكتروني واحد يتواصلون معاً مباشرة، ويتبادلون الأفكار والمعلومات ويتناقشون قضايا لها أهمية مشتركة بينهم، ويتمتعون بخدمات الأخبار، والمحادثات الفورية ومشاركة الملفات النصية والمصورة، وملفات الفيديو والصوتيات.

ولاحظ الباحث نمواً متسارعاً مستمراً في استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي، وفي تطور لافت أطلقت شركة خدمات الإنترنت الأمريكية غوغل Google في يونيو عام 2011، رسمياً خدمة التواصل الاجتماعي باسم غوغل بلس " + Google"، لمنافسة موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، وتقدم موقع التواصل الاجتماعي " + Google"، خدمات مثل خدمة الدوائر Circles، التي تسمح للمستخدمين بتصنيف العلاقات الشخصية الخاصة بهم وتقسيمها في دائرة للأصدقاء، وأخرى لزملاء العمل أو الجامعة، وأخرى للعائلة والمعارف، وتتميز خدمة جوجل بلس بالسهولة في إدارة جهات الاتصال ومرونة التحكم بإضافة مجموعة الأهل والأصدقاء كما أنها تقدم خدمة Google hangouts، التي تسمح بإجراء محادثات نصية فردية وجماعية بالصوت والصورة بين الأشخاص الموجودين في الدوائر المختلفة الخاصة بالمستخدم على الموقع، بالإضافة إلى خدمات أخرى مثل خدمة الاهتمامات Sparks لمتابعة روابط RSS .

ويشير علاء الدين شاموق إلى أن الـ "RSS هو اختصار للعبارة، Really Simple Syndication"، والتي تعني النشر المتزامن البسيط، وهو وصف معبر تماماً، فالـ "Syndication"، هو عملية بيع الصور أو المواد الإخبارية لعدد من وكالة الأنباء والصحف، المجالات، الإذاعات، والتلفزيونات، الخ ... ليقوموا باستخدامها لصالحهم⁽¹⁾.

1 - علاء الدين شاموق ، مقال بعنوان: ويب 2.0، نحو شبكة انترنت أقل قيوداً وأكثر إنسانية ، جريدة الشرق الأوسط، 8، يناير العدد، 2008، 10633 م.

• المدونات Blogs:

تعتبر المدونات أشهر أوجه الإعلام الجديد، وهي عبارة عن مذكرات ترتب بحيث توضع " التدوينات" الأحدث في أعلى الصفحة الرئيسية للمدونة تليها التدوينات الأقدم، تتيح المدونات التعليق على ما يكتب فيها، كما يمكن لصاحب المدونة التحكيم في محتوياتها بسهولة كبيرة مقارنة بمواقع الويب التقليدية^(١).

ومن أشهر منصات التدوين : Blogger-Word press، وتعرف المدونة بأنها تطبيق من تطبيقات الانترنت، يعمل من خلال نظام إدارة المحتوى، وفي أبسط صورة عبارة عن صفحة ويب على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى لمدونة كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها^(٢).

ويشير الباحث إلى أن المدونة هي موقع على شبكة الويب يستفيد من خصائص الشبكة وتقنيات الويب المتطورة، وبإمكان أي مستخدم إنشاءها من خلال مواقع الكترونية شهيرة مثل بلوغر Blogger المقدمة من جوجل Google، وويندوز لايف سبيس Windows Live Spaces، من مايكروسوفت Microsoft، واليا هو Yahoo، وموقع وورد بريس World Press، التي تعتبر من أشهر المواقع الالكترونية التي تقدم خدمة إنشاء المدونات وإدارتها على شبكة الانترنت، حيث يستطيع المستخدم من خلال هذه المواقع إنشاء مدونته وإطلاقها عبر فضاء الانترنت التفاعلي في وقت وجيز، ويعمل على إدارة محتواها بسهولة تامة، وتكون بمثابة مساحة حرة يعبر فيها عن رأيه ويعمل من خلالها على نشر أفكاره واهتماماته، وبإمكانه تلقي الردود والتعليقات على المواضيع والأفكار الموجودة في مدونته.

إن مدونات الانترنت تعتبر واحداً من أهم تطبيقات الإعلام الجديد، هو البلوغ Blog أو ويب لوج Weblog أو ما ألق عليه عربياً المدونة، وهو عبارة عن موقع على الانترنت يستخدم كصحيفة الكترونية فردية^٣ تعبر عن صاحبها، وتركز على موضوع معين، مثل السياسة أو

١ - عبد الرازق، محمد الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، "ط١"، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع ٢٠١١م

ص ٢٦٣.

٢ - زيد، سليمان، الصحافة الإلكترونية، "ط١"، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م، ص ١٣٤.

الأخبار المحلية ، ويمكن أن تكون عبارة عن مذكرات يومية، وهي تنشر بالنصوص والصور ، والفيديو والصوتيات، وتحمل وصلات لمدونات أخرى، مواقع انترنت أو وسائط أخرى متعلقة بالمقالة⁽¹⁾.

وينوه الباحث إلى أن المدونات رفعت من مساحة حرية التعبير عن الرأي وأصبح الأفراد شركاء في الإعلام، لكن الكثير منها يفتقر إلى المصداقية والموضوعية التي تميز الوسائل التقليدية" الصحافة، والإذاعة، والتلفزيون" فالمدونات تسمح للمشاركين بإنشاء صفحة إلكترونية والتمتع بالعديد من المزايا في نشر الملفات النصية والصوتية والصور الرقمية من خلال لوحة تحكم خاصة بمستخدم المدونة وهي بذلك تتيح فضاء واسع من حرية التعبير عن الرأي وتسمح بتبادل الأفكار والخبرات بين مستخدمي الانترنت، وترتبط المدونات مع بعضها البعض وتسمح بالتفاعل بين المدونين والقراء من خلال التعليق على مدخلات ومحتويات المدونة.

• الويكي Wikis:

هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة (جماعية). وهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم⁽²⁾، وأشهر هذه المواقع موقع Wikipedia الذي يمكن المتصفح من تعديل وتحرير وإنشاء مقالات جديدة وإضافتها لمحتويات الموقع الذي يشكل موسوعة كبيرة من المعلومات حول العالم وحسب إحصائية لشركة إنتل Intel أن هناك 6 مقالات جديدة تنشر على ويكيبيديا خلال دقيقة.

إن ما يهمننا منها هو تطبيق الويكي نيوز أو الويكي الإخباري Wiki news وهو يشير إلى أنه المصدر الحر للأخبار التي يمكنك أن تكتبها أنت، وهو يقدم الأخبار من جميع أنحاء العالم لحظة نشرها في الانترنت لتغطي طيفا واسعا من الاهتمامات، ويسمح ويكي نيوز بالتغطية المباشرة للأحداث ويتيح للمستخدم قراءة الخبر والتعديل عليه باستمرار⁽³⁾.

1-عباس صادق ، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل – والتطبيقات، " ط ١"، عمان دار الشروق للنشر والتوزيع ٢٠٠٨م، ص ١٦٩ .

2 -Erben, T. et al: " *Teaching English Language Learners through Technology*, New Yurok and London: Rutledge, 2009.p.133, (On-line):

<http://www.educause.edu/EDUCAUSE+Rev...dyorNot/157925>.

3 -عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل والتطبيقات، " ط ١"، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٠٨م ص 212.

وينوه الباحث إلى أن وكالات الأنباء العالمية والمحلية، البث التلفزيوني عبر شبكات الإنترنت، وإذاعة الإنترنت، وخدمة الإخبار بالهاتف المحمول، تعتبر نماذج من التطبيقات الإعلامية الموجودة في شبكة الإنترنت والتي أسهمت في التوسع بنقل البيانات والأخبار والمعلومات وتوجيه الأحداث وهي في توسع مستمر، وتجذب المزيد من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت.

• البودكاست Podcasts:

البودكاست هي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه، دون الحاجة لزيارته في كل مرة وتحميل المحتوى يدويا^(١). فالمستخدم الذي يملك تطبيقاً على جهازه كتطبيق Apple I Tunes مثلاً، يمكنه الاشتراك في خدمة البودكاست لأي موقع يريد بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة، ثم يقوم الـ iTunes بتحميل الملفات الجديدة أوتوماتيكياً في حال توفرها

• المنتديات Forums:

ظهرت المنتديات قبل ظهور مفهوم "الإعلام الجديد"، وهي عبارة عن أماكن ومساحات للنقاش على الشبكة، وتدور حول مواضيع معينة واهتمامات مشتركة، حيث تعتبر المنتديات أحد أشهر أشكال "الإعلام الجديد" وأكثرها انتشاراً^(٢).

• مجتمعات المحتوى Content communities:

هي مجتمعات (مواقع) على الشبكة تسمح بتنظيم ومشاركة أنواع معينة من المحتويات، أشهر المجتمعات تهتم بالصور كموقع (Flicker) وحسب إحصائية لشركة Intel أن هناك 20 million صورة تعرض في الدقيقة على موقع Flicker، وحفظ الروابط "Bookmark Links" كموقع (Del.icio.us)، والفيديو كموقع (You tube).

1- *what is social media*, p61.

<http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What is social Media iCrossing ebook.pdf>

2- محمد عبد الحميد، المدونات، الإعلام البديل، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠٠٩م، القاهرة ص ٥٢.

• التدوين المصغر Micro blogging:

هو عبارة عن خدمات تقدمها شبكات اجتماعية تسمح بإنشاء حسابات وصفحات شخصية تعتبر بمثابة مدونات، غير أن التدوينات هي عبارة عن رسائل قصيرة لا تتجاوز 140 حرفاً لعرضها ومشاركتها على الويب وعلى أجهزة الهواتف المحمولة، يتم التدوين إما عبر الويب⁽¹⁾، (سواء عبر الموقع نفسه أو عبر مختلف التطبيقات المكتبية المطورة بناء على منصة تطوير الموقع) أو عبر الرسائل القصيرة (SMS). يعتبر Twitter أشهر موقع للتدوين المصغر بالإضافة إلى Jaiku و Pownce.

• قياس التأثير (Klout) :

هو موقع يقيس مدى تأثير الناشطين على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، والأشخاص أكثر تأثراً بهم إضافة إلى المواضيع المنشورة ودرجة انتشارها اعتماداً على الأشخاص المرتبطين، Engage، ويعطيهم ترقيم ما بين 10 - 100، حسب درجة نشاطهم⁽²⁾.

ويشير الباحث إلى أن هناك مشروع قام به مجموعة من المبرمجين الفلسطينيين يهتم بتصنيف الحسابات والصفحات الأكثر تأثيراً على مستوى فلسطين تحت عنوان: الصفحات الزرقاء (Palestine Blue Page).

فلسطين تواكب التطور التكنولوجي

يتوفر في فلسطين اتصال بالإنترنت من خلال عشر شركات مزودة لخدمات الإنترنت، بدأت عملها منذ عام 1994، منها ثماني شركات في الضفة الغربية والقدس، واثنان في قطاع غزة، كما يرتبط مقدموا الخدمة بالإنترنت عبر مقدمي خدمة من إسرائيل - لعل ذلك يعود إلى عدم توفر بديل عربي لتزويد فلسطين بالإنترنت - كما أن خدمة التزويد بالإنترنت تحتاج إلى سيادة كاملة على الأرض، وهذا بحاجة إلى استقلال تام لعمل خطوط تزويد فلسطينية، أو وكلاء لشركات عربية داخل إسرائيل، كما أن عدد شركات مقدمي الخدمة في ازدياد مستمر وتحاول شركة الاتصالات الفلسطينية القيام بمشروع من أجل تزويد خدمة الإنترنت بشكل رئيسي.

1 - حسنين شفيق، "التدريب الإعلامي عبر الإنترنت"، سلسلة التدريب الإعلامي، الكتاب الثاني، القاهرة، 2011 ص 170.

2 - متاح عبر موقع www.klout.net, تاريخ التصفح 20-3-2013م.

فبعد اعتماد فلسطين رسمياً في دولة مملكة جوجل، أعادت فلسطين رسم خارطة العالم الافتراضي في الأول من شهر أيار ٢٠١٣، قررت شركة Google العالمية، أن تعترف بدولة فلسطين واستخدمت كلمة فلسطين بدلاً من كلمة الأراضي الفلسطينية، وأصبح هناك صفحة خاصة بدولة فلسطين عنوانها: www.google.ps ، مثلها في ذلك مثل بقية دول العالم المستقلة^(١).

ويعتبر الاعتراف نجاحاً كبيراً ويأتي هذا بعد اعتراف العالم بدولة فلسطين في الأمم المتحدة في شهر تشرين الثاني الماضي.

• وفي زيارة ميدانية إلى مركز الإحصاء الفلسطيني حصل الباحث على النتائج التالية:-
بلغت نسبة الأسر التي لديها جهاز حاسوب في الأراضي الفلسطينية 51.0% للعام 2012م، مقارنة مع 49.2% في العام 2009م، أما بخصوص الانترنت فتظهر البيانات أن 40.0% من الأسر الفلسطينية لديها اتصال بالإنترنت للعام 2012م، مقارنة مع 33.0% للعام 2009م.

وبلغت نسبة الأسر الفلسطينية التي يوجد لديها جهاز استقبال منزلي (ستالايت)، 93.09%، وبلغت أيضاً نسبة الذين يستخدمون الهاتف المحمول ، 95.0%^(٢).

ويلاحظ الباحث الإقبال المتزايد في فلسطين على استخدام التكنولوجيا الحديثة لا سيما استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ويشير إلى أن هذه النسب تدل على أن فلسطين (تتكلم ديجتال) وتلحق بركب التكنولوجيات الحديثة والمتطورة.

شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين: ملاحظات أولية للباحث من خلال المتابعة والرصد

• بسبب خصوصية الحالة الفلسطينية فإن مواقع الشبكات الاجتماعية ستزداد أهمية من حيث النسبة والنوعية، سيما المتعلقة بالبعد السياسي لما لذلك من دورٍ في تعزيز واقع الفلسطينيين وتعريف العالم بقضيتهم وحقوقهم.

1 - صحيفة القدس الرقمي ، متاح على موقع : <http://www.alqudsalraqmi.ps/atemplate.php?id=454> ، تاريخ التصفح ٢٢-٥-٢٠١٣م.

2 - الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، زيارة ميدانية ، وعمل مقابلة شخصية مع أ. زاهر طنطيش المركز بتاريخ ٩-٢-٢٠١٣م.

- التشتت الفلسطيني القابع في منافي العالم أجمع سيساهم في تعزيز دور هذه الشبكات ومضاعفة توظيفها في التواصل والتفاعل بين الفلسطينيين، الأمر الذي سيقبل من قسوة الغربة ومرارة الغياب.
- منسوب حرية الرأي والتعبير في فلسطين الأعلى مقارنة بمعظم الدول العربية (باستثناء دول الثورة الناجحة) سيعزز من أهمية هذه الشبكات في المستقبل المنظور
- الإقبال على استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مرشحة للزيادة بشكل كبير مع تحسن مستويات التعليم والدخل وانخفاض كلفة استخدام الإنترنت ودخول منافسين ومزودي خدمة جدد لقطاع الإنترنت، ودخول أجيال جديدة من أجهزة الاتصالات الخلوية وتحسن سرعة التحميل والتنزيل في الغالب.
- كل ذلك لا يخلو من تحديات أو إشكاليات لها علاقة بعدم سيطرة الجانب الفلسطيني على مصادر الخدمة لشبكة الإنترنت من جهة، والاختراق التقني التي تقوم به إسرائيل بين الحين والآخر من جهة أخرى.

أصبحت مواقع الإعلام الجديد اليوم تلعب دورا كبيرا على الشبكة العنكبوتية، بل وأصبحت تتعدى الفضاء الافتراضي لتدخل للواقع اليومي للملايين في كل أنحاء العالم، وذلك نظراً لانتشار الشبكات الاجتماعي التي دخلت إلى كل المجالات، لتتجه نحو التخصص⁽¹⁾.

سيحاول الباحث أن يسلط الضوء على أهم ٤ مواقع رئيسية تنتمي لشبكات التواصل

الاجتماعي وهي مواقع:

1. Facebook.com

2. Youtube.com

3. Twitter.com

4. Digg.com

والتي هي - على التوالي - عبارة عن: شبكات اجتماعية، موقع تبادل ومشاركة فيديو، شبكة اجتماعية للتدوين المصغر، وموقع للمفضلات والأخبار الاجتماعية.

١. شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك "Face book"

يعتبر فيس بوك اليوم أشهر شبكة اجتماعية في العالم إذ يحتل المرتبة الأولى عالمياً على عرش الشبكات الاجتماعية والمرتبة الرابعة بين أكثر المواقع زيارة على الشبكة حسب ترتيب

1 - محمود فطاطة، مستقبل الإعلام الجديد، "تسامح"، العدد السادس والثلاثون، مركز رام الله لدراسات حقوق الإنسان، السنة العاشرة، آذار، ٢٠١٢، ص ٦٩.

أليسكا متفوقاً بذلك على أقرب منافسيه ماي سبيس (My Space)، الذي يحتل المرتبة التاسعة بين أكثر المواقع زيارة على الويب.

بدأ الفيس بوك كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفارد "مارك زوكربيرج" Mark (Zuckerberg) الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم. فكرة زوكربيرج كانت تقضي بإنشاء موقع انترنت بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج^(١).

وبالفعل جسد فكرته هذه التي رأت النور في 4 فبراير، 2004، ومع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا ففي غضون أسبوعين بدأ نصف تلامذة بوسطن بالمطالبة بالانضمام لشبكة الفيس بوك لأن الشبكة كانت مقتصرة على طلبة هارفارد فقط، فاستعان زوكربيرج بصديقه "دستن موسكويتز"، (Dustin Markowitz) و "كريس هيوز" (Chris HUGHES) لبناء الفيس بوك الذي استطاع في غضون 4 أشهر أن يضيف ٣٠ شبكة لكليات أخرى^(٢). بفضل هذا النجاح انتقل مؤسسو الموقع إلى "بالو التو" التي أصبحت فيما بعد المقر الرسمي للفيس بوك.

حاولت فرند ستر (Fraudster) وهي الشركة المالكة للموقع الذي يحمل نفس الاسم وهو موقع تعارف يضم ملايين المستخدمين أن تستحوذ على الفيس بوك مقابل 10 ملايين دولار في منتصف 2004 لكن زوكربيرج رفض الصفقة^(٣).

في سبتمبر 2005، انفتحت الشبكة على طلبة الثانوية وفي أكتوبر من نفس السنة أتاح فيس بوك لمستخدميه تبادل الصور مما اكسبه شعبية كبيرة وتوالت الاستثمارات وعقود التمويل التي ساعدت الموقع على تطوير نفسه وزيادة طاقة استيعابه التي امتدت لتشمل شبكات الأعمال قبل أن تفتتح أخيرا على الاستخدام العام في سبتمبر 2006، حيث أصبح بإمكان كل من يملك بريداً إلكترونياً أن ينضم للفيس بوك^(٤).

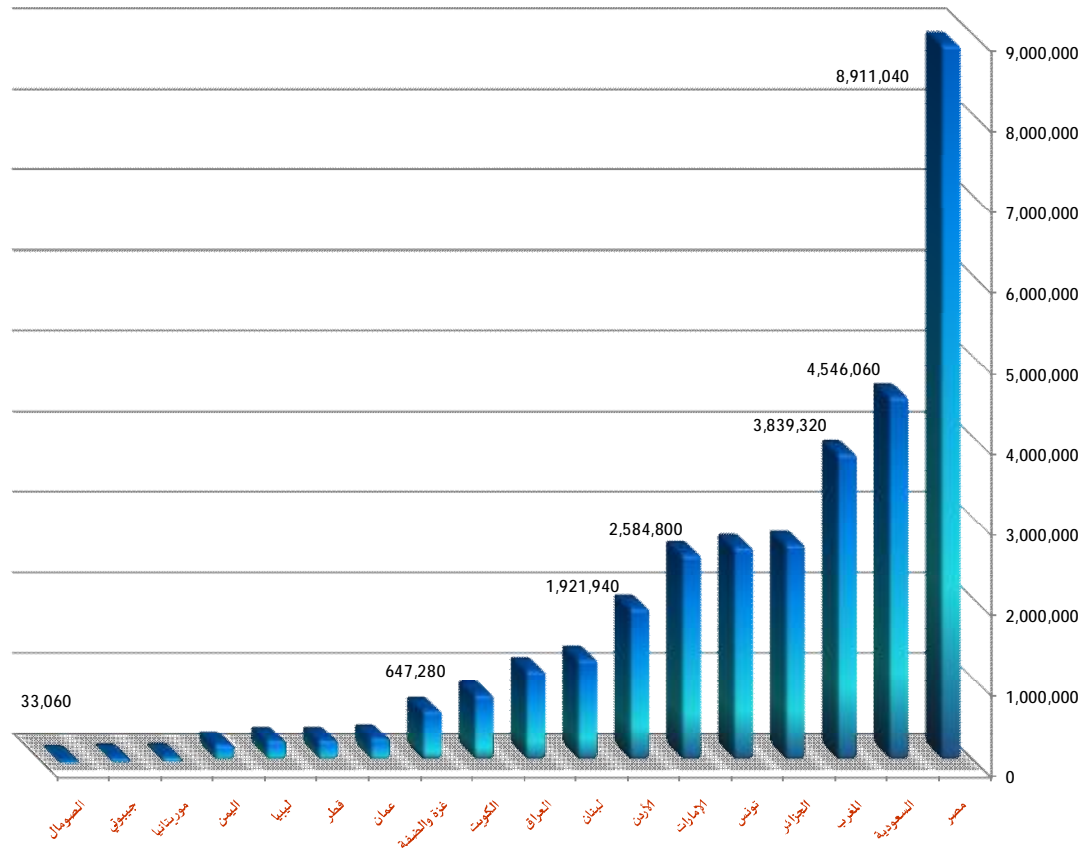
1- Jason Alba & Jesse Stay, "I'm on Face book-Now What???", 1th Edition (CALIFORNIA Happy About,) 2008, p.6.

2 - Laurie, Charnigo, and Paula Barnett (2007): *checking out facebook.com: the Impact of a digital trend on academic libraries* (information Technology and libraries, vol.26, No.1,) p.23.

3- مزري تش، بن، قصة فيس بوك: ثورة وثروة، ترجمة: الهلالي، وائل محمود محمد، القاهرة، إصدارات سطور الجديدة، الطبعة العربية الأولى، ٢٠١١، ص ١٣٢.

4- جسمة نصيف، " موقع الفيس بوك " ودوره في تطوير مجال البحث والتعلم عبر الانترنت في ضوء متطلبات عصر المعرفة، "بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي العربي السادس- الدولي الثالث " لتطوير برامج التعليم العالي في مصر والوطن العربي في ضوء متطلبات عصر المعرفة، كلية التربية النوعية، المنصورة، جمهورية مصر العربية، ٢٠١١م، ص ٧٠٣.

حيث بلغ العدد الكلي للمستخدمين النشطين على فيس بوك حول العالم حسب موقع Social Bakers المختص: ٩٦٣,٦٧٥,١٦٠ مستخدم، أي ما يقارب مليار مستخدم نشط. في لشهر ابريل - ٢٠١٣ م، أكثر من نصفهم خارج إطار الكليات فلو كان الفيس بوك دولة، فيسكون من أكبر دول العالم سكاناً، قبل اليابان وروسيا ونيجيريا . وأشارت تقارير إلى أن بلوغ هذا الرقم الهام سيتزامن مع خطة تسويقية جديدة لفيس بوك تسمى "قصص فيس بوك" Face book Stories والتي ستسمح لجميع المستخدمين أن يشاركوا في وصف مدى تأثير فيس بوك على حياتهم.



المصدر: www.dsg.ae

(شكل رقم ٣)

- رسم مخطط بياني من إعداد الباحث يوضح أكثر دول العربية استخداماً للفيسبوك حيث يوجد (٣٢,٤٠٧,٢٨٠) مستخدم من ٢٠ دولة عربية، مع الأخذ بعين الاعتبار أن الإحصاءات لا تشمل سوريا والسودان.

فيعتبر الفيس بوك كما سبق وذكرناه هو أشهر شبكة اجتماعية حيث يضم أكثر من 250 مليون مستخدم فعال ، يتيح لهم الموقع إنشاء صفحاتهم الشخصية بحيث يمكن لهم كتابة يومياتهم ونشر صورهم، وفيديوهاتهم عليها وكذا الروابط التي يودون مشاركتها عبر الموقع حيث تنتشر أخبار المستخدم وأصدقائه ونشاطاتهم على الحائط الذي يمكن التحكم فيما ينشر عبره ومدى خصوصية أو إتاحة محتوياته للغير⁽¹⁾.

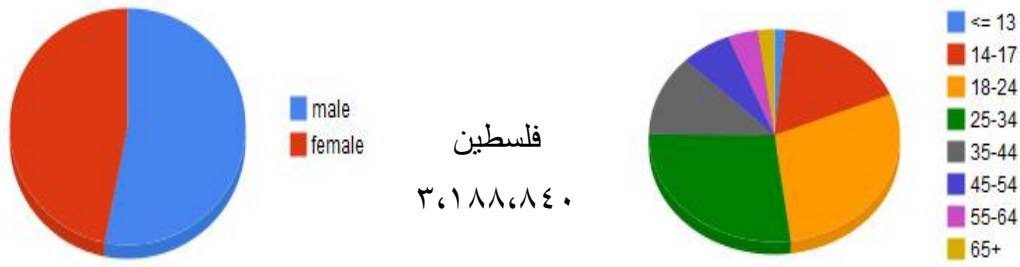
ويعتمد الفيس بوك على برمجيات مفتوحة المصدر حيث يمكن للمستخدمين والمطورين ابتكار وتطوير تطبيقاتهم الخاصة على الموقع وإتاحتها للمستخدمين العاديين وذلك بدءاً بأبسط الاختبارات الترفيهية وصولاً إلى أعقد التطبيقات التي تتيح الربط بين الموقع وبقية المواقع الخدمائية الأخرى كاليوتيوب ، تويتر، ديليشوس ، وغيرها من تطبيقات الإعلام الاجتماعي⁽²⁾. (Social media) ، ومن مميزات الفيس بوك كذلك إمكانية إضافة الصور والإشارة إلى أشخاص في هذه الصور، وإضافة ملفات الفيديو، والروابط الخارجية، وكتابة المدونات أو جلبها من عبر تقنية RSS من مدونات خارجية، ومن مميزات الفيس بوك كذلك الانضمام إلى مجموعات اجتماعية وسهولة إنشائها، وإنشاء صفحات الأعمال الرسمية والتي من خلالها يمكن التسويق للمنتجات والخدمات والمواقع الإلكترونية والشخصيات الهامة والأعمال التجارية

ومن المميزات التي يتمتع بها الفيس بوك هي إمكانية عمل التطبيقات الخاصة وبرمجتها والتمتع بخصائصها الرائعة وبالتالي الانضمام إلى مجموعة مطوري الفيس بوك، والعديد من المميزات الأخرى.

ويلاحظ الباحث أن في فلسطين توجد أعلى نسبة مستخدمين لفيس بوك مقارنة بعدد السكان على مستوى العالم العربي، حيث انضم أكثر من ١٩ ألف مستخدم جديد خلال الستة شهور الأخيرة أي بعد الحرب الأخيرة على غزة في نوفمبر ٢٠١٢م.

1- عامر، عبد الله، ، الفيس بوك وعالم التكنولوجيا، مجلة العلوم والتكنولوجيا، " عدد 14"، جامعة البتراء،الأردن ، عمان ، 2007م، ص-6-8.

2- المواقع الاجتماعية، بين متعة التعارف "<http://www.dw-world.de/dw/article/0,2144,2648687,00.html>" تاريخ التصفح ٢٠-٤-٢٠١٣م، وخطورة نشر المعلومة الشخصية.



فلسطين

٣,١٨٨,٨٤٠

في قطاع غزة

٥٦١,٢٨٠

(شكل رقم ٤)

من إعداد الباحث يوضح عدد مستخدمي الفيس بوك في غزة تقريباً... والفئات الأكثر استخداماً.
المصدر: مركز الإحصاء الفلسطيني ٢٠١٢.

فلقد دعت مجموعة فلسطينية من مستخدمي موقع الفيس بوك أطلقت على نفسها " الشعب يريد إنهاء الانقسام"، وكذلك مجموعة أخرى هي (شباب ١٥ مارس) بدعوة من المواطنين وبالخروج في مسيرات وعمل اعتصامات لإنهاء الانقسام الفلسطيني الداخلي، وتنفيذ المصالحة الوطنية الفلسطينية في أقصى سرعة؛ حيث لاقت هذه الدعوة استجابة عارمة من قبل الشعب الفلسطيني.

فقد أصبح بالإمكان ومن خلال هذه المواقع الاجتماعية على أرض الواقع، بعد جمع الحشد والتأييد والمناصرة اللازمة لها، فما هي الحملات تتوالى تدعو لتحرير كل تراب فلسطين، حملات سلمية بأفكار إبداعية متميزة، أحدثها الكتابة على العملات الورقة والمعدنية الإسرائيلية عبارة "Free Palestine"، ومنها حملة الدعوة لعودة اللاجئين في منتصف أيار المقبل، والتي لاقت إقبالاً لافتاً خلال فترة قصيرة، مما يبشر بنجاح الحملة وتحريك القضية الفلسطينية من جديد على الصعيد الإعلامي. وإطلاق دعوات أخرى عبر مجموعات شبكة الفيس بوك للقيام بحملات تطوعية لتنظيف مناطق زراعة أشجار، والمشاركة في فعاليات الأسرى الفلسطينيين، ودعم صمودهم في سجون الاحتلال، والذي من شأنه أيضاً أن ينمي ويسهم في خلق مجتمع متماسك وقوي.

واقع الفيس بوك وتأثيره في المجتمع الفلسطيني.

الشباب الفلسطيني شباب مثقف يعي مهمته ورسالته تجاه قضيته، ويعمل جاهداً للبحث عن الطرق والوسائل المتاحة في كافة الميادين للحديث عن جروحه وآلامه ومأساته ومعاناته، وقد كان الفيس بوك واحد من هذه الوسائل التي ضخ الشاب عبرها الآلاف من الصفحات والصور

والمقاطع التي تتحدث عن معاناة فلسطين وتاريخها، مروراً بالحصار الجائر وليس انتهاء بالحرب الشرسة على قطاع غزة، فكان له ما يريد من التأييد.

ويرى الباحث لهذه الوسيلة الرائدة في التغيير جمعت الحشود من شتى بقاع الأرض تدعم القضية، وتكاتف الفرق التضامنية للاشتراك في قوافل كسر الحصار، وانطلقت أخرى للتظاهر في دول العالم احتجاجاً على الممارسات الصهيونية البشعة ضد الإنسانية وإظهار الوجه الحقيقي للمحتل الغاصب مما أعطى نكهة أخرى لطبيعة الحرب مع العدو وفي ميدان مختلف هذه المرة، إنه ميدان التقنية البحث ، حيث لا اعتراف إلا بالأرقام والإحصاءات والصور والوثائق كمصدر للمعلومة وثقافة للتغيير.

حرب غزة ٢٠١٢: قام الشباب الفلسطيني بإنشاء آلاف مجموعات الدعم والنصرة لأهل غزة وقضية فلسطين.

ونشر الملايين من الصور والأرقام والقصص والمرئيات عن الحرب عبر المجموعات إنشاء مجموعات خاصة تدعو للتسجيل والانضمام لقوافل كسر الحصار التي انطلقت فعلاً لغزة التأثير الجغرافي واسع النطاق وجلب التعاطف الإنساني مع القضية الفلسطينية إظهار الوجه الحقيقي للمحتل الإسرائيلي ونشر الصور والوثائق بعد مجزرة سفينة الحرية التركية خروج مئات الآلاف في تظاهرات حاشدة أمام برلمانات العالم في فرنسا وإيطاليا وسائر دول أوروبا وأمريكا بدعوة في مجموعة عبر الفيس بوك.

وقال الخبير التكنولوجي صبري صيدم إن عدد مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك في فلسطين بلغ أكثر من " مليون مشترك" وهو الرقم الأكبر عالمياً بالقياس بعدد سكان البلاد.

لكن صيدم الذي كان يتحدث لـ " صوت فلسطين" قال إن المهم ليس الاستخدام لكن طبيعة المحتوى، داعياً إلى مزيد من التوجيه من أجل استخدام أنجع لتكنولوجيا الاتصالات الحديثة في خدمة القضية الفلسطينية.

وأوضح أن هناك ازدياداً في استخدام السياسة الفلسطينيين لـ " الفيس بوك" بعد أن بثت دوره الكبير في تغيير الأنظمة وفرض واقع جديد في الحياة المجتمعية^(١).

ووجد فلسطينيو الشتات بعد عدة عقود من غياب صوتهم في الأحداث العربية المتلاحقة بتونس ومصر وليبيا وسوريا عبر الموقع الاجتماعي الشهير " فيس بوك" ما يزيح همومهم

1- وكالة وفا الفلسطينية للأنباء، (تصريح صحفي) رام الله، 5-1-2012م.

المتراكمة منذ عقود، لإبراز قضيتهم وبحث التواصل مع الجماهير العربية لسبل تحرير فلسطين.

عبر دعوة أطلقوها على صفحات الفيسبوك لمسيرة مليونية ستنتقل من غزة والضفة الغربية والدول العربية تجاه فلسطين.

وكالة فلسطين اليوم للأخبار استطلعت آراء بعض المحللين حول مدى نجاح هذه الدعوة التي تتزامن مع دعوات عدة عبر صفحات الفيس بوك لإنهاء الانقسام والوحدة الفلسطينية.

فقد اعتبر المحلل السياسي الدكتور ناجي شراب، أن هذه الدعوات توجه رسالة قوية للشعوب العربية لتغيير واقع الاحتلال الصهيوني وتحرير المقدسات الإسلامية من دنس المحتل الغاصب، وأشار شراب، إلى أن الدعوات لتحرير فلسطين عبر المواقع الاجتماعية، تدعم مطالب الشعب الفلسطيني في المقاومة وتحرير الأراضي المقدسة.

ولقد اشتعلت صفحات مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين بالتعليقات الساخرة بالقيادات الفلسطينية في الضفة وغزة وعجزهم عن تحقيق الوحدة الوطنية على غرار التحالف الإسرائيلي الأخير بين حزبي كاديما والليكود .

التعليق الأبرز كان لشباب فلسطيني على الفيس بوك قال : " في ذكرى النكبة الفلسطينية كانت حالة السخط لغياب الوحدة العربية قبل (64) عام واليوم لا توجد لدينا وحدة فلسطينية وإسرائيل تتحد"

ويرى الباحث أنه لم تكن لدى الشبان أي مخاوف من حرب قادمة على غزة، ولم تشمل تعليقاتهم الوضع الإقليمي واحتمال اشتعال حرب بين إيران وإسرائيل مثلما ذهب الكتاب والمحللين والنخب السياسية والفصائلية كانت تعليقاتهم تصل حد التهكم على استمرار المناكفات الفلسطينية ولجنة الانتخابات الفلسطينية التي لا تعمل وإسرائيل جاهزة للوحدة وللانتخابات.

وحول تأثير هذه التعليقات على القيادة الفلسطينية قال د. ناصر اللحام رئيس تحرير وكالة معاً الإخبارية انه لا يتوقع إن تتأثر القيادة الفلسطينية من الحراك الشبابي على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لسببين ، الأول أن مواقع التواصل منقسمة بين فتح وحماس، والتعليقات غالبها مزوجة وغير مسئولة وغير مدربة".

وأوضح اللحام أنه لا يوجد حتى الآن هدف موحد لنشاط موحد للحراك الشباب الفلسطيني بل على العكس أن مواقع التواصل الاجتماعي هي انعكاس أسوأ للواقع السياسي في فلسطين.

ويرى الباحث بأن الشباب الفلسطيني لجأ لهذه الشبكات لأنهم عانوا خلال عقود حياتهم من التهميش والتغيب، ولم يجدوا من يأخذ برأيهم ولا من يعتد بوجودهم، رغم أنهم طاقة المجتمع الأولى ولبنة البناء الأساسية وعماد الأمة، فحق له أن يعبر عن رأيه للتغيير، والجميل في الثورات العربية أن الشباب أدار اللعبة بقواعده هو، وبمهاراته التقنية التي لم يكن لأسلافه منها نصيب.

أبرز المواقع الفلسطينية تصفحاً وزيارة لعام ٢٠١٣

1	google.ps google.ps	★★★★★	Search Analytics ▶	Audience ▶
2	Facebook facebook.com	★★★★☆	Search Analytics ▶	Audience ▶
3	Windows Live live.com	★★★★☆	Search Analytics ▶	Audience ▶
4	Google google.com	★★★★☆	Search Analytics ▶	Audience ▶
5	YouTube - Broadcast yourself youtube.com	★★★★☆	Search Analytics ▶	Audience ▶
6	Maan News Agency maannews.net	★★★★★	Search Analytics ▶	Audience ▶
7	Yahoo! yahoo.com	★★★★☆	Search Analytics ▶	Audience ▶

(شكل رقم ٥)

يوضح "أكثر ٧ مواقع زيارة في فلسطين لعام ٢٠١٣ تبين فيها أن الفيس بوك يحتل المركز الثاني من بين أبرز المواقع تصفحاً وزيارة)

إضافة اسم فلسطين لقوائم مدن العالم

الشباب الفلسطيني وقيامهم بإعداد حملات تهدف للتغيير عبر فيس بوك

إضافة اسم فلسطين لقوائم مدن العالم

Welcome to the cause!

Thank you for joining add Palestine to hometowns list! إضافة اسم فلسطين لقوائم مدن العالم!
Welcome to the cause! We're excited to have you, and hope you'll get involved and spread awareness by inviting your friends to join.

You were recruited to the cause by Mohammed Halalo. Recruit your friends by inviting them to the cause.

We need your help to reach 150,000 members!

132914 members

0 150,000

Every invitation counts: [Send Invitations](#)

[Send Invitations Later](#)

(شكل رقم ٦)

يوضح تطبيق على الفيس بوك لإضافة اسم فلسطين لقوائم مدن العالم

الشباب الفلسطيني عبر شبكة الفيس بوك ينظم بحملات تهدف للتغيير

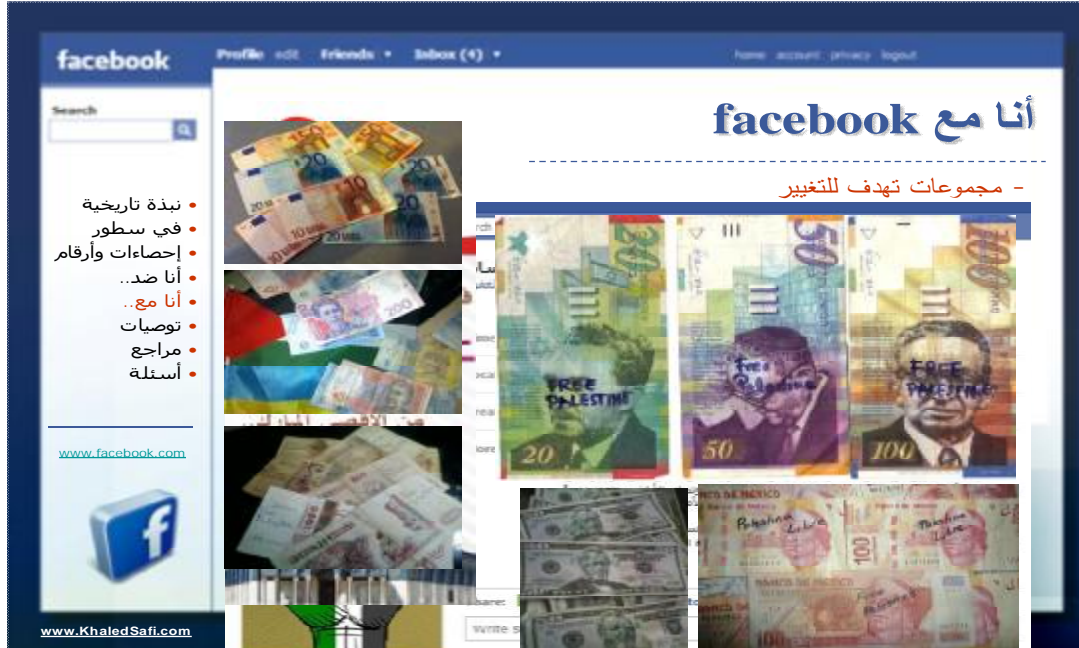
حملات تهدف للتغيير..

الشعب يريد إنهاء الانقسام



(شكل رقم ٧)

يوضح صفحة page على موقع الفيس بوك تنادي بإنهاء الانقسام الفلسطيني



(شكل رقم ٨)

يوضح الكتابة أوراق نقدية من عملات مختلفة تنشر على شبكة الفيس بوك تنادي بالحرية لفلسطين

حملات تهدف للتغيير..



في المسجد الأقصى المبارك
عقد زواجنا

(شكل ٩)

رقم صفحات (page) على الفيس بوك تحت على زيارة المسجد الأقصى وتوجيه النظر إليه

فيسبوك يضيف تاريخ الميلاد بالهجري

وفي بادرة جديدة أعلن فيسبوك موقع التواصل الاجتماعي الأبرز عالمياً اليوم عن إطلاق خدمة تاريخ الميلاد وفقاً للتقويم الهجري وإنّ البادرة أتت على هامش شهر رمضان الكريم. ويشار أيضاً أن لخدمة الجديدة تلبّي تطلعات شريحة واسعة من المستخدمين الذين يقومون باستخدام التقويم الهجري^(١).

وسيتّم تطبيق الخدمة في مرحلة أولى في المملكة العربية السعودية، فيما سيتمّ التوسع في تطبيقها لاحقاً في أسواق أخرى بالمنطقة.



شكل رقم (١٠)

1 - متاح عبر صفحة عالم المعرفة، تاريخ التصفح ٢٢-٥-٢٠١٣م.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=629682013717925&set=a.151057934913671.2.5155.150783854941079&type=1&theater>

٢. شبكة التواصل الاجتماعي يوتيوب . " YouTube "

انطق موقع مشاركة الفيديو الأول على الصعيد العالمي * يوتيوب* في 5 فبراير، سنة 2005، على يد ثلاثة موظفي PayPal السابقين وهم تشاد هيرلي (Chad Hurley) وهو شاب جامعي من موالد 1977، كان يعمل في شركة PayPal، وهو الذي قام بتصميم شعارها. ستيف تشين (Steve Chen) الشباب الجامعي أيضا المولود في تايوان عام 1978م' ، و جواد كريم jawed Karim المولود في ألمانيا عام 1979م، وصاحب جمعية شبابية أقامها لدعم الطلاب الجامعيين للانطلاق في مشاريعهم الميزة، وصاحب أول فيديو تم رفعه على اليوتيوب وصور لنفسه وهو في حديقة الحيوانات^(١).

وقد نشأت فكرة إنشاء موقع يوتيوب في مدينة سان برونو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية ، عندما كان الأصدقاء في حفلة لأحد الأصدقاء، والتقطوا مقاطع فيديو، وأروا دو أن ينشروها بين زملائهم ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة، ومن هنا بدأت تتبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الإنترنت^(٢).

لكن الموقع لم ينطلق فعليا إلا بعد أن تلقى تمويلاً من سيكوي كابي تال (Sequoia Capitol)، في نوفمبر 2005، فكانت انطلاقته الفعلية في ديسمبر 2005، حيث أصبح تشاد هيرلي (Chad Hurley) المسئول التنفيذي الأول للشركة بينما أصبح ستيف تشين رئيس قسم التكنولوجيا في شركة يوتيوب^(٣) ، حيث تم تسجيل الدومين في 15 فبراير 2005، وخلال صيف 2006م، كان الموقع يحصل على 100 مليون مشاهدة يوميا، ويضاف إليه 65 ألف مقطع فيديو كل 24 ساعة.

يتيح يوتيوب محتوياته للجميع كما بإمكان أي كان إضافة مقاطع فيديو للموقع - بعد التسجيل على الموقع - كما يمكن مستخدميه المسجلين من تقييم الفيديوهات التي يشاهدونها والتعليق عليها أو إضافتها للمفضلة ضمن صفحته الشخصية أو إرسالها للأصدقاء كما بالإمكان إرساله الفيديوهات إلى المدونات الشخصية أو المنتديات كما يتيح عرضها على أشهر الشبكات الاجتماعية كالفايس بوك، ماي سبيس، تويتر ، ديج، وغيرها.

1- متاح على موقع- <http://fr.wikipedia.org/YouTube>

2 - رضا عبد الواحد أمين: " استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت"، أبحاث المؤتمر الدولي (الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة .. لعالم جديد)، 7-9 أبريل، جامعة المملكة، البحرين، ٢٠٠٩م، ص 521.

3- متاح على موقع <http://www.crunchbase.com/company/youtube>.

يعتمد اليوتيوب في قراءة ملفات الفيديو على تقنية أدوبي فلاش (Adobe Flash)، كما أتاح مؤخراً إمكانية إضافة ومشاهدة مقاطع فيديو عالية الجودة ضمن مشغل ذو شاشة عريضة (Wide Screen)، لتوفير مشاهدة قريبة من المشاهد السينمائية بالإضافة الى اتجاهه نحو الأجهزة الواي فاي (Wi-Fi)، كجهاز أي بود توتش (iPod Touch) على سبيل المثال.

في 9 أكتوبر 2006، اشترى عملاق الإنترنت موقع يوتيوب مقابل 1.65 مليار دولار في ثاني أكبر صفقة لغوغل بعد صفقة الاستحواذ على Double-click سنة 2007،⁽¹⁾ التي أصبحت فيما بعد Google Absence، حيث انتقلت من الويب 1.0 إلى الويب 2.0.

أبرمت اليوتيوب العديد من اتفاقات الشراكة مع الشركات المزودة بالمحتوى كـ _____ Sony Music Group- CBC-BBC-Universal Music Group- NBA-Warner Music Group

لكن كل هذه الاتفاقيات لم تمنع ظهور عدة مشاكل لعل أبرزها في مارس 2007 عندما رفعت فايكوم (Viacom) دعوى قضائية على غوغل ويوتيوب حيث أتهمتهما بسرقة حقوق ملكية أعمال فنانيتها ومنتجيتها وطالبتها بتعويض قدره مليار دولار من مجمل الأضرار. مما أضطر يوتيوب لحذف أكثر من 100.000 فيديو مخالف لحقوق الملكية الفكرية⁽²⁾.

لكن مشاكل يوتيوب مع حقوق الملكية ظلت مستمرة حيث يلجأ المستخدمون لطرق ملتوية للتحايل على الموقع على سبيل المثال يحاول الموقع تجنب تحميل الأفلام الكاملة والبرامج التلفزيونية عن طريق منع المواد التي تزيد مدتها عن 10 دقائق ، لكن المستخدمين يلجئون لتقسيم المادة لعدة أجزاء ثم يجمعونها مع بعضها⁽³⁾.

1- Moises, Naim, "The YouTube" Effect- How A technology for teenagers became a force for political and economic change(foreign policy,No.15) January-February, 2007.p.104.

2 - رضا عبد الواحد أمين: ، " استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت"، المؤتمر الدولي الأول " الإعلام الجديد. تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين، ٧-٩ ابريل، ٢٠٠٩م، ص ٥٢٠.

3- <http://www.annabaa.org/nbanews/60/651.htm> (On Line) " دفة " الإعلام الجديد والمبادرة الشعبية على تولى دفة " الإعلام الجديد

وقد اختارت مجلة تايم Time الأمريكية في نهاية عام 2006م، موقع يوتيوب ليفوز بلقب (شخصية العام) على خلاف المعتاد، واحتل غلاف هذا العدد الذي صدر في نهاية شهر ديسمبر صورة جهاز كمبيوتر مع ورقة قصدير عاكسة على شاشة الكمبيوتر تجعل الناظر إليها يرى انعكاس صورته عليها، وأرقت المجلة تلك الصورة بعنوان فرعي يقول (نعم أنت .. أنت تتحكم في عصر المعلومات، فمرحباً بك في عالمك)، لتعبر عن نمو أعداد مستخدمي الشبكة العالمية وتأثيرهم المتعاظم في تشكيل الرأي العام في عصر المعلومات.

في أكتوبر 2007 أعلن يوتيوب خدمة جديدة لمكافحة المحتويات التي تخالف حقوق الملكية الفكرية هي خدمة يوتيوب لتعريف الفيديو (YouTube Video Identification)، والتي تمكن أصحاب المحتويات من حفظ حقوقهم الفكرية عن طريق تحميل نسخة كاملة من أعمالهم نحو هذه الخدمة. لكشف الفيديوهات المحملة والمشباهة للنسخة الأصلية لصاحبها. عندها يمكن لصاحب المحتوى إما أن يحذف الفيديو المخالف أو يسمح ليوتيوب بالإبقاء عليه وإضافة إعلانات عليه ليتقاسم العائدات مع الموقع^(١).

يوجد على موقع اليوتيوب أكثر من 800 ألف زائر ليوتيوب شهرياً ، ويشاهد العالم يومياً ما يعادل 500 سنة من فيديوهات يوتيوب يومياً عبر فيس بوك، ويشار إلى أن موقع يوتيوب يدعم 600 لغة، ويدعم المحتوى المحلي لـ 43 دولة، وأنه يتم تبادل 700 مقطع فيديو من يوتيوب عبر تويتر كل دقيقة وفي إحصائية لشركة Intel ٢٠١٢، أشارت إلى أن هناك 30 ساعة فيديو ترفع في الدقيقة، وأن هناك 1.3 مليون مشاهدة فيديو في الدقيقة الواحدة.^(٢)

¹ - موسوعة ويكيبيديا العالمية، يوتيوب. آخر تعديل لهذه الصفحة في ٨ ديسمبر ٢٠١١. متاح (On Line) <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8>

² - متاح على موقع: www.social.jambstart.com ، إعداد وتعريب فريق تحرير y2d.

flickr



- البيئة التفاعلية و المحادثة
ثلاثية الأبعاد

Secondlife.com –
Imvu.com –



- الألعاب الاجتماعية

Worldofwarcraft.com –
Gamespot.com –

المشاركة Sharing



- الفيديو

Youtube.com –

- الصور

Flickr –

- روابط

Delicious.com –

- موسيقى

ilike.com –

" شكل رقم ١١ "

من إعداد الباحث يوضح تقسيمات لوظائف شبكات التواصل الاجتماعي .

عصر اليوتيوب وواقعه في فلسطين

لقد دخل يوتيوب التاريخ من أوسع أبوابه تماما كما دخل حياة مئات الملايين في جميع أنحاء العالم وذلك من خلال استخداماته ومحتوياته التي يضيفها المستخدمون عبر العالم. من أكثر الجوانب التي كان للموقع أثاره الكبيرة والواضحة الجانب الاجتماعي والفني حيث أصبح الكثيرون ممن يبحثون عن الشهرة يتوجهون لليوتيوب باعتباره الوسيلة الإعلامية الوحيدة تقريبا التي تتيح لأي كان الظهور وتمنحه الفرصة للوصول الى الملايين وهي الطريقة التي سمحت للكثير من الفنانين والفرق الموسيقية بالتعريف بأنفسهم في بداية مشوارهم وتجاوز أشواط كثيرة نحو الشهرة^(١).

لكنه في المقابل تحول في الكثير من الأحيان لقناة لترويج الفضائح والابتزاز خصوصا في المجتمعات المحافظة فعلى الرغم من سياسة الموقع الراضية لوضع المواد الإباحية إلا ان هناك الكثير من الصعوبات التي تواجه مسيري الموقع، كما أنه يسمح أيضا للمستخدمين بالتطرق للمواضيع السياسية وهي المواضيع التي تثير غالبا الجدل بين المستخدمين ويصل الموضوع أحيانا لشن حملات من الشكاوي لدى الموقع لحذف المواضيع والفيديوهات مثار الجدل خصوصا إذا تعلق الأمر بمعاداة السامية والقضايا الساخنة كالقضية الفلسطينية

1- إطلاق الخدمة للجميع وجعلها أكثر شمولية، يوتيوب يضيف إمكانية الشراء، <http://-aitnews.com/new/9769.html> باستخدام Google Checkout.

والعراقية مثلاً أو موضوع الحرب على الإرهاب والقضايا المتعلقة بصراع الحضارات والأديان .

يحظى موقع اليوتيوب YouTube بدرجة اهتمام ومتابعة شديدة من قبل الشباب الفلسطينيين حيث يقوم الشباب بنشر مقاطع فيديو تعبر عن مواهبهم مثل مجموعة Gaza boy ، وايضا بث حلقات من مسلسل وتر على وطن الذي تم إيقافه بأمر من النائب العام قبل ثلاث سنوات، ويقوم الشباب الفلسطينيون ببث عشرات الفيديوهات يوميا، والتي من شأنها أن تفضح ممارسات الاحتلال وبطشه الذي يمارسه بحق الشعب الفلسطيني لتصل صداها الى العالم الخارجي، ونلاحظ أنه في الحرب الأخيرة على قطاع غزة من عام ٢٠١٢، شهدت هذه الحرب على غزة حرباً من نوع آخر حيث دارت رحاها على موقع يوتيوب، أي سعى كل طرف للقيام بحرب إعلامية بغية كسب الرأي العام فيما أنشأه الجيش الإسرائيلي قناته الخاصة على الموقع ليصبح بذلك أول قوة منظمة تملك محطاتها الخاصة على اليوتيوب وعرض الجيش من خلاله صورا لعمليات قواته في القطاع، لذا يعتبر اليوتيوب أحد أهم أوجه موقع شبكات التواصل الاجتماعي ، فقد اختارته مجلة تايمز الأمريكية كأهم اختراع لسنة 2006م، لدوره في إعطاء الفرصة لزواره مجانا لإنتاج وعرض مواد فيلمية على الموقع الذي لا يعرف أي حواجز أو عوائق جغرافية.

كما يظهر الشكل البياني التالي تدرج زيادة المستخدمين:



المصدر : <http://www.khaledsafi.com>

(شكل رقم ١٢)

تدرج زيادة المستخدمين خلال ٣ شهور في فلسطين لموقع اليوتيوب.

من تاريخ ١- فبراير - ٢ مايو لعام ٢٠١٣

شبكة التواصل الاجتماعي تويتر Twitter

تويتر: كما يراه الباحث: "هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط،- واخذ تويتر اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (١٤٠) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكتفياً لتفاصيل كثيرة".

أول تغريده تم نشرها على تويتر كانت في ٢١-مارس ٢٠٠٦م، على يد جاك دورزي " jack Dorsey"، بيز ستون "Biz Stone"، وإيفان ويليامز (Evan Williams)، وهو عبارة عن شبكة اجتماعية وخدمة للتدوين المصغر (Micro-blogging) تسمح لمستخدميها بإرسال تحديثات (Updates)، وتدوينات مصغرة لا تتجاوز 140 حرفاً، يمكن إرسال التحديثات وفق ثلاث طرق هي:

- عبر نموذج الويب: من خلال الموقع أو بعض التطبيقات التي تسمح بذلك.

- عبر رسالة قصيرة: وذلك بإرسال SMS من الهاتف النقال للحساب الشخصي على الموقع.

- عبر رسالة فورية: من خلال برامج الرسائل الفورية.

كما أنفتح الموقع على خدمات أخرى بإضافة ميزات كبريد غوغل الإلكتروني Gmail وخدمة البحث كما أطلق تويتر مؤخراً، موقع "EXPLORE" المخصص للتطبيقات الخارجية التي يتفاعل مع الموقع (Third party applications)، وكذلك أداة جديدة تسمى " Twitter Blocks"، والتي تقدم مخططاً ثلاثي الأبعاد للمستخدم وأفراد شبكته^(١)

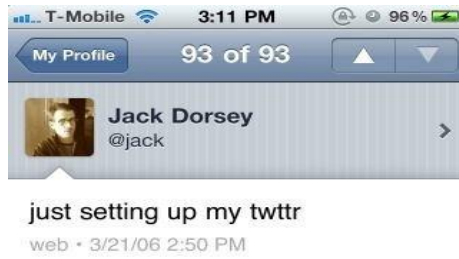
تويتر هي خدمة أطلقتها شركة (Obvious)، والتي مقرها سان فرانسيسكو، ثم قامت بفصل تويتر في شركة مستقلة تحمل اسم " تويتر " (Twitter)، وذلك في شهر فبراير 2007². في شهر فبراير 2008، أطلق تويتر خدمته الخاصة باليابان بالاشتراك مع "Digital Garage".

1 -Daiz-Ortiz-Claire, *Twitter for Good: Change the World On Tweet at Time*, USA :Jossy -Bass; 1edition) 2011, August 30.

2- تاريخ الزيارة ٢٠-٢-٢٠١٣م، متاح عبر موقع (On Line)، تويتر/ <http://ar.wikipedia.org/wiki/>

ما الذي يوفره تويتر؟

يتيح تويتر لمستخدميه إمكانية الحصول على صفحة خاصة على شكل [Twitter.com/username](https://twitter.com/username)، وهو الأمر الذي يسهل كثيرا إيجاد الصفحة والوصول إليها. التسجيل في الموقع مجاني، حيث يمكن انطلاقا من الصفحة الرئيسية إنشاء حساب أو ملف تعريف (profile)، والتحكم في إعداداته . بمجرد انتهاء التسجيل يستطيع المستخدم إرسال وكتابة تحديثاته التي هي إجابة عن السؤال: " What are you doing now "، أو " ماذا تفعل الآن؟"، والإجابة تكون في 140 حرفا على أقصى تقدير^(١). يمكن للمستخدم تكوين شبكة أصدقاء بواسطة أداة البحث كما يمكن له أن يتتبع أخبارهم ويمكن لهم أن يتتبعوا أخباره وتحديثاته أيضا. يمكن للمستخدم الاحتفاظ بأفضل التدوينات بإضافتها للمفضلة كما يسمح تويتر أيضا بالرد على التحديثات وإرسال الرسائل بين الأعضاء.



شكل رقم (١٣)

أول تغريده تم نشرها على تويتر كانت في ٢١ مارس ٢٠٠٦ م
فكرة تويتر: جاك دورسي

¹ - أكبر مجمع للأخبار التقنية، تويتر، ٢٠/١/٢٠١٣ . متاح (On Line)
<http://www.vip4soft.com/news/%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%BI>

يستخدم تويتر عموماً لأحد الأغراض التالية:

١ - الحديث عن الحياة الخاصة:

تويتر أنطلق في الأصل لتحقيق هذه الغاية حيث نجد أن نسبة كبيرة مما ينشر عبره هي عبارة عن يوميات للمستخدمات بكل تفاصيلها فالكثيرون يستخدمونه كمذكرات يومية مقتضبة.

٢- التواصل مع الآخرين:

وذلك باستخدامه كخدمة لإرسال الرسائل بين الأعضاء تحت أنظار الجميع ودون سرية.

٣- إرسال رسائل قصيرة SMS مجانية:

يلجأ البعض لتويتر لإرسال الرسائل القصيرة لأصدقائهم مجاناً وذلك بتشغيل خدمة الإخطار الآلي عبر الرسائل القصيرة، وبمجرد ما يرسل أحد المستخدمين رسالة للموقع يحولها الموقع للهاتف المحمول للشخص المعني بالرسالة مجاناً. غير أن الخدمة غير متاحة حالياً إلا لبعض الدول^(١).

٤- المتابعة المباشرة للملتيقات والأحداث المختلفة:

مع تطور التدوين وانتشار شبكات الواي فاي (Wi-Fi)، أصبح الكثيرون يستغلون الموقع لتغطية الملتيقات والمعارض وبعض الأحداث الأخرى عن طريق التدوين المصغر وخاصة الأخبار والمعلومات التي لا تحتاج الكثير من التفاصيل.

٥ - استخدامه كملحق للمدونات:

يستخدم تويتر هنا كإضافة على المدونات الشخصية (في حالة استخدام تطبيقات مضافة Widgets)، وذلك لكاتبه مواضيع سريعة أو أخبار عاجلة وحصريّة (Scoops).

٦ - استخدامه لنشر الروابط:

يستخدم الموقع هنا لنشر الروابط حيث يصبح خدمة شبيهة بالخدمات التي تقدمها المواقع المتخصصة كـ: Del.icio.us و Google Bookmarks مثلاً حيث يضع المستخدمون عادة عنواناً لما يتحدث عنه الرابط، ثم يتم وضع الرابط الذي غالباً ما يتم تقليص طولها حتى يتسع له حجم التحديث (140 حرفاً).

وذلك عبر تطبيقات تقدمها مواقع مثل tinyurl.com و bit.ly المتخصصان في تقليص طول روابط عناوين الإنترنت.

تاريخ الاسترجاع ١٩-١٢-٢٠١٢ www.en.wikipedia.org -1

هذه الطريقة تستخدمها أيضا كبريات القنوات والوسائل الإعلامية العالمية لعرض آخر أخبارها حيث تضع العنوان ورابطا نحو الخبر الكامل على موقعها.

بعض الإحصائيات حول شبكة تويتر

- يحتل الموقع المرتبة ٤٦ بين أكثر المواقع زيارة حسب موقع Alexs.com
* 90- بالمائة من التحديثات والتدوينات لا تتم عبر موقع تويتر وإنما عبر رسائل الأَس أم
أَس، الرسائل الفورية أو التطبيقات المكتبية كـ (Twitterific ، مثلا كما تعززت
مرونة الموقع مع إمكانية الاشتراك في تحديثات الموقع عبر ملقمات (١) RSS
* عرف تويتر أكبر نسبة نمو بين الشبكات الاجتماعية خلال الأشهر الأخيرة (٢).
* بالموازاة مع الزيادة الكبيرة في عدد المستخدمين يعتبر تويتر أكثر موقع تعرض
للانقطاعات خلال سنة 2010 بين أبرز الشبكات الاجتماعية.
* 76 بالمائة من مستخدمي تويتر يتصلون بالإنترنت لا سلكيا إما عبر الكمبيوترات المحمولة
أو أجهزة الـ PDA (المساعد الشخصي الرقمي) أو الهواتف المحمولة (٣).

1 - <http://blog.aysoon.com/twitter-presentation-du-concept-de-ses-differents-usages-et-de-quelques-applications-connexes.p.188>

2- *Ibid*.p.176.

3- *the twitter , platform:3 years Old and Ready to Change the world*.
<http://www.readwriteweb.com/archives/the-Twitter-platform-3-yaers-old-and-ready-to-change-the-world.php>." social network downtime in 2008, p58.

الأكثر نمواً في النشر والمشاركة



المصدر : <http://www.khaledsafi.com>

(شكل رقم ١٤)

إحصائية لشهر مارس لعام ٢٠١٣ تشير إلى تقدم ملحوظ لموقع تويتر عالمياً من حيث النشر والمشاركة

تويتر .. انتصار الدردشة العالمية.

العنوان جاء في مقالة على موقع صحيفة "لوفيغارو" الفرنسية الشهيرة^(١)، ليعبر فعلاً عن الثورة التي أحدثها تويتر ليس على الإنترنت فحسب بل على المشهد الإعلامي العالمي ككل. فالموقع جاء ليكرس معايير وأساساً جديدة في تبادل المعلومات على الشبكة. فكما هو واضح على سلوك مستخدمي الإنترنت بتميز الإبحار على الشبكة بالسرعة بالحركة والتفاعل هي ميزات يوفرها تويتر بامتياز.

فالمستخدم لا يقرأ غالباً المواضيع الطويلة لذلك ينصح الخبراء بألا تتجاوز المقالات والأخبار على الويب 300 كلمة في الغالب حتى يقرأها المستخدمون الذين يشكل الشباب المراهقون نسبة كبيرة منهم.

مما لا شك فيه أن تويتر قد أثبت بأنه الأفضل في سرعة نقل الأخبار والأحداث ساعة وقوعها ومن موقع الحدث، مثال على ذلك الخبر الذي تداوله العالم أجمع في مطلع عام (٢٠٠٩)، الذي أرسله أحد مستخدمي تويتر مرفقاً بصورة للخبر عن: "حادثة الهبوط الاضطراري لطائرة الخطوط الجوية الأميركية على سطح نهر (الهدسون) يوم ١٨ يناير/ كانون الثاني"^(٢).

1- <http://www.lefigro.fr/high-tech/2009/01/14/01007-20090114ARTFIG00385-Twitter-le-triomphe-du-bavardage-planetaire-.php>: Twitter, le triomphe du bavardage planetaire.

2 - شبكة الصحافة العربية، ألف باء التويتر، متاح (On Line)

تويتر جاء بمفهوم جديد للتدوين ونقل الأخبار على الشبكة. وهو التدوين التي لا تزيد عن 140، فتبتعد بذلك عن الإطناب والرتابة المملتين لغالبية المبحرين على الشبكة. عرف تويتر شهرته عن طريق مستخدميه كما عن طريق كبريات المؤسسات الإعلامية في العالم التي أضفى الموقع على خدماتها طابعا جديداً، يتسم بالسرعة الكبيرة في نقل المعلومة العاجلة دون إغفال أي خبر. فالمتتبع لتحديثات الوسيلة الإعلامية عبر تويتر يتحصل على آخر الأخبار أولاً بأول ضمن تصميم بسيط.

ومن المحطات التي ساهمت في انتشار تويتر والتعريف به ، الانتخابات الرئاسية الأمريكية حيث استعمله فريق المرشح الديمقراطي " باراك اوباما" لبث رسائله في الانتخابات الأمريكية التي شهدتها أمريكا مؤخراً في عام ٢٠١٢.

استخدام الشباب الفلسطيني لشبكة تويتر

استخدم الشباب الفلسطيني شبكة التويتر بكثافة أثناء العدوان على غزة من ظرف جانبي الصراع، فقد أنشئت القنصلية الاسرائيلية حسابا لها على الموقع مكنها من تنظيم شبه مؤتمر صحفي مصغر مع زائري الموقع لإيصال وجهة النظر الإسرائيلية الرسمية حول ما كان يحدث، أما من الجانب العربي فقد تحركت قناة الجزيرة بكثافة على الموقع لنقل آخر الأخبار من القطاع . فيما نشطت مجموعات المدونين خاصة على موقعي " الجزيرة توك " و " غزة " توك للرد على الدعاية الإسرائيلية تقديم وجهة نظر " الضحية"

وفي رصد لإحدى التغريدات للشباب الفلسطينيين على موقع تويتر، أحدهم قال: مقال جديد قريبا .. أبو مازن لمشعل، أو مشعل لعباس : يلا نلعب مصالحة: وأخر كتب يقول : قادة حركة فتح في رام الله يتواجدون باستمرار في خيمة التضامن مع الأسرى ، وقادة حركة حماس في غزة يتواجدون باستمرار في خيمة التضامن مع الأسرى وجميعهم يتحدثون بأشد عبارات التهديد لدولة الاحتلال حتى يتم الإفراج عن الأسرى ' وكلاهما لا يتحدثان عن المعتقلين السياسيين الذين بحوزتهم " . (متى ينتهي الانقسام)

وأيضاً على تويتر فكتبت أحدهن تقول : أقصى اليمين اتفق مع أقصى اليسار على الوحدة الوطنية في غضون ساعات في إسرائيل ! أما فلسطينيا " لا يتفق احد مع الآخر فهناك يسار متلاشي ويمين متشبث بالكرسي ووسط أيضا .. حسبي الله ونعم الوكيل !!!

<http://www.arabpressnetwork.org/articlesv2.php?id=3303&lang=ar>

توجد لتوفير خدمات مستقلة ومكاملة له منها:

twitterfall.com :إمكانية تحديد موضوع بحث الهاش تاج أو بالمكان الجغرافي

twubs.com : متابعة موضوع معين من خلال الهاش تاج ،لا يظهر التويتس فقط ولكن مع الصور والفيديوهات .

watwet.com : تويتر عربي .. يمكن التحديث من خلال الرسائل القصيرة التواصل

twellow.com : دليل لمستخدمي تويتر .

arabtweetple.com : مستخدمي تويتر العرب .

وسيعرض الباحث صورة أيضا توضح حجم الشبكات والشركات والمواقع التي تتبع لشبكة تويتر لتدلل على ضخامة وحجم تلك الشبكة.



شكل رقم (١٥)

صورة على شكل دائري تبرز عشرات الشركات والشبكات والمواقع التابعة لشبكة التواصل "Twitter"

شبكة التواصل الاجتماعي ديج (Digg)

بدأ ديج، (Digg)، كفكرة لـ " كيفن روز " (Kevin Rose) في خريف ٢٠٠٤، تاريخ انطلاق الموقع هو : ١ نوفمبر ٢٠٠٤، حيث كلف المبرمج " ايون بايرن " Owen

"BYREN، ببناء الموقع مقابل 10 دولارات في الساعة لتطوير الفكرة. بالإضافة لذلك دفع " روز " 99 دولارا شهريا لخدمة استضافة الموقع و 1200 دولار لشراء العنوان (Domain): Digg.com،.

في فبراير ٢٠٠٥ تعرض الهاتف المحمول للنجمة " باريس هيلتون " للقرصنة وتم سرقة صورها وأرقامها ووضعها على الشبكة، ولم يدم الأمر طويلا حتى وضع روابط للموضوع على موقع ديج فبدأ الموقع باستقبال عدد هائل من الزيارات التي بدأت ترسم صورة ومكانة الموقع في الحصول على القصص قبل الجميع^١، وإعطاء الفرصة لأحسن المواضيع والقصص للظهور واحتلال مكانتها في خضم الزخم الهائل من المعلومات على الشبكة. ومنذ ذلك الحين انطلقت شهرة ديج الذي أصبح يحتل المرتبة 175 بين أكثر المواقع زيارة على الشبكة حسب ترتيب Alexa.com .

ما هو ديج؟ (deeg)

ديج هو شبكة اجتماعية لنشر وتبادل المفضلات التي هي قصص وأخبار من الشبكة يقوم المستخدمون بإضافة روابط نحوها على الموقع. ترتب المفضلات حسب أكثرها حصولا على أصوات المستخدمين (تسمى الأصوات Diggs). وينقسم الموقع إلى قسمين:

١- الأول : Ropular: وبه أفضل ما أدرجه كل مستخدم الموقع.

٢- الثاني: Upcoming: ويقصه به المفضلات الشخصية ويظهر لكل مستخدم مفضلاته التي أدرجها في الموقع.

يوفر ديج لرواد الإنترنت خدمة قيمة تتمثل في فهرسة وترتيب أفضل المواضيع المتوفرة على الشبكة من وجهة نظر مستخدميه بطريقة ديمقراطية حيث يضع ثقته الكاملة في اختياراتهم وتصويتهم. فبمجرد أن يضع أحد المستخدمين رابطا لخبر أو فيديو أو صورة يستطيع المستخدمون الآخرون رؤيته والتصويت عليه، ليتقدم في المراتب حتى يصل للصفحة الرئيسية بناء على عدد ال Diggs التي تحصل عليها.

عمل الموقع لا يتوقف هنا لأنه يتعلق أساسا باكتشاف وتبادل المعلومات فهو يسمح بإجراء مناقشات حول المضامين الموجودة به عن طريق خاصية التعليقات^(٢)، كما يتيح أيضا إرسال

1- <http://crunchbase.com/company/dig>.

2- <http://dig.com/about/>, what is Digg?,

الروابط للأصدقاء أو وضعها على المدونات الشخصية أو مشاركتها عبر الشبكات الاجتماعية الأخرى.

أصبحت أغلب مواقع الويب والمنتديات اليوم تحتوي على اختصارات وأزرار لمشاركة مواضيعها على شبكات المفضلات الاجتماعية وأبرزها ديغ الذي يقدم إمكانية إضافة أزرار خاصة به للمواقع أو للبرامج متصفح الإنترنت كالفيرفوكس (Firefox)، لتسهيل وتسريع حفظ الروابط عليه كما يسمح ديغ للمطورين بابتكار التطبيقات التي تعمل على تنويع خدماته وربطه بباقي المواقع كتطبيق Twiggit على موقع Twiggit.com، الذي يسمح بنشر المفضلات الشخصية على ديغ أو توماتكيا كرسائل أو تدوينات على تويتر⁽¹⁾

ديغ ... ما له وما عليه .

يعتبر ديغ واحدا من أبرز خدمات المفضلات الاجتماعية على الويب لإتاحته للمتصفحين إمكانية الوصول ومشاركة أفضل القصص الموجودة على الشبكة كما يتيح الفرصة لكل قصة أو خبر مهما كان موقعه أو حجمه لتصدر الصفحة الرئيسية وبالتالي ضمان الوصول إليه من قبل الملايين من المستخدمين.

من إيجابيات الموقع أيضا تصنيف محتوياته حسب مجالات معينة تسمح بالوصول الى المواضيع المراد البحث عنها وبسهولة.

يعتبر ديغ من أفضل الطرق التي يمكن للمبتدئين في مجالات معينة التوسع فيها نظرا لأن أفضل القصص غالبا ما توجد في أشهر وأفضل المواقع كل حسب تخصصه. - يشتمل بعض المستخدمين من حجب رسائلهم وتعطيل أو إيقاف حساباتهم عندها يضيفون تعليقات لا تنسجم مع توجيهات مديري الموقع.

- قد تصل الأخبار والقصص المغلوطة إلى الصفحة الرئيسية وبالتالي تنتشر دون التأكد من صحتها.

-إمكانية تأسيس "جماعات تأثير" تخدم أجندة معينة وبالتالي قد تمنع بعض القصص من الظهور كما قد تدفع بالقصص التي تحمل وجهة نظرها للواجهة وهذا ما يحدث خاصة في القضايا السياسية (كحرب غزة مثلا).

1- محرك ديغ، <http://www.aawsat.com/details.asp?section=13&article=481596&issueno=10843>، جديد لاختيار أفضل التوصيات،



(شكل رقم ١٦)

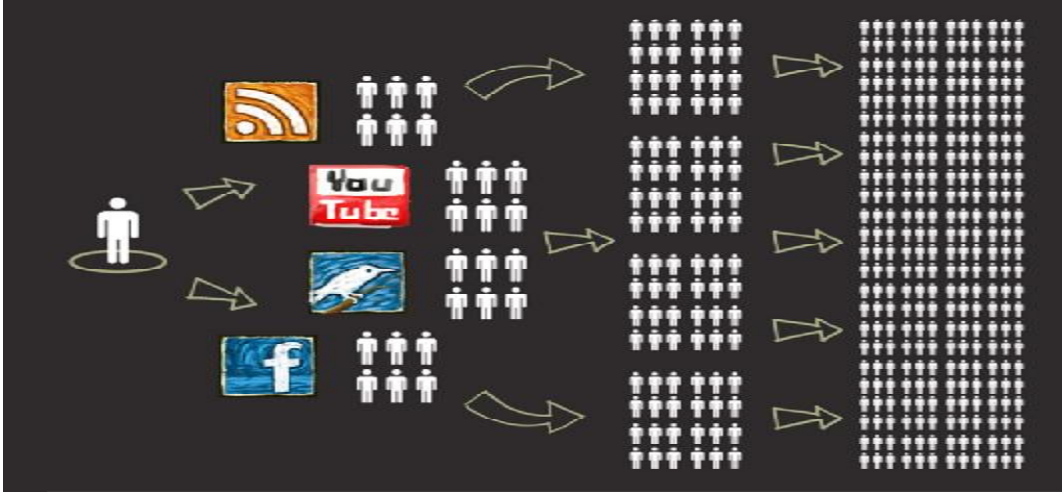
"من إعداد الباحث يوضح تقسيم لبعض شبكات التواصل الاجتماعي في وظائفها"

فوائد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

لقد أحدثت هذه الشبكات انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان، وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية وتجارية انتشرت وتكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها والمشاركة فيها دون خبرات تقنية أو تكاليف مادية، يرى البعض أنها سوف تؤدي الى بزوغ (فكر كوكبي) يعمل على تغيير العالم^(١). وتقوم شبكات التواصل الاجتماعي أيضا بدور فعال في جهود الإغاثة الدولية لضحايا الزلزال في نشر رسائل الاستغاثة، وتساعد أيضا على تنمية مهارة التفكير العلمي وتطوير التفكير الإبداعي، كما أنها تعمل على تهيئة خدمة وضع المحاضرات الجامعية من خلال تحديد أحد المواقع التعليمية في شبكات التواصل الاجتماعي مثل شبكة Wiki، كما أنه توّطد العلاقة ما بين الطالب وأستاذه. فعلى صعيد المجتمع الفلسطيني، فيبدو أن شبكات التواصل الاجتماعي هي كلمة السر، وهي رجل المهام الصعبة في هذا الزمان، وهي الجندي الذي يكسب في كل معركة وميدان، فكل ما كان مستحيلاً أصبح بالإمكان بلورته من خلال هذه المواقع الاجتماعية على أرض الواقع، بعد جمع الحشد والتأييد والمناصرة اللازمة لها، فهذا هي الحملات تتوالى

1 - محمود الطفاطة ، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتغيير في فلسطين، الفيس بوك نموذجاً، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية "مدى" ط ١، رام الله، فلسطين ٢٠١١م، ص ٢٠.

تدعو لتحرير كل تراب فلسطين، حملات سلمية بأفكار إبداعية متميزة، أحدثها الكتابة على العملات الورقة والمعدنية الإسرائيلية عبارة "Free Palestine" ، ومنها حملة الدعوة لعودة اللاجئين في منتصف أيار المقبل، والتي لاقت إقبالاً لافتاً خلال فترة قصيرة، مما يبشر بنجاح الحملة وتحريك القضية الفلسطينية من جديد على الصعيد الإعلامي والمجتمعي.



(شكل رقم ١٧)

(من إعداد الباحث يوضح رسالة التواصل مع الجمهور عبر استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي)

الملاح العامة لفئة الشباب في فلسطين

ينطلق الاهتمام بقضايا الشباب من الاعتراف بما لديهم من مكانة مميزة في بناء المجتمع المعاصر، ومما لهم من تأثير في مكوناته في مختلف المجالات: الاجتماعية، والثقافية والفكرية، والاقتصادية، والسياسية وتكمن أهمية الشباب بالنسبة للمجتمع فيما يمثلونه في مصدر للتجديد والتغيير، فهم عادة ما يرفعون لواء التحديث في السلوك العمل، لذا يعد الشباب مصدر التغيير الثقافي والاجتماعي في المجتمع ككل^(١).

ويزيد أهمية الشباب بأنه يمثل عنصراً رئيسياً من عناصر بناء أي مجتمع ويساهم في التنمية المجتمعية، ويعتبر الركيزة الأساسية لاستمرار عملية البناء والتطور، حيث إن الشباب يمثل سلاح الأمم وعمادها ورهانها التاريخي في صناعة المستقبل، وأنه القوة البشرية ذات المقومات الرئيسية العليا الانتمائية.

1- ماجد، الزبيد: الشباب والقيم في عالم متغير، "ط" 1، دار الشروق، الأردن، عمان، 2006م، ص 38-39.

ويرى الباحث أن مجتمعنا الفلسطيني هو مجتمع نامٍ فيختلف واقع الشباب فيه عن أي مجتمع آخر، فهو يمر حالياً بمرحلة تحول سياسي واقتصادي واجتماعي كبير، أصبحت فيه قضية المشاركة من جانب الشباب أمراً حيويًا وضروريًا لبناء مجتمع قوي ومتماسك.

- التركيب العمري والنوعي للسكان في المجتمع الفلسطيني"

يعتبر المجتمع الفلسطيني مجتمعاً فتياً، شأنه بذلك كباقي المجتمعات النامية، ورغم الانخفاض الذي طرأ على مستويات الإنجاب والوفيات نتيجة تحسن الأوضاع الصحية بشكل عام، وصحة الأم والطفل بشكل خاص، فضلاً عن برامج تنظيم الأسرة⁽¹⁾، فقد بلغ عدد السكان المقدر في الأراضي الفلسطينية في منتصف عام 2010م حوالي " 4.05 مليون نسمة، منهم حوالي "2.51"، في الضفة الغربية بنسبة 62.1%، من إجمالي السكان وحوالي 1.54 مليون نسمة من قطاع غزة بنسبة 37.9% من إجمالي السكان، ويشير بيانات الهرم السكاني إلى أن الأفراد دون سن الخامسة عشرة يشكلون نسبة عالية من السكان بواقع 41.3%، بينما تقل نسبة الأفراد المسنين، وهذه النسب تشير إلى أن معدلات الخصوبة ما زالت مرتفعة على الرغم من انخفاضها مقارنة مع العقد الماضي، فالمجتمع الفلسطيني مجتمع فتى يمتاز هرمه بقاعدة عريضة هذا الأمر سيؤدي إلى ارتفاع معدل النمو السكاني، وهو ما يتطلب سياسيات اجتماعية ملائمة لمواجهة هذه الزيادة⁽²⁾.

جدول رقم (1) يوضح عدد السكان المقدر في الأراضي

الفلسطينية ودول العالم منتصف عام 2011

الدولة	العدد	النسبة
الأراضي الفلسطينية	٣,٩٣٢,٣٤٩	٣٦,٦%
الأراضي المحتلة "إسرائيل"	١,٢٣١,٠٦١	١١,٥%
الدول العربية	٤,٩٦٠,٢٣٤	٤٦,٢%
الدول الأجنبية	٦١١٠٠	٥,٧%

يتضح من الجدول رقم "١" أن عدد الفلسطينيين المقدر في منتصف عام ٢٠١١، في الأراضي الفلسطينية والعالم حوالي ١٠,٧ مليون فلسطيني يتوزعون حسب مكان الإقامة⁽³⁾.

1 - الجهاز المركزي للإحصاء، الفلسطيني الشباب في الأراضي الفلسطينية- فلسطين- رام الله - ابريل، 2006م ، ص 33.

2 -الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. أطفال فلسطين- قضايا وإحصاءات"، التقرير السنوي"، فلسطين، رام الله، ابريل، ٢٠١١م ص 22-21.

3 -الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، "واقع وأرقام"، فلسطين - رام الله - مايو 2011م، ص 11.

هذا التوزيع للأفراد الفلسطينيين في دول العالم ناتج عن الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية واغتصاب أراضيها وتهجير السكان قسرياً إلى دول عربية وأجنبية، وهذه الهجرة القصرية جاءت بعد عام ١٩٤٨م، وعام ١٩٦٧م - يقطن ٣,٩ مليون فلسطيني في الأراضي الفلسطينية أي أراضي السلطة الوطنية الفلسطينية في قطاع غزة والضفة الغربية بنسبة ٣٦,٦% من إجمالي عدد الفلسطينيين ، حوالي ١١,٥%، وبلغ عدد الفلسطينيين في الدول العربية ٤,٩% مليون فلسطيني أي بنسبة ٤٦,٢%، في حين بلغ عدد الفلسطينيين في الدول الأجنبية حوالي ٦١١ ألف فلسطيني أي ما نسبته ٥,٧% من إجمالي عدد الفلسطينيين في العالم^(١).

التركيب العمري والنوعي للشباب في المجتمع الفلسطيني:

ويظهر التركيب العمري للسكان في الأراضي الفلسطينية ارتفاع نسبة الأفراد صغار السن والشباب مقارنة بالفئات العمري الأخرى، إذ تقدر نسبة الأفراد الذكور منتصف عام ٢٠١٠م، ضمن الفئة العمرية (١٥-٢٩)، سنة بحوالي ٢٧,١%، من جمل الذكور في الضفة الغربية مقابل ٢٦,٥% للإناث، أما في قطاع غزة، فقد بلغت نسبة الذكور ٢٦,٩% من إجمالي عدد السكان مقابل ٢٦,٦% للإناث، وتشير البيانات بأن أعلى نسبة للأفراد الشباب كانت في الفئة العمرية من (١٥-١٩) سنة مقارنة مع فئات الشباب الأخرى ، وذلك لكل من الذكور والإناث في الضفة الغربية وقطاع غزة على حدٍ سواء، حيث بلغت حوالي ١٠,٥% من مجمل السكان في الضفة الغربية وحوالي ١١,١% من مجمل السكان في قطاع غزة ، ويعزى الارتفاع في نسبة صغار السن والشباب إلى ارتفاع معدلات الإنجاب والانخفاض المضطرد في معدلات الوفيات ولا سيما الأطفال^(٢).

دور الشباب في تنمية المجتمع

الشباب محل اهتمام من غالبية مكونات المجتمع، وبات دور ومكانة الشباب يمس كينونة ومستقبل المجتمع، خاصة في ظل تنامي دعوات تمكين الشباب، وفي ظل تأطير الشباب لأنفسهم للمطالبة بحقوقهم، وبات مطروحا بجديّة ادوار الشباب ، وسبل تمكينهم من المشاركة في تولى الوظائف العامة، ومراكز صنع القرارات والتنمية، والقيادة في إطار المجتمع المدني. وبحكم اتساع نسبة هذه الفئة في المجتمع، وما تمتلكه وتخزنه من طاقات وقدرات، تسعا جميع الأطر لاكتسابهم إليها، من خلال المناداة بحقوقهم ، وبتمكينهم. إلا أنها

1- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني ، مرجع سابق ، ص 11.

2 - الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني الشباب في الأراضي الفلسطينية ، "صورة إحصائية" ، رام الله فلسطين ، 2010م

دعوات لم تترجم لواقع عملي. والواقع يشير إلى في ارتفاع معدلات البطالة والفقير في أوساط الشباب، وهامشية دورهم في صنع القرارات ، وغياب الحماية القانونية لهم، خاصة في وجود معيقات جدية تحول دون تمكين الشباب من الفرص والخيارات والمشاركة الجادة في الحياة العامة والتنمية⁽¹⁾.

ومما لا شك أن قضية مشاركة الشباب تطرح نفسها بكل ثقلها في هذه المرحلة من العمل الوطني لأسباب تتعلق بهموم الشباب نفسه ولأسباب تتعلق بمتغيرات المجتمع وتوجهاته الجديدة وإفرازاته الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والعلمية. ويزيد من صعوبة التناول لقضية الشباب أنه ليس قطاعاً رأسياً يمكن دراسته والبحث عن قضاياها المتعددة بسهولة كما في القطاعات الرأسية الأخرى في المجتمع، فالشباب قطاع أفقي يتغلغل داخل كل القطاعات التي يتكون منها البنيان السكاني ، فالشباب هو نتاج المجتمع بما فيه من نجاحات وإخفاقات، ومن عوامل ومؤثرات وما يملك من حصاد التجربة وارث الحضارة فالشباب هم نصف الحاضر وكل المستقبل .

فاستمرار تجاهل قضايا الشباب في مجتمعاتنا وموقف اللامبالاة مما يجري حولهم هو نتيجة حتمية لسياسات التجاهل لمواجهة قضاياهم، وقد حولتهم تلك المشاعر المتناقضة في داخلهم إلى مخزن يغرف منه كل من لديه مصلحة خاصة في تجنيدهم واستخدامهم⁽²⁾.

فعلي الحكومة وكل القيادات السياسية والمجتمعية أن نبدأ في وضع قضيتهم في مقدمة المسائل الوطنية، وتشرع في وضع الحلول وتطبيقها لمصلحة أجيال الشباب، هذا إذا أردنا أن نجتاز حاضرننا إلى مستقبلنا بأمان، وعلينا أن نعيد تنظيم مجتمعاتنا وحياتنا وقوانيننا وفق واقعهم وحجم قوتهم ومدى تأثيرهم بما يجري من حولنا في العالم ، ومن ثم لا بد من مشاركة الشباب وسماع رأيهم في اتخاذ القرارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتوسيع دورهم في المشاركة في كل ما يتعلق بحياتهم وتطلعاتهم وطموحاتهم، ويأتي في مقدمة ذلك خفض سن الترشح ليصبح ٨٦ عاماً، وأن يمثل الشباب في المؤسسات الديمقراطية والتشريعية ، بما يفسح المجال لسماع مقترحاتهم والأخذ بها عند التطبيق، فالثقافة السياسية جزء وشرط مهم في ثقافة الشباب إن أردنا تدريبهم وتأهيلهم للقيادة في مرحلة لاحقة، ونحن بهذا ندخلهم في نسج المجتمع بدلاً من أن يتحولوا إلى أدوات للهدم والتخريب، فوضع ثقافة متوازنة للشباب تراعي تراثهم وتاريخهم الوطني والقومي، وتسعى للحاق بالثقافة الحديثة المنفتحة على العلم

1 - صلاح عبد العاطي ، قانون رعاية الشباب الفلسطيني الي أين...؟ ، الحوار المتمدن ، ٢٠٠٥ م .

2 - صلاح عبد العاطي، مدير الهيئة المستقلة لحقوق الإنسان، في مقابلة شخصية معه بتاريخ 20-3-2013م.

والتكنولوجيا والفلسفة المعاصرة المتطلعة إلى مزيد من الكشف عن الكون وأسراره أمر لا مفر منه، وأن ندرّبهم على اكتشاف ثقافة الشعوب والأمم المعاصرة ليتمكنوا من التعامل والتفاعل معها في هذا العالم الذي بدأت تتشابه فيه تلك الشعوب بثقافاتها المختلفة على درب التعاون والتلاقي ضمن حركة التفاعل مع الثقافات الأخرى⁽¹⁾.

فيرى الباحث في نظرة سريعة على واقع شبابنا اليوم تكشف لنا مدى عزوف الشباب عن المشاركة في قضايا المجتمع، والابتعاد عن النشاطات السياسية والاجتماعية، وهذا ناتج عن طول أمد الاستبعاد الذي مورس ضد الشباب وعزلهم عن الحياة العامة وخاصة السياسية سواء في المدارس والجامعات أو في المنظمات الشعبية والديمقراطية.

وسنرتكب أخطاء أكثر فأكثر إن نحن تصوّرنا أن بإمكاننا الاستمرار في إبعاد جيل الشباب في عالمنا عن المشاركة الكاملة في إدارة شئون حياته ورسم مستقبله، فالكبار، في عصر يقوده الشباب، لن يتمكنوا من ضبط إيقاع الحياة دون الشباب ومشاركتهم الكاملة، وقد دلت الدراسات والأبحاث الحديثة على أن المجتمعات، التي تتعرض للتغير التقني السريع لا يعود الآباء فيها يملكون ما يقدمونه لأبنائهم، لأن معارفهم تفقد ملائمتها للواقع الجديد والمستجد. فكيف بزمان كزماننا الذي فاقت سرعة التغير التقني فيه بملايين المرات سرعة التغيرات التقنية التي أصابت المجتمعات البشرية القديمة.

فجيل الكبار في زماننا ما عادوا يملكون معظم الإجابات عن أسئلة أكثر وأعدد مما يقاس مما توافر لمن سبقهم، فهم يكادون أن يفقدوا الموقع الذي يخولهم أن يقولوا للشباب ماذا يفعلون وماذا لا يفعلون.

ويرى الباحث أن مشاركة الشباب تعد مسؤولية وطنية يجب الاهتمام بها، من خلال إنشاء قنوات التواصل معهم وصولاً إلى الشخصية الشبابية السوية التي تستطيع التفاعل الإيجابي مع المجتمع وتحمل المسؤولية، كذلك يجب وضع هذه القضية في مقدمة المسائل الوطنية إذا ما أردنا أن نجتاز حاضرتنا إلى مستقبلنا بأمان، وعلي الشباب أن يعوا - أن الحقوق تتزعزع وإذا أردوا الوصول إلى حقوقهم.

¹ - ملف وتقرير الشباب في فلسطين، ببرنامح الأمم المتحدة الإنمائي، معهد دراسات التنمية، منتدى شارك الشباب. ٢٠١١م، بدون أرقام صفحات

المشاركة المجتمعية وعلاقتها بإحداث التنمية المستدامة.

تعتبر المشاركة المجتمعية (Community Participation) ركيزة أساسية من ركائز تحقيق الأهداف التنموية للمجتمعات، وتقاس مؤشرات نجاح الخطة التنموية على مدى إشراك المجتمع المحلي في اتخاذ القرار، لأن جميع الخطط والمشاريع التنموية

القضايا المجتمعية في فلسطين

القضية هي عبارة عن حدث معين في مجتمع ما نتيجة التغيرات الطارئة عليه بفعل عوامل خارجية أو عوامل دخيلة على المجتمع، وكثير من الأحيان لا يوجد حل منطقي للقضية والسبب في ذلك يرجع الى انقسام الجمهور إلى قسمين:

القسم الأول: يكون موافق لهذه القضية ويعتبرها تطوراً أو تغييراً.

القسم الثاني: وهم المعارضين لهذه القضية كونها دخيلة وجديدة على المجتمع ويرفضون حتى التجربة لأي سبب من الأسباب.

أهمية المشاركة المجتمعية .

تعد المشاركة المجتمعية إحدى الأدوات التي يمكن من خلالها النهوض بالمجتمع والارتقاء به، والعمل على تحسين مستوى حياة المواطنين اجتماعياً واقتصادياً وبيئياً وحضرياً وذلك من خلال إسهام أبناء المجتمع تطوعاً في جهود التنمية سواء بالرأي أو بالعمل أو بالتمويل، وحث الآخرين على المشاركة، وعدم وضع العراقيل أمام الجهود المبذولة من جانب قيادات المجتمع وغير ذلك من الأمور التي تؤدي إلى تنمية المجتمع وتحقيق أهدافه⁽¹⁾.

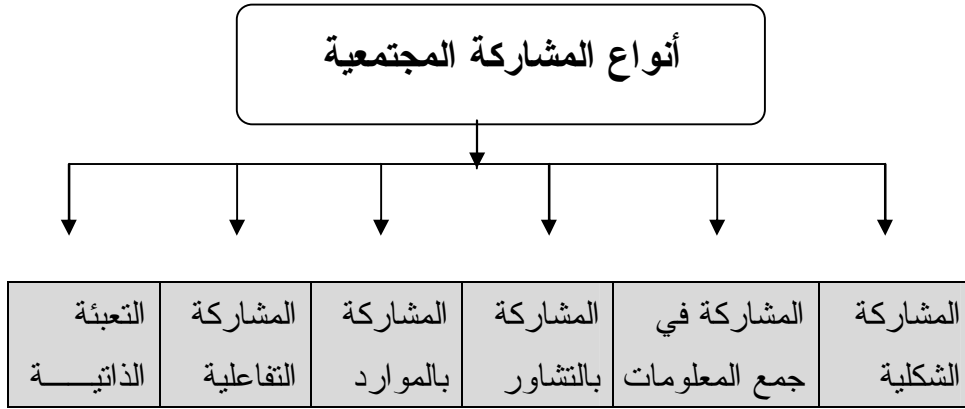
إن مشاركة المجتمع المدني تسهم في التحديد الأفضل للاحتياجات والمطالب وزيادة الكفاءة في التنفيذ، بالإضافة إلى تعزيز الاستدامة والانسجام الاجتماعي، فالمشاركة المجتمعية تسمح بالعملية الديناميكية المتواصلة في العمل، كما يعزز التوافق المثمر والحوار الابتكارية، ويسد الفجوات في المعارف والسلطة القائمة بين الخبرات والتكنولوجيا والمشاركة المحلية.

ويرى الباحث أن المشاركة المجتمعية تزيد من المعارف المحلية للشباب، ويعزز التجاوب ويزيد من الشفافية ومن المساءلة، التي تعزز بدورها تقديم الخدمات بفعالية، يضاف الى ذلك أن

UN-HABITAT: - 1, تقرير حول إشراك المجتمع المدني في تحسين أسلوب الإدارة المحلية، " الدورة العشرين " ، 2005. بدون أرقام صفحات.

المشاركة في نظم الإدارة تعمق من إحساس المجتمع المدني بالانتماء والملكية حيث يصبحون صناع مصائرهم الذاتية ومحدديها، وهكذا فإن إشراك المجتمع المحلي لا يؤدي فقط إلى تطوير إحساس قوي بملكية المدينة بين المواطنين، وتعدد أهداف المشاركة المجتمعية نظراً لأهميتها، وللدور الكبير الذي تقوم فيه، فهي تسعى من خلال المشاركة للارتقاء بالعمل من كافة جوانبه وتحقيق النجاح للعملية التنموية.

أنواع المشاركة المجتمعية



(شكل رقم ١٨ من إعداد الباحث)

يوضح أنواع المشاركة المجتمعية

- **المشاركة الشكليه:** لا يشترك الأشخاص في عملية صنع القرار ، ويمكن تمثيل ذلك بجمع أفراد الحي لعرض تخطيط منطقة معينة مثل فتح شارع معين في نطاق البلدية .
- **المشاركة في جمع وإعطاء المعلومات:** يشارك الناس من خلال الإجابة على الأسئلة التي يطرحها آخرون يرغبون في الحصول على المعلومات، وعادة ما يتم استخدام الاستثمارات والاستبيانات أو غيرها من الأساليب التقليدية، مثل حملة ترقيم المباني التي قامت بها دائرة الإحصاء في غزة.
- **المشاركة بالتشاور:** يشارك الناس من خلال استشاراتهم بالأمر التي تهمهم ويستمع أصحاب القرار لاقتراحاتهم وتصوراتهم ومشاكلهم ويبنون عليها العمل، ويمكن تمثيل ذلك باللقاءات التي تقوم بها الوزارة أو المحافظة مع المواطنين للاستماع إليهم^(١)

1 - وزارة التخطيط:، خطة التنمية الفلسطينية (2010-2011)، وزارة التخطيط ٢٠١١م، بدون أرقام صفحات

- **المشاركة ببعض الموارد المحلية:** يشارك الناس من خلال الإمداد ببعض المواد كالأسمنت، أو باليد العاملة، أو بالمال، أو غيرها من الموارد المادية، وفي هذه الحالة ، تنتهي المشاركة بانتهاء الحوافز .
- **المشاركة الوظيفية:** يشارك السكان من خلال تشكيل مجموعات للدعم من أجل تحقيق مشروع ما، غير أنهم لم يدمجوا منذ البداية ولم يتدخلوا سوى من مرحلة التنفيذ مثل مشاركة الأهالي في تنفيذ حملات النظافة التي يساعد من خلالها المواطنين في تنظيف المدينة.
- **المشاركة التفاعلية:** يشارك الناس في التشخيص والتحليل اللذان يؤديان إلى تخطيط العمل وبالتالي يكون النصيب الأكبر في ضمان الاستثمارات الموجهة للعملية التنموية، وكذا الحفاظ على الهياكل والممارسات، مثل المشاركة في وضع الخطة الإستراتيجية للتنمية للبلديات في قطاع غزة.
- **التعبئة الذاتية:** يشارك السكان من خلال الأخذ بزمام المبادرة، بدلاً من الاعتماد على الدعم الخارجي علماً أن العملية التشاركية لا تلغي الدعم الخارجي، من قبيل الدعم المالي التكميلي أو التقني، إلا أنهم يتحكمون ويراقبون كيفية استعمال هذه الموارد^(١) .

ويرى الباحث أن المشاركة المجتمعية سبب رئيسي في تحقيق الأهداف التنموية للمجتمعات والبلديات والمؤسسات، مما يزيد من انتماء المجتمع للخطط التنموية وحرصه على تنفيذها لأنه أصبح جزءاً منها، ويصبح التخطيط من الأسفل للأعلى، ويعزز ثقة الجمهور في عملية التخطيط، والإيمان بدور المشاركة المجتمعية، وتتعدد صور ومستويات وأنواع المشاركة، ويمكن تحديدها بناءً على طبيعة العمل، وإن أخذ الأفراد والمواطنين لزام المبادرة يعتبر أرقى أنواع المشاركة المجتمعية

أوجه الشبه بين القضية والمشكلة

يتم تحديد أوجه الشبه بين القضية المجتمعية والمشكلة الاجتماعية في النقاط الثلاثة التالية^(٢):

1- رشاد عبد اللطيف، أساليب التخطيط للتنمية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2002م ، ص77.

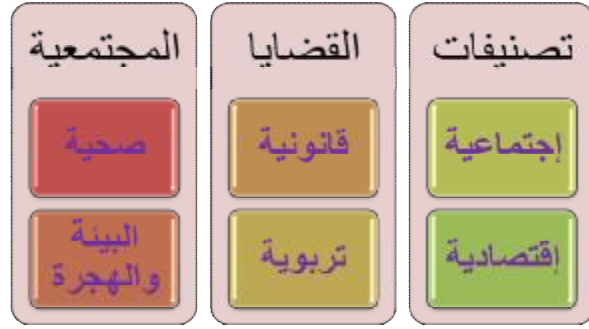
2 - فهمي سليم الغزوي، المدخل الى علم الاجتماع، دار الشروق، الأردن ، عمان، 2004م، ص ١٤ .

أوجه الاختلاف بين القضية المجتمعية والمشكلة الاجتماعية فتتلخص في

الجدول الآتي : جدول رقم (٢)

م	أوجه الاختلاف	القضية المجتمعية	المشكلة الاجتماعية
١ -	من حيث المجتمع	يتضمن مجموعة بشرية كبيرة وحدود جغرافية واسعة.	يتضمن مجموعة بشرية صغيرة و حدود جغرافية صغيرة
٢ -	من حيث النوع	يختلف نوعها باختلاف وجهات النظر فقد يراها البعض ذات تأثير سلبي تعوق المجتمع، والبعض الآخر يعتقد تأثيرها الإيجابي على تقدم المجتمع وتطوره	سلبية وتقف عائقا أمام أفراد المجتمع
٣ -	من حيث الأسباب	قد يكون أسبابها اجتماعية.	قد تكون أسباب اجتماعية مثل غلاء المهور أو تكون أسباب طبيعية مثل السيول
٤ -	من حيث وجودها	القضية لا تتواجد بالضرورة في جميع المجتمعات	المشكلة تتواجد في جميع لمجتمعات

مما سبق في جدول رقم (٢) نستنتج أن كل قضية هي مشكلة ولكن ليس كل مشكلة قضية فمفهوم القضية أعم وأشمل وتتضمن القضية العديد من المشكلات مثل مشكلات التعليم والفقر وغيرها.



(شكل رقم ١٩)

(يوضح تقسيم للقضايا المجتمعية)

نظم الباحث زيارات ميدانية لمؤسسات المجتمع المدني والمحلي ، وعقد لقاءات مباشرة مع رؤساء تلك الجمعيات لتحديد أبرز القضايا المجتمعية لدى الشباب الفلسطيني ووضع حلول ومقترحات لمعالجة تلك القضايا على الصعيد المجتمعي الفلسطيني،

و أعد الباحث الجدول الآتي: - " جدول رقم جدول رقم (٣)

القضايا المجتمعية الأبرز في فلسطين : مشكلات وحلول

القضية	أبرز المشاكل	حاجات وحلول مقترحة
نقص الحاجات الأساسية: أولاً: الحاجات المادية في ظل غياب الأمن والاستقرار، واستمرار التهديدات الخارجية وخصوصاً الحصار والإغلاق وما ينجم عنه من توقف الإنتاج والتصدير ونقص المواد في الأسواق أو ارتفاع أسعارها، وفي ظل استمرار انقسام مؤسسات السلطة وعجزها عن القيام بواجباتها، تتفاقم معدلات البطالة في صفوف الشباب، وتتدهور أحوال أسرهم المعيشية، وتتقلص الخدمات الأساسية كماً ونوعاً، وتستنزف	- البطالة الواسعة - الفقر الشديد - تدهور مستوى الأمن الغذائي - تدهور مستوى المعيشة - استنزاف الموارد - اعتلال الصحة	- إيجاد فرص عمل - مكافحة الفقر أو التخفيف منه - الحماية الاجتماعية - تنمية الموارد واستغلالها بشكل جيد - مشاريع مدرة للدخل - مساعدات إنسانية - الضغط على أصحاب القرار - تعزيز التكافل الاجتماعي - ضمان العدالة والإنصاف

		مواردهم وقدراتهم، ويعجزون عن تلبية أبسط حاجاتهم الأساسية
<p>- وقف الحملات الإعلامية التحريضية</p> <p>- حماية الحريات والحقوق</p> <p>- الإرشاد النفسي والاجتماعي</p> <p>- تفعيل برامج وأنشطة الترفيه الهادفة</p> <p>- تشجيع الحوار وبناء الثقة</p> <p>- إتاحة فرص المشاركة</p> <p>- برامج توعية سياسية</p> <p>- تطوير منهجيات تربوية جديدة</p> <p>- تعزيز التنشئة الاجتماعية الإيجابية</p>	<p>- الإصابة بالأمراض النفسية</p> <p>- تنامي الرغبة في الهجرة</p> <p>- العزوف عن الشأن العام والمشاركة</p> <p>- إشغال أوقات الفراغ بصورة غير مفيدة</p> <p>- تنامي الشعور بالكلس واللامبالاة</p> <p>- فقدان الحس المدني وضعف الانتماء</p> <p>- انتشار ثقافة عدم التسامح</p> <p>- تزوير الوعي الاجتماعي</p> <p>- التعصب والانقياد</p> <p>- نقص برامج الترفيه والتنشيط</p>	<p>ثانياً: الحاجات النفسية والاجتماعية:</p> <p>تتجسد معاناة الشباب الفلسطيني في قطاع غزة في نقص حاجاتهم النفسية والاجتماعية بشكل حاد في بيئة شديدة الانكشاف والتعرض، وفي ظل مؤسسات وتنظيمات لا تلق بالآ لهذه المعاناة بل تذهب حد توظيفها واستغلالها لأغراض محض ذاتية. الضرر النفسي الذي لحق بالشباب يدفعهم إلى التفكير في الهجرة، ويقعدهم حبيسي البيوت في حالة قلق وخوف وعدم تأكد. ثقّتهم بأنفسهم تتراجع، وانتهاك كرامتهم واستقلاليتهم يتفاقم، فيفقدون شعورهم بالانتماء، ليحل محله ولآءات عضوية لجماعات صغيرة على حساب الانتماء الوطني. وعوضاً عن التعبئة السياسية والاجتماعية يتعرضون لعمليات تحريض وتجييش انفعالي يورثهم فقدان الحس المدني والتفكير النقدي ويجعل منهم مجرد أدوات للتنفيذ.</p>

<p>- تطوير المناهج</p> <p>- تشجيع الأسلوب الحوارى فى التعليم</p> <p>- تحييد النظام التربوى والتعليمى</p> <p>- تخصيص مزيد من الموارد</p> <p>- إعادة تأهيل البنية التحتية للتعليم</p> <p>- تشجيع التعليم غير الرسمى وتطويره</p> <p>- تفعيل التوجيه المهنى</p> <p>- ربط التخصصات باحتياجات السوق</p>	<p>- تسييس النظام التربوى والتعليمى</p> <p>- الاختلال بين التعليم وسوق العمل</p> <p>- إهدار الموارد فى تدريب غير مجد</p> <p>- تدهور البنية التحتية للتعليم</p> <p>- أساليب تدريس تقليدية</p> <p>- تدنى رواتب المعلمين</p> <p>- نقص الموازنات المخصصة للتعليم</p> <p>- عدم موائمة المناهج</p>	<p>تطوير التعليم وبناء الوعي:</p> <p>لازال التعليم يشكّل أهم استراتيجيات المواجهة مع التحديات والتغلب على الصعاب. فى السنوات الأخيرة تتفاقم مشاكل النظام التربوى والتعليمى، وفى ظل المؤثرات المختلفة، تتراجع قيمة التعليم من سلم القيم المحركة للشباب، تزداد تكلفته وتقل جدواه، تستمر المناهج فى الاعترا ب عن الواقع وعن الاهتمامات وعن حاجات المجتمع الفعلية، وتبقى أساليب التدريس عقيمة وتقليدية لا تحض على التفكير ولا تشجع على البحث والحوار، ولازال المعلم يعاني من تدنى الراتب فيضعف حافزه على التطور وإعادة التأهيل، البنية التحتية للتعليم قاصرة عن الاستيعاب وخالية من التجهيزات وغير ذلك. المؤسسات التعليمية تعاني من التسييس والاستقطاب. التعليم المهنى يتراجع ودورات التدريب تقتصر على معارف وخبرات ومهارات قلما تستجيب لواقع الشباب واحتياجاتهم.</p>
---	--	--

القضية	أبرز المشاكل	حاجات وحلول مقترحة
<p>إصلاح البيئة المؤسساتية:</p> <p>يصعب تصور مواجهة سياق انكشاف الشباب بدون مؤسسات فاعلة وقوية وقادرة تتبنى رؤى وأهداف مرتبطة حقاً بحاجات الشباب ومشاكلهم وقضاياهم.</p> <p>تعاني البيئة المؤسساتية من انعدام الشفافية وضعف المصداقية ومن الارتهان لأجندات خارجية، واقتصار المشاركة المجتمعية على الجوانب الشكلية، كما تعاني من ضعف البرامج والخطط واقتصار مشاريعها على تقديم المعونات، وأحياناً القيام بأنشطة غير مجدية اقتصادياً أو اجتماعياً، كما تغفل هذه المؤسسات برامج الحماية الاجتماعية التحويلية وما تتطلبه من توسيع دائرة عملها لتشمل أنشطة الضغط والتأثير والتمكين وتنمية القدرات. المؤسسات تفتقر إلى التنسيق فيما بينها ولذلك تكرر ذاتها وتهدر بالتالي الموارد المحدودة.</p>	<p>- غياب التنسيق</p> <p>- ضعف البرامج والخدمات</p> <p>- انتشار مظاهر الفساد</p> <p>- ضعف المشاركة المجتمعية</p> <p>- صعوبة الوصول</p> <p>- الفئوية السياسية/التحيز</p> <p>- إهدار الموارد</p> <p>- استغلال الشباب</p> <p>- تدني الكفاءة والفعالية</p> <p>- عدم تبني رؤية للحماية الاجتماعية</p>	<p>- إصلاح مؤسساتي شامل</p> <p>- تنمية القدرات الإدارية والتنظيمية</p> <p>- تفعيل المشاركة المجتمعية</p> <p>- بناء الثقة والمصداقية</p> <p>- انتهاج فلسفة تنمية فعلية</p> <p>- التركيز على تنمية قدرات الشباب</p> <p>- تفعيل آليات التنسيق والتشبيك</p> <p>- بناء التحالفات والاتلافات الضاغطة</p> <p>- تفعيل دور الإعلام التنموي</p>

التغيرات التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي على صعيد الشباب الفلسطيني. يرى الباحث بأن الشباب نبض المجتمع وعصب الحياة، وهم الأمل ومصدر الخطر في أن واحد سواء في الحاضر أو المستقبل، استناداً لما يمثله الشباب من قوة مستمدة من مكانتهم المتميزة في بناء المجتمع.

وفي فلسطين دور الشباب على درجة كبيرة من العمق على ضوء تعقيدات الوضع الفلسطيني وتفاصيله، حيث يشكل الشباب السواء الأعظم من المجتمع الفلسطيني الذي يوصف أنه مجتمع فتى. فأي تحرك كان وما زال وقوده الأساسي الشباب والطلاب والطالبات سواء في القيادة الميدانية أو الإعلامية أو في التوجه الجماهيري أو المقاوم.

فلقد انتزع الشباب الفلسطيني حقه في المشاركة في السياسية والتعبير عن الرأي مبكراً، اذ كانت الجامعات الفلسطينية تزخر بالعديد من التيارات الفكرية والحزبية التي كان يدور بينها نقاشات فكرية وحوار علني عبر مجلات الحائط المطبوعة التي كانت منصة للحشد والتعبئة ومناقشة قضايا الساعة.

ومع دخول الانترنت، وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي وجد فيها الشباب الفلسطيني منصة جديدة للتفاعل مع القضايا المستجدة، نقاشاً وتحليلاً ومشاركة، والتي فتحت الباب على مصراعيه أمام الشباب الفلسطيني بما أضافته من نجاح في الدمج بين الهويات الافتراضية عبر شبكة الانترنت والهوية الحقيقية للمستخدمين ومن بعد ذاتي حرر المشاركين من سيطرة وتدخل مشرقي على مواقع التواصل الاجتماعي في بعض المشاركات، ومن مصاعب أو متاعب في إنشاء المجموعات والحسابات والصفحات عبر تلك الشبكات.

أبرز المتغيرات التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي على الساحة الفلسطينية والتي سنعرضها من خلال المتابعة والرصد كالاتي :-

١- تنوعت أساليب المشاركة واختلفت دوافعها وتعدد طرقها ولم تقتصر على الأفراد بل تعدتها إلى الأحزاب والتنظيمات والمؤسسات الإعلامية والشخصيات العامة، حيث تم استخدام الشبكات الاجتماعية كوسيلة لنشر الأخبار: وفي هذا الصدد تم إنشاء العديد من الصفحات على موقع فيس بوك كوكالات أنباء تعنى بالشأن الفلسطيني، ليست امتدادا لوكالات أنباء أو لمواقع إعلامية موجودة أصلاً، ويديرها شباب متطوعون تباينت في قوتها، ومصداقيتها، ومهنتها وسرعتها في الوصول إلى الأخبار ومدى انتشارها. إلا أنها وفرت منصة ليست لتلقي الخبر وحسب وإنما لصياغته، والتعليق عليه ومناقشته وتحليله ونقده، مما وفر ساحة فعلية للمناقشات بين المشاركين وتبادل الآراء.

٢- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحشد والتعبئة والتنظير لفكرة معينة أو رفع درجة الوعي والمعرفة بقضية معينة: إذ انطلقت العديد من الصفحات التي تطالب بإنهاء الانقسام، وصفحات تنادي بانتفاضة فلسطينية ثالثة وصفحات أخرى تطالب بعد تطبيق مقترح قانون الضريبة الجديد، وأخرى تناصر فصيلاً سياسياً على حساب آخر وأخرى تناصرا رمزا سياسياً أو شخصية اعتبارية، وأخر تندد بالفساد وتدعوا لمحاربتة، وتزداد عدد المنظمين لهذه الصفحات أو المجموعات، وعجت بالمشاركات والنقاشات الساخنة، واستخدمت لدعوات فعلية للتظاهر على الأرض، أو لتنظيم فعاليات حقيقية.

٣- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لتنظيم حملات الضغط والمناصرة: كحالة التضامن الواسعة مع إضراب الأسرى الفلسطينيين الأخير عن الطعام، إذ أن عدداً هائلاً من مستخدمي الفيس بوك غيروا صورتهم الشخصية الى صورة رمزية للأسير الفلسطيني . وفي هذا السياق أتاح الإعلام الاجتماعي لبعض الشباب التعرض لقضايا ربما لم ينووا الاطلاع عليها مسبقاً، نظراً للتدفق الهائل للمعلومات والمشاركات التي تظهر بشكل تلقائي عند المستخدم، والتي قد تأخذها باتجاه معين، أو تحفز لديه دافعا أو تنمي رغبة أو تقدر فكرة.

٤- أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي للشباب الفلسطيني في الداخل التواصل مع نظرائهم في بلدان الشتات، على المستوى الشخصي من خلال تكوين الصداقات، ومن خلال بعض الصفحات التي أطلقت لجميع الفلسطينيين في الداخل والخارج، وبعض الصفحات والمجموعات التي اقتصت بأصول العائلات وأبنائها وبلدانهم الأصلية قبل النكبة.

٥- أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي للنساء الفلسطينيات الفرصة للتعبير عن أنفسهن ومناقشة قضاياهن بل والانخراط في النقاشات العامة بشكل أكبر من ذي قبل، مما ساهم في دعم مكانتها كشريك مساو للشباب في محاولة تغيير المشهد الاجتماعي والسياسي والتأثير فيه.

٦- أعطت شبكات التواصل الاجتماعي، فرصة للشباب الفلسطيني للانفتاح على بعض الأفراد والمجموعات والمنظمات الإسرائيلية المدافعة عن حقوق الإنسان والمناهضة للاحتلال وعملت الشبكات كجسر للتواصل والتشبيك مما ساهم في خلق حراك حقيقي على الأرض إذ تحولت الدردشات ومشاركة السخط المشتركة المتولدة من مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والقصص، عن الانتهاكات بحق الفلسطينيين من " الشاشات" الى الشوارع" فشهدنا مشاركة فعليه في المظاهرة السلمية الأسبوعية ضد جدار الفصل العنصري في الضفة الغربية، وفتح باب النقاش والحوار وتبادل وجهات النظر عبر المجموعات والصفحات التي تم إنشائها، والتي زاد عدد المشاركين في بعضها عن 70 ألف مشترك، وفي هذا السياق يجدر الإشارة إلى موقع pace.facebook.com والذي يرصد بشكل يومي التواصل والعلاقات والصداقات في مناطق الصراع ومن ضمنها فلسطين وإسرائيل.

٧- ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تنشيط الشباب الفلسطيني لشرح قضيتهم وتطلعهم للحرية بالصورة والكلمة ومقطع الفيديو ، وفي تنظيم الحملات والفعاليات وكتابة العرائض

المناصرة للقضية الفلسطينية عبر تلك الشبكات. كحملة " ركاب الحرية"، وحملة " اهلاً بكم في فلسطين"، وحملة " اكتب رسالة على جدار الفصل العنصري".

ويرى الباحث ومن خلال الرصد والمتابعة أنه يتضح مما سبق مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي وأهمية دورها في حياة الشباب الفلسطيني، إلا أن هناك العديد من التحديات المستقبلية أمام شبكات التواصل الاجتماعي ومدى فعاليتها ، وهذا ما سنحاول استكشافه في السطور القادمة.

فيلاحظ الباحث أنه وأمام هذا الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي تبرز العديد من المحاذير من أهمها:

- التدفق الهائل والسريع للمعلومات والمشاركات والأخبار، يضعنا أمام سؤال الموثوقية ومدى دقة الأخبار التي يتم تناقلها وتشاركها. فمن الصعب جدا فلتره ما يتم تداوله والتحقق من صحته.

- قد تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً عكسياً يحد من المشاركة الفعلية على الأرض، فقد يكتفي المستخدم بفعل بعمل مشاركة (share)، أو أعجبي، أو " سأحضر" لحدث معين أو صورة، تجعله يشعر بالافتقار نفسياً وكأنه شارك فعلياً.

-الوصول إلى شبكات التواصل الاجتماعي سهل ورخيص نسبياً، ماذا لو اختار مالكي الشبكات الاجتماعية إغلاقها؟ وكيف سيكون الوضع فيما لو تحولت بعض الخدمات إلى مدفوعة بعدما أصبح الفيس بوك شركة عامة ذات أسهم مدرجة في السوق المالية وتسعى لتحقيق الأرباح للمساهمين فيها.

الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

١ - النوع :

جدول رقم (٤)

توزيع المبحوثين وفقاً للنوع

النوع	ك	%
ذكر	٣٠٥	٧٤,٤
أنثى	١٠٥	٢٥,٦
المجموع	٤١٠	١٠٠

يشير نتائج جدول رقم (٤) إلى أن أكثر مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من المبحوثين عينة الدراسة هم من الذكور، حيث بلغت نسبة تواجدهم في مجتمع الدراسة ٧٤,٤ %، في حين بلغ عدد الإناث (١٠٥)، وشكلت الإناث نسبة قدرها ٢٥,٦ %، ويعزى الباحث هذه النسبة إلى أن المجتمع الفلسطيني مجتمع ذكوري، وأن الشباب الفلسطيني أكثر استخداماً وتعاملاً مع كل ما هو تكنولوجي وتقني حديث.

٢ - الحالة الاجتماعية :

جدول رقم (٥)

توزيع المبحوثين وفقاً للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	ك	%
متزوج	٢٠٥	٥٠,٥
أعزب/أنسة	١٩٩	٤٨,٥
مطلق	٦	١,٥
المجموع	٤١٠	١٠٠

تشير النتائج في الجدول رقم ٥ وفقاً للحالة الاجتماعية المستخدمة لشبكات التواصل الاجتماعي بأن نسبة ما يستخدم تلك الشبكات ٥٠,٥%، هم متزوجون ، وأن ما نسبته ٤٨,٥% أعزب/ أنسة، ممن يستخدم تلك الشبكات، ويشار إلى ان النسب تكاد تكون متقاربة، وهذا يدل على أن جميع الحالات تستخدم تلك الشبكات وبشكل متقارب.

٣ - السن :

جدول رقم (٦)

توزيع المبحوثين وفقاً للعمر

السن	ك	%
من ١٨ سنة الى اقل من ٢٤	١١١	٢٧,١
من ٢٤ سنة الى اقل من ٣٠	١٩٦	٤٧,٨
من ٣٠ سنة إلى أقل من ٣٥ سنة	١٠٣	٢٥,١
المجموع	٤١٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول رقم (٦) فيما يتعلق بمتغير العمر، فقد جاءت الفئة العمرية من (٢٤ سنة- أقل من ٣٠) بالمرتبة الأولى، وبنسبة بلغت ٤٧,٨% من مجموع أفراد العينة ، في حين

جاءت الفئة العمرية من (١٨- أقل من ٢٤) بالمرتبة الثانية، وبنسبة قدرها ٢٧,١%، وجاءت الفئة العمرية من (٣٠- أقل من ٣٥ سنة)، بالمرتبة الثالثة والأخيرة وبنسبة بلغت ٢٥,١%، ومن أعلاه يتضح بأن متوسط أعمار الشباب الفلسطيني المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي كان ضمن الفئة العمرية (١٨- ٢٤) سنة.

٤ - السكن :

جدول رقم (٧)

توزيع المبحوثين وفقاً لمكان السكن

المنطقة	ك	%
الأراضي المحتلة عام ٤٨	٧	١,٧
القدس	١٠	٢,٤
المحافظات الجنوبية (قطاع غزة)	٢٧٩	٦٨,٠
المحافظات الشمالية (الضفة الغربية)	٧٩	١٩,٣
الوطن العربي	٢١	٥,١
خارج الوطن العربي	١٤	٣,٤
المجموع	٤١٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول رقم (٧) إلى تصدر المحافظات الجنوبية (قطاع غزة) في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٦٨,٠%، ومن ثم المحافظات الشمالية (الضفة الغربية)، في الترتيب الثاني بنسبة ١٩,٣%، ومن ثم الفلسطينيين الموجودين والمقيمين في الوطن العربي بنسبة بلغت ٥,١%، في حين بلغت نسبة ٣,٤% للشباب الفلسطيني المستخدم لتلك الشبكات والمقيم خارج الوطن العربي، وما نسبته ٢,٤% للشباب الفلسطيني المقيم في القدس الشريف، وما نسبته ١,٧%، للشباب المقيم في الأراضي المحتلة، وتشير البيانات أيضاً، إلى حصول الأراضي المحتلة لعام ٤٨، في الترتيب الأخير بنسبة ١,٧%، ويمكن تفسير هذه النسبة المتدنية بانخفاض عدد السكان الفلسطينيين في هذه المنطقة مقارنة ببقية المناطق، ويشير الباحث إلى

وجود حواجز بين مناطق السلطة الوطنية ولصعوبة التنقل للوصول الى العينة قام الباحث بعمل صحيفة استقصاء الكترونية عبر موقع خاص للوصول إلى كافة مناطق فلسطين ما أمكن مستخدماً أداة الهاتف النقال وكل ما أتيح له من إمكانيات.

٥ - المؤهل العلمي :

جدول رقم (٨)

توزيع المبحوثين وفقاً للمؤهل العلمي

المؤهل العلمي	ك	%
دكتوراه	٩	٢,٢
ماجستير	٩٨	٣٢,٩
بكالوريوس	٢١٥	٥٢,٤
دبلوم متوسط	٤٥	١١,٠
دون الثانوية العامة	٤٣	١٠,٥
المجموع	٤١٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول رقم (٨) بأنه فئة الشباب الفلسطيني المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي من حملة شهادة (البكالوريوس) بالمرتبة الأولى، وبنسبة قدرها (٥٢,٤%)، من مجموع أفراد العينة، في حين جاءت فئة حملة شهادة (الماجستير) بالمرتبة الثانية وبنسبة بلغت (٣٢,٩%)، في حين جاءت فئة حملة شهادة (الدبلوم المتوسط)، بالمرتبة الثالثة بنسبة (١١,٠%)، وجاءت فئة دون شهادة الثانوية العامة بنسبة (١٠,٥%)، بالمرتبة الرابعة، وأخيراً جاءت فئة حملة شهادة (الدكتوراه) بالمرتبة الخامسة وبنسبة قدرها ٢,٢%، وتعد النسب منطقية كون المجتمع الفلسطيني مجتمع متعلم بطبيعة الحال، وتؤكد النسب بأن الفئة الشائعة المستخدمة لشبكات التواصل الاجتماعي من حملة شهادة البكالوريوس.

جدول رقم (٩)

توزيع المبحوثين وفقاً لحجم الدخل

الدخل	ك	%
لا يوجد دخل	٩٨	٢٣,٩
أقل من \$٣٠٠	٩٨	٢٣,٩
من \$٣٠٠ إلى أقل من \$٦٠٠	١٣٣	٣٢,٤
من \$٦٠٠ فأكثر	٨١	١٩,٨
المجموع	٤١٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول رقم (٩)، بالنسبة للدخل إلى أن المبحوثين من \$٣٠٠، إلى أقل من \$٦٠٠، هم أكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي من غيرهم، في المرتبة الأولى وبنسبة ٣٢,٤% في حين جاء المبحوثين الذي دخلهم يبدأ من \$٦٠٠ فأكثر أقل استخداماً في المرتبة الأخيرة، وقد يعود السبب في استخدام المبحوثين الأقل دخلاً لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل أكثر من الدخول الأكبر، إلى أنهم يهربون من الواقع لعالم الفضاء الواسع.

الفصل الثالث

نتائج الدراسة المسحية لدور شبكات التواصل الاجتماعي " الفيس بوك ، تويتر ، مشاركة الفيديو اليوتيوب " في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية

أولاً: - النتائج الخاصة بمدى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي.

ثانياً: - النتائج الخاصة بعلاقة معدل الاستخدام بمتغيرات الدراسة.

ثالثاً: - النتائج الخاصة بالفروق بين الذكور والإناث في معدل استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

رابعاً: - النتائج الخاصة بالفروق بين الذكور والإناث في في اعتقادهم بتمتية شبكات التواصل الاجتماعي المشاركة نحو القضايا المجتمعية.

خامساً: - النتائج الخاصة بمصدر التبيان للفروق بين الموضوعات والمواد التي يتفاعل معها المبحوثين والحالة الاجتماعية.

سادساً: - النتائج الخاصة بالفروق بين الموضوعات التي يفضل المبحوثين المشاركة والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي والمستوى الاقتصادي

نتائج الدراسة

الخاصة بالتساؤل عن: ما مدى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٠)

استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
دائماً	394	96.1
أحياناً	16	3.9
لا	0	0
المجموع	٤١٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول رقم (١٠) أن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية إذ جاءت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم بنسبة ٩٦,١% ، وبلغت الذين يستخدمونها أحياناً ٣,٩% ، وهذا مؤشر بأن نسبة كبيرة من الشباب الفلسطيني يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وأنه ليدل على أهمية الشبكات الاجتماعية وكثرة من يستخدمها، ويتطلب ذلك توظيف واستثمار هذه الشبكات فيما يخدم القضايا المجتمعية.

• متوسط استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (١١)

متوسط الاستخدام	ك	%
أقل من ساعة	19	4.6
من ساعة إلى أقل من ساعتين	150	36.6
من ساعتين فأكثر	٢٤١	٥٨,٨
المجموع	٤١٠	١٠٠

تبين بيانات الجدول رقم (١١) ارتفاع متوسط استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت إذ جاءت نسبة ٥٨,٨% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل

الاجتماعي من ساعتين فأكثر، ثم من يستخدمونها من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة ٣٦,٦% ، يليها استخدامهم لأقل من ساعة بنسبة ٤,٦%، ويرى الباحث أن ساعات استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الإجتماعي في ظل هذا التقدم التكنولوجي والانتشار الواسع لها معقول بوجه عام.

ويلاحظ أن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مكثف ومتزايد مما يؤكد على أهميتها واستخداماتها المتنوعة والمتجددة في جميع المجالات من قبل المبحوثين لا سيما فئة الشباب

الفترة الزمنية لاستخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (١٢)

الفترة الزمنية	ك	%
أقل من سنتين	50	12.2
من سنتين إلى أقل من أربع سنوات	125	30.5
من أربع سنوات فأكثر	235	57.3
المجموع	٤١٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول رقم (١٢) أن المبحوثين يستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت منذ أربع سنوات بنسبة ٥٧,٣% ، والذين يستخدمونها منذ سنتين إلى أقل من أربع سنوات بلغت نسبتهم ٣٠,٥% والذين يستخدمونها منذ أقل من سنتين بلغت نسبتهم ١٢,٢% .

وقد يعود ذلك إلى إدراك المبحوثين لدور وأهمية جدوى هذه المواقع منذ نشأتها وما تتضمنه من استخدامات وإضافات جديدة لا سيما وأنهم من النشطاء الفاعلين على شبكات التواصل الاجتماعي وبالتالي يواكبون ويشتركون ويسجلون في مثل هذه المواقع منذ بدايات نشأتها

وذلك يحتاج إلى الاهتمام بطريقة ومضمون المواد المقدمة من خلالها وهذا الاستخدام يحتاج إلى دراسات وبحوث لاستثمارها أحسن استثمار بما يخدم الشباب الفلسطيني .

· الاسم المستخدم من قبل المبحوثين للظهور على شبكات التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (١٣)

الاسم المستخدم	ك	%
اسم مستعار	41	10.0
الاسم الشخصي الأول	94	22.9
الاسم والعائلة	258	62.9
كنية (لقب)	17	4.1
المجموع	٤١٠	١٠٠

تبين بيانات الجدول رقم (١٣) أن الاسم والعائلة الأكثر ظهوراً على شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين إذ جاءت بنسبة ٦٢,٩% ، ثم الاسم الشخصي الأول بنسبة ٢٢,٩% ، يليها اسم مستعار بنسبة ١٠% ، وأخيراً اللقب بنسبة ٤,١% .

وهذا يشير على مصداقية المبحوثين في استخدام شبكات التواصل للاجتماعي من أجل تحقيق أهدافها المرجوة والتي تتمثل في إنشاء علاقات وصدقات متينة والتواصل مع المجتمع والعالم الخارجي.

طريقة إضافة الأصدقاء على شبكات التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (١٤)

الاسم المستخدم	ك	%
أضفت أنت معظمهم	259	64
هم من أضافوك	83	20
جاءو بشكل عشوائي	52	13
غير ذلك	13	3
المجموع	٤١٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول رقم (١٤) أن معظم المبحوثين هم من اختاروا وأضافوا أصدقائهم على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٤% ، في حين أن ٢٠% من المبحوثين أجابوا بأن الآخرين هم من أضافوهم ، وأن ١٣% أجابوا بأن أصدقائهم على شبكات التواصل الاجتماعي جاءوا بشكل عشوائي وأخيراً ٣% أجابوا بغير ذلك ، ويوضح الجدول الأتي على مدى أهمية اختيار الأصدقاء لديهم حيث يتبين بأن المضيفين يمتلكون روابط حقيقية بينهم من خلال إضافاتهم في قائمة الأصدقاء وهذا يبين على انه توجد معرفة بالصديق المضاف.

اللغة التي يفضل المبحوثين استخدامها في شبكات التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (١٥)

اللغة المفضلة	ك	%
العربية	335	81.7
الإنجليزية	70	17.1
الاثنين معا	5	1.2
المجموع	٤١٠	١٠٠

تبين بيانات الجدول رقم (١٥) أن اللغة العربية هي اللغة الأكثر تفضيلاً واستخداماً على شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين إذ جاءت بنسبة ٨١,٧% ، وقد يرجع ذلك إلى أنها هي لغتهم الأم التي يجدون فيها قدرة أكبر على التعبير عن مشاعرهم في التواصل مع

الأخرين، ثم اللغة الإنجليزية بنسبة ١٧,١% ، يليها اسم مستعار بنسبة ١٠% ، وأخيراً اللغتين معاً بنسبة ١,٢%. وبما أن مجتمع الدراسة مجتمع عربي يتحدث اللغة العربية بشكل خاص ، فمن الطبيعي أن تظهر مثل هذه النتائج.

الفئات التي تتناقش معها عينة الدراسة خلال تواصلهم مع الآخرين على شبكات

التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (١٦)

الفئات	ك	%
أصدقائي	336	41
زملائي	197	24
أسرتي	١٦٠	١٩
أشخاص جدد	130	16

تشير بيانات الجدول رقم (١٦) أن المبحوثين الذين يرسلوا الأصدقاء خلال محادثاتهم في شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من غيرها من الفئات إذ بلغت نسبتهم ٤١% ، ثم مع زملاء العمل بنسبة ٢٤% ، يليها مع أفراد الأسرة بنسبة ١٩% ، وأخيراً مع أشخاص جدد بنسبة ١٦% وهذا يدل على مدى قدرة شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين وتعزيز الصداقات والمعارف ، وكذلك التواصل مع زملاء العمل ، في حين أن التواصل مع أفراد الأسرة جاء في المراتب الأخيرة ، وهذا مؤشر على مدى تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الأسرية .

. الأماكن الأكثر استخداماً من قبل المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (١٧)

ك	%	أكثر الأماكن استخداماً
352	85.9	المنزل
29	7.1	العمل
16	3.9	مختبرات الجامعة
13	3.2	مقاهي الانترنت
٤١٠	١٠٠	المجموع

تبين بيانات الجدول رقم (١٧) أن المنزل أكثر الأماكن استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين إذ جاءت بنسبة ٨٥,٩% ، ثم العمل بنسبة ٧,١ ، يليها مختبرات الجامعة بنسبة ٣,٩% ، وأخيراً مقاهي الإنترنت بنسبة ٣,٢% . وهذا يشير الى أن خدمة الانترنت متوفرة في المنازل بشكل كبير لدى المجتمع الفلسطيني، وتؤكد بأن فلسطين أصبحت تواكب تكنولوجيا الاتصال الحديثة، كما قد يعزى ذلك الى أن أماكن الترفيه والتواصل الاجتماعي كالنوادي والمقاهي في قطاع غزة والضفة الغربية قليلة، إذا ما قورنت ببعض الدول العربية الأخرى، خاصة أن المجتمع الفلسطيني يعاني من ظروف الاحتلال الإسرائيلي .

ما مدى استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية :

جدول رقم (١٨)

لا استخدمها		أحيانا		دائماً		مدى الاستخدام	الشبكات الاجتماعية
%	ك	%	ك	%	ك		
٢.	١	٢,٢	٩	٩٧,٦	٤٠٠		الفييس بوك
16.1	66	40.2	165	43.7	179		المحادثات (سكاى بي ماسنجر)
12.4	51	52.9	217	34.6	142		مشاركة الفيديو (يوتيوب)
35.4	145	42.7	175	22.0	90		صفحة علي جوجل بلس
35.6	146	43.7	179	20.7	85		تويتر
40.5	166	39.3	161	20.2	83		المنتديات
41.2	169	41.2	169	17.6	72		المدونات
61.0	250	32.7	134	6.3	26		صفحة علي الفليكر (موقع للصور)

تبين بيانات الجدول رقم (١٨) أن (الفييس بوك) من أكثر التواصل الاجتماعي استخداماً وفقاً لوجهة نظر المبحوثين إذ جاءت في المرتبة الأولى ، وهذا قد يعود الى أن التفاعل بين المتصلين يتم بشكل مباشر، وردود الفعل تكون سريعة جدا على الرسائل المرسله، أو نتيجة لأن الحديث يبتم فيه مباشرة بالصوت والصورة والكلمة، ثم المحادثات (سكاى بي و الماسنجرات) ، يتبعها مشاركة الفيديو (اليوتيوب) ، ثم (جوجل بلس) ، يتبعها التدوين المصغر مثل (تويتر) ، يليها المنتديات ، ثم المدونات ، وأخيراً موقع الصور (الفليكر).

وهذا يدعو إلى الاستفادة من بعض الشبكات التي لا يستخدمها المبحوثين مثل موقع الصور (الفليكر) والمدونات والتدوين المصغر (تويتر) لا سيما وان مثل هذه المواقع لم تستثمر بشكل أكثر فاعلية وفائدة من قبل المبحوثين تعود على خدمة قضاياهم .

. ما القضايا المجتمعية المثارة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟

جدول رقم (١٩)

توزيع المبحوث ووفقاً للموضوعات والمواد التي يفضلون متابعتها والمشاركة والتفاعل معها

لا أتابعها		أحياناً		دائماً		المواد والموضوعات
%	ك	%	ك	%	ك	
1.7	7	29.5	121	68.8	282	الاجتماعية
1.2	5	31.0	127	67.8	278	الثقافية
7.1	29	32.2	132	60.7	249	السياسة والاذخارية
5.9	24	39.3	161	54.9	225	التعليمية
6.6	27	42.4	174	51.0	209	الشباب
6.8	28	45.6	187	47.6	195	الصور
5.4	22	48.5	199	46.1	189	الدينية
14.6	60	46.6	191	38.8	159	التسلية والترفيه
10.5	43	54.4	223	35.1	144	الصحة
23.9	98	42.2	173	33.9	139	الرياضية
20.5	84	51.0	209	28.5	117	الفنية
22.7	93	48.8	200	28.5	117	المرأة
20.5	84	52.9	217	26.6	109	الاطفال
28.8	118	47.6	195	23.7	97	الفيديوهات الشخصية
22.7	93	57.3	235	20.0	82	الكاريكاتير
27.3	112	54.6	224	18.0	74	الاقتصادية

يتضح من بيانات الجدول رقم (١٩) أن المبحوثين يتابعون بكثافة المواد حسب ترتيبها من الأكثر تفضيلاً وهي (اجتماعية ، الثقافية ، السياسة والاذخارية ، التعليمية ، الشباب ، الصور ، الدينية ، التسلية والترفيه ، الصحة ، الرياضية ، الفنية ، المرأة ، الاطفال ، الفيديوهات الشخصية ، الكاريكاتير ، الاقتصادية) .

مما يتطلب التأكيد على أهمية الموضوعات والمواد والمجالات الأخرى التي جاءت في مراتب متأخرة وتمدنية الاستخدام مثل الموضوعات الاقتصادية وأكثر الفئات أهمية كقضايا المرأة والطفل.

. ما هي طبيعة المعلومات المقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين .

جدول رقم (٢٠)

طبيعة المعلومات	ك	%
هادفة	227	55.4
منوعة	150	36.6
مسلية	23	5.6
حديثه	10	2.4
المجموع	410	100

يتضح من بيانات الجدول رقم (٢٠) أن المبحوثين يعتبرون المعلومات المقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي هادفة بنسبة ٥٥,٤% ، ثم منوعة بنسبة ٣٦,٦% ، يليها مسلية بنسبة ٥,٦% ، وأخيراً حديثه بنسبة ٢,٤% ، وهذا يدل على مدى أهمية شبكات التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين من تواصل دائم وتغطية كاملة لكافة مجريات المواضيع الهادفة والهامة التي تهتم المبحوثين ويولون أهمية بالغة لها.

. ما هو دور التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني تجاه قضاياها المجتمعية.

. التصرف حيال المنشورات على شبكات التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (٢١)

المنشورات	ك	%
Like أسجل إعجابي بها	334	38
Comment أعلق عليها	222	25
Share أمررها للآخرين	193	22
أخبر بها معارفي خارج نطاق الإنترنت	88	10
أستفيد منها ولا أشارك	48	5

تبين بيانات الجدول رقم (٢١) أن المبحوثين يسجلون إعجابهم بالمنشورات على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٣٨% ، والتعليق على المنشورات بنسبة ٢٥ ، وتميرها للآخرين بنسبة ٢٢% ، ويخبرون بها معارفهم خارج نطاق الإنترنت بنسبة ١٠% ، وأخيراً يستفيدون منها ولا يشاركون فيها بنسبة ٥% . ومما سبق يتضح مدى تفاعل المبحوثين مع الموضوعات من خلال المشاركات او الاعجاب بها واعطاء اهمية لها وهذا يدل على مدى انجذاب المبحوثين للموضوعات والمنشورات الموضوعية على شبكات التواصل الاجتماعي.

مدى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٢٢)

ثقة المبحوثين بالمعلومات	ك	%
أثق بدرجة قليلة	83	20.2
أثق بدرجة متوسطة	248	60.5
أثق بدرجة كبيرة	83	20.2
لا أثق بها	5	1.2
المجموع	410	100

تشير بيانات الجدول رقم (٢٢) أن المبحوثين يتقون بدرجة متوسطة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي إذ جاءت بنسبة ٦٠,٥% ، ويتقون بدرجة قليلة وكبيرة بنفس المستوى بنسبة ٢٠,٢% لكل منهما ، وبنسبة ١,٢% للذين لا يتقون بها. ويتضح من الجدول الأتي بأن المبحوثين يكونون على درجة عالية من الثقة من خلال تعاملهم مع الأشخاص أو الصفحات والمجموعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وهذا يشير ويدل على مدى ثقة المبحوث بما ينشر من معلومات وبيانات قد تفيده في المراحل المختلفة

جدول رقم (٢٣)

أساليب الاتصال التي يستخدمها المبحوثين في التواصل مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي

لا أستخدمها		أحياناً		دائماً		مستوى الممارسة أداة التواصل
%	ك	%	ك	%	ك	
.2	1	15.9	65	83.9	344	المحادثة الكتابية
7.6	31	38.0	156	54.4	223	الرسائل السريعة
40.2	165	44.6	183	15.1	62	الاتصال بالصوت والصورة
42.4	174	51.2	210	6.3	26	الاتصال بالصوت فقط
58.0	238	36.8	151	5.1	21	الاتصال بالصورة فقط

تشير بيانات الجدول رقم (٢٣) أن المحادثة الكتابية عن طريق الدردشة والتعليقات من أكثر أساليب وأدوات الاتصال التي يستخدمها المبحوثين في التواصل مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، يليها إرسال الرسائل السريعة ، ثم الاتصال بالصوت والصورة ، يليها الاتصال بالصوت فقط ، وأخيراً الاتصال بالصورة فقط .

مما يتطلب من المبحوثين الاهتمام بتطوير مهاراتهم وقدراتهم على استخدام الوسائط المتعددة لما تتميز به من قدرة على جذب الانتباه وتوصيل الرسالة بكافة أبعادها بأسلوب حيوي وشيق.

الفائدة التي تعود علي من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (٢٤)

الفائدة	ك	%
الحصول على الأخبار	333	24
التواصل مع الآخرين	297	21
قضاء وقت الفراغ	221	16
المعرفة في التخصص	176	13
تكوين صداقات جديدة	175	13
البحث العلمي	173	13

تبين بيانات الجدول رقم (٢٤) أن الحصول على الأخبار من أكثر الفوائد التي تعود على الباحثين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، يليها التواصل مع الآخرين ، ثم قضاء وقت الفراغ ، يتبعها المعرفة في التخصص ، ثم تكوين صداقات جديدة ، وأخيراً البحث العلمي، وهذا يدل على أن الباحثين يولون أهمية كبرى للأخبار ومعرفتها ويفتقرون الى البحث العلمي وهنا يجدر الإشارة الى الحث واستخدام وسائل حديثة ومتقدمة للاستفادة من البحث العلمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

مدى متابعة الباحثين للقضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (٢٥)

مدى المتابعة	ك	%
نعم	337	82.2
أحياناً	70	17.1
لا	3	0.7
المجموع	410	100

تشير بيانات الجدول رقم (٢٥) أن الباحثين يتابعون للقضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة بلغت ٩٩,٣% ، إذ جاءت نسبة من أجابوا بنعم ٨٢,٢% ، وأحياناً بنسبة ١٧,١% ، في حين أن ٠,٧% أجابوا بنفي متابعتهم للقضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي وهذا يشير الى أن طبيعة المجتمع الفلسطيني يحرص على

متابعة قضاياها المجتمعية بدرجة كبيرة من خلال التواصل والترابط بين كافة فئات المجتمع المختلفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الإجراء الذي يتخذه المبحوثين عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا المجتمعية:

جدول رقم (٢٦)

الإجراء	ك	%
المشاركة بفاعلية	262	63.9
الاطلاع فقط	140	34.1
عدم الاهتمام	٦	١,٥
الحذف والحظر	2	.5
المجموع	410	100

تبين بيانات الجدول رقم (٢٦) أن الإجراء الذي يتخذه المبحوثين عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي المشاركة بفاعلية جاءت بنسبة ٦٣,٩% ، والاطلاع فقط بنسبة ٣٤,١% ، وعدم الاهتمام بنسبة ١,٥% ، وأخيراً الحذف والحظر بنسبة ٠,٥% . وتؤكد هذه البيانات على مدى مصداقية المبحوثين في التعامل والمشاركة مع القضايا المجتمعية المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ويولون لها أهمية خاصة.

• درجة اهتمام المبحوثين وحرصهم على المشاركة بالقضايا التي دعت إليها شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٢٧)

غير مهمة		مهمة إلى حد ما		مهمة		درجة الأهمية
%	ك	%	ك	%	ك	القضايا المجتمعية
2.0	8	12.0	49	86.1	353	تهويد القدس وضياح الهوية الفلسطينية
2.2	9	14.6	60	83.2	341	الأسرى
3.4	14	26.8	110	69.8	286	اللاجئين
4.4	18	25.9	106	69.8	286	قضية الوقود والكهرباء
8.8	36	21.7	89	69.5	285	الانقسام والمصالحة الوطنية
5.1	21	30.5	125	64.4	264	البطالة
4.4	18	33.4	137	62.2	255	الاستيطان
5.4	22	38.8	159	55.9	229	ارتفاع الأسعار
14.6	60	35.4	145	50.0	205	الرواتب
8.3	34	42.2	173	49.5	203	المياه

تشير بيانات الجدول رقم (٢٧) أن درجة اهتمام المبحوثين وحرصهم على المشاركة بالقضايا التي دعت إليها شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بالترتيب حسب الأكثر أهمية فالأقل وفقاً للتالي : (تهويد القدس وضياح الهوية الفلسطينية ، الأسرى ، اللاجئين ، قضية الوقود والكهرباء ، الانقسام والمصالحة الوطنية ، البطالة ، الاستيطان ، ارتفاع الأسعار ، الرواتب ، المياه) وهنا نرى مدى فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في التعامل مع القضايا الجوهرية التي يهتم المبحوثين بها بدرجة كبيرة وهنا نرى بأن هذه القضايا مفصلية وهامة بالنسبة للمبحوثين .

مدى كفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية :

جدول رقم (٢٨)

لا أعرف		كافية إلى حد ما		كافية		غير كافية		درجة الكفاية القضايا المجتمعية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3.7	15	22.9	94	12.4	51	61.0	250	اللاجئين
2.4	10	27.1	111	11.7	48	58.8	241	تهويد القدس وضياع الهوية الفلسطينية
3.2	13	28.0	115	11.5	47	57.3	235	الاستيطان
1.7	7	28.5	117	13.2	54	56.6	232	الأسرى
7.8	32	29.5	121	8.0	33	54.6	224	المياه
5.4	22	24.6	101	16.8	69	53.2	218	البطالة
4.6	19	32.4	133	17.1	70	45.9	188	الانقسام والمصالحة الوطنية
5.1	21	30.0	123	22.2	91	42.7	175	ارتفاع الأسعار
2.7	11	32.2	132	22.7	93	42.4	174	قضية الوقود والكهرباء
7.6	31	33.4	137	22.9	94	36.1	148	الرواتب

تشير بيانات الجدول رقم (٢٨) أن المبحوثين يعتقدون بعدم كفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية جاءت بالترتيب حسب عدم الكفاية وفقاً للتالي : (اللاجئين ، تهويد القدس وضياع الهوية الفلسطينية ، الاستيطان ، الأسرى ، المياه ، البطالة ، الانقسام والمصالحة الوطنية ، ارتفاع الأسعار ، قضية الوقود والكهرباء ، الرواتب) ، ومما سبق يتضح بأن المبحوثين بحاجة ماسة الى زيادة الاهتمام بإعطاء أولوية في تداول هذه القضايا تبعاً لما أسرده الجدول السابق.

· دوافع المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٢٩)

معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة	الدوافع
%	ك	%	ك	%	ك		
.5	2	12.4	51	87.1	357		الحصول على معلومات متنوعة عن القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها داخل المجتمع
.2	1	14.9	61	84.9	348		زيادة معلوماتي حول القضايا المهمة في المجتمع
.2	1	15.6	64	84.1	345		الدعم والمناصرة للقضايا المجتمعية الفلسطينية
1.2	5	17.3	71	81.5	334		تساعدني في تكوين رأي نحو بعض القضايا المجتمعية المحلية
.7	3	18.5	76	80.7	331		وسيلة تفاعلية تتيح التواصل بين الشباب الفلسطيني على اختلاف توجهاتهم
1.0	4	22.0	90	77.1	316		مواكبة الأحداث والتغييرات السياسية لفلسطين والعالم
2.0	8	27.3	112	70.7	290		التعرف على ثقافات جديدة وأناس جدد
1.2	5	30.0	123	68.8	282		التعرف على الحضارات المختلفة وفهم قضاياهم المختلفة
5.6	23	30.2	124	64.1	263		اشتمالها على الصور وخدمات الفيديو والصوت
6.3	26	32.4	133	61.2	251		تتوفر فيها خدمات البحث وقواعد البيانات
32.9	135	32.9	135	56.1	230		الحصول على التسلية وقضاء وقت الفراغ
9.8	40	41.7	171	48.5	199		إشباع غريزة حب الاستطلاع
.5	2	6.3	26	32.9	135		الخوف من عدم المعرفة " الارتياب "

تشير بيانات الجدول رقم (٢٩) أن دوافع المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بالترتيب كالتالي : الحصول على معلومات متنوعة عن القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها داخل المجتمع ، وزيادة معلوماتي حول القضايا المهمة

في المجتمع ، والدعم والمناصرة للقضايا المجتمعية الفلسطينية ، وتساعدني في تكوين رأي نحو بعض القضايا المجتمعية المحلية ، وسيلة تفاعلية تتيح التواصل بين الشباب الفلسطيني على اختلاف توجهاتهم ، ومواكبة الأحداث والتغيرات السياسية لفلسطين والعالم ، والتعرف على ثقافات جديدة وأناس جدد ، والتعرف على الحضارات المختلفة وفهم قضاياهم المتخلفة ، واشتمالها على الصور وخدمات الفيديو والصوت ، تتوفر فيها خدمات البحث وقواعد البيانات ، الحصول على التسلية وقضاء وقت الفراغ ، وإشباع غريزة حب الاستطلاع ، والخوف من عدم المعرفة " الارتياح " . وهذا يشير الى ان المبحوثين يشاركون مع القضايا المنفعية بشكل كبير على خلال القضايا الطقوسية، وهذا يبين مدى وعي المبحوثين في التعامل مع القضايا والموضوعات المطروحة على شبكات التواصل الاجتماعي.

. اشباكات المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٣٠)

معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة
%	ك	%	ك	%	ك	الاشباكات
.5	2	6.3	26	93.2	382	زيادة المعرفة للأحداث الجارية في فلسطين
1.7	7	14.4	59	83.9	344	تعطي الفرصة للمشاركة والتفاعل بالقضايا المجتمعية في أي وقت
1.7	7	16.6	68	81.7	335	الوصول إلى كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة
1.7	7	19.3	79	79.0	324	تساعدني على المشاركة في الأحداث الجارية في المجتمع
4.1	17	17.3	71	78.5	322	تقدم ما لا أجده في وسائل الإعلام التقليدية
1.5	6	20.7	85	77.8	319	تعزز قدراتي على إدارة النقاش مع الآخرين في الموضوعات العامة
2.7	11	22.7	93	74.6	306	زيادة هامش الحرية في التعبير عن الرأي
١,٢	٥	٢٥,٩	١٠٦	٧٢,٩	٢٩٩	زيادة المعرفة بالأحداث الجارية في العالم
3.2	13	24.9	102	72.0	295	جرأتها في تناول في تناول القضايا المختلفة
3.2	13	26.8	110	70.0	287	تمكيني من القدرة على تحليل للأحداث
5.3	22	31.5	129	63.2	259	لإنفرادها بقضايا تهم الرأي العام
8.5	35	31.5	129	60.0	246	التسلية والاسترخاء وقضاء وقت الفراغ

تشير بيانات الجدول رقم (٣٠) أن اشباكات المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بالترتيب حسب الأكثر أهمية كالتالي : زيادة المعرفة للأحداث الجارية في فلسطين ، تعطي الفرصة للمشاركة والتفاعل بالقضايا المجتمعية في أي وقت ، الوصول إلى كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة ، تساعد على المشاركة في الأحداث

الجارية في المجتمع ، تقدم ما لا أجده في وسائل الإعلام التقليدية ، تعزز القدرات على إدارة النقاش مع الآخرين في الموضوعات العامة ، زيادة هامش الحرية في التعبير عن الرأي ، زيادة المعرفة بالأحداث الجارية في العالم ، جرأتها في تناول القضايا المختلفة ، تمكني من القدرة على تحليل للأحداث ، لإنفرادها بقضايا تهم الرأي العام ، التسلية والاسترخاء وقضاء وقت الفراغ ويتضح مما سبق بان المبحوثين يولون اهتماماتهم الى قضاياهم الهامة التي تلامس كافة شرائح واطياف المجتمع الفلسطيني، ومن هنا يجدر الاشارة الى شبكات التواصل الاجتماعي قد اتاحت امكانيات هائلة لم تستطع وسائل الاعلام التقليدية من اتاحتها للمبحوثين .

ما دور شبكات التواصل الإجتماعي في إكساب الشباب الفلسطيني مهارات التفاعل والمشاركة في القضايا المجتمعية ؟

• مدى توجيه دعوة للمبحوثين من إحدى شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة في فعالية مجتمعية

جدول رقم (٣١)

وجّهت دعوة	ك	%
نعم	322	78.5
لا	88	21.5
المجموع	٤١٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (٣١) أن نسبة ٧٨,٥% من المبحوثين وجّهت إليهم دعوة من إحدى شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة في فعالية مجتمعية ، في حين أن نسبة ٢١,٥% من المبحوثين لم توجه إليهم دعوة من إحدى شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة في فعالية مجتمعية، ويشير الجدول السابق بأن شبكات التواصل الاجتماعي اتاحت فرصة لعدد كبير من المبحوثين والمشاركين بها، بالمشاركة والتفاعل بالفعاليات والنشاطات المجتمعية المطروحة عبرها بشكل كبير عبرها .

آراء المبحوثين في صفات نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي الذين يتفاعلون مع القضايا المجتمعية :

جدول رقم (٣٢)

الصفات	ك	%
أفراد لديهم القدرة على التغيير	٢٢٩	٤٣
سيكون لهم دور مهم وريادي في المجتمع	217	40
مجرد شباب يمارس أنشطة وهوايات	81	15
مثيرو شغب وأهدافهم سيئة	12	2

تبين بيانات الجدول رقم (٣٢) أن أكثر الصفات التي يتمتع بها نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي الذين يتفاعلون مع القضايا المجتمعية حسب آراء المبحوثين هي صفات حميدة تتمثل في : أفراد لديهم القدرة على التغيير ، يليها سيكون لهم دور مهم وريادي في المجتمع ، ثم مجرد شباب يمارس أنشطة وهوايات ، وأخيراً مثيرو شغب وأهدافهم سيئة ، ويوضح الجدول التالي مدى صدق المبحوثين على الاهتمام بالقضايا المجتمعية التي تلامس المجتمع ومدى فعالية الشباب الفلسطيني بالاستفادة الكبيرة من شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة الفاعلة بها.

• الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل تنمية المشاركة نحو القضايا المجتمعية:

جدول رقم (٣٣)

الفائدة	ك	%
تعمل على زيادة الوعي الثقافي والسياسي	286	16
تعتبر نافذة فريدة من نوعها لحرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع المجتمعية السائدة في المجتمع	260	13
تتيح لي فرصة المشاركة ومناقشة القضايا المجتمعية	257	13
تعتبر قنوات اتصالية فعالة لتشكيل رأيي الخاص	205	11
مراقبة البيئة المجتمعية بما يدور حولها من تطورات وأحداث	190	10
تعمل على فتح قنوات تواصل مباشرة مع المسؤولين وصناع القرار	193	10
تشكل مجموعات ضاغطة لحل ومتابعة بعض القضايا	198	10
تعمل على تقريب وجهات النظر حول القضايا المختلفة	176	9
تساهم في حل كثير من المشكلات السياسية والاجتماعية والاقتصادية	163	8

تشير بيانات الجدول رقم (٣٣) إلى أن الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل تنمية المشاركة نحو القضايا المجتمعية حسب اجابات المبحوثين تمثل وفقاً للأهمية في : تعمل على زيادة الوعي الثقافي والسياسي ، تعتبر نافذة فريدة من نوعها لحرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع المجتمعية السائدة في المجتمع ، تتيح لي فرصة المشاركة ومناقشة القضايا المجتمعية ، تعتبر قنوات اتصالية فعالة لتشكيل رأيي الخاص ، مراقبة البيئة المجتمعية بما يدور حولها من تطورات وأحداث ، تعمل على فتح قنوات تواصل مباشرة مع

المسؤولين وصناع القرار ، تشكل مجموعات ضاغطة لحل ومتابعة بعض القضايا ، تعمل على تقريب وجهات النظر حول القضايا المختلفة ، تساهم في حل كثير من المشكلات السياسية والاجتماعية والاقتصادية . ويتضح من الجدول السابق مدى فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في التعامل مع القضايا التي يرى المبحوثون بها أهمية وضرورة في مشاركتها من خلال اتاحة شبكات التواصل الاجتماعي كافة القضايا والموضوعات

• مدى اعتقاد المبحوثين بأن شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت أن تنمي مشاركتهم نحو القضايا المجتمعية:

جدول رقم (٣٤)

تنمي المشاركة في القضايا المجتمعية	ك	%
نعم	257	62.7
أحياناً	139	33.9
لا	14	3.4
المجموع	٤١٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (٣٤) أن نسبة ٩٦,٦% من المبحوثين أجابوا بأن شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت أن تنمي مشاركتهم نحو القضايا المجتمعية موزعين بنسبة ٦٢,٧% أجابوا بنعم ، و ٣٣,٩% أجابوا بأحياناً ، في حين أن ٣,٤% أجابوا بالنفي ، وهذا يدل على مدى مصداقية وفعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة المجتمعي للشباب الفلسطيني في كافة قضايا المجتمع حسب أهميتها وفقاً لطبيعة الأحداث..

. النتائج الخاصة بالإجابة على فرض الدراسة

. الفروق بين الذكور والإناث في معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (٣٥)

الفروق بين الذكور والإناث في معدل الاستخدام

معدل الاستخدام النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكر	٣٠٥	١,٠٤	٠,١٩٥	٠,٠٥٧	٤٠٨	٠,٩٥٤
أنثى	١٠٥	١,٠٤	٠,١٩٢			

باستخدام اختبار T وذلك لقياس الفروق بين متوسطات معدل الاستخدام والنوع تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية الخاصة بمعدل الاستخدام وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٠,٠٥٧ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٩٥٤ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في معدل استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي ، وقد يكون ذلك بسبب الاهتمام المشترك والظروف التي يعيشها النوعان بنفس المستوى والتقارب الفكري والمعرفي الواحد وهذا ما أكدته قيمة المتوسط الحسابي التي بلغت ١,٠٥ المطابق تماماً لكل منهما .

. علاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمتغير النوع :

جدول رقم (٣٦)

المجموع		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	استخدام الشبكات
٩٦,١	٣٩٤	٩٦,٢	١٠١	٩٦,١	٢٩٣	نعم
٣,٩	١٦	٣,٨	٤	٣,٩	١٢	لا
١٠٠	٤١٠	١٠٠	١٠٥	١٠٠	٣٠٥	المجموع

٢١ المحسوبة = ٠,٠٠٣ درجة الحرية = ١ مستوى المعنوية = ٠,٩٥٥

باستخدام اختبار كا ٢ الخاص باختبار استقلالية العلاقات بين المتغيرات من النوع الأسمي تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي إذ أن الإناث يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة متقاربة جداً من الذكور حيث بلغت نسبتهن ٩٦,٢% في حين أن الذكور بلغت نسبتهم ٩٦,١% .

. علاقة زمن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمتغير النوع :

جدول رقم (٣٧)

المجموع		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	زمن استخدام الشبكات
١٢,٢	٥٠	١١,٤	١٢	١٢,٥	٣٨	أقل من سنتين
٣٠,٥	١٢٥	٤١	٤٣	٢٦,٩	٨٢	من سنتين إلى أقل من أربع سنوات
٥٧,٣	٢٣٥	٤٧,٦	٥٠	٦٠,٧	١٨٥	من أربع سنوات فأكثر
١٠٠	٤١٠	١٠٠	١٠٥	١٠٠	٣٠٥	المجموع

٢١ المحسوبة = ٧,٤٥٤ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٠٢٤

باستخدام اختبار كا ٢ الخاص باختبار استقلالية العلاقات بين المتغيرات من النوع الأسمي تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وزمن استخدام

شبكات التواصل الاجتماعي ، وأيدت ذلك قيمة كا ٢ التي بلغت ٠,٠٢٤ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٢٤ ، ولمعرفة شدة العلاقة الدالة باستخدام معامل التوافق أتضح أن هناك علاقة بين النوع وزمن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ضعيفة الشدة بقيمة ٠,١٣٤ ، إذ أن الذكور يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أربع سنوات فأكثر جاءت نسبتهم ٦٠,٧% أكثر من الإناث إذ جاءت نسبتهم ٤٧,٦% ، في حين أن الإناث يستخدمن شبكات التواصل الاجتماعي من سنتين إلى أقل من أربع سنوات جاءت نسبتهم ٤١% أكثر من الذكور إذ جاءت نسبتهم ٢٦,٩% .

• الفروق بين استخدام الشبكات الاجتماعية والنوع :

جدول رقم (38)

علاقة استخدام الشبكات الاجتماعية بالنوع

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة T	الإحراف المعياري		المتوسط الحسابي	العدد	النوع	نوعية الشبكات الاجتماعية
0.115	408	1.581	.196		1.03	305	ذكر	الفييس بوك
	408		.098		1.01	105	أنثى	
0,619	408	-.498	.721		2.14	305	ذكر	توتير
	408		.782		2.18	105	أنثى	
0.767	408	.297	.653		1.78	305	ذكر	يوتيوب
	408		.643		1.76	105	أنثى	
0,448	408	.761	.594		2.56	305	ذكر	الفليكر (الصور)
	408		.667		2.50	105	أنثى	
0.467	408	.730	.723		2.15	305	ذكر	جوجل بلس
	408		.810		2.09	105	أنثى	
0.107	408	1.621	.733		2.24	305	ذكر	المنتديات
	408		.803		2.10	105	أنثى	
0.023	408	-2.299	.682		1.67	305	ذكر	المدونات
	408		.817		1,88	105	أنثى	

باستخدام اختبار T وذلك لقياس الفروق بين استخدام أنواع الشبكات الاجتماعية السابقة والنوع تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية الخاصة بمعدل استخدام المدونات وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت 2,299 - ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,023 ، وبالنظر إلى

المتوسط الحسابي نجد أن من يستخدمون المدونات لدى الإناث جاء أكثر حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي ١,٨٨، وجاءت قيمة المتوسط الحسابي للذكور ١,٦٧ .

في حين يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من :

• استخدام شبكة الفيس بوك والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ١,٥٨١ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,١١٥ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في معدل استخدامهم للفيس بوك.

• استخدام تويتر والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٠,٤٩٨ - ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٦١٩ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في معدل استخدامهم لتويتر .

• استخدام يوتيوب والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٠,٢٩٧ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٧٦٧ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في معدل استخدامهم يوتيوب .

• استخدام الفليكر (الصور) والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٠,٧٦١ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٤٤٨ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في معدل استخدامهم الفليكر (الصور) .

• استخدام جوجل بلس والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٠,٧٣٠ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٤٦٧ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في معدل استخدامهم جوجل بلس.

• استخدام المنتديات والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ١,٦٢١ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,١٠٧ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في معدل استخدامهم المنتديات.

الفروق بين الذكور والإناث في مدى الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٣٩)

مدى الثقة النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكر	٣٠٥	2.17	.697	٣,٨٧٦-	٤٠٨	٠,٠٠٠
أنثى	١٠٥	٢,٤٨	٦٦٦.			

باستخدام اختبار T وذلك لقياس الفروق بين متوسطات مدى الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي والنوع تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية الخاصة بمدى الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت -٣,٨٧٦ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠ ، وهذا ما أكدته قيمة المتوسط الحسابي للإناث التي بلغت ٢,٤٨ في حين أن قيمة المتوسط الحسابي للذكور بلغت ٢,١٧. وقد يعود ذلك إلى أن الذكور أكثر حذراً وحرصاً في التأكد من دقة المعلومات والتحقق قبل الإقتناع من الإناث لا سيما وأن الإناث يتسمن بالعاطفة والقبول .

فروق بين أساليب الاتصال في الشبكات الاجتماعية والنوع :

جدول رقم (٤٠)

علاقة استخدام أساليب الاتصال في شبكات التواصل الاجتماعي بالنوع

أساليب الاتصال	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية
المحادثة	ذكر	٣٠٥	1.16	.377	-.252	408	.801
	أنثى	١٠٥	1.17	.379			
الرسائل	ذكر	٣٠٥	1.53	.628	.145	٤٠٨	٨٨٥.
	أنثى	١٠٥	1.52	.652			
الاتصال بالصوت فقط	ذكر	٣٠٥	2.33	.589	-1.681	٤٠٨	.٩٤.
	أنثى	١٠٥	2.45	.620			
الاتصال بالصورة فقط	ذكر	٣٠٥	2.51	.597	-.851	٤٠٨	٣٩٦.
	أنثى	١٠٥	2.57	.586			
الاتصال بالصوت والصورة	ذكر	٣٠٥	2.17	.697	-3.963	٤٠٨	٠٠٠.
	أنثى	١٠٥	2.48	.666			

باستخدام اختبار T وذلك لقياس الفروق بين استخدام أساليب الاتصال في شبكات التواصل الاجتماعي والنوع تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية الخاصة بمعدل استخدام الاتصال بالصوت والصورة وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٣,٩٦٣-، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي نجد أن من يستخدمون أسلوب الاتصال بالصوت والصورة لدى الإناث جاء أكثر حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي ٢,٤٨، وجاءت قيمة المتوسط الحسابي للذكور ٢,١٧ .

في حين يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من أساليب الاتصال الآتية والنوع:

- أسلوب الاتصال بالمحادثة الكتابية والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت - ٢٥٢ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٨٠١ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في معدل استخدامهم لأسلوب الاتصال بالمحادثة الكتابية.
- أسلوب الاتصال بالرسائل السريعة والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٠,١٤٥ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٨٨٥٠ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في معدل استخدامهم لأسلوب الاتصال بالرسائل السريعة .
- أسلوب الاتصال بالصوت فقط والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت - ١,٦٨١ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٩٤٠ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في معدل استخدامهم لأسلوب الاتصال بالصوت فقط .
- أسلوب الاتصال بالصورة فقط والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت - ٨٥١ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٣٩٦٠ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في معدل استخدامهم لأسلوب الاتصال بالصورة فقط .
- الفروق بين الذكور والإناث في متابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل

الاجتماعي:

جدول رقم (٤١)

متابعة القضايا المجتمعية النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكر	٣٠٥	١,١٧	٣٨٩.	٨٩٣.-	٤٠٧	٠٤٤.
أنثى	١٠٥	1.22	.460			

باستخدام اختبار T وذلك لقياس الفروق بين متوسطات متابعة القضايا المجتمعية تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية الخاصة بمتابعة القضايا المجتمعية وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت - ٠,٨٩٣ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٤٤ ، وبالنظر إلى المتوسط

الحسابي نجد أن الإناث يهتمن بمتابعة القضايا المجتمعية بمتوسط حسابي بلغ ١,٢٢ أكثر من الذكور الذي بلغ متوسطهم الحسابي ١,١٧ .
 . الفروق بين القضايا التي يحرص المبحوثين على المشاركة بها عبر شبكات التواصل

الاجتماعي والنوع :

جدول رقم (٤٢)

علاقة مدى اهتمام المبحوثين بالقضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالنوع

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة T	الانحراف المعياري		المتوسط الحسابي	العدد	النوع	أهم القضايا
.635	٤٠٨	-.476	.428	2.84	٣٠٥	ذكر	تهويد القدس	
			.378	2.86	١٠٥	أنثى	وضياع الهوية الفلسطينية	
.802	٤٠٨	.252	.438	2.81	٣٠٥	ذكر	الأسرى	
			.468	2.80	١٠٥	أنثى		
.075	٤٠٨	1.787	.449	2.72	٣٠٥	ذكر	اللاجئين	
			.486	2.63	١٠٥	أنثى		
.002	٤٠٨	3.112	.548	2.63	٣٠٥	ذكر	الاستيطان	
			.633	2.43	١٠٥	أنثى		
.450	٤٠٨	.757	.665	2.43	٣٠٥	ذكر	المياة	
			.559	2.37	١٠٥	أنثى		
٦٢٩.	٤٠٨	.485	.644	2.62	ذكر	ذكر	الانقسام	
			.647	2.58	أنثى	أنثى	والمصالحة	

							الوطنية
٥١٩.	٤٠٨	.647	.599	2.60	ذكر	ذكر	البطالة
			.553	2.56	أنثى	أنثى	
٠١١.	٤٠٨	2.565	.552	2.70	ذكر	ذكر	قضية الوقود والكهرباء
			.573	2.53	أنثى	أنثى	
٠٣٥.	٤٠٨	2.124	.601	2.54	ذكر	ذكر	ارتفاع الأسعار
			.582	2.40	أنثى	أنثى	
٨٩٢.	٤٠٨	-.135	.747	2.35	ذكر	ذكر	الرواتب
			٦٥٢.	٢,٣٦	أنثى	أنثى	

باستخدام اختبار T وذلك لقياس الفروق بين اهتمام الباحثين بالقضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والنوع تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية الخاصة بقضية :

• الاستيطان وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٣,١١٢ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٠٢ ، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي نجد أن من يهتمون بقضية الاستيطان لدى الذكور جاء أكثر حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي ٢,٦٣ ، وجاءت قيمة المتوسط الحسابي للإناث ٢,٤٣ .

• الوقود والكهرباء وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٢,٥٦٥ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١١ ، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي نجد أن من يهتمون بقضية الوقود والكهرباء لدى الذكور جاء أكثر حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي ٢,٧٠ ، وجاءت قيمة المتوسط الحسابي للإناث ٢,٥٣ .

• ارتفاع الأسعار وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٢,١٢٤ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٣٥ ، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي نجد أن من يهتمون بقضية ارتفاع الأسعار لدى الذكور جاء أكثر حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي ٢,٥٤ ، وجاءت قيمة المتوسط الحسابي للإناث ٢,٤٠ .

في حين يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من القضايا المجتمعية التالية والنوع :

- تهويد القدس وضياح الهوية الفلسطينية والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت - ٤٧٦ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٦٣٥ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اهتمامهم بقضية تهويد القدس وضياح الهوية الفلسطينية .
- الأسرى والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٢٥٢٠ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٨٠٢ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اهتمامهم بقضية الأسرى .
- اللاجئيين والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ١,٧٨٧ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٧٥ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اهتمامهم بقضية اللاجئيين .
- المياة والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٠,٧٥٧ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٤٥٠ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اهتمامهم بقضية المياة .
- الانقسام والمصالحة الوطنية والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٤٨٥٠ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٦٢٩ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اهتمامهم بقضية الانقسام والمصالحة الوطنية .
- البطالة والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٦٤٧٠ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٥١٩ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اهتمامهم بقضية البطالة .
- الرواتب والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت - ١٣٥ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٨٩٢ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اهتمامهم بقضية الرواتب .

الفروق بين كفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية بالنوع:

جدول رقم (٤٣)

علاقة مدى كفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية

بالنوع

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة T	الانحراف المعياري		المتوسط الحسابي	العدد	النوع	القضايا المجتمعية
٧٤٩.	٤٠٨	-0.320	.780	1.57	٣٠٥	ذكر	تهويد القدس وضياع الهوية الفلسطينية	
			.827	1.60				
١,٠٠	٤٠٨	0.000	.772	1.60	٣٠٥	ذكر	الأسرى	
			.804	1.60				
.004	٤٠٨	-2.878	.791	1.52	٣٠٥	ذكر	اللاجئين	
			.958	1.79				
٠.٣٠.	٤٠٨	-2.194	.785	1.55	٣٠٥	ذكر	الاستيطان	
			.872	1.76				
٥٧٠.	٤٠٨	-0.569	.924	1.67	٣٠٥	ذكر	المبارة	
			.912	1.73				
٨٤٧.	٤٠٨	.194	.883	1.81	ذكر	ذكر	الانقسام والمصالحة الوطنية	
			.885	1.79				
٢٩٨.	٤٠٨	-1.044	.900	1.71	ذكر	ذكر	البطالة	
			.985	1.83				

١٤٤.	٤٠٨	-1.469	.860	1.82	ذكر	ذكر	قضية الوفود والكهرباء
			.854	1.96	أنثى	أنثى	
٠٤٢.	٤٠٨	-2.052	.911	1.84	ذكر	ذكر	ارتفاع الأسعار
			.928	2.06	أنثى	أنثى	
.183	408	-1.337	.954	1.98	ذكر	ذكر	الرواتب
			.917	2.12	أنثى	أنثى	

باستخدام اختبار T وذلك لقياس الفروق بين رأي المبحوثين في كفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي في عرض القضايا المجتمعية والنوع تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية الخاصة بقضية :

- اللاجئين وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت -٢,٨٧٨ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٠٤ ، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي نجد أن من يعتقدون بكفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي في قضية اللاجئين لدى الإناث جاء أكثر حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي ١,٧٩ ، وجاءت قيمة المتوسط الحسابي للذكور ١,٥٢ .

- الاستيطان وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت -٢,١٩٤ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٣٠ ، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي نجد من يعتقدون بكفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي في قضية الاستيطان لدى الإناث جاء أكثر حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي ١,٧٦ ، وجاءت قيمة المتوسط الحسابي للذكور ١,٥٥ .

- ارتفاع الأسعار وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت -٢,٠٥٢ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٤٢٠ ، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي نجد من يعتقدون بكفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي في قضية ارتفاع الأسعار لدى الإناث جاء أكثر حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي ٢,٠٦ ، وجاءت قيمة المتوسط الحسابي للذكور ١,٨٤ .

في حين يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين في كفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي في التعرض ومناقشة القضايا المجتمعية التالية والنوع :

- تهويد القدس وضياح الهوية الفلسطينية والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت -٠,٣٢٠ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية

- ٠,٧٤٩ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اعتقادهم بكفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي في عرض قضية تهويد القدس وضياح الهوية الفلسطينية .
- الأسرى والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٠,٠٠ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ١,٠٠ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اعتقادهم بكفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي في عرض قضية الأسرى .
- المياه والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت -٠,٥٦٩ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٥٧٠٠ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اعتقادهم بكفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي في عرض قضية المياه .
- الانقسام والمصالحة الوطنية والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٠,١٩٤ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٨٤٧٠ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اعتقادهم بكفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي في عرض قضية الانقسام والمصالحة الوطنية .
- البطالة والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت -١,٠٤٤ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٩٨٠٠ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اعتقادهم بكفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي في عرض قضية البطالة .
- الوقود والكهرباء والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت -١,٤٦٩ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ١٤٤٠٠ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اعتقادهم بكفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي في عرض قضية قضية الوقود والكهرباء .
- الرواتب والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت -١,٣٣٧ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,١٨٣ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في اعتقادهم بكفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي في عرض قضية الرواتب .

الفروق بين دوافع المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية والنوع:

جدول رقم (٤٤)

علاقة دوافع المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية بالنوع

الدوافع	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الحصول على معلومات متنوعة	ذكر	٣٠٥	2.47	.693	1.082	٤٠٨	٢٨١.
	أنثى	١٠٥	2.39	.658			
الدعم والمناصرة للقضايا المجتمعية الفلسطينية	ذكر	٣٠٥	2.18	.705	1.807	٤٠٨	٠٧٢.
	أنثى	١٠٥	2.04	.692			
زيادة معلوماتي حول القضايا المهمة في المجتمع	ذكر	٣٠٥	2.84	.374	- .359	٤٠٨	٧٢٠.
	أنثى	١٠٥	2.86	.352			
وسيلة تفاعلية تتيح التواصل بين الشباب الفلسطيني على اختلاف توجهاتهم	ذكر	٣٠٥	2.79	.429	2.510	٤٠٨	.012
	أنثى	١٠٥	2.67	.494			
إشباع غريزة حب الاستطلاع	ذكر	٣٠٥	2.59	.601	.281	٤٠٨	٧٧٩.
	أنثى	١٠٥	2.57	.586			
تساعدني في تكوين رأي نحو بعض القضايا المجتمعية المحلية	ذكر	٣٠٥	2.56	.610	.845	٤٠٨	.399
	أنثى	١٠٥	2.50	.622			

باستخدام اختبار T وذلك لقياس الفروق بين دوافع المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية والنوع تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية الخاصة بدافع أنها وسيلة تفاعلية تتيح التواصل بين الشباب الفلسطيني على اختلاف توجهاتهم وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٢,٥١٠ وهي قيمة دالة إحصائياً عند

مستوى معنوية ٠,٠١٢ ، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي نجد أن من يعتبرون أنها وسيلة تفاعلية تتيح التواصل بين الشباب الفلسطيني على اختلاف توجهاتهم لدى الذكور جاء أكثر حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي ٢,٧٩ ، وجاءت قيمة المتوسط الحسابي للإناث ٢,٦٧ . في حين يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية التالية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والنوع :

- دافع الحصول على معلومات متنوعة والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ١,٠٨٢ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٨١٠ . ، ويتضح توحد الذكور والإناث في دافعهم للحصول على معلومات متنوعة من متابعة القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
- دافع الدعم والمناصرة للقضايا المجتمعية الفلسطينية والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ١,٨٠٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٧٢٠ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في دافعهم الخاص بالدعم والمناصرة للقضايا المجتمعية الفلسطينية من متابعة القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
- دافع زيادة المعلومات حول القضايا المهمة في المجتمع والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت -٣٥٩ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٧٢٠٠ . ، ويتضح توحد الذكور والإناث في دافعهم الخاص بزيادة المعلومات حول القضايا المهمة في المجتمع من متابعة القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
- دافع إشباع غريزة حب الاستطلاع والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٢٨١٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٧٧٠ . ، ويتضح توحد الذكور والإناث في دافعهم الخاص بإشباع غريزة حب الاستطلاع من متابعة القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
- دافع المساعدة في تكوين رأي نحو بعض القضايا المجتمعية المحلية والنوع من وجهة نظر المبحوثين ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ٠,٨٤٥ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٣٩٩ ، ويتضح توحد الذكور والإناث في دافعهم الخاص بالمساعدة في تكوين رأي نحو بعض القضايا المجتمعية المحلية من متابعة القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

الفروق بين الذكور والإناث في اعتقادهم بتنمية شبكات التواصل الاجتماعي المشاركة
نحو القضايا المجتمعية :

جدول رقم (٤٥)

الفروق بين الذكور والإناث في اعتقادهم بتنمية شبكات التواصل الاجتماعي المشاركة نحو القضايا

المجتمعية

تمية المشاركة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكر	٣٠٥	1.43	.570	١,٦٦٥	٤٠٧	٠.٩٨.
أنثى	١٠٥	1.33	.513			

باستخدام اختبار T وذلك لقياس الفروق بين متوسطات متابعة القضايا المجتمعية تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية الخاصة بتنمية الشبكات الاجتماعية المشاركة في القضايا المجتمعية وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت ١,٦٦٥ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٩٨. وبالنظر إلى المتوسط الحسابي نجد أن أعلاها كان للذكور حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٤٣ ، في حين أن المتوسط الحسابي للإناث بلغ ١,٣٣ . مما يشير بعدم وجود فروق في اعتقاد كلا الجنسين بأن الشبكات الاجتماعية ساهمت في تنمية المشاركة في القضايا المجتمعية وتوحد الرؤية حول ذلك .

العلاقة بين مدة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لرأي المبحوثين بمتغير النوع

جدول رقم (٤٦)

النوع	ذكور		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من سنتين	٣٨	١٢,٥	١٢	١١,٤	٥٠	١٢,٢
من سنتين إلى أقل من أربع سنوات	٨٢	٢٦,٩	٤٣	٤١	١٢٥	٣٠,٥
من أربع سنوات فأكثر	١٨٥	٦٠,٧	٥٠	٤٧,٦	٢٣٥	٥٧,٣
المجموع	٣٠٥	١٠٠	١٠٥	١٠٠	٤١٠	١٠٠

٢١ المحسوبة = ٧,٤٥٤ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٠٢٤ معامل التوافق = ٠,١٣٤

باستخدام اختبار كا ٢١ الخاص باختبار استقلالية العلاقات بين المتغيرات من النوع الاسمي يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع ومدة استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي، وأيدت ذلك قيمة كا ٢١ التي بلغت ٧,٤٥٤ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٢٤ ، ولمعرفة شدة العلاقة الدالة باستخدام معامل التوافق أتضح أن هناك علاقة بين النوع ومدة استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي ضعيفة الشدة بقيمة ٠,١٣٤ . وهذا يشير إلى أن الذكور يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أربع سنوات فأكثر إذ جاءت نسبتهم ٦٠,٧% أكثر من الإناث اللاتي أجبن بنسبة ٤٧,٦% ، في حين أن الإناث استخدمن شبكات التواصل الاجتماعي من سنتين إلى أقل من أربع سنوات بنسبة ٤١% أكثر من الذكور الذين أجابوا بنسبة ٢٦,٩% .

وقد يرجع ذلك إلى العادات والتقاليد في المجتمع الفلسطيني التي تتيح للذكور أكثر من الإناث الانفتاح كل ما هو جديد ومستحدث بالإضافة إلى طبيعة الذكور التي تتسم بحب الاستطلاع والبحث والاختراق والدخول إلى العالم الجديد من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وكذلك الرقابة وتخوف الأهل على الإناث من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الذكور .

الفروق بين الحالة الاجتماعية ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٤٧)

الفروق بين الحالة الاجتماعية ومعدل الاستخدام

مستوى المعنوية	قيمة f	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الحالة الاجتماعية
.751	.287	٢	.208	1.05	199	أعزب/ أنسة
			.182	1.03	205	متزوج
			0.000	1.00	6	مطلق

باستخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد "ANOVA" لقياس الفروق بين متوسطات المستوى الحالة الاجتماعية ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وبين الحالة الاجتماعية .

وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي حالتها الاجتماعية (أعزب / أنسة) كان معدل الاستخدام أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٠٥ ، وتلاها المتزوجون حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٠٣ ، ثم من المطلقون بمتوسط حسابي ١,٠٠ .

الفروق بين الموضوعات التي يفضل المبحوثين المشاركة والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي والحالة الاجتماعية :

جدول رقم (٤٨)

الموضوعات والمواد	الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة f	مستوى المعنوية
السياسية والاعخبارية	أعزب	199	1.56	.616	407	5.181	.006
	متزوج	205	1.37	.617			
	مطلق	6	1.67	.816			
الدينية	أعزب	199	1.55	.574	407	1.468	.232
	متزوج	205	1.63	.602			
	مطلق	6	1.83	.753			
الرياضية	أعزب	199	1.86	.776	٤٠٧	١,٣٠٠	.274
	متزوج	205	1.92	.737			
	مطلق	6	2.33	.516			
الثقافية	أعزب	199	1.34	.506	407	.045	.956
	متزوج	205	1.33	.491			
	مطلق	6	1.33	.516			
الاجتماعية	أعزب	199	1.33	.511	407	.333	.717
	متزوج	205	1.34	.504			
	مطلق	6	1.17	.408			

.025	3.733	407	.643	1.67	199	أعزب	التسليية والترفيه
			.722	1.85	205	متزوج	
			.837	1.50	6	مطلق	
.219	1.527	407	.662	2.15	199	أعزب	الاقتصادية
			.677	2.05	205	متزوج	
			.408	1.83	6	مطلق	
.009	4.788	407	.645	1.74	199	أعزب	الصحية
			.610	1.79	205	متزوج	
			0.00	1.00	6	مطلق	
.022	3.839	407	.599	1.44	199	أعزب	التعليمية
			.609	1.59	205	متزوج	
			.408	1.17	6	مطلق	
.275	1.295	407	.749	1.93	199	أعزب	المرأة
			.682	1.97	205	متزوج	
			.548	1.50	6	مطلق	
.886	.121	407	.633	1.55	199	أعزب	الشباب
			.604	1.56	205	متزوج	
			.516	1.67	6	مطلق	
.917	.087	407	.718	1.93	199	أعزب	الأطفال
			.651	1.95	205	متزوج	
			.753	1.83	6	مطلق	
.020	3.965	407	.610	1.51	199	أعزب	الصور
			.616	1.67	205	متزوج	

			.408	1.83	6	مطلق	الفنية
.185	1.696	407	.703	1.87	199	أعزب	
			.684	1.95	205	متزوج	
			.816	2.33	6	مطلق	
.108	2.236	407	.741	2.04	199	أعزب	الفيديوهات الشخصية
			.698	2.05	205	متزوج	
			.816	2.67	6	مطلق	
.967	.034	٤٠٧	.662	2.04	199	أعزب	الكاريكاتور
			.649	2.02	205	متزوج	
			٦٣٢.	٢,٠٠	٦	مطلق	

باستخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد "ANOVA" لقياس الفروق بين متوسطات الموضوعات التي يفضل المبحوثين المشاركة والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي وبين الحالة الاجتماعية تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية والموضوعات التي يفضل المبحوثين المشاركة والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي وهي كالآتي :

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع الموضوعات والمواد السياسية والإخبارية والحالة الاجتماعية إذ بلغت قيمة ف ٥,١٨١ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٦ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات المطلقة كان التفاعل مع الموضوعات السياسية والإخبارية عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٦٧، وتلاها الذين حالتهم الاجتماعية (أعزب/ أنسة) حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٥٦، ثم المتزوجون بمتوسط حسابي ١,٣٧ .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع الموضوعات ومواد التسلية والترفيه والحالة الاجتماعية إذ بلغت قيمة ف ٣,٧٣٣ عند مستوى معنوية ٠,٠٢٥ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات المتزوجة كان التفاعل مع مواد التسلية والترفيه عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٨٥ ، وتلاها الذين حالتهم الاجتماعية (أعزب/ أنسة) حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٦٧ ، ثم المطلقون بمتوسط حسابي ١,٥٠ .

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع الموضوعات والمواد الصحية والحالة الاجتماعية إذ بلغت قيمة ف ٤,٧٨٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٩ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات المتزوجة كان التفاعل مع المواد الصحية عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٧٩ ، وتلاها الذين حالتهم الاجتماعية (أعزب/ أنسة) حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٧٤ ، ثم المطلقون بمتوسط حسابي ١,٠٠ .

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع الموضوعات والمواد التعليمية والحالة الاجتماعية إذ بلغت قيمة ف ٣,٨٣٩ عند مستوى معنوية ٠,٠٢٢ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات المتزوجة كان التفاعل مع مواد التعليمية عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٥٩ ، وتلاها الذين حالتهم الاجتماعية (أعزب/ أنسة) حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٤٤ ، ثم المطلقون بمتوسط حسابي ١,١٧ .

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع الصور والحالة الاجتماعية إذ بلغت قيمة ف ٣,٩٦٥ عند مستوى معنوية ٠,٠٢٠ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات المطلقة كان التفاعل مع الصور عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٨٣ ، وتلاها المتزوجون حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٦٧ ، ثم الذين حالتهم الاجتماعية (أعزب/ أنسة) بمتوسط حسابي ١,٥١ .

· مصدر التباين للفروق بين الموضوعات والمواد التي يتفاعل معها المبحوثون والحالة الاجتماعية:

جدول رقم (٤٩)

المتغير التابع	المجموعة الأولى	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
السياسية والأخبارية	أعزب	متزوج	.192	.006
		مطلق	-.109	1.000
التسلية والترفيه	أعزب	متزوج	-.192	.006
		مطلق	-.175	.032
الصحية	أعزب	متزوج	.173	1.000
		مطلق	.175	.032
التعليمية	أعزب	متزوج	-.052	1.000
		مطلق	.739	.013
الصور	أعزب	متزوج	.052	1.000
		مطلق	-.143	.052
	أعزب	متزوج	.276	.811
		مطلق	.143	.052
	أعزب	متزوج	-.161	.026
		مطلق	-.326	.597
	متزوج	مطلق	.161	.026

ولمعرفة مصدر التباين بين المجموعات تم إجراء الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي Bonferron ، ويتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق بين المتوسطات الحسابية التالية :

- بين متابعة الموضوعات والمواد السياسية والإخبارية من وجهة نظر المبحوثين المتزوجين والذين لم يتزوجوا مطلقاً وبلغ الفرق بين المتوسطين ٠,١٩٢ وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٠٦ ، وأيضاً بين الموضوعات السياسية والإخبارية من وجهة نظر المبحوثين المتزوجين والمطلقون وبلغ الفرق بين المتوسطين ٠,١٩٢ - وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٠٦ .
- بين متابعة مواد التسلية والترفيه من وجهة نظر المبحوثين الذين لم يتزوجوا مطلقاً والمتزوجون وبلغ الفرق بين المتوسطين ٠,١٧٥ - وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٣٢ ، وأيضاً بين مواد التسلية والترفيه من وجهة نظر المبحوثين

المتزوجون والمطلقون وبلغ الفرق بين المتوسطين ٠,١٧٥ وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٣٢ .

• بين متابعة الموضوعات والمواد الصحية من وجهة نظر المبحوثين الذين لم يتزوجوا مطلقاً والمطلقون وبلغ الفرق بين المتوسطين ٠,٧٣٩ وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١٣ .

• بين متابعة الموضوعات والمواد التعليمية من وجهة نظر المبحوثين الذين لم يتزوجوا مطلقاً والمتزوجون وبلغ الفرق بين المتوسطين -٠,١٤٣ وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٥٢ ، وأيضاً بين الموضوعات التعليمية من وجهة نظر المبحوثين المتزوجون والمطلقون وبلغ الفرق بين المتوسطين ٠,١٤٣ - وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٥٢ .

• بين متابعة الصور من وجهة نظر المبحوثين الذين لم يتزوجوا مطلقاً والمتزوجون وبلغ الفرق بين المتوسطين ٠,١٦١ - وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٢٦ ، وأيضاً بين الموضوعات التعليمية من وجهة نظر المبحوثين المتزوجون والمطلقون وبلغ الفرق بين المتوسطين ٠,١٦١ ، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٢٦ .

الفروق بين المؤهل العلمي ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٥٠)

المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة f	مستوى المعنوية
دكتوراه	٩	٢,٨٩	٣٣٣.	٤٠٥	.180	.949
ماجستير	٩٨	٢,٨٢	٤١٥.			
بكالوريوس	٢١٥	٢,٨٣	٤٢١.			
دبلوم متوسط	٤٥	٢,٨٠	٤٥٧.			
دون الثانوية العامة	٤٣	٢,٧٩	٤٦٦.			

باستخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد "ANOVA" لقياس الفروق بين متوسطات المستوى المؤهل العلمي ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وبين المؤهل العلمي.

وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي تحمل مؤهل علمي دكتوراه كان معدل الاستخدام أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢,٨٩ ، تلاها الذين يحملون مؤهل بكالوريوس حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢,٨٣ ، ثم الذين يحملون مؤهل ماجستير بمتوسط حسابي ٢,٨٢ ، يليها من يحملون مؤهل دبلوم متوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢,٨٠ ، واخيراً من هم دون الثانوية العامة بمتوسط حسابي بلغ ٢,٧٩ .

· الفروق بين الموضوعات التي يفضل المبحوثون المشاركة والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي والحالة الاجتماعية :

جدول رقم (٥١)

الفروق بين الموضوعات التي يفضل المبحوثون المشاركة والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي والمؤهل العلمي

الموضوعات والمواد	المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة f	مستوى المعنوية
السياسية والاعلامية	دكتوراه	9	1.22	.667	405	٢,٤٥٣	٠.٤٥.
	ماجستير	98	1.33	.605			
	بكالوريوس	215	1.49	.618			
	دبلوم متوسط	45	1.62	.747			
	الثانوية العامة فما دون	43	1.51	.506			
الدينية	دكتوراه	9	1.78	.833	405	٢,٠١٦	٠.٩١.
	ماجستير	98	1.69	.633			
	بكالوريوس	215	1.57	.583			
	دبلوم متوسط	45	1.62	.535			
	الثانوية العامة فما دون	43	1.42	.499			
الرياضية	دكتوراه	9	2.00	.707	405	٣,١٣٦	٠.١٥.

			.673	1.98	98	ماجستير	
			.781	1.89	215	بكالوريوس	
			.720	2.07	45	دبلوم متوسط	
			.765	1.56	43	الثانوية العامة فما دون	
			.441	1.22	9	دكتوراه	
٤٦٧.	٨٩٥.	٤٠٥	.454	1.29	98	ماجستير	الثقافية
			.514	1.38	215	بكالوريوس	
			.514	1.31	45	دبلوم متوسط	
			.504	1.28	43	الثانوية العامة فما دون	
			0.000	1.00	9	دكتوراه	
٤١٧.	٩٨٣.	٤٠٥	.536	1.34	98	ماجستير	الاجتماعية
			.513	1.34	215	بكالوريوس	
			.477	1.33	45	دبلوم متوسط	
			.474	1.33	43	الثانوية العامة فما دون	
			.601	2.11	9	دكتوراه	
٠٠٠.	٨,٥٤٦	٤٠٥	.695	2.03	98	ماجستير	التسليية والترفيه
			.674	1.72	215	بكالوريوس	
			.614	1.62	45	دبلوم متوسط	
			.623	1.40	43	الثانوية العامة فما دون	
			.667	1.78	9	دكتوراه	
٥٦٨.	٧٣٦.	٤٠٥					الاقتصادية

			.664	2.05	98	ماجستير	
			.695	2.11	215	بكالوريوس	
			.562	2.16	45	دبلوم متوسط	
			.648	2.09	43	الثانوية العامة فما دون	
			.667	1.78	9	دكتوراه	
٠٩١.	٢,٠٢١	٤٠٥	.568	1.87	98	ماجستير	الصحية
			.655	1.75	215	بكالوريوس	
			.586	1.56	45	دبلوم متوسط	
			.638	1.70	43	الثانوية العامة فما دون	
			.527	1.44	9	دكتوراه	
٠٢٣.	٢,٨٦٨	٤٠٥	.568	1.39	98	ماجستير	التعليمية
			.628	1.58	215	بكالوريوس	
			.576	1.62	45	دبلوم متوسط	
			.573	1.35	43	الثانوية العامة فما دون	
			.782	1.89	9	دكتوراه	
٩٤٨.	١٨٠.	٤٠٥	.646	1.93	98	ماجستير	المرأة
			.743	1.94	215	بكالوريوس	
			.668	1.91	45	دبلوم متوسط	
			.771	2.02	43	الثانوية العامة فما دون	
			.500	1.33	9	دكتوراه	
٤١٩.	٩٧٩.	٤٠٥	.500	1.33	9	دكتوراه	الشباب

			.627	1.56	98	ماجستير	
			.620	1.58	215	بكالوريوس	
			.618	1.60	45	دبلوم متوسط	
			.587	1.42	43	الثانوية العامة فما دون	
			.707	2.00	9	دكتوراه	
٩٩٣.	٠٦١.	٤٠٥	.657	1.96	98	ماجستير	الأطفال
			.720	1.93	215	بكالوريوس	
			.668	1.91	45	دبلوم متوسط	
			.593	1.93	43	الثانوية العامة فما دون	
			.601	1.89	9	دكتوراه	
٠٢٣.	٢,٨٦٦	٤٠٥	.596	1.70	98	ماجستير	الصور
			.627	1.59	215	بكالوريوس	
			.625	1.53	45	دبلوم متوسط	
			.536	1.37	43	الثانوية العامة فما دون	
			.667	1.78	9	دكتوراه	
٤٣١.	٩٥٧.	٤٠٥	.695	2.03	98	ماجستير	الفنية
			.707	1.90	215	بكالوريوس	
			.638	1.84	45	دبلوم متوسط	
			.710	1.86	43	الثانوية العامة فما دون	
			.601	2.11	9	دكتوراه	
١٦٤.	١,٦٣٩	٤٠٥					الفيديوهات الشخصية

							ماجستير	98	2.10	.681
							بكالوريوس	215	2.07	.733
							دبلوم متوسط	45	2.11	.714
							الثانوية العامة فما دون	43	1.79	.773
٢٣٣.	١,٤٠٢	٤٠٥					دكتوراه	9	2.22	.667
							ماجستير	98	2.09	.644
							بكالوريوس	215	1.96	.633
							دبلوم متوسط	45	2.16	.638
							الثانوية العامة فما دون	43	2.02	.771

باستخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد "ANOVA" لقياس الفروق بين متوسطات الموضوعات التي يفضل المبحوثون المشاركة والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي وبين المؤهل العلمي تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤهل العلمي والموضوعات التي يفضل المبحوثين المشاركة والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي وهي كالاتي :

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع الموضوعات والمواد السياسية والإخبارية والمؤهل العلمي إذ بلغت قيمة ف ٢,٤٥٣ عند مستوى معنوية ٠,٠٤٥ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي تحمل مؤهل دبلوم متوسط كان التفاعل مع الموضوعات السياسية والإخبارية عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٦٢، وتلاها الذين يحملون مؤهل الثانوية العامة فما دون حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٥١، ثم الذين يحملون مؤهل البكالوريوس بمتوسط حسابي ١,٤٩ ، يليهم من يحملون مؤهل الماجستير بمتوسط حسابي ١,٣٣ وأخيراً من يحملون مؤهل الدكتوراه بمتوسط حسابي بلغ ١,٢٢.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع الموضوعات والمواد الرياضية والمؤهل العلمي إذ بلغت قيمة ف ٣,١٣٦ عند مستوى معنوية ٠,٠١٥ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي تحمل مؤهل دبلوم متوسط

كان التفاعل مع الموضوعات الرياضية عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢,٠٧ ، وتلاها الذين يحملون مؤهل الدكتوراة حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢,٠٠ ، ثم الذين يحملون مؤهل الماجستير بمتوسط حسابي ١,٩٨ ، يليهم من يحملون مؤهل البكالوريوس بمتوسط حسابي ١,٨٩ ، وأخيراً من يحملون مؤهل الثانوية العامة فما دون بمتوسط حسابي بلغ ١,٥٦ .

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع مواد التسلية والترفيه والمؤهل العلمي إذ بلغت قيمة ف ٨,٥٤٦ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي تحمل مؤهل دكتوراة كان التفاعل مع مواد التسلية والترفيه عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢,١١ ، وتلاها الذين يحملون مؤهل الماجستير حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢,٠٣ ، ثم الذين يحملون مؤهل البكالوريوس بمتوسط حسابي ١,٧٢ ، يليهم من يحملون مؤهل الدبلوم المتوسط بمتوسط حسابي ١,٦٢ وأخيراً من يحملون مؤهل الثانوية العامة فما دون بمتوسط حسابي بلغ ١,٤٠ .

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع الموضوعات والمواد التعليمية والمؤهل العلمي إذ بلغت قيمة ف ٢,٨٦٨ عند مستوى معنوية ٠,٢٣٠ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي تحمل مؤهل دبلوم متوسط كان التفاعل مع الموضوعات التعليمية عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٦٢ ، وتلاها الذين يحملون مؤهل البكالوريوس حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٥٨ ، ثم الذين يحملون مؤهل الدكتوراة بمتوسط حسابي ١,٤٤ ، يليهم من يحملون مؤهل الماجستير بمتوسط حسابي ١,٣٩ ، وأخيراً من يحملون مؤهل الثانوية العامة فما دون بمتوسط حسابي بلغ ١,٣٥ .

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع الصور والمؤهل العلمي إذ بلغت قيمة ف ٢,٨٦٦ عند مستوى معنوية ٠,٢٣٠ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي تحمل مؤهل دكتوراة كان التفاعل مع مواد التسلية والترفيه عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٨٩ ، وتلاها الذين يحملون مؤهل الماجستير حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٧٠ ، ثم الذين يحملون مؤهل البكالوريوس بمتوسط حسابي ١,٥٩ ، يليهم من يحملون مؤهل الدبلوم المتوسط بمتوسط حسابي ١,٥٣ ، وأخيراً من يحملون مؤهل الثانوية العامة فما دون بمتوسط حسابي بلغ ١,٣٧ .

· الفروق بين المؤهل العلمي ومدى متابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٥٢)

المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الإحتراف المعياري	درجة الحرية	قيمة f	مستوى المعنوية
دكتوراه	9	1.22	.441	٤٠٥	.373	.828
ماجستير	98	1.21	.432			
بكالوريوس	215	1.16	.394			
دبلوم متوسط	45	1.22	.420			
دون الثانوية العامة	43	1.21	.412			

باستخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد "ANOVA" لقياس الفروق بين متوسطات المستوى المؤهل العلمي ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي والمؤهل العلمي.

· الفروق بين المستوى الاقتصادي ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (53)

المستوى الاقتصادي	العدد	المتوسط الحسابي	الإحتراف المعياري	درجة الحرية	قيمة f	مستوى المعنوية
لا يوجد دخل	98	1.03	.173	406	.638	.591
أقل من \$٣٠٠	98	1.06	.241			
من \$٣٠٠ إلى أقل من \$٦٠٠	133	1.04	.191			
من \$٦٠٠ فأكثر	81	1.02	.156			

باستخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد "ANOVA" لقياس الفروق بين متوسطات المستوى المؤهل العلمي ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتضح من البيانات الواردة في

الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمستوى الاقتصادي.

· الفروق بين المستوى الاقتصادي وزمن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٥٤)

المستوى الاقتصادي	العدد	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة f	مستوى المعنوية
لا يوجد دخل	98	2.43	.746	406	3.319	0.020
أقل من \$٣٠٠	98	2.38	.711			
من \$٣٠٠ إلى أقل من \$٦٠٠	133	2.39	.726			
من \$٦٠٠ فأكثر	81	2.67	.548			

باستخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد "ANOVA" لقياس الفروق بين متوسطات المستوى توقيت ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي للمبحوثين وزمن الاستخدام وأيدت ذلك قيمة ف ٣,٣١٩ عند مستوى معنوية ٠,٠٢٠ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي دخلها من \$٦٠٠ فأكثر كان استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢,٦٧، وتلاها الذين لا يوجد دخل لديهم حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢,٤٣ ، ثم الذين دخلهم من \$٣٠٠ إلى أقل من \$٦٠٠ بمتوسط حسابي ٢,٣٩ ، يليهم الذين دخلهم أقل من \$٣٠٠ بمتوسط حسابي ٢,٣٨ .

· الفروق بين الموضوعات التي يفضل المبحوثين المشاركة والتفاعل معها على شبكات

التواصل الاجتماعي والمستوى الاقتصادي :

جدول رقم (55)

الموضوعات والمواد	المستوى الاقتصادي	العدد	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة f	مستوى المعنوية
السياسية والاعلامية	لا يوجد دخل	98	1.61	.698	406	٣,٢٠٤	.٢٣
	\$300 أقل من	98	1.49	.596			
	من \$٣٠٠ إلى أقل من \$600	133	1.40	.590			
	فأكثر \$600 من	81	1.36	.598			
الدينية	لا يوجد دخل	98	1.48	.560	406	4.019	.008
	\$300 أقل من	98	1.53	.560			
	من \$٣٠٠ إلى أقل من \$600	133	1.62	.547			
	فأكثر \$600 من	81	1.77	.694			
الرياضية	لا يوجد دخل	98	1.89	.785	406	1.827	.142
	\$300 أقل من	98	1.79	.750			
	من \$٣٠٠ إلى أقل من \$600	133	1.90	.727			
	فأكثر \$600 من	81	2.05	.757			
الثقافية	لا يوجد دخل	98	1.41	.553	406	2.346	.072
	\$300 أقل من	98	1.28	.449			
	من \$٣٠٠ إلى أقل من \$600	133	1.28	.466			
	فأكثر \$600 من	81	1.41	.519			
الاجتماعية	لا يوجد دخل	98	1.35	.500	406	1.950	.121
	\$300 أقل من	98	1.26	.438			
	من \$٣٠٠ إلى أقل من \$600	133	1.31	.495			
	فأكثر \$600 من	81	1.43	.590			
التسليية والترفيه	لا يوجد دخل	98	1.68	.636	406	6.198	.000

			.712	1.68	98	300\$ أقل من	
			.665	1.69	133	من 300\$ إلى أقل من 600\$	
			.705	2.05	81	فأكثر 600\$	
			.679	2.18	98	لا يوجد دخل	
.282	1.277	406	.627	2.09	98	300\$ أقل من	الاقتصادية
			.712	2.09	133	من 300\$ إلى أقل من 600\$	
			.622	1.99	81	فأكثر 600\$	
			.643	1.76	98	لا يوجد دخل	
.057	2.524	406	.634	1.62	98	300\$ أقل من	الصحية
			.598	1.77	133	من 300\$ إلى أقل من 600\$	
			.640	1.88	81	فأكثر 600\$	
			.630	1.48	98	لا يوجد دخل	
.177	1.652	406	.559	1.46	98	300\$ أقل من	التعليمية
			.572	1.49	133	من 300\$ إلى أقل من 600\$	
			.677	1.64	81	فأكثر 600\$	
			.779	1.97	98	لا يوجد دخل	
.536	.728	406	.722	1.88	98	300\$ أقل من	المرأة
			.663	1.92	133	من 300\$ إلى أقل من 600\$	
			.707	2.02	81	فأكثر 600\$	
			.595	1.54	98	لا يوجد دخل	
.006	4.210	406	.613	1.51	98	300\$ أقل من	الشباب
			.623	1.47	133	من 300\$ إلى أقل من 600\$	
			.597	1.77	81	فأكثر 600\$	
			.703	1.98	98	لا يوجد دخل	
.390	1.005	406	.684	1.84	98	300\$ أقل من	الأطفال
			.695	1.95	133	من 300\$ إلى أقل من 600\$	
			.642	1.99	81	فأكثر 600\$	

.239	1.410	406	.628	1.55	98	لا يوجد دخل	الصور
			.628	1.55	98	\$300 أقل من	
			.618	1.58	133	من \$300 إلى أقل من \$600	
			.575	1.72	81	فأكثر \$600 من	
.138	1.849	406	.739	1.97	98	لا يوجد دخل	الفنية
			.666	1.78	98	\$300 أقل من	
			.679	1.96	133	من \$300 إلى أقل من \$600	
			.697	1.96	81	فأكثر \$600 من	
.411	.962	406	.782	2.13	98	لا يوجد دخل	الفيديوهات الشخصية
			.626	1.98	98	\$300 أقل من	
			.738	2.02	133	من \$300 إلى أقل من \$600	
			.735	2.10	81	فأكثر \$600 من	
.451	.882	406	.687	1.96	98	لا يوجد دخل	الكاريكاتير
			.615	2.05	98	\$300 أقل من	
			.657	2.01	133	من \$300 إلى أقل من \$600	
			.652	2.11	81	فأكثر \$600 من	

باستخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد "ANOVA" لقياس الفروق بين متوسطات الموضوعات التي يفضل المبحوثين المشاركة والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي وبين المستوى الاقتصادي تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والموضوعات التي يفضل المبحوثين المشاركة والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي وهي كالاتي :

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع الموضوعات والمواد السياسية والإخبارية والمستوى الاقتصادي إذ بلغت قيمة ف ٣,٢٠٤ عند مستوى معنوية ٠,٠٢٣ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي لا يوجد دخل لديها كان التفاعل مع الموضوعات السياسية والإخبارية عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٦١ ، وتلاها الذين دخلهم منخفض (أقل من \$٣٠٠) حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٤٩ ، ثم الذين دخلهم متوسط (من \$٣٠٠ إلى أقل من \$٦٠٠) بمتوسط حسابي ١,٤٠ ، يليهم من وأخيراً من دخلهم مرتفع (من \$٦٠٠ فأكثر) بمتوسط حسابي بلغ ١,٣٦ .

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع الموضوعات والمواد الدينية والمستوى الاقتصادي إذ بلغت قيمة ف ٤,٠١٩ عند مستوى معنوية .٠٠٨٠ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي دخلها من \$٦٠٠ فأكثر كان التفاعل مع الموضوعات الدينية عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٧٧ ، وتلاها الذين دخلهم متوسط (من \$٣٠٠ إلى أقل من \$٦٠٠) حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٦٢ ، ثم الذين دخلهم منخفض (أقل من \$٣٠٠) بمتوسط حسابي ١,٥٣ ، يليهم من وأخيراً من ليس لديهم دخل بمتوسط حسابي بلغ ١,٤٨ .

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع مواد التسلية والترفيه والمستوى الاقتصادي إذ بلغت قيمة ف ٦,١٩٨ عند مستوى معنوية .٠٠٠٠٠ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي دخلها مرتفع (من \$٦٠٠ فأكثر) كان التفاعل مع مواد التسلية والترفيه عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢,٠٥ ، ثم الذين دخلهم متوسط (من \$٣٠٠ إلى أقل من \$٦٠٠) بمتوسط حسابي بلغ ١,٦٩ ، وتلاها الذين دخلهم منخفض (أقل من \$٣٠٠) وكذلك الذين لا دخل لديهم بمتوسط حسابي ١,٦٨ الكل منهما .

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والتفاعل مع الموضوعات والمواد الخاصة بالشباب والمستوى الاقتصادي إذ بلغت قيمة ف ٤,٢١٠ عند مستوى معنوية .٠٠٦٠ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي دخلها مرتفع (من \$٦٠٠ فأكثر) كان التفاعل مع مواد الخاصة بالشباب عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٧٧ ، ثم الذين لا يوجد دخل لديهم حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٥٤ ، وتلاها الذين دخلهم منخفض (أقل من \$٣٠٠) حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٥١ ، وأخيراً الذين دخلهم متوسط (من \$٣٠٠ إلى أقل من \$٦٠٠) بمتوسط حسابي ١,٤٧ .

· الفروق بين المستوى الاقتصادي والثقة بالمعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (56)

المستوى الاقتصادي	العدد	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة f	مستوى المعنوية
لا يوجد دخل	98	1.76	.575	406	7.322	.000
\$300 أقل من	98	2.03	.649			
من \$300 إلى أقل من 600\$	133	2.13	.633			
فأكثر \$600 من	81	1.94	.578			

باستخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد "ANOVA" لقياس الفروق بين متوسطات مستوى الثقة بالمعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي والمستوى الاقتصادي يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الثقة بالمعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي والمستوى الاقتصادي ، وأيدت ذلك قيمة ف ٧,٣٢٢ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي دخلها متوسط (من \$300 إلى أقل من \$600) كانت ثقنتها بالمعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢,١٣، ثم الذين دخلهم منخفض (أقل من \$300) بمتوسط حسابي ٢,٠٣ ، تلاها الذين دخلهم الاقتصادي مرتفع (من \$600 فأكثر) ، وأخيراً من ليس لديهم دخل بمتوسط حسابي بلغ ١,٧٦ .

الفروق بين المستوى الاقتصادي ومتابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٥٧)

مستوى المعنوية	قيمة f	درجة الحرية	الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى الاقتصادي
٠٠٤.	٤,٥٧٥	٤٠٥	.510	1.32	98	لا يوجد دخل
			.352	1.14	98	\$300 أقل من
			.344	1.14	133	\$600 من \$٣٠٠ إلى أقل من
			.402	1.16	81	فأكثر \$600 من

باستخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد "ANOVA" لقياس الفروق بين متوسطات مستوى متابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي والمستوى الاقتصادي يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي والمستوى الاقتصادي ، وأيدت ذلك قيمة ف ٤,٥٧٥ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٤ ، وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي ليس لديها دخل كانت متابعتها للقضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي ١,٣٢ ، تلاها الذين دخلهم الاقتصادي مرتفع (من \$٦٠٠ فأكثر) بمتوسط حسابي بلغ ١,١٦ ثم الذين دخلهم متوسط (من \$٣٠٠ إلى أقل من \$٦٠٠) والذين دخلهم منخفض (أقل من \$٣٠٠) بمتوسط حسابي ١,١٤ لكل منهما .

- خاتمة الدراسة

- مقترحات الدراسة

- بحوث ودراسات مستقبلية

خاتمة الدراسة

١ - كشفت الدراسة أن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية إذ جاءت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم بنسبة ٩٦,١% ، وبلغت الذين يستخدمونها أحياناً بنسبة ٣,٩% ، كما أن المبحوثين يتابعون لقضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة بلغت ٩٩,٣% ، إذ جاءت نسبة من أجابوا بنعم ٨٢,٢% ، وأحياناً بنسبة ١٧,١% ، في حين أن ٠,٧% أجابوا بعدم المتابعة .

٢ - أشارت الدراسة إلى أن نسبة ٩٦,٦% من المبحوثين أجابوا بأن شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت أن تنمي مشاركتهم نحو القضايا المجتمعية موزعين بنسبة ٦٢,٧% أجابوا بنعم ، و ٣٣,٩% أجابوا بأحياناً ، في حين أن ٣,٤% أجابوا بالنفي .

٣ - بينت الدراسة أن شبكة (الفيس بوك) من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وتفاعلاً وفقاً لوجهة نظر المبحوثين إذ جاءت في المرتبة الأولى ، ثم المحادثات (سكاي بي) والمسنجات () ، يتبعها مشاركة الفيديو (اليوتيوب) ، ثم (جوجل بلس) ، يتبعها التدوين المصغر مثل (تويتر) ، يليها المنتديات ، ثم المدونات ، وأخيراً موقع الصور (الفليكر) .

٤ - أشارت الدراسة إلى أن المبحوثين يعتقدون بعدم كفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية جاءت بالترتيب حسب عدم الكفاية وفقاً للتالي : (اللاجئين ، تهويد القدس وضياح الهوية الفلسطينية ، الاستيطان ، الأسرى ، المياة ، البطالة ، الانقسام والمصالحة الوطنية ، ارتفاع الأسعار ، قضية الوقود والكهرباء ، الرواتب) ، في حين أن درجة اهتمام المبحوثين وحرصهم على المشاركة بالقضايا التي دعت إليها شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بالترتيب حسب الأكثر أهمية فالأقل وفقاً للتالي : (تهويد القدس وضياح الهوية الفلسطينية ، الأسرى ، اللاجئين ، قضية الوقود والكهرباء ، الانقسام والمصالحة الوطنية ، البطالة ، الاستيطان ، ارتفاع الأسعار ، الرواتب ، المياة) .

٥ - أوضحت الدراسة أن الاسم والعائلة الأكثر ظهوراً على شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين إذ جاءت بنسبة ٦٢,٩% ، ثم الاسم الشخصي الاول بنسبة ٢٢,٩% ، يليها اسم مستعار بنسبة ١٠% ، وأخيراً اللقب بنسبة ٤,١% ، كما أن معظم المبحوثين هم من اختاروا

وأضافوا أصدقائهم على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٤% ، في حين أن ٢٠% من الباحثين أجابوا بأن الآخرين هم من أضافوهم ، وأن ١٣% أجابوا بأن أصدقائهم على شبكات التواصل الاجتماعي جاءو بشكل عشوائي وأخيراً ٣% أجابوا بغير ذلك .

٦- أشارت الدراسة إلى ارتفاع متوسط استخدام الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت إذ جاءت بنسبة ٥٨,٨% من الباحثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من ساعتين فأكثر، ثم من يستخدمونها من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة ٣٦,٦% ، يليها استخدامهم لأقل من ساعة بنسبة ٤,٦% كما أن الباحثين يستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت منذ أربع سنوات بنسبة ٥٧,٣% ، والذين يستخدمونها منذ سنتين إلى أقل من أربع سنوات بلغت نسبتهم ٣٠,٥% والذين يستخدمونها منذ أقل من سنتين بلغت نسبتهم ١٢,٢% .

٧- بينت الدراسة أن الباحثين يتقون بدرجة متوسطة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي إذ جاءت بنسبة ٦٠,٥% ، ويتقون بدرجة قليلة وكبيرة بنفس المستوى بنسبة ٢٠,٢% لكل منهما ، وبنسبة ١,٢% للذين لا يتقون بها ، كما أن الباحثين يعتبرون المعلومات المقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي هادفة بنسبة ٥٥,٤% ، ثم منوعة بنسبة ٣٦,٦% ، يليها مسلية بنسبة ٥,٦% ، وأخيراً حديثة بنسبة ٢,٤% .

٨- أشارت الدراسة إلى أن الباحثين يسجلون إعجابهم بالمنشورات على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٣٨% ، والتعليق على المنشورات بنسبة ٢٥% ، وتمريرها للآخرين بنسبة ٢٢% ، ويخبرون بها معارفهم خارج نطاق الإنترنت بنسبة ١٠% ، وأخيراً يستفيدون منها ولا يشاركون فيها بنسبة ٥% .

٩- أوضحت الدراسة أن الباحثين يتابعون بكثافة المواد حسب ترتيبها من الأكثر تفضيلاً وهي (اجتماعية ، الثقافية ، السياسة والاعلامية ، التعليمية ، الشباب ، الصور ، الدينية ، التسلية والترفيه ، الصحة ، الرياضية ، الفنية ، المرأة ، الاطفال ، الفيديوهات الشخصية ، الكاريكاتير ، الاقتصادية) .

١٠- أكدت الدراسة على أن اللغة العربية هي اللغة الأكثر تفضيلاً واستخداماً على شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين إذ جاءت بنسبة ٨١,٧% ، ثم اللغة الإنجليزية بنسبة ١٧,١% ، يليها اسم مستعار بنسبة ١٠% ، وأخيراً اللغتين معاً بنسبة ١,٢% .

١١- أوضحت الدراسة أن المحادثة الكتابية عن طريق الدردشة والتعليقات من أكثر أساليب وأدوات الاتصال التي يستخدمها المبحوثين في التواصل مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، يليها إرسال الرسائل السريعة ، ثم الاتصال بالصوت والصورة ، يليها الاتصال بالصوت فقط ، وأخيراً الاتصال بالصورة فقط .

١٢- بينت الدراسة أن الحصول على الأخبار من أكثر الفوائد التي تعود على المبحوثين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، يليها التواصل مع الآخرين ، ثم قضاء وقت الفراغ ، يتبعها المعرفة في التخصص ، ثم تكوين صداقات جديدة ، وأخيراً البحث العلمي .

١٣- أشارت الدراسة إلى أن الإجراء الذي يتخذه المبحوثين عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي المشاركة بفاعلية جاءت بنسبة ٦٣,٩% ، والاطلاع فقط بنسبة ٣٤,١% ، وعدم الاهتمام بنسبة ١,٥% ، وأخيراً الحذف والحظر بنسبة ٠,٥% .

١٤- استعرضت الدراسة دوافع المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بالترتيب كالتالي : الحصول على معلومات متنوعة عن القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها داخل المجتمع ، وزيادة معلوماتي حول القضايا المهمة في المجتمع ، والدعم والمناصرة للقضايا المجتمعية الفلسطينية ، وتساعدني في تكوين رأي نحو بعض القضايا المجتمعية المحلية ، وسيلة تفاعلية تتيح التواصل بين الشباب الفلسطيني على اختلاف توجهاتهم ، ومواكبة الأحداث والتغيرات السياسية لفلسطين والعالم ، والتعرف على ثقافات جديدة وأناس جدد ، والتعرف على الحضارات المختلفة وفهم قضاياهم المتخلفة ، واشتمالها على الصور وخدمات الفيديو والصوت ، تتوفر فيها خدمات البحث وقواعد البيانات ، الحصول على التسلية وقضاء وقت الفراغ ، وإشباع غريزة حب الاستطلاع ، والخوف من عدم المعرفة " الارتياح " .

١٥- بينت الدراسة أن اشباعات المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بالترتيب حسب الأكثر أهمية كالتالي : زيادة المعرفة للأحداث الجارية في فلسطين ، تعطي الفرصة للمشاركة والتفاعل بالقضايا المجتمعية في أي وقت ، الوصول إلى كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة ، تساعد على المشاركة في الأحداث الجارية في المجتمع ، تقدم ما لا أجد في وسائل الإعلام التقليدية ، تعزز القدرات على إدارة النقاش مع الآخرين في الموضوعات العامة ، زيادة هامش الحرية في التعبير عن الرأي ، زيادة المعرفة بالأحداث الجارية في العالم ، جرأتها في تناول في تناول القضايا المختلفة ، تمكيني من القدرة على تحليل للأحداث ، لإنفرادها بقضايا تهم الرأي العام ، التسلية والاسترخاء وقضاء وقت الفراغ .

١٦- كشفت الدراسة أن نسبة ٧٨,٥% من المبحوثين وجهت إليهم دعوة من إحدى شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة في فعالية مجتمعية ، في حين أن نسبة ٢١,٥% من المبحوثين لم توجه إليهم دعوة من إحدى شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة في فعالية مجتمعية .

١٧- أشارت الدراسة إلى أن أكثر الصفات التي يتمتع بها نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي الذين يتفاعلون مع القضايا المجتمعية حسب آراء المبحوثين هي صفات حميدة تتمثل في : أفراد لديهم القدرة على التغيير ، يليها سيكون لهم دور مهم وريادي في المجتمع ، ثم مجرد شباب يمارس أنشطة وهوايات ، وأخيراً مثيرو شغب وأهدافهم سيئة .

١٨- أوضحت الدراسة أن الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل تنمية المشاركة نحو القضايا المجتمعية حسب اجابات المبحوثين تمثل وفقاً للأهمية في : تعمل على زيادة الوعي الثقافي والسياسي ، تعتبر نافذة فريدة من نوعها لحرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع المجتمعية السائدة في المجتمع ، تتيح لي فرصة المشاركة ومناقشة القضايا المجتمعية ، تعتبر قنوات اتصالية فعالة لتشكيل رأيي الخاص ، مراقبة البيئة المجتمعية بما يدور حولها من تطورات وأحداث ، تعمل على فتح قنوات تواصل مباشرة مع المسؤولين وصناع القرار ، تشكل مجموعات ضاغطة لحل ومتابعة بعض القضايا ، تعمل على تقريب وجهات النظر حول القضايا المختلفة ، تساهم في حل كثير من المشكلات السياسية والاجتماعية والاقتصادية .

مقترحات الدراسة

في ضوء الدراسة يقترح الباحث مجموعة من المقترحات :

١- وضع إستراتيجية إعلامية ممنهجة ومتكاملة وشاملة تقوم على خطة مدروسة تهدف إلى إبراز القضايا المجتمعية الهامة والعمل على تفعيل تنمية مشاركة الشباب نحو القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال فتح قنوات تواصل مباشرة مع المسؤولين وصناع القرار ، لتشكل مجموعات ضاغطة لحل ومتابعة بعض القضايا.

٢- إنشاء صفحات ومجموعات مغلقة ومفتوحة تقدم معلومات متنوعة عن القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها داخل المجتمع ،للعمل على دعم ومناصرة القضايا المجتمعية الفلسطينية باعتبار أن شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع قبولاً واستخداماً من قبل الشباب .

٣- زيادة الاهتمام بالقضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الكم والكيف واستخدام طرق وأساليب متنوعة في التناول والعرض وأهمية تنوع شبكات التواصل الاجتماعي في طرح الموضوعات المختلفة النوعية التي تجذب المستخدمين لها نحو المتابعة والمشاركة الفاعلة.

٤- حث المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي للإعجاب بالصفحات الخاصة بالقضايا المجتمعية والتفاعل معها ، وإعداد وتصميم منشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة بفاعلية.

٥- التوظيف الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي ، وما تملكه من إمكانيات وقدرات فاعلة وحيوية وتأثير من أجل العمل على خدمة القضايا المجتمعية .

٦- دعم ومساندة المجموعات الشبابية الناشطة على شبكات التواصل الاجتماعي وتنظيم عملها خاصة المهمة بنشر قضايا ومعاونة الأسرى الفلسطينيين للارتقاء إلى مستوى وحجم هذه القضية الإنسانية والأخلاقية والوطنية والقومية والدينية .

٧- ضرورة استخدام جميع شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة قضايا المجتمعية كالمدونات أو التدوين المصغر (تويتر) ومشاركة الفيديو (اليوتيوب) ، وموقع الصور (الفليكر)، وعدم الاقتصار على (الفيسبوك) فقط .

بحوث ودراسات مستقبلية

١- دراسات في مجال تحليل المضمون لتحليل ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القضايا المجتمعية وكذلك من حيث الشكل وعوامل الإخراج والابهار والجدب والانتباه التي تستخدمها .

٢- دراسات على الجمهور الفلسطيني بفئاته المختلفة للوقوف على آرائهم واتجاهاتهم نحو شبكات التواصل الاجتماعي.

٣- دراسات على القائمين على شبكات التواصل الاجتماعي لمعرفة برامجهم وخططهم وأساليبهم ودورهم في التأثير على الجماهير بما يخدم القضايا المجتمعية.

٤- دراسات مستقبلية لمواكبة مدي القدرة على استثمار هذه المواقع والاستفادة من خدماتها في جميع ميادين الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية .. الخ .

المصادر و المراجع

أولاً: الكتب العربية

- ١- أحمد خيرى الدين علي : دليل البحث العلمي، القاهرة ، دار الفكر العربي، ١٩٩٩م.
- ٢- أماني مجاهد: استخدام الشبكات الاجتماعية، في تقديم خدمات مكتبة متطورة، مجلة دراسات المعلومات ، العدد الثامن ٢٠١٠م .
- ٣- فهمي الغزوي: المدخل إلى علم الاجتماع، الأردن ، عمان، دار الشروق، ، ٢٠٠٤.
- ٤- ثروت عبد الملك إسحاق: السكان ، القاهرة، جامعة عين شمس ، ، ٢٠٠٥ م .
- ٥- جمال عبد العزيز الشرهان: الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعلم ، ط٢، الرياض مطابع الحميضي، ٢٠٠٣ .
- ٦- جيهان رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة ، دار الفكر العربي ، الطبعة الثانية، ، ١٩٧٨.
- ٧- حسن عماد مكاوي، ليلى السيد حسين: الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الطبعة الاولى، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨.
- ٨- رشاد عبد اللطيف: أساليب التخطيط للتنمية، الإسكندرية، المكتبة الجامعية، ٢٠٠٢م.
- ٩- سليمان صالح : الإعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة، نظرية جديدة للعلاقة بين الإعلام والمجتمع، الكويت ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨ .
- ١٠- سليمان زيد : الصحافة الالكترونية ، ط١، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م.
- ١١- سميرة شيخاني : الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق، المجلد ٢٦- العدد الأول والثاني، جامعة دمشق ، سوريا ، ٢٠١٠.
- ١٢- سمير محمد حسين: بحوث الاعلام- الأسس والمبادئ- ، الطبعة الثالثة ، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٩.
- ١٣- شفيق حسنين: التدريب الإعلامي عبر الانترنت، سلسلة التدريب الإعلامي ، الكتاب الثاني، القاهرة، ٢٠١١.
- ١٤- صادق عباس: الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل - والتطبيقات، ط١، عمان ، دار الشروق للنشر والتوزيع ٢٠٠٨م.

- ١٥- عاطف العبد : **الرأي العام وطرق قياسه - الأسس النظرية والجوانب المنهجية والنماذج التطبيقية والتدريبات العملية** - ط ٣ ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ٢٠٠٠ .
- ١٦- عاطف عبيد ، عدلي العبد: **تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام - الأسس النظرية والنماذج التطبيقي** - القاهرة، دار الفكر العربي ، ٢٠٠٢ .
- ١٧- عبد الحميد محمد : **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، القاهرة، عالم الكتب ، ٢٠٠٤ .
- ١٨- عبد الله عامر: **الفييس بوك وعالم التكنولوجيا**، مجلة العلوم والتكنولوجيا، عدد ١٤، جامعة البتراء، الأردن ، عمان ٢٠٠٧م.
- ١٩- عبد العاطي صلاح: **قانون رعاية الشباب الفلسطيني إلي أين...؟** ، الحوار المتمدن ، ٢٠٠٥م.
- ٢٠- عبد الحميد: **المدونات- الإعلام البديل** - ، القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، ، ٢٠٠٩ .
- ٢١- عمر احمد: **البحث العلمي- مفهومه وإجراءاته ومناهجه** - جامعة قار يونس، ليبيا، بنغازي ١٩٩٤ .
- ٢٢- عمر رحال : **الشباب والعمل التطوعي في فلسطين**، مؤسسة الحياة للإغاثة والتنمية ، ٢٠٠٦م.
- ٢٣- فرج الكامل : **بحوث الإعلام والرأي العام ، تصميمها وإجرائها وتحليلها** ، القاهرة ، دار النشر للجامعات ، ٢٠٠١ .
- ٢٤- فهمي سليم الغزوي : **المدخل إلى علم الاجتماع** ، دار الشروق ، الأردن .
- ٢٥- قصة تش بن مزري : **فييس بوك: ثورة وثروة**، ترجمة: الهلالي، محمد وائل محمودالهلالي، الطبعة العربية الأولى ، القاهرة، إصدارات سطور الجديدة ، ٢٠١١ .
- ٢٦- ماجي الحلواني: **الإعلام وقضايا المجتمع**، مكتبة الأسرة ، الهيئة العامة للكتاب ، ٢٠٠٦م.

- ٢٧- ماجد الزيود: الشباب والقيم في عالم متغير، ط١، دار الشروق ، الأردن، عمان ٢٠٠٦م.
- ٢٨- محمد عبد الرازق الدليمي: الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية ، ط١، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠١١.
- ٢٩- محمد تيمور، محمود علم الدين: الكمبيوترات وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة، دار الشروق.
- ٣٠- محمود خليل ، هشام عطية : مناهج البحث الإعلامي والتحليل الإحصائي، القاهرة ، د.ن، ٢٠٠٧.
- ٣١- محمود الفطافطة: مستقبل الإعلام الجديد"، تسامح، العدد السادس والثلاثون ، مركز رام الله لدراسات حقوق الإنسان، السنة العاشرة، اذار ٢٠١٢.
- ٣٢- -----: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتغيير في فلسطين ،الفييس بوك نموذجاً ، ٢٠١١م.
- ٣٣- مروان عبد المجيد ابراهيم: اسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط١، مؤسسة الوراق، الأردن، ٢٠٠٠

ثانياً: البحوث والدراسات

- ١- احمد رضوان: اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ٢٥ يناير،" المؤتمر العلمي - دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية ، الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، إربد، ٢٠١١م.
- ٢- احمد صلاح: إتاحة المعلومات ودورها في تفعيل مشاركة المجتمع المدني ، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر إتاحة المعلومات" المعلومات حق لكل مواطن"، الإسكندرية، مكتبة الإسكندرية ٧-٩ فبراير ٢٠٠٨.
- ٣- اسامة المدني: استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها، مجلة كلية الاداب ، العدد ٢٦، جامعة حلوان ، يوليو ٢٠٠٩.

٤- اشرف جلال حسن : اثر شبكة العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية" : دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل، دراسة علمية مقدمة للمؤتمر العلمي الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر، (القاهرة ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩م)

٥- أماني فهمي: دوافع استخدامات المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد الثاني، القاهرة، ١٩٩٧.

٦- امال كمال : استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الإجماعي، بالتطبيق على موقع face book ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، المجلد العاشر، العدد الرابع ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ديسمبر ٢٠١١ م .

٧- أمين رضا عبد الواحد: استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت"، المؤتمر الدولي الأول " الاعلام الجديد. تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين، ٧-٩ ابريل ٢٠٠٩،

٨- بسمة نصيف: موقع الفيس بوك ودوره في تطوير مجال النحت والتعلم عبر الانترنت في ضوء متطلبات عصر المعرفة، بحث مقدم الى المؤتمر السنوي العربي السادس - الدولي الثالث لتطوير برامج التعليم العالي في مصر والوطن العربي في ضوء متطلبات عصر المعرفة، كلية التربية النوعية ، المنصورة ٢٠١١م.

٩- جيلان عبد الرازاق،" مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كوسائط لإكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر، العدد الرابع ، ص ٢٣٧، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ديسمبر ٢٠١١ م .

١٠- حسني عوض : أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، تجربة مجلس شبابي علي القدس نموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القدس أبو ديس، برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية ، القدس ، فلسطين، ٢٠١٢م).

١١- حنان جنيد: تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الانترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصري، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد الثامن عشر (يناير - مارس ٢٠٠٣) جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ٢٠٠٣ .

١٢- خالد صلاح الدين حسن علي: دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية، وتحدياتها في مصر: في إطار تحليل الخطاب الإعلامي، ونظرية الاعتماد، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الخامس عشر " الإعلام والإصلاح: الواقع .. والتحديات، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام) الجزء الثاني من ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩ .

١٣- رانيا احمد محمود: مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري في : " الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي " ، المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، مايو ، ٢٠٠٧ .

١٤-رامي الشرافي: دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ماجستير دراسات الشرق الأوسط، جامعة الأزهر، غزة ، فلسطين ٢٠١٢ .

١٥- سهام أبو عيطة، " فعالية شبكة التواصل الاجتماعي (الويكي) في تنمية مفاهيم التكنولوجيا ومهارات الانترنت لدى طالبات الصف التاسع الأساسي بغزة "، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، قسم المناهج وطرق التدريس، الجامعة الإسلامية ، غزة فلسطين، ٢٠١٢ .

١٦-شيماء زغيب: استخدام موقع التدوين المصغر (تويتر) في تغطية الانتخابات التشريعية ٢٠١٠، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد الثامن والثلاثون ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، يوليو - ديسمبر ٢٠١١ .

١٧- طه نجم ، و انور الرواس: العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الاعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية، مجلة دفاثر السياسة والقانون، العدد الرابع، جانفي، جامعة السلطان قابوس، (سلطة عُمان) ، ٢٠١١ .

- ١٨- عابد زهير: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي"، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) مجلد ٢٦ (٦) ، نابلس ، فلسطين ، ٢٠١٢ .
- ١٩- علاء الدحوح : تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية Face Book ، في الجامعات الفلسطينية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية قسم المناهج، وطرق التدريس، الجامعة الإسلامية ، غزة، غزة فلسطين ٢٠١٢ .
- ٢٠- عمرو أسعد: العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي وقيمهم المجتمعية، دراسة على موقعي يوتيوب You tube ، والفيسبوك Face book ، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠١١ .
- ٢١- علاء الدين شاموق،: ويب ٢٠٠٠، نحو شبكة انترنت اقل قيودا واكثر انسانية ، ٢٠٠٨، جريدة الشرق الاوسط، ٨، يناير العدد، ١٠٦٣٣ .
- ٢٢- لينا العلمي: العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، كلية الاقتصاد، جامعة النجاح الوطنية في الضفة الغربية ٢٠١١
- ٢٣- محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين:دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والتربية ، قسم الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمارك ، ٢٠١٢ .
- ٢٤- محمد اشرف جلال : دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية: دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في " مصر- تونس- ليبيا- سوريا - اليمن " ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الثامن عشر " الإعلام وبناء الدولة الحديثة " كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ١٠٢ يوليو، ٢٠١٢ .
- ٢٥- محمد عبد الغني رمضان، و محمد رمضان بشندي: كيفية تمكين المجتمع المدني من خلال إتاحة المعلومات ، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر إتاحة المعلومات: حق لكل مواطن ، الإسكندرية، مكتبة الإسكندرية، ٧-٩ فبراير ٢٠٠٨ .

٢٦- محمد غريب : الاتصال عبر الانترنت وتأثيره في اكساب المهارات الاجتماعية لدى طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر ، العدد الرابع ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، يوليو/ ديسمبر ٢٠١١ م .

٢٧- محمود عبد القوي: دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الخامس عشر " الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات" (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، الجزء الثاني، ٢٠٠٩ م .

٢٨- محمود الفطافطة: علاقة الاعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين " الفيسبوك نموذجا " المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، قسم الاعلام، جامعة بيرزيت ، رام الله، فلسطين، أغسطس ٢٠١١ .

٢٩- ممدوح عبد الواحد محمد : شبكات التواصل الاجتماعي والتحويلات السياسية في المجتمع المصري ، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي ، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الثامن عشر " الإعلام وبناء الدولة الحديثة " ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، من ٢-١ يوليو ٢٠١٢

٣٠- مسعد عويس : الدور التربوي للإعلام في نشر ثقافة المشاركة"، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر أخلاقيات الإعلام والإعلان ، جمهورية مصر العربية، بني سويف ،جامعة النهضة ، والمجلس العربي للتربية الأخلاقية ٢٨-٢٩ مارس، ٢٠٠٩ م.

٣١- مراد كامل خورشيد : دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجا ، المؤتمر العلمي - وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، كلية الإعلام جامعة البتراء، الأردن ، عمان ٢٠١١ م.

٣٢- منال عبده محمد منصور: التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد السابع والثلاثون، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، يناير - يونيو ٢٠١١ .

٣٣- نشوة عقل : العلاقة بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى تفاعلهم الاجتماعي مع الآخرين ومع وسائل الإعلام التقليدية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد العاشر، العدد الثاني ، ص ٢٣٧. كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ديسمبر ٢٠٠٩

٣٤-نرمين المدني : الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية ، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الأول ، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، الجزء الثاني، ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩.

٣٥- هبة ربيع: فئة الشباب المصري استخدام المواقع الإخبارية والإشباع المتحقق، عينة ميدانية من الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة عين شمس.

٣٦- هشام عطية: خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشئون العامة في وسائل الإعلام الجديدة، دراسة تحليله لخطاب المدونات المصرية، بحث مقدم لمؤتمر الإعلام الأسرة وتحديات العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩

٣٧- وليد فتح الله بركات: اعتماد الشباب الجامعي الكويتي على وسائل الاعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد الثامن عشر، (يناير - مارس ٢٠٠٣)، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ٢٠٠٣.

ثالثاً: - التقارير

- ١- الجهاز المركزي للإحصاء، الفلسطيني: الشباب في الأراضي الفلسطينية،- فلسطين- رام الله - ابريل ٢٠٠٦م.
- ٢- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني: واقع وأرقام ، ، فلسطين - رام الله - مايو ٢٠١٠م .
- ٣- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني: الشباب في الأراضي الفلسطينية - صورة إحصائية ، ص ٣٣-٣٥، رام الله فلسطين ' ابريل ٢٠١٠.
- ٤- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني: أطفال فلسطين-قضايا واحصاءات " ص ٢١-٢٢، التقرير السنوي، فلسطين ، رام الله ، ابريل ٢٠١١م.

٥- التقرير الثاني للإعلام الاجتماعي، برنامج الحوكمة والابتكار، كلية دبي للإدارة الحكومية، تقرير الربع الأول لعام ٢٠١١م.

٦- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي: ملف وتقرير الشباب في فلسطين، معهد دراسات التنمية، منتدى شارك الشباب ٢٠١١م.

٧- وزارة التخطيط: خطة التنمية الفلسطينية ٢٠١٠-٢٠١١، وزارة التخطيط ٢٠١١م

رابعاً: المراجع الأجنبية

- 1- Erben T ; *Teaching English Language Learners through* :.
T New Yourk and London:Rutledge ، *Technology*, 2009
<http://www.educause.edu/EDUCAUSE+Rev...dyorNot/157925>
- 2- Daiz-Ortiz-Claire ; *Twitter for Good:Change the World* .(August edition) On Tweet at Time, USA:Jossy-Bass, 2011
- 3- *what is social media*
http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_social_Media_iCrossing_ebook.pdf
- 4- Stay Alba Jason: th Edition \ "I'm on Face book-Now What:& .٢٠٠٨، Jesse CALIFORNIA Happy About
- 5- The Face book EffectKirkpatrick, David ; *the inside story of the Company That Is Connecting the World*: New Yurok : Siman .٢٠١٠،Sehuster
- 6- Design patterns and Business Models for the Next ؟*What is Web* .Software .Generation of

Bynumm,S : Utilizing Social Media to increase Student Engagement.
٢٠١١ . .Calerifonia State University,USA. Unpublished master's thesis

الموسوعات:

1- www.en.wikipedia.org
<http://blog.aysoon.com/twitter-persentation-du-concept-de-ses-differents-usages-et-de-quelques-applicatication-connexes>

المقالات والدوريات

1- A.Hayes Rebecca ;New Media , New Politics : *Political Effigy and The Examination of Uses of Social Network Sites for political*

Unpublished Ph.D.Dissertation , (Michigan State .Engagement
:Online pp (٢٠٠٩ ، University

<http://proquest.umi.com/pqdweb?index=0&did=1974378471&Srchmode=1&side=1&Fmt=6&VInst=PROD&VTyoe=PQD&RQT=309&VName=PO.D&TS=128021925&cilentId=93083>

2- badge,h.l. et al : Beyond marks: new tools to visualize student engagement via social networks .Research in Learning Technology

3- <http://lra.le.ac.uk/handle/2381/10086>, Volume 20. 2012, Online

4- *Creating the Internet as* "،.Ming- H &،Hou, Cheng – N - ١٩ *

Paper present at the Annal Meeting of the American "،Alternative Media
.2003, ،Sociological Aassoiation, Atlanta Hotel, Atlanta, GA, Aug

- 5- Harnigo Lauriec. and Barnett Paula ; *:checking out facebook.com the Impact of a digital trendon academic libraries (information* ,march ,.No,26.Technology and libraries,vol(1),2007
- 6- habash Salem ; *American I Youth: Change Palestinian Youth mages and Sterotypes Through Face book"* Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Marriott ., Chicago, IL
- 7- Karbiniski Aren : *Face book and the technology revolution* ,2010 N,Y Spectrum Publications
- 8- Kushin Matthew J & Yamamoto Masahiro : *Did Social Media Matter ? College Student ' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election* , Paper Presented to Association for Education in Journalism & Mass Communication , (Boston , USA,2009, PP 24-25 , http://www.allacademic.com/meta/p375251_index.htmlOnline :
- 9- Khamis, Sahar , Paul B. : *Gold and Katherine Vaughn, Beyond Egypt's " Face book Revolution " and Syria's " YouTube Uprising "* ,Comparing Political Contexts, Actors and Communication Strategies .2012.No15 , Arab Media Society
- 10- Naim Moises : *The YouTube Effect- How A technology for foreign)teenagers became a force for political and economic change* .January-February, 2007, (.policy, No

11- Nicole B.Ellison: Social network sites, Definition , :Boyd Danah m history and scholar ship , Journal of computer mediated communication , (1) issue.(13)vol

12- Snowball Sampling, Available At: <http://www.experiment>

<http://icmc.indiana.edu/vol13issue1 /boyd.ellison.html>

13- Zhang Weiwu & .Chia Stella C: *The Effects Of Mass Use and Social Capital on Civi and Political Participation* , Communication Studies , Volume 57, Issue 3 September 2006 ,online :

<Http://www.Informaworld.Com/Smpp/Content~Content=A756680794~Db .=~All~Order=Page>

14- years Old and Ready to Change the world :*the twitter platform*

[http://www.readwriteweb.com/archives/the_Twitter_platform_3_yaers_of_social_network_downtime_in ".d_and_ready_to_cahange_the_world .php](http://www.readwriteweb.com/archives/the_Twitter_platform_3_yaers_of_social_network_downtime_in_.d_and_ready_to_cahange_the_world_.php) .2008,

15- van soon Meche: *Face book and the invasion of technological* .Van N.Y ,New York ,communities, 2010

16- <http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/files/report/digitalyouth-White Paper.pdf>, " live with new media

17- <http://www.universalmccann.com>) Asset/Wave...2008 ,pdf,wave.

خامساً:- المواقع الإلكترونية

1- <http://dig.com/about/>, what is Digg <http://www.aawsat.com/details.asp?section=10843&article=13>

٢- <http://crunchbase.com/company/dig>

٣- <http://www.arabpressnetwork.org/articlesv2.php?id=3303&lang=ar>

4- [http://www.lefigro.fr/high-tech/2009/01/14/01007-20090114ARTFIG00385-Twitter-le-triomphe-du-bavardage-planetaire-Twitter,le triomphe du ..php](http://www.lefigro.fr/high-tech/2009/01/14/01007-20090114ARTFIG00385-Twitter-le-triomphe-du-bavardage-planetaire-Twitter,le%20triomphe%20du%20..php)
bavardage planetaire

5 <http://www.vip4soft.com/news/%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1>

٦- <http://ar.wikipedia.org/wiki-6>

٧- <http://www.alukah.net/spotlight/0/40402>

٨- [www. Google/Checkout](http://www.Google/Checkout)

٩- <http://-aitnews.com/new/9769.html>

٩-

<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9.%88%D8%A8>

١٠- (htm (On Line. ٦٥١/٦٠/<http://www.annabaa.org/nbanews>)

١١- <http://fr.wikipedia.org/Youtube>

12- <http://www.crunchbase.com/company/youtube>

13- www.maannews.net

١٤ - www.wafa.ps

١٥- <http://www.khaledsafi.com/?p=2799>

١٦- , <http://www.dw-world.de/dw/article/>

١٧- www.klout.net

١٨- <http://arabic.cnn.com/2011/scitech/9/18/internet.arab/index.html> -

١٩- <http://www.nuqudy.com>

٢٠- <http://www.alqudsalraqmi.ps/atemplate.php?id=454:٢١>

سادساً: المقابلات

١- مقابلة أجراها الباحث مع الدكتور صلاح عبد العاطي: مدير الهيئة الفلسطينية المستقلة لحقوق الإنسان، والناشط الشبابي الفلسطيني، في مقر الهيئة بتاريخ ٢١-٢-٢٠١٣م.

٢- مقابلة أجراها الباحث مع الدكتور إياد أبو حجير، مدير، مدير المركز الفلسطيني للديمقراطية وحل النزاعات في مقر المركز بتاريخ ٢٨-٢-٢٠١٣م.

٣- مقابلة أجراها الباحث مع الدكتور سائد الغول، رئيس مجلس إدارة جمعية بنيان للتدريب والتقييم والدراسات المجتمعية في جامعة الأقصى بتاريخ ٢٠-٣-٢٠١٣م.

٤- مقابلة أجراها الباحث مع صلاح عبد العاطي: مدير الهيئة المستقلة لحقوق الإنسان، في مقابلة شخصية معه بتاريخ ٢٠-٣-٢٠١٣م.

٥- مقابلة أجراها الباحث مع الأستاذ خالد صافي، صاحب أفضل مدونة في فلسطين، مدرب في مجال الإعلام الجديد، في مركز الشباب الفلسطيني لتكنولوجيا الاعلام بتاريخ ١-٤-٢٠١٣م.

٦- مقابلة أجراها الباحث مع الدكتور، نبيل اللوح، رئيس الهيئة التدريبية لمدربي تنمية الموارد البشرية في فلسطين بتاريخ ٢-٥-٢٠١٣م.

٧- مقابلة شخصية مع مدير الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني في قطاع غزة ٢٠١٢.

٨- مقابلة أجراها الباحث مع الأستاذ عامر كيلاني (رجب) ، المدير العام في وزارة الشباب الفلسطينية، بتاريخ ١٤-٤-٢٠١٣م.

الملاحق



جامعة الدول العربية
المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم
معهد البحوث والدراسات العربية
قسم البحوث والدراسات الإعلامية
القاهرة

استمارة استقصاء

تحية طيبة وبعد ،،،

نشكر لكم جهودكم الطيبة واهتمامكم بالأبحاث العلمية ومساندة الباحثين في الوصول لحلول جوهرية لقضايا العصر واهتمامات الأمة، كما نرجو منكم الإجابة على أسئلة الاستبانة باختيار أدق الإجابات التي تعبر عن وجهة نظركم للوصول لأقرب نتيجة حول بحث بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية" ، علماً أن الإجابات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن تعاونكم
والله ولي التوفيق

الباحث

أحمد يونس حمودة

أولاً: مستوى التفاعل والاستخدام الشخصي لشبكات التواصل الإجتماعي

مستوى التفاعل والاستخدام الشخصي لشبكات التواصل الاجتماعي

هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

نعم

أحياناً

لا

حدد متوسط استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي في المعتاد يومياً ؟

أقل من ساعة

من ساعة إلى أقل من ساعتين

من ساعتين فأكثر

منذ متى تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ؟

أقل من سنتين

من سنتين إلى أقل من أربع سنوات

من أربع سنوات فأكثر

عند استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي تستخدم :

الاسم الشخصي الأول

الاسم والعائلة

اسم مستعار

كنية (لقب)

أخرى:

الأصدقاء المضافين لديك على شبكات التواصل الاجتماعي:

حد بدقة من فضلك

أضفت أنت معظمهم

هم من أضافوك

أنت من انتقيتهم

جاءوا بشكل عشوائي

أخرى:

اللغة التي أفضل بها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

حد بدقة من فضلك

العربية

الإنجليزية

أخرى:

عادةً تتواصل في شبكات التواصل الاجتماعي مع من ؟

يسمح باختيار أكثر من بديل

- اشخاص جدد ○
 زملائي ○
 أصدقائي ○
 الأسرة ○
 أخرى: ○

أكثر الأماكن التي أستخدم فيها الإنترنت:
يسمح باختيار أكثر من بديل

- المنزل ○
 مختبرات الجامعة ○
 منزل صديق ○
 مقاهي الإنترنت ○
 أخرى: ○

مدى استخدامك شبكات التواصل الاجتماعية التالية :
اختر بدقة من فضلك

لا استخدمها	أحياناً	دائماً	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الفييس بوك
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تويتر
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	مشاركة الفيديو (يوتيوب)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الفليكر (موقع للصور)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	جوجل بلس
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	المنتديات
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	المدونات
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	المحادثات (سكاي بي ماسنجرات)

ما الموضوعات والمواد التي تفضل المشاركة والتفاعل معها خلال استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟
اختر بدقة من فضلك

لا أتابعها	أحياناً	دائماً	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	السياسة والاذخارية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الدينية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الرياضية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الثقافية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الاجتماعية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	التسلية والترفيه
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الاقتصادية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الصحية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	التعليمية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	المرأة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الشباب
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الأطفال
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الصور
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الفنية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الفيديوهات الشخصية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الكاركاتير

المواضيع التي أشاركها عبر شبكات التواصل الاجتماعي:
اختر بدقة من فضلك

- هادفة ○
- مسلية ○
- حديثة ○
- متنوعة ○

المنشورات التي أستفيد منها على شبكات التواصل الاجتماعي:
يمكن اختيار أكثر من بديل

- أسجل إعجابي بها Like ○
- أمررها للآخرين Share ○
- أخبر بها معارفي خارج نطاق الإنترنت ○
- أستفيد منها ولا أشارك ○
- أعلق عليها Comment ○

هل تثق بالمعلومات التي تحصل عليها من شبكات التواصل الاجتماعي ؟
حدد بدقة من فضلك

- أثق بدرجة كبيرة ○
- أثق بدرجة متوسطة ○
- أثق بدرجة قليلة ○
- لا أثق بها ○

ما أساليب وأدوات الاتصال التي تستخدمها للتواصل مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟
اختر بدقة من فضلك

لا أستخدامها	أحياناً	دائماً	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	المحادثة الكتابية عن طريق الدرشة والتعليقات
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الرسائل السريعة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الاتصال بالصوت فقط
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الاتصال بالصورة فقط
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الاتصال بالصوت والصورة

الفائدة التي تعود عليّ من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي :
يسمح باختيار أكثر من بديل

- الحصول على الأخبار
- المعرفة في التخصص
- البحث العلمي
- قضاء وقت الفراغ
- تكوين صداقات جديدة
- التواصل مع الآخرين
- أخرى:

مدعوم من Google Drive

ثانياً: مدى التفاعل مع القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

مدى التفاعل مع القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

هل تتابع القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
القضايا المجتمعية مثل القدس واللاجئين والأسرة والانقسام والبطالة والوقود

نعم

أحياناً

لا

الإجراء الذي تتخذه عند استلامك منشورات تدعوك للمشاركة في القضايا المجتمعية هو؟
اختر بدقة من فضلك

المشاركة بفاعلية

الإطلاع فقط

عدم الاهتمام

الحذف والحظر

من بين ما يلي ، حدد أهم القضايا التي تهتمك وتحرص على المشاركة بها دعت إليها شبكات التواصل الاجتماعي
اختر بدقة من فضلك

مهمة	مهمة إلى حد ما	غير مهمة
تهويد القدس وضياح الهوية الفلسطينية	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
الأسرى	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
اللاجئين	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

مهمة	مهمة إلى حد ما	غير مهمة
الاستيطان	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
المياة	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
الانقسام والمصالحة الوطنية	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
البطالة	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
قضية الوقود والكهرباء	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ارتفاع الأسعار	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
الرواتب	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

من بين ما يلي ، ما مدى كفاية ما تناوله شبكات التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية ؟
اختر بدقة من فضلك

كافية	كافية إلى حد ما	غير كافية	لا أعرف
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
تهويد القدس وضياع الهوية الفلسطينية			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
الأسرى			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
اللاجئين			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
الاستيطان			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
المياة			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
الانقسام والمصالحة الوطنية			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
البطالة			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
قضية الوقود			

لا أعرف	غير كافية	كافية إلى حد ما	كافية	
				والكهرباء
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ارتفاع الأسعار
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الرواتب

ما دوافع متابعتك للقضايا المجتمعية في بلدك؟
اختر بدقة من فضلك

معارض	محايد	موافق	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الحصول على معلومات متنوعة عن القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها داخل المجتمع
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الدعم والمناصرة للقضايا المجتمعية الفلسطينية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	زيادة معلوماتي حول القضايا المهمة في المجتمع
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	وسيلة تفاعلية تتيح التواصل بين الشباب الفلسطيني على اختلاف توجهاتهم
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	التعرف على ثقافات جديدة وأناس جدد.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	مواكبة الأحداث

معارض	محايد	موافق	
			والتغييرات السياسية لفلسطين والعالم
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	إشباع غريزة حب الاستطلاع
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	التعرف على الحضارات المختلفة وفهم قضاياهم المتخلفة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الحصول على التسلية وقضاء وقت الفراغ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تساعدني في تكوين رأي نحو بعض القضايا المجتمعية المحلية.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	اشتمالها على الصور وخدمات الفيديو والصوت
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تتوفر فيها خدمات البحث وقواعد البيانات
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الخوف من عدم المعرفة " الارتباك "

ما الإشباعات التي تتحقق من وراء استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟
اختر بدقة من فضلك

معارض	محايد	موافق	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	زيادة المعرفة للأحداث الجارية في

معارض	محايد	موافق	فلسطين
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	زيادة المعرفة بالأحداث الجارية في العالم
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	جراتها في تناول القضايا المختلفة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تعزيز قدراتي على إدارة النقاش مع الآخرين في الموضوعات العامة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تساعدني على المشاركة في الأحداث الجارية في المجتمع
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تقدم ما لا أجد في وسائل الإعلام التقليدية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تمكنني من القدرة على تحليل للأحداث
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الوصول إلى كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	التسلية والاسترخاء وقضاء وقت الفراغ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	زيادة هامش الحرية في التعبير عن الرأي
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	لأنفرادها بقضايا تهتم الرأي العام
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تعطي الفرصة

معارض

محايد

موافق

للمشاركة
والتفاعل
بالقضايا
المجتمعية
في أي وقت

هل وجهت إليك دعوة من إحدى شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة في فعالية مجتمعية؟
اختر بدقة من فضلك

- نعم أضغط متابعة
- لا اضغط متابعة

مدعوم من Google Drive

ثالثاً: الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل تنمية المشاركة نحو القضايا المجتمعية

الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل تنمية المشاركة نحو القضايا المجتمعية

ما الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل تنمية المشاركة نحو القضايا المجتمعية
يمكن اختيار أكثر من بديل

- تعمل على زيادة الوعي الثقافي والسياسي
- تعتبر نافذة فريدة من نوعها لحرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع المجتمعية السائدة في المجتمع
- تعتبر قنوات اتصالية فعالة لتشكيل رأيي الخاص
- تعمل على فتح قنوات تواصل مباشرة مع المسؤولين وصناع القرار
- تساهم في حل كثير من المشكلات السياسية والاجتماعية والاقتصادية
- تشكل مجموعات ضاغطة لحل ومتابعة بعض القضايا
- مراقبة البيئة المجتمعية بما يدور حولها من تطورات وأحداث
- تتيح لي فرصة المشاركة ومناقشة القضايا المجتمعية
- تعمل على تقريب وجهات النظر حول القضايا المختلفة.
- أخرى:

هل تعتقد بأن شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت أن تنمي مشاركتك نحو القضايا المجتمعية؟
حدد بدقة من فضلك

- نعم
- أحياناً
- لا

رابعاً : معلومات شخصية: (البيانات لأغراض البحث العلمي فقط)

الخصائص الديموغرافية

النوع

- ذكر
- أنثى

الحالة الاجتماعية

- أعزب/أنسة
- متزوج
- مطلق
- أرمل

السن :

- من ١٨ سنة إلى أقل من ٢٤ سنة
- من ٢٤ سنة إلى أقل من ٣٠ سنة
- من ٣٠ سنة إلى أقل من ٣٥ سنة

في أي من المناطق تسكن ؟

- المحافظات الجنوبية (قطاع غزة)
- المحافظات الشمالية (الضفة الغربية)
- القدس
- الأراضي المحتلة عام ٤٨
- الوطن العربي
- خارج الوطن العربي
- أخرى:

المؤهل العلمي

- دكتورة
- ماجستير
- بكالوريوس
- دبلوم متوسط
- الثانوية العامة
- دون الثانوية العامة

- الدخل
- أقل من \$٣٠٠ ○
- من \$٣٠٠ إلى أقل من \$٦٠٠ ○
- من \$٦٠٠ فأكثر ○
- لا يوجد دخل ○
- أخرى: ○

رابط الاستبيان عبر الإنترنت : <http://goo.gl/pLxSHZ>

أشرك على تعاونك بالإجابة على هذه الاستمارة ، علماً بأن أي بيان ستجيب عليه لن يستخدم في غرض سوى إتمام هذا البحث ولك جزيل الشكر .

الباحث

احمد يونس حمودة