



الجامعة الإسلامية غزة
شئون البحث العلمي والدراسات العليا
كلية الآداب
قسم الصحافة والإعلام

دراسة ماجستير بعنوان

دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية

دراسة تحليلية وميدانية

إعداد الباحث:

هشام أحمد عبد الكريم سكيك

إشراف:

د. طلعت عبد الحميد عيسى

الأستاذ المساعد في قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الصحافة من
قسم الصحافة والإعلام في الجامعة الإسلامية بغزة

1436هـ - 2014م

The Islamic University – Gaza
College of Graduate Studies
Faculty of Arts
Journalism & Media Department



Master Thesis entitled:
Social Networks Role in Developing the
Palestinian Youth Awareness in his National
Causes
An Analytical and field study

Prepared by:
Hesham Ahmad Skaik

Supervised by:
Dr.Talat A. Issa

Assistant Professor at Journalism & Media Department at the Islamic University

"Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for Master Degree"

1436 هـ - 2014 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى:

﴿فوق كل علمٍ علم﴾

(سورة يوسف: آية 76)

الافتتاح

إلى من تجرّع الكأسَ فارغاً ليسقيني قطرة حبه ..

إلى من كُلت أنا مله ليقدّم لنا لحظات السعادة ..

إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم ..

إلى من دعمني معنوياً ومادياً ونفسياً إلى القلب الكبير (والدي العزيز) ..

إليك يا من أَرْضَعْتَنِي الحَبَّ والحنان ..

إليك يا رمزَ الحَبِّ وبلسمَ الشفاء ..

إليك يا صاحبة القلبِ ناصع البياض ..

إلى من دفعْتَنِي ورفعتني إلى سلمِ النجاحِ إليك (والدتي الحبيبة) ..

إلى القلوبِ الطاهرة الرقيقة والنفوسِ البريئة إلى رياحين حياتي (إخوتي حسام ومحمد ويوسف وأختي نغم) ..

إلى شهدائنا الذين هم أكرمُ منا جميعاً، وإلى أسرانا داخل سجون الاحتلال الإسرائيلي، وإلى أقصانا الجريح الذي أسأل الله

تعالى أن يكرمني وإياكم بالصلاة فيه، إلى كلِّ لاجئنا، وإلى قادة شعبنا الفلسطيني جميعاً .. وإلى كلِّ من شجعني لأنهي

مجثي، وإلى كلِّ أصدقائي .

أهدي هذا العمل المتواضع وأرجو من الله عز وجل أن يتقبل جهدي، وأن يجعل عملي خالصاً

لوجهه الكريم من غير رياء مني ولا سمعة، وربي أسأل أن يوفقني وإياكم لما هو خير لي في ديني

ودنياي ومعاشي وعاقبتي أمري ..

شكر وتقدير

سبحانك اللهم ما حمدناك حقَّ حمدِك .. سبحانك ما شكرناك حقَّ شكرِك .. اللهم لك الحمد على ما أنعمتَ به عليَّ من نعمِكَ العظيمة، وآلائِكَ الجسيمة، ولو أنَّني أُوتيتُ كلَّ بلاغةٍ، وأُفنيْتُ بحرَ النطقِ في النظم والنثرِ لما كنتُ بعد القولِ إلا مقصراً، ومعتزلاً بالعجزِ عن واجبِ الشكرِ لك يارب أن وفقْتني لأتمَّ هذا العملَ المتواضعَ الذي أسألكَ فيه أن تتقبَّله مني وأن يكونَ في ميزانِ حسناتي.

ومن منطلق الحديث الصحيح "من لا يشكر النَّاسَ لا يشكر الله" أتقدّم بالشكرِ الجزيلِ إلى كلِّ من ساهمَ في إنجازِ هذا البحثِ، وساندي بذلك وعلى رأسهم **الدكتور طلعت عبد الحميد عيسى**، لتفضُّله عليَّ بالإشرافِ على الدراسةِ الذي كان لرأيه السديدِ، وملاحظاته الدقيقة، وعلمه الغزيرِ الأثرِ الواضحِ في خروجِ هذا العملِ على هذه الصورة، فجزاهُ اللهُ عنِّي خيرَ الجزاء، والشكرِ موصولٌ للأستاذ الدكتور جواد راغب الدلو والدكتور نبيل حسن الطهراوي لمناقشتي هذا البحث.

كما أتقدّمُ بخالصِ الشكرِ والتقديرِ لجميعِ أساتذتي بالجامعة الإسلامية كُلِّ باسمِه ولقبه وأخصُّ بالذكرِ منهم، **الأستاذ الدكتور جواد راغب الدلو، والدكتور أحمد عرابي الترك، والدكتور أيمن أبو نقيرة، والدكتور أمين وافي، والدكتور حسن أبو حشيش** على ما بذلوه معي من جهدٍ عظيمٍ لإنجاحِ الدفعةِ الأولى من برنامج ماجستير الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية والتي تشرفت بالالتحاق بها.

ولا أنسى كذلك أن أتقدّمَ بالشكرِ الجزيلِ لنشطاء الإعلام الجديد ولشبكتي قدس الاخبارية وغزة الآن وكلِّ من ساعدني في إتمامِ هذا البحثِ كما أتقدّمُ بشكري الجزيلِ لأصحابِ الفضلِ بعد الله عز وجل (أمي وأبي) اللذان شجعاني وما زالوا يشجعاني على الالتحاق بركبِ الدراساتِ العليا.

وأخيراً أتقدّمُ بالشكرِ الجزيلِ إلى **كلِّ زملائي في الدفعةِ الأولى من برنامج ماجستير الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية** الذين أمدوني بالمساعدة في إخراجِ هذا العملِ إلى حيزِ الوجودِ، لهم مني جميعاً كلُّ المحبة والتقدير.

الباحث

فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
أ	من وحي القرآن
ب	الإهداء
ج	شكرٌ وتقدير
د	فهرسُ الموضوعات
ط	فهرسُ الجداول
ك	ملخصُ الدراسة
م	ABSTRACT
1	مقدمة
الفصل الأول الإجراءات المنهجية	
4	أولاً: أهمُ الدراسات السابقة
4	1- دراساتٌ حول الإعلام والتوعية بالقضايا الوطنية
7	2- دراساتٌ حول شبكات التواصل الاجتماعي
11	3- دراساتٌ حول شبكات التواصل الاجتماعي والوعي
18	ثانياً: موقعُ الدراسة من الدراسات السابقة
19	ثالثاً: مدى الاستفادة من الدراسات السابقة
20	رابعاً: الاستدلالُ على المشكلة
22	خامساً: مشكلةُ الدراسة
23	سادساً: أهميةُ الدراسة
23	سابعاً: أهدافُ الدراسة
24	ثامناً: تساؤلاتُ الدراسة

الصفحة	الموضوع
24	1- تساؤلات خاصة بالدراسة التحليلية
24	2- تساؤلات خاصة بالدراسة الميدانية
25	تاسعاً: فروض الدراسة
26	عاشراً: الإطار النظري للدراسة -نظرية الاستخدامات والاشباكات-
30	الإفادة من النظرية في الدراسة
31	حادي عشر: نوع الدراسة، ومنهجها، وأدواتها
32	ثاني عشر: فئات تحليل المضمون
39	ثالث عشر: مجتمع الدراسة وعينتها
39	أ. الدراسة التحليلية
40	ب. الدراسة الميدانية
41	رابع عشر: إجراءات الصدق والثبات
41	أ. الدراسة التحليلية
43	ب. الدراسة الميدانية
47	خامس عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة
48	سادس عشر: صعوبات الدراسة
49	سابع عشر: تقسيم الدراسة
الفصل الثاني	
شبكات التواصل الاجتماعي والتوعية بالقضايا الوطنية	
51	أولاً: الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي
51	أ. الإعلام الجديد
51	1. مفهوم الإعلام الجديد
53	2. مسميات الإعلام الجديد

الصفحة	الموضوع
55	3. العوامل الرئيسية للإعلام الجديد
58	ب. شبكات التواصل الاجتماعي
63	1. تاريخ شبكات التواصل الاجتماعي
66	2. أبرز شبكات التواصل الاجتماعي
66	1/2 الفيسبوك Facebook
71	2/2 التويتر Twitter
73	3/2 ماي سبيس Myspace
74	ثانياً: التوعية والقضايا الوطنية
81	ب. أهم القضايا الوطنية الفلسطينية
81	1. قضية القدس
83	2. قضية الأسرى
85	3. قضية اللاجئين
87	4. قضية الاستيطان
90	5. قضية المصالحة الفلسطينية
92	ثالثاً: شبكات التواصل الاجتماعي والقضايا الوطنية
93	1. شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجماهيري
95	2. شبكات التواصل الاجتماعي والسياسيون
97	3. شبكات التواصل الاجتماعي والتوعية بالقضية الفلسطينية
100	4. شبكات التواصل الاجتماعي والتوعية بالقضايا الوطنية
الفصل الثالث	
نتائج الدراسة التحليلية	
113	أولاً: مضمون القضايا الوطنية في الشبكات الإخبارية على الفيسبوك

الصفحة	الموضوع
113	1- أهم القضايا
116	2- أهم المصادر
117	ثانياً: شكل القضايا الوطنية في الشبكات الاخبارية على الفيسبوك:
117	1- الشكل الصحفي
119	2- الوسائط المتعددة
121	3- التفاعلية
الفصل الرابع	
نتائج الدراسة الميدانية	
127	أولاً: نتائج الدراسة الميدانية
127	1- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
130	2- فترة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
131	3- دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
132	4- مدة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي
134	5- المجالات المتابعة على الشبكات
135	6- درجة الثقة بمضمون الشبكات
137	7- جوانب الاستفادة بالقضايا الوطنية
138	8- درجة تناول الشبكات للقضايا الوطنية
140	9- مدى مساهمة الشبكات في زيادة معرفة الشباب بالقضايا الوطنية
141	10- مدى الوعي بالقضايا الوطنية
143	11- مدى التفاعل مع القضايا الوطنية
144	12- أهم المشاكل والمعوقات في التوعية بالقضايا الوطنية
145	13- أهم المقترحات لزيادة الوعي بالقضايا الوطنية

الصفحة	الموضوع
147	ثانياً: اختبارُ فروضِ الدراسةِ الميدانية
161	نتائجُ الدراسة
165	توصياتُ الدراسة
167	مراجعُ الدراسة
179	ملاحقُ الدراسة

فهرسُ الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
جدول (1)	سمات وخصائص سمات المبحوثين	41
جدول (2)	صدقُ الاتساقِ الداخلي لاستمارة الاستقصاء الالكترونية	44
جدول (3)	معاملاتُ الثبات لاستمارة الاستقصاء الالكترونية	46
جدول (4)	أهم القضايا الوطنية في الشبكاتِ الإخبارية على الفيسبوك	113
جدول (5)	مصدرُ تناولِ القضايا الوطنية على الفيسبوك	116
جدول (6)	الشكل الصحفي خلال تناول القضايا الوطنية على الفيسبوك	117
جدول (7)	استخدام الوسائط المتعددة في عرض القضايا الوطنية على الفيسبوك	119
جدول (8)	عددُ مراتِ الإعجابِ خلال تناولِ القضايا الوطنية على الفيسبوك	121
جدول (9)	عددُ مراتِ التعليقاتِ خلال تناولِ القضايا الوطنية على الفيسبوك	122
جدول (10)	عددُ مراتِ المشاركاتِ خلال تناولِ القضايا الوطنية على الفيسبوك	123
جدول (11)	عددُ مراتِ الهاشتاجِ خلال تناولِ القضايا الوطنية على الفيسبوك	125
جدول (12)	مدى استخدام الشبابِ الفلسطيني لشبكاتِ التواصلِ الاجتماعي	127
جدول (13)	فترة استخدام شبكاتِ التواصلِ الاجتماعي	130
جدول (14)	دوافعُ استخدام الشبابِ الفلسطيني لشبكاتِ التواصلِ الاجتماعي	131
جدول (15)	مدة الاستخدام لشبكاتِ التواصلِ الاجتماعي	132
جدول (16)	أهم المجالات التي يتابعونها على شبكاتِ التواصلِ الاجتماعي	134
جدول (17)	درجةُ ثقةِ الشبابِ الفلسطيني بشبكاتِ التواصلِ الاجتماعي	135
جدول (18)	مقدارُ استفادةِ الشبابِ من مضامينِ الشبكاتِ لزيادة معرفتهم بالقضايا الوطنية	137
جدول (19)	يوضح درجة تناول القضايا الوطنية على شبكاتِ التواصلِ الاجتماعي	138
جدول (20)	يوضح مدى مساهمة الشبكات في زيادة المعرفة	140
جدول (21)	مدى وعي الشبابِ الفلسطيني بالقضايا الوطنية	142
جدول (22)	مدى تفاعلِ الشبابِ الفلسطيني على الشبكاتِ مع القضايا المطروحة	143
جدول (23)	أهمُ المشاكلِ والمعوقاتِ التي يراها الشبابُ الفلسطيني في دورِ شبكاتِ التواصلِ الاجتماعي في التوعية بالقضايا الوطنية	144

145	أهم مقترحات الشباب الفلسطيني لتطوير مضامين صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي بالقضايا الوطنية	جدول (24)
147	اختبار (One Way ANOVA) لبيان الفروق في استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير النوع	جدول (25)
149	اختبار (One Way ANOVA) لبيان الفروق في استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير العمر	جدول (26)
151	يوضح الفروق في استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير المؤهل العلمي	جدول (27)
153	اختبار (One Way ANOVA) لبيان الفروق في استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير مكان السكن	جدول (28)
154	اختبار (Chi-Square) لتوضيح طبيعة العلاقة بين درجة ثقة الشباب الفلسطيني في محتوى الشبكات، ومستوى الوعي بالقضايا الوطنية	جدول (29)
156	اختبار (Chi-Square) لتوضيح طبيعة العلاقة بين استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بالقضايا الوطنية	جدول (30)
158	اختبار (Chi-Square) لتوضيح طبيعة العلاقة بين درجة التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي مع القضايا المطروحة والمدّة التي يقضيها الشباب الفلسطيني عند استخدامهم لشبكات التواصل	جدول (31)
160	اختبار (Chi-Square) لتوضيح طبيعة العلاقة بين درجة تفاعل الشباب الفلسطيني مع القضايا الوطنية، ومدى الثقة بالمضامين التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي	جدول (32)

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بقضايا الوطنية، وأهم القضايا الوطنية التي تتناولها الشبكات، وتأتي هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية، حيث اعتمد الباحث نظرية الاستخدامات والاشباع واستخدم منهج المسح، واعتمد ثلاث أدوات وهي أداة تحليل المضمون وأداة الاستقصاء الإلكترونية (الاستبيان) وأداة المقابلة، حيث تم تحليل مضمون صفحتي شبكتي قدس الإخبارية وغزة الآن على شبكة الفيسبوك بعينة الأسبوع الصناعي من تاريخ 1-6-2013م، حتى تاريخ 31-8-2013م، واستمارة الاستقصاء الإلكترونية (الاستبيان) التي تم توزيعها على 426 شاباً وشابة فلسطينية، واستخدم الباحث أداة المقابلة الشخصية لعدد من نشطاء الإعلام الجديد والأكاديميين والسياسيين.

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

1. احتلت قضية الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي المرتبة الأولى في القضايا المنشورة على شبكة الفيسبوك بنسبة بلغت 45.8%، تلاها بفارق كبير قضية القدس بنسبة 23.2%، ثم قضية الاستيطان بنسبة بلغت 18.6%، ثم قضية اللاجئين بنسبة 8.1%.
2. جاءت الأخبار التي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي بدون مصدر في مقدمة المصادر بنسبة كبيرة بلغت 63.7%، تلاها تناول الصفحات للمصادر العامة بنسبة بلغت 19%، تلاها تناول الأخبار بمصادر خاصة بنسبة مقاربة لما قبلها بلغت 17.3%.
3. تصدر الأخبار المتعلقة بالقضايا الوطنية صفحات شبكات التواصل الاجتماعي الفلسطينية حيث حصلت نسبة تناول الأخبار على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي ما نسبته 96.9%، تلاها بفارق معدوم تناول القضايا بشكل غير إخباري بنسبة 1.9%، تلا ذلك بنسبة مقاربة لما قبلها هي نشر التقارير الإخبارية بنسبة 1.1%.
4. حصلت شبكة "فيسبوك" على المرتبة الأولى كأكثر الشبكات التي يستخدمها المبحوثون للتوعية بالقضايا الوطنية الفلسطينية وذلك بنسبة 93.3%، تلاها بفارق كبير تويتر بنسبة 49.65%، تلاها الشبكات الأخرى بنسبة 35%.
5. بلغت درجة ثقة الشباب الفلسطيني بشبكات التواصل الاجتماعي 64.8% وهي نسبة متوسطة.

6. حازت قضية الأسرى على المرتبة الأولى بدرجة اهتمام الشباب الفلسطيني في متابعتها على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 67.1% تلاها قضية القدس بنسبة قريبة تقدر بـ 61.2% ثم المصالحة الفلسطينية بنسبة 56.9%.
7. أكد المبحوثون أن شبكات التواصل الاجتماعي تزيد من مستوى وعي الشباب الفلسطيني بنسبة متوسطة بلغت 61%، تلاها أنها تزيد من مستوى وعيهم بشكل كبير بنسبة بلغت 34%، تلاها أنها تزيد من وعيهم بشكل متدني بنسبة 5%.
8. تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى لمتغير العمر.
9. أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين سكان فلسطين المحتلة عام 1948م وسكان كل من الضفة الغربية وقطاع غزة والشثات في استخدام الشباب الفلسطيني لموقعي "فيس بوك" و"تويتر" في التوعية بالقضايا الوطنية لصالح سكان كل من الضفة الغربية وقطاع غزة والشثات.

وبناءً على هذه النتائج، خلصت الدراسة إلى عدد من التوصيات:

1. ضرورة بذل المزيد من الجهد في توعية الجمهور الفلسطيني بكافة أطيافه بالقضايا الوطنية بكافة أشكالها، والعمل على تأهيل وتوعية مستخدمي شبكات التواصل بطرق استخدام الشبكات بهدف نشر الوعي بالقضايا الوطنية وزيادة معرفة الجمهور بها .
2. توحيد جهود نشطاء الإعلام الجديد والانطلاق ببنوتقة واحدة من شأنها أن تجلب الدعم المناسب وأن تحشد كافة الجهات لصالح القضايا الوطنية الفلسطينية.
3. التزام نشطاء الاعلام الجديد بالصياغة الصحفية السليمة وذكر مصدر الخبر عند توثيقه ونشره بصورة سليمة.
4. العمل على تحشيد الرأي العام المحلي والدولي للمشاركة الفاعلة في الصفحات، ونشر المشاركات بلغات مختلفة.
5. ضرورة تخصيص صفحات خاصة بالقضايا الوطنية بحيث يمكن من خلالها الحصول على معلومات دقيقة وتاريخية تعني بكل قضية على حدى.
6. الاستعانة بخبراء الإعلام الجديد لجلب الدعم الكافي للصفحات التي تُعني بالقضايا الوطنية، والمتابعة المستمرة للقضايا الوطنية ونقل كل ما هو جديد.

Abstract

This study aims at identifying the role of social media in raising the Palestinian youth's awareness of their national issues. The study also aims to investigate the most important national issues that are covered by networks. This study is descriptive. The researcher has used Uses and Gratifications Theory (UGT) and adopted the survey method. The researcher has used three tools: content analysis tool, questionnaires, and interviews. The contents of Quds News Network and Gaza Now Network on Facebook were analyzed through selecting a day every week starting from 1/6/2013 to 31/8/2013 as well as questionnaires that were distributed to 426 male and female Palestinian youth. The researcher has conducted interviews with a number of social media activists, politicians, and academics .

The study findings

This study has reached the following findings :

1. The issue of Palestinian prisoners in the Israeli jails got the first rank among the issues posted on the mentioned networks reaching 45.8%, followed by the issue of Jerusalem reaching 23.2%, Then the issue of settlement reached 18.6%, while the issue of refugees reached 8.1% .
2. News posted on Facebook without a source reached 63.7%, followed by news with a general source reaching 19%, whereas news with a specific source reaching 17.3% .
3. The most common headlines posted on social media are related to the Palestinian national issues. News exchanged on Facebook reached 96.9%, while the issues that are not directly related to news reached 1.9%. The news reports reached 1.1% .
4. Facebook is the most website used by the population of the study to raise awareness of Palestinian national issues 93.3%, followed by Twitter reaching 49.65%, and the other networks reached 35% .
5. Trust of Palestinian youth in social media reached 64.8% which is moderate .
6. The issue of Palestinian prisoners got the highest level among issues followed by Palestinian youth on Facebook with a percentage of 67.1%,

followed by the issue of Jerusalem reaching about 61.2%, then the issue of Palestinian reconciliation with a percentage of 56.9% .

7. The population of the study confirmed that social media moderately raises awareness of Palestinian youth with a percentage of 61% ,while those who think that it highly raises awareness reached 34%, followed by those who think that rarely does it raise awareness reached only 5% .
8. There are no statistical differences in using other social media by Palestinian youth in raising awareness of national issues attributed to age and qualifications .
9. The findings show some statistical differences between those who live inside occupied Palestine in 1948 and those who live in the West Bank and Gaza as well as diaspora in using Facebook and Twitter to raise awareness of national issues in favour of the latter residents .

The study recommendations

The study has reached the following recommendations :

1. More efforts should be exerted to raise the Palestinian public's awareness of national issues. The users of social media websites should be trained on ways of using networks in order to spread awareness of national issues .
2. The efforts of social media activists should be unified to work as one body that can bring support for the Palestinian issues .
3. Social media users should adhere to the sound media rules. They have to mention sources of news and cite news correctly .
4. Public opinion nationally and internationally should be invited to actively participate using various languages .
5. Specific pages should be allocated for national issues so as to provide accurate information .
6. Experts of new media should be consulted to bring support for the pages that cover national issues. Such pages should be up to date .

مقدمة:

تُعد شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر وأوسع المواقع على شبكة الإنترنت انتشاراً واستمراراً، لتقدمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها، حيث تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور وأفلام الفيديو⁽¹⁾، وقد تضمنت قائمة الشبكات حول العالم للعام 2014م حوالي 50 شبكة اجتماعية تضم كل منها ملايين المستخدمين المسجلين⁽²⁾.

وباتت هذه الشبكات تشكل بوابة جديدة يلتحق بها كل من أراد الحصول على معلومات أو متابعة الأحداث اليومية أو التأكد من حدث ميداني لحق بإحدى المناطق بفلسطين بشكل عام أو منطقة سكنه بشكل خاص، لذلك أصبح لشبكات التواصل الاجتماعي دوراً ملحوظاً في نقل المعلومات والوقائع وزيادة الوعي والمعرفة لدى المجتمع الفلسطيني وجمهور شبابه، ويزداد هذا الدور يوماً بعد يوم خصوصاً بعد التأثير الكبير الذي أحدثته عبر نقلها وقائع وأحداث الثورات العربية بدايةً في تونس، وليس انتهاءً في مصر الشقيقة وغيرها من الدول، فعززت بذلك مفهوماً جديداً وهو "صحافة المواطن" حيث إن كل مواطن يستطيع أن يكون صحفياً من خلال نقل الصور والفيديوهات الموثقة من أماكن الأحداث وذلك عن طريق نشرها عبر صفحته الشخصية على الشبكات.

وتصدر دولة فلسطين قائمة أعلى الدول في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمقارنة مع المستخدمين لها حول العالم حيث تشير إحصائية أوردتها شبكة Social Watch أن عدد مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" وحدها في فلسطين بلغ مليون و380 ألف مستخدم مقسمين إلى 840 ألف من الذكور و590 ألف من الإناث، مبيّنةً بنسب أوردتها على صفحتها على الإنترنت أن نسبة المستخدمين مقارنة بعدد السكان بلغت 36%، فيما تبلغ نسبة عدد حسابات الفيسبوك مقارنة بعدد مستخدمي الإنترنت 255%⁽³⁾.

(1) شريف اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت، ط1 (القاهرة: دار العالم العربي، 2011) ص83

(2) سوشيال وتش، إحصائيات الفيسبوك في فلسطين، إحصائية منشورة بتاريخ 1-2-2014م على الرابط: <http://socialwatch.ps/blog.php?p=1>, 22-12-2014

(3) شريف اللبان، مقال بعنوان: "شبكات التواصل الاجتماعي .. تحقيق الذات بعيداً عن الجغرافيا"، (القاهرة: المركز العربي للبحوث والدراسات) <http://www.acrseg.org/2470>، 22-1-2014م

وتخطى عدد المستخدمين النشطين لشبكات التواصل الاجتماعي عموماً وشبكة الفيسبوك على وجه خاص شهرياً 1.32 مليار مستخدم، حيث يبلغ عدد المستخدمين النشطين لشبكة التواصل الاجتماعي في العالم العربي 62 مليون، من خلال الهواتف النقالة، كما وإن 42 مليون شخص في العالم العربي يستخدمون فيسبوك من خلال الهواتف النقالة، فموجة الانتقال من أجهزة الكمبيوتر الثابتة إلى الأجهزة النقالة يزيد من استخدام شبكة التواصل الاجتماعي، لذلك فإن النمو في عدد مستخدمي فيسبوك مستمر وبقوة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا⁽¹⁾.

وساهمت تلك الشبكات بشكل كبير في نشر الوعي بالقضايا الوطنية الفلسطينية، حيث دشن العديد من النشطاء الكثير من الصفحات التي تُعني بقضايا الأسرى والقدس والاستيطان واللاجئين وغيرها لتنتقل هذه القضايا إلى الرأي العام وتتوسع بشكل أكبر مما هي عليه في وسائل الإعلام، حيث اعتمدت هذه الصفحات على الأساليب التفاعلية من خلال الصفحات الداخلية التي تنتشر عبر تلك الشبكات من خلال نشر الأخبار المتعلقة بالقضايا الوطنية وبمختلف اللغات لمحاولة توعية المجتمع الفلسطيني بشكل أقوى، وتحشيد المجتمع الدولي إزاء هذه القضية.

وتحاول هذه الدراسة الكشف عن الدور الذي تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بقضاياها، خصوصاً مع تنامي دوره الذي كان ولا يزال يسمى بالسلطة الرابعة في تسيير مجريات الأحداث في العالم بأسره، وتوضح آلية وكيفية استخدام الإعلام لتوعية الشباب الفلسطيني بقضاياها والمتمثلة بقضايا الثوابت الفلسطينية خصوصاً مع محاولات (إسرائيل) المتكررة لطمس الهوية الفلسطينية والتلاعب في أفكار الشباب الفلسطيني.

(1) جوناثان لابين، "فيس بوك"، 62 مليون مستخدم في العالم العربي"، مقابلة شخصية بمكتبه في غزة للوكالة الفرنسية: <http://www.france24.com/ar/20140317-%D9%818%A8%2014-3-17>

الفصل الأول

الإجراءات المنهجية للدراسة

- أهم الدراسات السابقة
- مشكلة الدراسة وأهميتها
- أهداف الدراسة وتساؤلاتها
- الإطار النظري للدراسة
- نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها
- مجتمع الدراسة وعينتها
- المفاهيم الأساسية للدراسة
- تقسيم الدراسة

أولاً: أهم الدراسات السابقة

تشكل الدراسات السابقة أهمية كبرى، وهي أساس لاستمرار أي باحث في اختيار مشكلته وبلورتها بصورة دقيقة، وعثر الباحث على العديد من الدراسات التي تفيد موضوع الدراسة حيث تم تقسيمها إلى ثلاثة محاور هي دراسات حول الإعلام والتوعية بالقضايا الوطنية، ودراسات حول شبكات التواصل الاجتماعي، ودراسات حول شبكات التواصل الاجتماعي والوعي، ويعرض الباحث أهم تلك الدراسات:

1- دراسات حول الإعلام والتوعية بالقضايا الوطنية:

أ- "جهود وسائل الإعلام في تزويد طلاب الجامعات الفلسطينية بالمعلومات حول قضية القدس"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المتعددة في تشكيل وعي الشباب الجامعي وتفسيراتهم لما يتعلق بقضية القدس، ومدى إسهام تلك الوسائل في تعريف الشباب الجامعي بما تتعرض له مدينة القدس من اعتداءات ومحاولات تهويد، حيث استخدم منهج المسح الإعلامي، واشتملت العينة على 600 طالباً وطالبة باستخدام صحيفة الاستقصاء.

ومن أهم نتائج الدراسة:

أ/1- حاز الانترنت على المرتبة الأولى في تعرض الشباب الجامعي لوسائل الإعلام يليه التلفاز ثم الإذاعة.

أ/2- أن أهم الموضوعات التي يتابعها الشباب هي الممارسات الإسرائيلية في القدس، تليها فعاليات حماية القدس، ثم الفعاليات الشعبية والعربية والدولية، وبعدها الاستيطان وبناء الكنس.

أ/3- يعتمد الطلبة على المصادر الإعلامية الفلسطينية بشكل رئيسي في الحصول على معلومات حول القدس.

(1) موسى طالب، "جهود وسائل الإعلام في تزويد طلاب الجامعات الفلسطينية بالمعلومات حول قضية القدس"، المجلة العربية للإعلام والاتصال (الرياض: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد السابع مايو 2011م) ص ص 235- 281

ب- "دور وسائل الإعلام المحلية المسموعة والمرئية في التنشئة السياسية للشباب الفلسطيني في قطاع غزة" (1):

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير التنشئة السياسية للشباب الفلسطيني بطبيعة الانتماء الحزبي للوسيلة الإعلامية، وتوضيح أثر الوسائل الإعلامية المحلية على التنشئة السياسية للشباب الفلسطيني في قطاع غزة، وانعكاسات ذلك على الفرد والمجتمع، حيث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي على عينها قوامها 300 شاباً وشابة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

ومن أهم نتائج الدراسة:

- ب/1- تباين نسبة متابعة أفراد العينة لوسائل الإعلام المحلية لصالح وسائل الإعلام الحزبية.
- ب/2- أن نشرات الأخبار، والبرامج السياسية كانت من أهم الموضوعات التي يتابعها أفراد العينة عبر وسائل الإعلام المحلية.
- ب/3- حظيت وسائل الإعلام المحلية في قطاع غزة بنسبة متابعة مرتفعة، خاصة بين صفوف الشباب، الذين يقضون ساعات طويلة في متابعة برامجها المختلفة، ولكن هذه الوسائل لم تستطع اغتنام هذه الفرصة والقيام بالدور المنوط بها في التنشئة السياسية لهؤلاء الشباب.

ج- "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني" دراسة ميدانية (2):

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، ورصد أولويات القضايا المختزنة في الذهنية الفردية والجماعية لدى الطالب الجامعي في فلسطين، ومدى حيوية تلك القضايا، حيث استخدم الباحثان منهج المسح الاجتماعي من خلال صحيفة استقصاء وزعت على عينة قوامها 219 طالباً.

- (1) نفين أبو هريدي، "دور وسائل الإعلام المحلية المسموعة والمرئية في التنشئة السياسية للشباب الفلسطيني في قطاع غزة"، رسالة ماجستير، غير منشورة (غزة: جامعة الأزهر، 2010م)
- (2) موسى حلس، وناصر مهدي، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني" (غزة: مجلة جامعة الأزهر، سلسلة العلوم الإنسانية 2010م المجلد 12 العدد2) ص ص 135-180

ومن أهم نتائج الدراسة:

- ج/1- بلغت نسبة تأثير الإعلام على وعي الطلبة 92%.
- ج/2- أن وسائل الإعلام تلعب دورًا هامًا في مستوى الإدراك للقضايا الأساسية الخاصة بالفرد والمجتمع.
- ج/3- تساهم وسائل الإعلام تساهم في نقل التراث والثقافة بشكل متوسط، كما تساهم في إضافة معارف جديدة لدى عينة الدراسة بنسبة (80.8%).

د- "استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية، وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية" (1):

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية، وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية، حيث استخدم الباحث منهج المسح الميداني على عينة عشوائية قوامها 400 شابة وشابة فلسطينية من ثلاث جامعات فلسطينية في غزة وهي (جامعة الأزهر، والجامعة الإسلامية، وجامعة الأقصى) واستخدام صحيفة الاستقصاء.

ومن أهم نتائج الدراسة:

- د/1- يعتمد ٥٤,٧% من الباحثين على القنوات الإخبارية الفضائية العربية في الحصول على المعرفة بالقضايا العربية.
- د/2- أن أهم القنوات الإخبارية العربية الفضائية التي يحرص الشباب الجامعي الفلسطيني على مشاهدتها مرتبطة لما حصلت عليه من تكرارات هي: الجزيرة، العربية، النيل الإخبارية.
- د/3- أهم المواد التي يقبل الباحثون على مشاهدتها بالترتيب كانت: مواجيز الأخبار، النشرات الإخبارية، البرامج الحوارية، وأهم الموضوعات المفضلة هي البرامج السياسية والموضوعات الدينية، والموضوعات الثقافية.

(1) إياد البرني، "استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية، وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية، رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب وعلوم الاتصال والإعلام، 2005م).

2- دراسات حول شبكات التواصل الاجتماعي:

أ- "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي" دراسة وصفية تحليلية⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع شبكات التواصل الاجتماعي، وتناولها للأحداث والظواهر والمواقف والآراء، وتحليلها وتفسيرها لمعرفة تأثيرها على الرأي العام الفلسطيني، ومدى قدراتها على إحداث تغيير اجتماعي وسياسي، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي على عينة مكونة من (500) طالب وطالبة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

ومن أهم نتائج الدراسة:

- أ/1- الفيسبوك حاز على المرتبة الأولى يليه اليوتيوب يليه تويتر وباقي شبكات التواصل.
- أ/2- مواقع التواصل تسهم في زيادة الثقافة السياسية والاجتماعية عند طلبة الجامعات الفلسطينية بدرجة متوسطة.
- أ/3- لا توجد فروق في الرأي بين الطلاب والطالبات في الجامعات الفلسطينية نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة رأيهم نحو التغيير الاجتماعي والسياسي.

ب- "استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى" دراسة ميدانية على عينة من طلبة الكليات الفلسطينية⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت، وأثر ذلك الاستخدام عليهم، والكشف عن تأثير متابعة مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة القنوات الفضائية والإذاعات، حيث استخدم الباحث بدراسته الوصفية المنهج المسح على عينة تكون من 200 مبحوث من الطلبة الجامعيين من خلال صحيفة الاستقصاء.

(1) زهير عابد، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي - دراسة وصفية تحليلية" (نابلس: مجلة جامعة النجاح، المجلد (26)، 2012م) ص ص 1387-1428

(2) نعيم المصري، "استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى"، دراسة غير منشورة (أريد: مؤتمر الإعلام والتحول المجتمعية، جامعة اليرموك، 2011م)

ومن أهم نتائج الدراسة:

ب/1- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت من قبل المبحوثين أدى إلى انخفاض التعامل مع وسائل الإعلام الأخرى بدرجات متفاوتة جاء أكثرها على مطالعة واستعارة الكتب.

ب/2- أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثر سلباً على قراءة الصحف والمجلات وفقاً لإجابات المبحوثين.

ب/3- أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على الاستماع إلى الإذاعات.

ج- "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي وطريقة دخول المستخدمين على تقييم وسائل الإعلام الاجتماعية" دراسة ميدانية (1):

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير مواقع شبكة التواصل الاجتماعي وتجربة وصول المستخدم على تقييم وسائل الإعلام الاجتماعية، وقد بلغت عينة الدراسة 226 مشاركاً من جماعة مناقشة محترفة تم تزويدها بمعلومات تتعلق بوجهة نظرهم لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

ومن أهم نتائج الدراسة:

ج/1- نماذج الاستخدام التي تعتمد على طرائق الوصول يمكن أن يكون لها أثراً على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

ج/2- أن طرق التأثير الرئيسية البسيطة تكون من خلال الاختلافات في تجربتي الوصول واستخدام أدوات شبكات التواصل الاجتماعي..

ج/3- أن أعلى نسب تأثير حصلت عليها الفئة الأكثر استخداماً لشبكات التواصل.

(1) Heinrichs & others "Influence Of Social Networking Site And User Access Method on Social Media Evaluation", Journal of Consumer Behaviour, J. Consumer Behav, 2011, 10: 347-355

د- "تحليل شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تأثير استراتيجية التواصل في تطوير التواصل على نطاق أوسع" دراسة ميدانية⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى تحليل استراتيجية التواصل الفاعل خلال شبكات التواصل الاجتماعي، كما هدفت إلى دراسة تأثيرات صفة التواصل خلال مواقع التواصل الاجتماعي من مستخدميه والمتواصلين خلاله، وقد بلغت عينة الدراسة 155 من الأفراد المستخدمين للشبكات وكانت أعمارهم 16-30 عامًا، من خلال منهج المسح من خلال صحيفة الاستقصاء (الاستبانة).

ومن أهم نتائج الدراسة:

د/1- أن 12% من الجمهور يستخدم الانترنت مرة واحدة في الأسبوع، وأن 19% من المستجيبين يستخدمونه من 2-3 أيام أسبوعيًا.

د/2- أن 30% من أفراد العينة يستخدمونه من ساعة إلى ساعتين يوميًا.

د/3- أن اهتمام الباحثين كان باستخدام الفيسبوك أكثر من التويتر لأنهم يعتبرونه مدونة صغيرة.

ه- "هل هناك رأس مال اجتماعي في شبكات التواصل الاجتماعي؟ استخدام الفيسبوك: حياة طلاب الجامعات، مدى الرضى، الثقة والمشاركة"⁽²⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف إذا ما كانت شبكة الفيسبوك من الشبكات الأكثر شعبية بين طلاب الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث يؤثر استخدامه في المواقف والسلوكيات التي تعدد رأس المال الاجتماعي الفردي، وقد استخدم الباحثون منهج المسح العشوائي لطلبة الكليات في تكساس، وقد بلغت عينة الدراسة 2603 طالباً وطالبة.

(2) Jothi, M. Neelamalar And R. Shakthi Prasad " *Analysis Of Social Networking Sites: A Study on Effective Communication Strategy In Developing Brand Communication*" Journal of Media and Communication Studies Vol. 3 (7), 2011 pp. 234-242, July

(1) Valenzuela & others, " *Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students 'Life Satisfaction, Trust, and Participation*" Journal of Computer-Mediated Communication 14 (2009) 875-901

ومن أهم نتائج الدراسة:

- هـ/1- وجود علاقة إيجابية بين استخدام الفيسبوك، ورضا الطلبة عن حياتهم، والثقة الاجتماعية، والإحاطة المدنية، والمشاركة السياسية.
- هـ/2- كشفت الدراسة عن وجود خشية من تأثير سلبي على الشباب خلال استخدام شبكة الفيسبوك.
- هـ/3- تبين وجود ارتباطات إيجابية بين أهمية الفيسبوك وبين متغير رأس المال الاجتماعي.

و- "أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب - تجربة مجلس شبابي عرار نموذجًا" (1):

هدفت الدراسة إلى فحص أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب ، وذلك من خلال تطبيق برنامج تدريبي على مجموعة من شباب مجلس شبابي عرار، حيث استخدم الباحث المنهج شبه التجريبي على عينة قوامها 250 شابًا، واستخدم صحيفة الاستقصاء (مقياس المسؤولية الاجتماعية) كأداة للدراسة.

ومن أهم نتائج الدراسة:

- و/1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور والإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح بعد التطبيق.
- و/2- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور والإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج.

(1) حسني عوض، "أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب - تجربة مجلس شبابي عرار نموذجًا"، دراسة منشورة، نابلس: جامعة القدس المفتوحة، 2003م:

http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_housniAwad.pdf

2013-12-24م

3- دراسات حول شبكات التواصل الاجتماعي والوعي:

أ. "المشاركة المجتمعية في العصر الرقمي"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة الوصفية إلى التعرف على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وحجم التوسع المعرفي في القضايا السياسية والاجتماعية، وقياس التفاعل السياسي عبر الإنترنت وخارجه مع العناية بدور الشبكات الاجتماعية، وشملت الدراسة 2253 من البالغين الأمريكيين، واستخدمت منهجي المسح والمقارن، وأجريت في الفترة بين 16 يوليو و 7 أغسطس 2012م.

ومن أهم نتائج الدراسة:

أ1- ارتفاع نسبة عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بالأنشطة السياسية خلال الأعوام 2008م وحتى العام 2012م من 33% إلى 69% من مجتمع الدراسة.

أ2- شبكات التواصل الاجتماعي لا تقتصر على النشاط السياسي، لكن تتناول جوانب أخرى من الحياة المجتمعية.

أ3- لا يوجد انفصال في المشاركة السياسية عبر الإنترنت وخارجه، حيث ذكر 48% منهم أنه يندمج بأحد النشاطات السياسية كحضور تجمع سياسي أو تنظيم تظاهرة أو التطوع لتأييد حزب أو مرشح في الانتخابات، كما تواصل 39% من المشاركين مع أحد المسؤولين أو تحدثوا في لقاء عام عبر الوسائل التقليدية، بينما قام بذلك عبر الإنترنت 34% منهم.

ب- "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة في فلسطين"⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على مدى استخدام النساء الفلسطينيات لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تأثير هذا الاستخدام على عملية المشاركة السياسية للمرأة في فلسطين، واستخدمت الباحثة في دراستها الوصفية منهج المسح من خلال صحيفة الاستقصاء الاستبيان على عينة قوامها 400 امرأة فلسطينية من سكان قطاع غزة.

(2) Aaron Smith, "Civic Engagement in The Digital Age", Pew Research Center's: <http://pewinternet.org/Press-Releases/2013/Civic-Engagement.aspx> 2/2/2014

(2) سمر الدريملي، "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة في فلسطين"، رسالة ماجستير، منشورة (غزة: جامعة الأزهر، كلية الآداب، 2013م)

ومن أهم نتائج الدراسة:

- ب/1- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تفضيلاً من وجهة نظر المبحوثات هو "فيس بوك".
 ب/2- بينت النتائج أن الموضوعات السياسية تأتي في المرتبة الثالثة من حيث تفاعل المبحوثات.
 ب/3- أن دوافع استخدام النساء لمواقع التواصل الاجتماعي هي الرغبة في التعبير عن وجهة نظرهن تجاه القضايا النسوية السياسية بحرية، تلاها توسيع العلاقات الاجتماعية والسياسية.

ج- "دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني" دراسة ميدانية على طلبة الجامعات في قطاع غزة⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، واستخدم الباحث أداة صحيفة الاستقصاء على عينة مكونة من 492 طالباً وطالبة من طلبة الجامعات الفلسطينية (جامعة الأزهر، والجامعة الإسلامية، وجامعة الأقصى، وجامعة فلسطين).

ومن أهم نتائج الدراسة:

- ج/1- غالبية المبحوثين يستخدمون الاعلام التفاعلي بنسبة مرتفعة بلغت (93.5%).
 ج/2- الفيسبوك أكثر وسائل الاعلام التفاعلي استخداماً لدى المبحوثين يليه البريد الالكتروني ثم اليوتيوب، وأن المبحوثين يتقون بالإعلام التفاعلي للحصول على المعلومات وبالدور الذي يقوم به في تشكيل الثقافة السياسية الفلسطينية بنسبة (70%).
 ج/3- يمثل الاعلام التفاعلي دوراً ايجابياً في تشكيل الثقافة السياسية بنسبة (72.4%).

(1) رامي الشرافي، " دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني"، رسالة ماجستير، غير منشورة، (غزة: جامعة الأزهر، كلية الآداب، 2013م)

د. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الفلسطيني للمشاركة في القضايا المجتمعية وبيان دور التفاعل مع تلك الشبكات في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني تجاه قضاياهم المجتمعية، حيث استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي على 410 شاباً وشابة فلسطينية، ثم استخدم صحيفة الاستقصاء.

ومن أهم نتائج الدراسة:

د/1- جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية بشكل دائم بنسبة 96.1% فيما يستخدمونه أحياناً بنسبة 3.9%.

د/2- أن نسبة 96.6% من المبحوثين أجابوا بأن شبكات التواصل الاجتماعي تنمي مشاركتهم نحو القضايا المجتمعية.

د/3- أن شبكة الفيسبوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعية استخداماً وتفاعلاً، وأن المبحوثين يتقنون بدرجة متوسطة بالمعلومات التي تنتشرها شبكات التواصل الاجتماعي إذ جاءت بنسبة (60.5%)، كما أنهم يعتبرون أن المعلومات التي تقدمها الشبكات هادفة بنسبة (55.4%).

هـ- "دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية" دراسة ميدانية⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني، ومدى تأثيرها على واقع المشاركة السياسية، واستخدم الباحث على عينة قوامها 37733 من الشباب الفلسطيني في جامعات قطاع غزة (الجامعة الإسلامية، وجامعة القدس

(1) أحمد حمودة، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"، رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2013م)
(2) طاهر أبو زيد، "دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية"، دراسة ميدانية (غزة: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 2012م)

المفتوحة، وجامعة الأقصى) واستخدم الباحث منهج المسح واستخدم صحيفة الاستقصاء الاستبيان.

ومن أهم نتائج الدراسة:

1/هـ- تساهم المواقع الاجتماعية التفاعلية بشكل واضح في التأثير على توجهات الرأي العام في المجتمع الفلسطيني.

2/هـ- تؤثر المواقع الاجتماعية التفاعلية في زيادة الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع، وتعزز من المسؤولية الاجتماعية لديهم.

3/هـ- المواقع الاجتماعية التفاعلية سيكون لها دور أكثر تأثيراً في الحياة السياسية، وبشكل خاص في الانتخابات الفلسطينية القادمة.

و- استخدامات طلاب الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية، وأهم هذه الشبكات، ومدى نجاحهم في استغلال هذه الشبكات في إيصال الحقائق والمعلومات السليمة حول القضية الفلسطينية إلى الجمهور العربي والأجنبي، حيث استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، بدراسة تنتمي إلى البحوث الوصفية، كما واستخدم أداة استمارة الاستقصاء الإلكترونية (الاستبيان) على عينة قوامها 300 مفردة.

ومن أهم نتائج الدراسة:

1/و- كانت شبكة الفيسبوك كانت الأكثر استخداماً بشكل عام من قبل الباحثين، يليه بفارق كبير بقية الوسائل وعلى رأسها تويتر، ثم ماي سبيس ثم بقية المواقع، أما في مجال التوعية بالقضية الفلسطينية فجاء الفيسبوك أيضاً في المقدمة، وجاء بعده بفارق كبير التويتر ثم ولينكدان.

⁽¹⁾ طلعت عيسى، "استخدامات طلاب الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية، دراسة منشورة، المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال: الإعلام الجديد .. التحديات النظرية والتطبيقية (السعودية: جامعة الملك سعود - الرياض، 2012م)

و/2- بلغت نسبة المهتمين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية 36.9% من إجمالي المبحوثين.

و/3- أن أكثر الوسائل التي استخدمها المبحوثون في التعبير عن المعاناة التي يعيشها الشعب الفلسطيني، هي الصور بنسبة عالية جداً، تلاها بفارق كبير النقاشات والتعليقات، وبنسبة قريبة الفيديوهات، وجاء بعد ذلك استطلاعات الرأي ثم روابط المقالات وروابط المواقع.

ز- "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين" دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن شكل المواقع الاجتماعية "الفيسبوك" نموذجاً الخاص بقناة العربية، والمقارنة بين شكل ومضمون موقع الفيس بوك وشكل ومضمون الموقع الإلكتروني لموقع قناة العربية، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي على عينة من المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وخصوصاً موقع العربية نت على الفيسبوك والموقع الإلكتروني كما استخدم استبانة تحليل المضمون في دراسة مقارنة بين الموقعين.

ومن أهم نتائج الدراسة:

ز/1- تبين من خلال التحليل أن موقعي العربية الإلكتروني والاجتماعي، يقدمان مادة إخبارية متنوعة وغيرها، تجعلهما من المواقع التي تحظى بالقبول والرضا من شرائح متعددة في مجتمعاتنا العربية، لالتزامهما إلى حد ما بمبادئ العمل الصحفي.

ز/2- أوضحت أنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عن شبكات التواصل الاجتماعي، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة.

ز/3- أن موقع العربية الاجتماعي وضع كل إمكانياته في خدمة الزائرين، بإتاحة فرصة الاطلاع على آخر الأخبار المتنوعة ومجريات الأمور المتعددة وتطورات الأحداث السريعة على الساحتين العربية والعالمية بالنص والصوت والصورة.

(1) محمد المنصور، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية"، رسالة ماجستير، غير منشورة (الدنمارك: كلية الآداب، الأكاديمية العربية المفتوحة، 2012م)

ح- "دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في عملية التغيير السياسي مصر نموذجًا" (1):

هدفت الدراسة إلى التعرف على الظروف التي ساعدت على عملية التغيير السياسي من خلال وسائل الإعلام غير التقليدية مواقع التواصل الاجتماعي، حيث استخدم الباحث المنهج التحليلي.

ومن أهم نتائج الدراسة:

ح/1- مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دورًا بارزًا خلال الثورات الشعبية من خلال عدة أمور أبرزها التمكن من حشد أعداد كبيرة للمشاركة في المظاهرات، وأنها كسرت حاجز الخوف لديهم.

ح/2- أن مواقع التواصل لعبت أدواراً بارزة قبل اندلاع الثورات العربية إلا أن ذلك لم يحظ بالاهتمام الكافي.

ح/3- أن مواقع التواصل الاجتماعي تمتاز بالعديد من المزايا التي ساعدت على انتشارها بسرعة قياسية بين الناس.

ط- "العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية" دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت" (2):

هدفت الدراسة إلى توصيف العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة ممثلة في الإنترنت والمعرفة السياسية لدى طلبة جامعة السلطان قابوس، ورصد اتجاهات طلاب جامعة السلطان قابوس نحو المواقع الإلكترونية، وبحث تأثيراتها على مستوى المعرفة السياسية، حيث استخدم الباحثان منهج المسح بالعينة على عينة قوامها 400 من طلبة جامعة قابوس.

ومن أهم نتائج الدراسة:

ط/1- القضايا السياسية الداخلية تصدرت اهتمام الطلبة تلاها القضايا السياسية العالمية ومن ثم الإقليمية، وتصدر احتواء الانترنت على الصور وخدمات الفيديو مقدمة دوافع تعرض

(1) مصعب قتلوني، "دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في عملية التغيير السياسي مصر نموذجًا"، رسالة ماجستير، غير منشورة (نابلس: جامعة النجاح الوطنية، 2012م)

(2) طه نجم، وأنور الرواس، "العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية"، رسالة ماجستير، غير منشورة (عمان: جامعة السلطان قابوس، 2011م)

الطلاب لمتابعة المواضيع السياسية على الانترنت، ومن ثم جاء تميز الانترنت بالتفاعلية في الترتيب الثاني وتزويد الجمهور بوجهات النظر المختلفة في الترتيب الثالث.

ط/2- أن نقصان المعلومات السياسية لدى الشباب أحد العوامل المهمة في متابعة المواقع الإلكترونية.

ط/3- أن المواقع تعمل على إشباع رغبات المبحوثين وحاجاتهم السياسية، فضلاً عن دورها في التنشئة السياسية.

ي- "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين (1):

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت في التغيير السياسي في تونس ومصر، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي وشملت عينة الدراسة مجتمع الصحفيين الأردنيين البالغ عددهم (685) صحفياً وإعلامياً.

ومن أهم نتائج الدراسة:

ي/1- التحريض على الاحتجاجات كشكل من أشكال التغيير السياسي جاءت إيجابية وبدرجة كبيرة جداً.

ي/2- أن مقاومة الرقابة والحجب، والدعاية في الإعلامي الرسمي كانت إيجابية كشكل من أشكال التغيير السياسي في تونس ومصر.

ي/3- أن جميع فقرات مجال التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي، كشكل من أشكال التغيير السياسي في كل من تونس ومصر كانت إيجابية وبدرجة كبيرة.

(1) عبد الله الرعود، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، رسالة ماجستير، غير منشورة (الأردن: كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011م)

ثانياً: موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

1. أوجه التشابه:

انفقت بعض الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في عدة نقاط أبرزها:

أ- من حيث نوع الدراسة: تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تحاول قياس درجة الوعي الذي تحدته شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تشابهت الدراسة مع كل الدراسات التي تم عرضها.

ب- من حيث المنهج المستخدم: معظم الدراسات استخدمت المنهج المسحي لتناول موضوع شبكات التواصل الاجتماعي كدراسة حمودة (2013م)، ودراسة الشرافي (2013م)، ودراسة عيسى (2012م)، ودراسة نجم (2011م)، ودراسة طالب (2011م)، ودراسة البرنية (2005م)، وحلس ومهدي (2010م) وغيرها.

ج- من حيث أداة الدراسة: استخدم الباحث صحيفة الاستقصاء كواحدة من أدوات الدراسة وتشابهت هذه الأداة مع دراسة كل من حمودة (2013م)، ودراسة الشرافي (2013م)، ودراسة عيسى (2012م)، ودراسة نجم (2011م)، وطالب (2011م)، ودراسة أبو هرييد (2010م)، ودراسة البرنية (2005م)، وحلس ومهدي (2010م) وغيرها.

د- من حيث الفئة المستهدفة: تناولت بعض الدراسات فئة الشباب وهي طلبة الجامعات كدراسة الشرافي (2013م)، ودراسة عيسى (2012م)، ودراسة نجم (2011م)، وطالب (2011م)، وأبو هرييد (2010م)، وإياد البرنيه (2005م)، وحلس، ومهدي، (2010م)، والمصري، (2011م)، والصعيدي وآخرون (2010م).

هـ- من حيث النظرية المستخدمة: استخدمت معظم الدراسات السابقة نظرية الاستخدامات والاشباع التي تناولتها الدراسات السابقة.

2- أوجه الاختلاف:

كما وتختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في بعض النقاط، ومنها:

أ- تتناول هذه الدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية وهي زاوية جديدة.

ب- تبحث هذه الدراسة في مضمون صفحات شبكات التواصل الاجتماعي خلال فترة زمنية محددة للتعرف على مدى تناولها للقضايا الوطنية الفلسطينية الأمر الذي لم يتم تناوله من قبل في الدراسات التي تم عرضها عدا دراسة المنصور (2012م).

ج- تتناول هذه الدراسة ثلاث أدوات من أدوات البحث العلمي، الأمر الذي يتيح التوصل إلى نتائج لم تتناولها الدراسات السابقة التي تم ذكرها، حيث تم استخدام أداة المقابلة لعدد من نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي في الضفة الغربية وقطاع غزة للوصول إلى نتائج تفيد الدراسة الأمر الذي لم يتم التطرق له في الدراسات السابقة.

د- تستخدم الدراسة استمارة الاستقصاء الإلكترونية لتشمل آراء الشباب الفلسطيني في الداخل والخارج الفلسطيني حيث تكون النسب جامعة لكل الفلسطيني الأمر الذي لم يتم استخدامه في أي دراسة سابقة -حسب حدود علم الباحث-.

ثالثاً: مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في عدد من المجالات منها:

1. اختيار عنوان الدراسة، حيث لم تتطرق أي دراسة من الدراسات السابقة إلى مدى تناول القضايا الوطنية الفلسطينية بشكل مباشر ولم تعرض مستوى التناول كما تم في هذه الدراسة.
2. اختيار منهج الدراسة وهو المنهج المسحي، حيث إن أغلب الدراسات السابقة استخدمت هذا المنهج، عدا دراسة نفين أبو هرييد (2010م).
3. تصميم صحيفة الاستقصاء، حيث استفاد الباحث من وجود بعض الفقرات التي قد تساعد في عملية البحث للتعرف على الدور الذي تحدثه هذه الشبكات لزيادة وعي الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية الفلسطينية (القدس، الأسرى، اللاجئين، الاستيطان، المصالحة الفلسطينية).
4. النظرية المستخدمة، حيث استعان الباحث ببعض الدراسات لبلورة الاستخدامات والاشباع التي تتعلق بفحوى الدراسة.

5. الترتيب والتنسيق الزمني، حيث استعان الباحث في بعض الدراسات لاختيار فصول الدراسة ومعرفة آليات ترتيبها وفق الفصول والمباحث التي تتعلق بها.
6. استفاد الباحث من نتائج الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة الحالية.

رابعاً: الاستدلال على المشكلة:

لاحظ الباحث من خلال استخدامه المتواصل لشبكات التواصل الاجتماعي أن هناك إقبالاً متزايداً من فئة الشباب الفلسطيني على استخدام هذه الشبكات الأمر الذي يقتضي تسليط الضوء عليها، ودراستها بشكل مباشر، للتعرف على أهم الأمور الإيجابية التي تحدثها هذه الشبكات، كما ولاحظ أن هناك العديد من النشطاء الذين يستخدمون هذه الشبكات، لحشد الجماهير وتعبئتها سياسياً في قضايا الثوابت الفلسطينية، ومحاولة تحقيق نوع من التواصل والتفاعل مع الجماهير لتعبئتهم سياسياً وزيادة وعيهم بما يتعلق بالأحداث الجارية على الأراضي الفلسطينية، الأمر الذي يقتضي التعرف على أنواع الشبكات التي يستخدمها الشباب، وقياس الأثر الذي تحدثه في وعي الشباب الفلسطيني نحو قضاياها الوطنية.

وقد أجرى الباحث دراسة استكشافية على عينة عشوائية بسيطة قوامها 31 شاباً وشابة فلسطينية من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وذلك من خلال صحيفة استقصاء إلكترونية تم توزيعها بصورة عشوائية على المبحوثين، يوم 10-5-2013م، وتوصل إلى أهم النتائج الآتية:

1. احتل الفيسبوك المرتبة الأولى لدى المبحوثين وكان بنسبة (62%) يليه التويتر بنسبة (34%)، يليه ماي سبيس بنسبة (2%)، يليه شبكات تواصل اجتماعية أخرى وكانت بنسبة (2%).
2. يستخدم (41.9%) من المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي من عامين إلى أقل من أربعة أعوام، و(38.7%) يستخدمونه لأكثر من أربعة أعوام، و(9.7%) يستخدمونه عام إلى أقل من عامين، و(9.7%) يستخدمونه أقل من عام.
3. يستخدم (32.2%) من المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة بالأراء مع الآخرين، و(31%) يستخدمونه للاطلاع على الأخبار، و(16.9%) يستخدمونه للتسلية وتمضية الوقت.

4. كانت المواضيع الأكثر تفضيلاً ومتابعةً من قبل الشباب الفلسطيني في شبكات التواصل الاجتماعي هي المواضيع الوطنية، تليها المواضيع الاجتماعية، تليها الثقافية، تليها الاقتصادية.

5. أن قضية القدس هي أكثر القضايا الوطنية متابعة من قبل الشباب الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (51.8%)، تليها قضية الأسرى بنسبة مئوية بلغت (51.2%)، تليها قضية اللاجئين، تليها قضية الاستيطان.

6. كانت درجة وعي الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية مرتفعة حيث حصلت قضايا الأسرى على المرتبة الأولى بنسبة (87.6%)، يليها قضية القدس بنسبة (83.8%)، يليها قضايا اللاجئين بنسبة (82.4%)، وأخيراً قضايا الاستيطان بنسبة (81.2%).

ونظرًا للأهمية التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي وجد الباحث ضرورة ملحة لدراسة محتوى تلك الشبكات وتحليله لمعرفة مدى تناولها لقضايا الأسرى، واللاجئين، والقدس، والاستيطان، والمصالحة الفلسطينية والتي تُعد من أهم قضايا الشعب الفلسطيني، ولذلك أجرى الباحث دراسة استكشافية تحليلية على صفحات شبكة الفيسبوك يومي 15 و 16 إبريل 2013م، استعرض الباحث خلالها 174 مادة إعلامية، حيث اقتصرت الدراسة على شبكة الفيسبوك باعتباره الأكثر استخدامًا لدى الشباب الفلسطيني من جهة، ومن جهة أخرى أن الشبكات الإخبارية المتواجدة على شبكة الفيسبوك تضع نفس المحتوى على بعض الشبكات كتويتر ولنكدان والميسبيس وغيرها من شبكات التواصل الاجتماعي.

وقام الباحث في البداية بعملية حصر لتلك الشبكات لتحديد أهم الشبكات التي ستجرى عليها الدراسة حيث تم استعراض عشرات الشبكات التي تتناول القضايا الوطنية، لكن تم اختيار شبكتين وهما شبكة "قدس الإخبارية" و"غزة الآن" نظرًا لاعتبارات عدة أهمها:

1. احتوائهما على الكثير من القراء والمتابعين والمهتمين بالشأن الفلسطيني، وارتفاع أعدادهم على أكثر من 661 ألف مشترك خلاقًا للصفحات الإخبارية الأخرى وذلك وفقًا لموقع تقييم شبكات التواصل الاجتماعي http://socialwatch.ps/top_pages_mixed.php.

2. وجود عنصر التفاعلية والمشاركة والمتابعة لمشاهدة تلك الصفحات بشكل ملحوظ وذلك من خلال التعليقات والملاحظات والأخبار المنشورة داخل الصفحات.

3. اهتمام هذه الصفحات بالقضايا الوطنية محل الدراسة وهي: قضية القدس واللجئين والاستيطان والأسرى والمصالحة الفلسطينية.

4. القدرة على الوصول إلى القائمين بالاتصال لهذه الشبكات للحصول على المواد التي توضع داخل شبكتي قدس الاخبارية وغزة الآن خلال فترة إجراء الدراسة.

وتوصل الباحث إلى العديد من النتائج من أهمها:

1. تنوع الأخبار وكثرتها على شبكة الفيسبوك حيث بلغت المواد الإخبارية 174 مادة متنوعة بين خبر وتقرير ومقال وخلافه.

2. الانتقائية في الأخبار حيث تركز هذه الشبكات على قضية معينة خلال فترة حديث الإعلام عنها، أو بصورة موسمية حيث تم تكثيف المواد الإعلامية على قضايا الأسرى بصورة تتزامن مع تاريخ إجراء الدراسة الاستكشافية مع يوم الأسير الفلسطيني الذي يتم إحياءه في 17 إبريل من كل عام.

3. تنوع الوسائط الإعلامية المنشورة على صفحات الشبكات حيث يستخدم القائمون على تلك الشبكات الصور الكبيرة والصغيرة والفيديوهات المصورة والتسجيلات الصوتية وخلافه.

4. تنوع المواضيع التي تتناولها تلك الصفحات بين مواضيع اجتماعية ومواضيع خاصة بالشأن المحلي في كل من الضفة الغربية وغزة، حيث نالت تلك الشبكات نصيب الأسد في تناولها لقضايا الشأن الداخلي أكثر من قضايا الدراسة.

5. حصلت الأخبار المصاحبة للصور الكبيرة على نسب كبيرة من التفاعلية تفوق الأخبار الصغيرة حيث بلغ متوسط الاعجابات للأخبار المرفقة بالصور الكبيرة 120 إعجاباً و50 مشاركة و5 تعليقات مختلفة.

خامساً: مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي بتوعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية، وأهم القضايا الوطنية التي تتناولها هذه الشبكات، وكيفية استخدام الشباب الفلسطيني لها، وتأثره المعرفي بها والاشباع المتحققة من وراء ذلك.

سادساً: أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة من اعتبارات عدة أهمها:

1. الاهتمام العالمي بشبكات التواصل الاجتماعي، وتزايد أعداد مستخدميها وخاصةً من الشباب، الأمر الذي يقتضي وجود دراسة للتعرف على آلية استخدامها.
2. الدور المتزايد والمؤثر لشبكات التواصل الاجتماعي وما أحدثته من تغيرات على المستوى المحلي والدولي وآخرها الثورات العربية.
3. النقص في مجال الدراسات الإعلامية التي تناولت القضية الفلسطينية، وبالذات في مجال شبكات التواصل الاجتماعي.
4. تُعد هذه الدراسة في حدود علم الباحث من أول الدراسات التي تناولت تحليل المضمون عدا دراسة المنصور والتي تناولت تحليل مضمون لصفحة خاصة بالدراسة وهي قناة العربية.
5. ضرورة تسليط الضوء على ما يمكن أن تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي من توعية للشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية.

سابعاً: أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بقضاياها الوطنية، وذلك من خلال:
1. التعرف على مدى تناول شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الوطنية الفلسطينية.
 2. التعرف على أهم القضايا الوطنية الفلسطينية التي تناولها شبكات التواصل الاجتماعي.
 3. التعرف على أهم الأشكال الصحفية التي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي بالقضايا الوطنية الفلسطينية.
 4. التعرف على أهم الوسائط المتعددة التي يستخدمها الشباب الفلسطيني في متابعة القضايا الوطنية، وأهم هذه القضايا التي يتم التطرق لها والتفاعل معها.
 5. التعرف على دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي.
 6. التعرف على مدى استفادة الشباب الفلسطيني من مضمين شبكات التواصل الاجتماعي.

7. التعرف على درجة الثقة لدى الشباب الفلسطيني في محتوى شبكات التواصل الاجتماعي للتوعية بالقضايا الوطنية.
8. الكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بين مضمون شبكات التواصل الاجتماعي في مجال القضايا الوطنية للشعب الفلسطيني.
9. التعرف على أهم أهداف الشباب الفلسطيني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
10. الكشف عن مدى وعي الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية المطروحة على شبكات التواصل الاجتماعي.
11. رصد أهم الإشاعات المتحققة من استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي.

ثامناً: تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات وهي:

1- تساؤلات خاصة بالدراسة التحليلية:

- 1/1 ما أهم القضايا الوطنية التي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 2/1 ما مصادر الموضوعات الصحفية الخاصة بالقضايا الوطنية المنشورة في شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 3/1 ما الفنون الصحفية المستخدمة في عرض القضايا الوطنية في شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 4/1 ما أهم الوسائط المتعددة المستخدمة مع القضايا الوطنية المنشورة في شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 5/1 ما مدى تفاعل مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي مع القضايا الوطنية المعروضة في هذه الشبكات؟

2- تساؤلات خاصة بالدراسة الميدانية:

- 1/2 ما مدى استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 2/2 ما دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 3/2 ما درجة ثقة الشباب الفلسطيني بمضمون شبكات التواصل الاجتماعي؟

- 4/2 ما أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الفلسطيني في متابعة قضاياها الوطنية؟
- 5/2 ما مدى استفادة الشباب الفلسطيني من مضامين شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة وعيهم بالقضايا الوطنية؟
- 6/2 ما الاشباع المتحققة للشباب الفلسطيني من استخدام لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 7/2 ما أهم سلبيات وإيجابيات تناول شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الوطنية من وجهة نظر الشباب الفلسطيني؟
- 8/2 ما أهم مقترحات الشباب الفلسطيني لتطوير مضامين صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي بالقضايا الوطنية؟

تاسعاً: فروض الدراسة:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضايا الوطنية حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع، والعمر، ومكان السكن، والمستوى التعليمي).
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الشباب الفلسطيني في محتوى شبكات التواصل الاجتماعي، ومستوى الوعي بالقضايا الوطنية.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بالقضايا الوطنية.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل والمدة التي يقضيها الشباب الفلسطيني عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.
5. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل، ومدى الثقة بالمضامين التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي.

عاشراً: الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاستخدامات والاشباع:

استخدم الباحث نظرية الاستخدامات والاشباع كونها أنسب النظريات لإجراء الدراسة، وتهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينات أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام⁽¹⁾.

ويمثل المدخل تحولاً للرؤية في مجال الدراسات الإعلامية، حيث تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك انتفى مفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية الذي كانت تتادي بنظرياته المبكرة مثل نظرية الرصاصة السحرية والتي تقوم على فكرة أن سلوك الأفراد يتحدد وفقاً للآلية البيولوجية الموروثة، ونتيجة لأن الطبيعة الأساسية للكائن الحي متشابهة تقريباً بين كائن وآخر، تكون استجاباتهم للمثيرات المختلفة متشابهة تقريباً بين كائن وآخر، خاصة مع الاعتقاد بأن متابعة أفراد الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقاً للتعود وليس لأسباب منطقية، لكن مدخل الاستخدامات والاشباع له رؤية مختلفة تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام⁽²⁾.

ويهدف مدخل الاستخدامات والاشباع إلى محاولة شرح وتفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم ومن ثم فإن الجمهور يحظى بأهمية كبيرة في المدخل⁽³⁾، والبداية الحقيقية لمدخل هذه النظرية جاء نتيجة البحوث والدراسات التي أجريت في بداية القرن العشرين على أسباب التعرض واستخدام وسائل الإعلام من مختلف فئات الجمهور، محاولة للربط بين الأسباب والاستخدام، حيث تم صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات، أهمها

(1) حسن عماد مكاوي، وليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998) ص 87

(2) عاطف العبد، ونهى العبد، نظريات الاتصال وتطبيقاتها العربية، بدون طبعة (القاهرة: دار الفكر العربي، 2011م) ص 297

(3) Blumer & Kat, (1974): **The Uses Of Mass Commuications: Current Perspectives On Gratifications research**, p.21.

الدوافع النفسية التي تؤدي بالأفراد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، وأصبحت رغبة الأفراد في إشباع حاجات معينة من التعرض لهذه الوسائل في الإطار العام ، بين تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ومحتواها ، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها ، حيث أطلق عليه الاستخدامات والاشباعات (1).

وتوجد عدة نماذج مفسرة لمدخل الاستخدامات والاشباعات منها(2):

1. نموذج كاتز وزملاؤه: يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية التي يجد فيها الأفراد أنفسهم بها هي التي تعمل على إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام وإشباع الاحتياجات ، إذ إن المواقف الاجتماعية يمكن أن يتسبب في التوتر والصراع الذي يشكل ضغطاً على الفرد مما يجعله يسعى إلى استخدام وسائل الإعلام.
2. نموذج روزنجرين: يعرض هذا النموذج مجموعة العوامل التي تشكل مدخل الاستخدامات والاشباعات، والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد ، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حداثتها وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى تحقق الاشباع المطلوبة.
3. نموذج بالمجرين وروبين: يطلق على هذا النموذج "توقع الفائدة" إذ يهتم هذا النموذج بالربط بين استخدام الفرد لوسائل الإعلام والاشباعات المتوقعة من هذا الاستخدام، حيث يتم مقارنة الاشباعات المتوقعة بالاشباعات المتحققة فعلياً .
4. نموذج ويندال: يعرض هذا النموذج العلاقة بين الاستخدامات والتأثيرات والربط بينهما، فقرار استخدام وسائل الإعلام يأتي نتيجة عدة مراحل تتمثل في الآتي:
 - 1/4 تفاعل العلاقات الخارجية والذاتية بما فيها الاهتمامات والاحتياجات.
 - 2/4 رسم التوقعات وإدراك مضمون الرسائل الإعلامية.
 - 3/4 قرار استخدام الوسيلة الإعلامية بعد المفاضلة بينها وبين وسائل شغل وقت الفراغ.

(1) منال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1 (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012م) ص172

(2) عاطف عدلي العبد، ونهى عاطف العبد، مرجع سابق ص301-302

أ. أهداف النظرية:

تسعى نظرية الاستخدامات والاشباع من خلال المحددات السابقة إلى تحقيق الأهداف الآتية⁽¹⁾:

1. الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته .
2. الكشف عن دوافع الاستخدام لوسائل معينة ، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
3. الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها .
4. الكشف عن الاشباع المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال والاشباع المختلفة من وراء هذا الاستخدام .
5. الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأناط التعرض لوسائل الاتصال والاشباع الناتجة عن ذلك.
6. معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل واشباعاتها.

وتضع نظرية الاستخدامات والاشباع عدداً من المحددات للجمهور النشط ، وتتلخص أبعاده في⁽²⁾:

1. أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم .
2. يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.
3. أن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات .
4. إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات .
5. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها.

(1) منال المزاهرة، مرجع سابق، ص 186-187

(2) منال المزاهرة، المرجع نفسه، ص 182

ب. دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال⁽¹⁾:

اختلف علماء الاتصال وعلم النفس في تحديد دوافع التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري، وكان هذا الاختلاف امتداداً لتحديد مفهوم الدافع الذي يعرفه حامد زهران بأنه: "حالة جسيمة أو نفسية داخلية تؤدي إلى توجيه الكائن الحي ويمكن ملاحظة الدوافع عن طريق السلوك الناتج عنها، ويوجد تعريف آخر للدوافع بأنها القوة البيولوجية أو النفسية التي تحث الفرد للقيام بنشاط معين لإشباع رغبة محددة".

ب/1 مراحل الدوافع⁽²⁾:

للدافع أهمية كمتغير يؤثر في العلاقة المتبادلة بين الفرد والجماعية، ونشاط الدافع له ثلاث مراحل متميزة تتمثل في :

ب/1/1 مرحلة الإلحاح:

وهي المرحلة التي يتسارع فيها معدل التوتر ويزداد ويصبح الدافع واضحاً تماماً في المجال الإدراكي للفرد.

ب/1/2 مرحلة الإشباع:

وهي المرحلة التي يقتم فيها إشباع الفرد الدافع وتحقيق الحاجة سواء كانت بيولوجية أو اجتماعية.

ب/1/3 مرحلة الاتزان:

وهي المرحلة الأخيرة من مراحل نشاط الدافع حيث يتم التوافق أو التعادل في عملية التفاعل بين تركيب أجهزة الفرد ووظائف هذه الأجهزة.

ب/2 وظائف الدوافع: وللدوافع ثلاث وظائف رئيسية هي⁽³⁾:

• تحريك السلوك- بعد أن يكون في حالة استقرار نسبي - لإرضاء بعض الحاجات الأساسية.

• توجيه السلوك في اتجاه معين دون الآخر.

• المحافظة على استدامة تنشيط السلوك ما دامت الحاجة موجودة.

وقد طور أليكس تان قائمة أكثر عمومية وشمولية لحاجات الناس بالنسبة للرسائل الإعلامية⁽⁴⁾:

(1) عاطف العبد، ونهى العبد، مرجع سابق، ص305

(2) فؤاد البهي، سعد عبد الرحمن، علم النفس الاجتماعي (القاهرة: دار الفكر العربي، 1999م) ص40-41

(3) عاطف العبد، ونهى العبد، مرجع سابق، ص306

(4) محمد الموسوي، النظرية الإعلامية (جامعة البحرين، كلية التربية، 2004) ص30

1. حاجات معرفية
2. حاجات عاطفية
3. حاجات شخصية
4. حاجات اجتماعية
5. الهروب من الواقع

ج. الإفادة من النظرية في الدراسة:

ترتبط الدراسة الحالية مع نظرية الاستخدامات والاشباعات ارتباطاً مباشراً حيث إن هذه الدراسة تسلط الضوء على استخدامات الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي التي تُعد من أهم المنابر التي يتوجه لها هؤلاء الشباب حيث ترتبط عملية الاستخدامات والاشباعات ارتباطاً وثيقاً في قياس الدور الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وعي الشباب الفلسطيني من ناحية، ومن ناحية أخرى هدف الدراسة التعرف على حجم الاشباعات التي تتجم من استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل والأثر الذي تحدثه عليهم.

وتنقل زغيب عن (زيلر) تفضيله لأسباب نظرية وإمبيريقية الاعتماد على مقاييس بسيطة حول مستوى المعرفة الواقعية والمحايدة بالشؤون السياسية، وتتمثل هذه الأسباب في كون مقياس المعرفة السياسية تحدد بصورة مباشرة ما وصل إلى أذهان الناس، والذي يكون مؤثراً بدوره في تحديد مدى ارتباطهم العقلي بالسياسة، كما ويؤكد زيلر ضرورة اقتصار مقياس المعرفة على الأسئلة الواقعية والمحايدة، لأن معظم المعلومات المقدمة في خطاب الصفوة ليست محايدة، حيث تتم صياغتها لأغراض حزبية، ومن ثم يمكن دحضها من خلال الأفراد ذوى مستويات الوعي السياسي المرتفع⁽¹⁾.

وتظهر مشاركة الجمهور في أجلى صورها في أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في أنهم هم صانعو ومنتجو المحتوى الإعلامي المقدم من خلال الموقع إرفاقاً وتعليقاً على المواد التي تم إرفاقها من مستخدمين آخرين، ويتمثل تطوير نموذج الاستخدامات والاشباعات في دراسات الإعلام الجديد في عدة أمور، منها تحديد دوافع واشباعات خاصة بالإعلام الجديد، مثل استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي، والتفاعل، والحضور الافتراضي⁽²⁾.

(1) شيماء زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2004م) ص108

(2) محمد الموسوي، المرجع السابق نفسه ص30

• في إطار هذه الدراسة وبناء على ما سبق، يتم تحديد دوافع استخدام الشباب الفلسطيني فيما يلي:

1. الحصول على الأخبار وآخر المستجدات.
2. تبادل المعلومات والخبرات مع الآخرين.
3. التفاعل مع الآخرين.
4. مناقشة موضوعات مختلفة وتبادل الآراء حولها.
5. التسلية وشغل وقت الفراغ.
6. تكوين صداقات جديدة.
7. التعرف على أسلوب تفكير الآخرين.
8. كسر حدة الروتين اليومي للعمل والتخلص من الملل.
9. الإحساس بالانتماء إلى جماعة من الأصدقاء تتواصل العلاقات معهم .

حادي عشر: نوع الدراسة، ومنهجها، وأدواتها:

1- نوع الدراسة:

تقع هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تركز على وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين عناصر الظاهرة في إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها، وتستهدف وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقاتها في وضعها الراهن، ويمتد الوصف ليشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة⁽¹⁾.

2- منهج الدراسة:

استخدم الباحث منهج المسح كونه جهداً علمياً منظماً، يساعد في الحصول على معلومات وبيانات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضع البحث، من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث، خلال فترة زمنية كافية للدراسة⁽²⁾، وهو المنهج الأنسب لدراسة

(1) محمد عبد الحميد، البحث الإعلامي في الدراسات الإعلامية، ط3 (القاهرة: عالم الكتب، 2000م) ص 13

(2) سمير حسين، دراسات في بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 2010م) ص 147

دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية، واستخدام الباحث في إطار هذا المنهج أسلوب تحليل المضمون، وأسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وأسلوب المقارنة المنهجية.

3- أدوات الدراسة:

أ- استمارة تحليل المضمون:

استخدم الباحث استمارة تحليل المضمون، وهي أداة يتم من خلالها تصنيف المادة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية تحت فئات معينة وفق معايير محددة بما يكشف خصائص هذه المادة من حيث الشكل والمحتوى، بالاستناد على قواعد واضحة على أساس علمي بحيث ترتبط هذه الفئات ارتباطاً مباشراً بالمشكلة البحثية والفروض العلمية للدراسة، والتساؤلات البحثية المطروحة بما يضمن أن تكون نتائج تحليل المضمون إجابة صريحة وقاطعة على التساؤلات وفروض الدراسة⁽¹⁾، وتفيد استمارة تحليل المضمون في التعرف على ما تنشره شبكات التواصل الاجتماعي حول القضايا الوطنية، ومدى تفاعل جمهور الشباب الفلسطيني معها.

أ/1 فئات تحليل المضمون:

قسم الباحث فئات تحليل مضمون شبكات التواصل الاجتماعي إلى مجموعة من الفئات هي:

أ/1/1 فئات الموضوع:

يقصد بها أهم الأخبار التي تأخذ شكل المنشورات أو ما يطلق عليها (بوستات) والتي يتم عرضها بشكل دوري على شبكات التواصل الاجتماعي وتتعلق بقضايا الدراسة وهي قضية القدس واللجئين والاستيطان والمصالحة الفلسطينية، وتنقسم إلى:

أ/1/1/1 فئة القضية:

وهي الفئة التي تتناول القضايا الوطنية التي ركزت عليها الشبكات الاجتماعية وتنقسم إلى القضايا الفرعية الآتية:

(1) عبد العزيز بركات، مناهج البحث الإعلام: الأصول النظرية ومهارات التطبيق، ط1 (القاهرة: دار الكتاب

الحديث، 2012م) ص257

أ/1/1/1 قضية الأسرى:

وهي جميع الموضوعات التي تتناول قضية الأسرى والمعتقلين والفعاليات المتضامنة معهم وذويهم، والمفاوضات المتعلقة بإطلاق سراحهم، وتبين ظروف اعتقالهم، وإضرابهم وتشريح أوضاعهم داخل السجون الإسرائيلية، وتعد هذه القضية من أبرز القضايا على الساحة الفلسطينية وهي من أكثر القضايا حساسية عند الشعب الفلسطيني لأن قرابة خمس الشعب الفلسطيني قد دخل السجون منذ بداية الاحتلال الإسرائيلي⁽¹⁾.

أ/2/1/1/1 قضية القدس:

وهي جميع المواضيع المتعلقة بقضايا المسجد الأقصى وقبة الصخرة المشرفة، والظروف المحيطة بها من تهويد وهدم واستيطان واعتقال لأهلها ومصادرة أراضي، وبناء كنائس يهودية وغير ذلك، وتعد هذه القضية من أهم قضايا الثوابت الفلسطينية لأنها تمثل في حس المسلمين ووعيمهم الإسلامي، القبة الأولى، وأرض الإسراء والمعراج، وثالث المدن المعظمة، وأرض النبوات والبركات، وأرض الرباط والجهاد⁽²⁾.

أ/3/1/1/1 قضية اللاجئين:

من القضايا التي أخذت حيزاً مهماً من التفكير الوطني الفلسطيني العام، وعنواناً بارزاً مهماً من عناوين قضية الشعب الفلسطيني العادلة، كما تحتل هذه القضية جانباً مميّزاً ومضيقاً في وجدان وضمير حركة التحرير الوطني الفلسطيني⁽³⁾، وهي الأخبار التي تتعلق بقضايا اللاجئين في الداخل والخارج الفلسطيني والمتمثلة بقضايا الإبعاد، وقضايا الانتهاكات وقضايا التهجير، وظروف إبعادهم وعيشهم في دول المهجر.

(1) الموسوعة العلمية "ويكيبيديا: قضية الأسرى: <http://ar.wikipedia.org/wiki>، 4-3-2014م

(2) يوسف القرضاوي، القدس قضية كل مسلم (الدوحة: المكتب الإسلامي، 1998م) ص5

(3) صلاح عبدربه، اللاجئين وحلم العودة إلى أرض برتقال الحزين (مركز المعلومات البديلة: مشروع حقوق

المواطنة واللاجئين الفلسطينيين، 1996م) ص10

أ/4/1/1/1 قضية الاستيطان:

وهي جميع الموضوعات التي تتعلق بالاستيطان، ومصادرة الأراضي في الداخل الفلسطيني، وفي المدن الفلسطينية، وتُعد قضية الاستيطان في الضفة الغربية من القضايا المركزية في مفاوضات الحل النهائي بين الإسرائيليين والفلسطينيين⁽¹⁾.

أ/5/1/1/1 قضية المصالحة الفلسطينية:

وهي جميع الموضوعات التي تتعلق بقضايا المصالحة الفلسطينية، وأبرز التصريحات المسؤولة الخاصة بهم، وجميع الأحداث اليومية المرتبطة بهذه القضية، وتعتبر من أكثر القضايا التي يتم تناولها على شبكات التواصل الاجتماعي لأنها من أبرز القضايا العالقة أمام تنفيذ الكثير من الملفات أمام السياسيين.

أ/2/1/1/1 فئة التفاعلية:

التفاعلية هي الدرجة التي تستطيع تكنولوجيا الاتصال بواسطتها خلق بيئة تمكّن المشاركين من التواصل (فرد لفرد، فرد لمجموعة، مجموعة لمجموعة) سواء بشكل متزامن أم غير متزامن والمشاركة في تبادل الرسائل، من أجل إدراك الخبرة ومحاكاة الاتصال بين الأشخاص وزيادة وعيهم رغم الحضور عن بُعد⁽²⁾، وتنقسم إلى:

أ/1/2/1/1/1 الإعجاب بالموضوع: يقصد بها عدد مرات الإعجاب من قبل الأشخاص الذين يقرأون موضوعات القضايا الوطنية وقسم الباحث الإعجابات إلى:

أ/1/1/2/1/1/1 أقل من 50 إعجاب: اعتمد الباحث تكرارات عدد المواضيع الصحفية التي تم نشرها وحازت على أقل من 50 إعجاب للموضوع الواحد.

أ/2/1/2/1/1/1 من 50 إلى 100 إعجاب: وهي عدد التكرارات للمواضيع الصحفية التي تم نشرها وحازت على 50 إلى 100 إعجاب للموضوع الواحد.

(1) بلال إبراهيم، الاستيطان الإسرائيلي في الضفة الغربية وأثره على التنمية السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة (فلسطين: جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، 2010م) ص154

(2) Spiro Kioussis, "Interactivity: A Concept Explication", New Media and Society, Vol4(3), 2002,P.P 355-383, London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, Sage Publications,P.355

أ/1/1/2/3 أكثر من 100 إعجاب: وهي عدد التكرارات للمواضيع الصحفية التي حازت على أكثر من 100 إعجاب للموضوع الواحد.

أ/1/1/2/2 التعليق على الموضوع: وهو كتابة رأي المشارك أو وجهة نظره أو رده على ما نشر من تعليقات حول قضايا الدراسة وقسم الباحث التعليقات إلى:

أ/1/1/2/1 أقل من 50 تعليق: اعتمد الباحث عدد التعليقات على المواضيع الصحفية التي تم نشرها وحازت على أقل من 50 تعليق للموضوع الواحد.

أ/1/1/2/2 من 50 تعليق إلى 100 تعليق: وهي عدد التعليقات على المواضيع الصحفية التي تم نشرها وحازت على 50 تعليق إلى 100 تعليق للموضوع الواحد.

أ/1/1/2/3 أكثر من 50 تعليق: وهي عدد التكرارات للتعليقات على المواضيع الصحفية التي تم نشرها وحازت على أكثر من 100 تعليق للموضوع الواحد

أ/1/1/2/3 مشاركة الموضوع: ويقصد به إعادة نشر الموضوع الموجود على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي ومشاركته مع الآخرين، حيث إن عدد مرات المشاركة تؤكد أهمية الموضوع بالنسبة للجمهور وقسم الباحث المشاركة إلى:

أ/1/1/2/3 أقل من 50 مشاركة: اعتمد الباحث عدد المشاركات للموضوعات الصحفية التي تم نشرها وحازت على أقل من 50 مشاركة للموضوع الواحد.

أ/1/1/2/3 من 50 مشاركة إلى 100 مشاركة: وهي مرات المشاركة للمواضيع الصحفية التي تمت مشاركتها وحازت على 50 مشاركة إلى 100 مشاركة للموضوع الواحد.

أ/1/1/2/3 أكثر من 100 مشاركة: وهي مرات المشاركة للمواضيع الصحفية التي تمت مشاركتها وحازت على أكثر من 100 مشاركة للموضوع الواحد.

أ/1/1/2/4 الوسم: ويعرفه الباحث أنه عبارة عن كلمة مفتاح أو "هاشتاج"، حيث يساعد هذا الوسم على وضع الرسائل الإعلامية في إطار أوسع وتمكين مستخدمين آخرين مهتمين بموضوع محدد أو كلمة مفتاح ما إن وجدوا التغذية المرتبطة المناسبة بالكلمة التي يتم سُمها بالرمز #.

أ/2/1 فئات الشكل:

وهي التي تهتم بالقوالب والاشكال الاعلامية التي تقدم شبكات التواصل الاجتماعي من خلالها المواد الإعلامية ومنها:

أ/2/1/1 فئة الشكل الصحفي:

أ/1/2/1/1 الخبر الصحفي: وهي المعلومات الدقيقة والصادقة التي تصف وتشرح واقعة جرت وتهتم فئة من الفئات، أو جماعة من الجماعات التي تعرفها لأول مرة (1).

أ/2/1/2/1 التقرير الصحفي: وهو فن يقع بين الخبر والتحقيق، لأنه يسمح بإبراز الآراء الشخصية والتجارب الذاتية للمحرر، كما يستوعب وصف الزمان والمكان، والأشخاص، والظروف المرتبطة بالحدث (2).

أ/3/1/2/1/1 المقال: وهو الأداة الصحفية التي تعبر عن سياسة الصحيفة، وعن آراء بعض كتابها في الأحداث اليومية الجارية، والقضايا التي تشغل الرأي العام المحلي، أو الدولي (3).

أ/4/1/2/1/1 القصة الصحفية: هي نوع من أنواع الكتابة الصحفية الإبداعية غير التقليدية، يستخدم خلالها الصحفي مهاراته المختلفة وحواسه المتعددة في عرض مادته ونقل القارئ إلى موقع الأحداث من خلال تقديم صورة حية عن الحدث تتسم بالحيوية والديناميكية وإحياء الطابع الإنساني للقضايا المطروحة (4).

أ/5/1/2/1/1 أخرى: وهي كافة الفنون الصحفية الأخرى التي لم يتم ذكرها سابقاً ومنها التحقيق الصحفي أو الحديث الصحفي أو بريد القراء وغيرها.

(1) كرم شلبي، مرجع سابق، ص 51

(2) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، ط4 (القاهرة: عالم الكتب، 2000م)، ص 135

(3) فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص 179

(4) أحمد عدوان، "تغطية الصحافة الإسرائيلية للحرب على غزة 2008-2009"، رسالة ماجستير، غير منشورة، غزة: جامعة الأزهر، 2012م

أ/2/2/1 فئة المصدر:

وهي مصادر الموضوعات والقضايا التي تتعلق بمواضيع الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي وتنقسم إلى الفئات الفرعية الآتية:

أ/2/2/1/1 مصادر خاصة:

وهي المصادر التي تعتمد عليها شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المواد الخبرية ومنها المراسل وهو مندوب الصحيفة خارج المدينة التي تصدر منها الصحيفة أو موقع الانترنت، سواء في نفس الدولة أو خارجها (1)؛ وبقية المصادر مثل الكاتب الصحفي، وبريد القراء، وغيرها.

أ/2/2/1/2 مصادر عامة:

وهي المصادر التي تتعامل مع وسيلة الاعلام، ومع وسائل إعلامية أخرى، وهي مصادر متاحة لجميع وسائل الاعلام، منها وكالات الأنباء العالمية: وهي الوكالات التي تعمل بشكل عالمي فتغطي جميع أنحاء العالم ومن أشهرها وكالة أسوشيتد برس الأمريكية، ووكالة رويترز البريطانية، ووكالة الأنباء الفرنسية، ووكالة الأنباء الألمانية (2)، والوكالات العربية مثل: وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية، وبترا الأردنية، وواس السعودية، وغيرها، ووسائل إعلام محلية وباقي المصادر الخاصة والتي تستخدم مع القضايا الوطنية مثل المراكز والجمعيات والمصادر المرتبطة بتلك القضايا.

أ/3/2/2/1 بدون مصدر:

وهي جميع الأخبار التي تنقلها شبكات التواصل ولا تستند إلى مصادر صحفية أو تذكرها.

أ/3/2/1/1 فئة الوسائط المتعددة:

وهي الوسائط المتعددة والتي تستخدم بكافة أشكالها على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لإثراء المواد الإعلامية الخاصة بالقضايا الوطنية وتنقسم إلى:

(1) كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، ط2 (جدة: دار الشروق، 1988م) ص98

(2) أشرف صالح، وشريف اللبان، الإخراج الصحفي، الأسس النظرية والتطبيقات العملية، ط1 (القاهرة: دار

النهضة العربية، 2001م) ص34

أ/1/3/2/1 الصورة: وهي من أهم العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدات، لما لها من قدرات تأثيرية، ومعاني مهمة للقراء⁽¹⁾، ويتم إنتاجها بآلية تامة، وتتسم بتدرجاتها الظلية الطبيعية، وتقسّم إلى:

أ/1/3/2/1/1 صور كبيرة: وهي الصور تكون بدقة واضحة وبأبعاد كبيرة حيث تقدم الصورة المستقلة خدمات خبرية كاملة مع اعتمادها البسيط على الكلمات⁽²⁾.

أ/1/3/2/1/2 صور صغيرة: وهي الصور الدلالية ذات الحجم الصغير، حيث تستعين بها الصفحات لنشر الأخبار ذات الصلة ولا تكون صورة منقولة من المكان أو من المراسل صاحب المادة الصحفية.

أ/1/3/2/1/3 الرسوم: وتشمل كافة أشكال الرسوم الصحفية منها الكاريكاتور والرسوم اليدوية ويتم نشرها عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي.

أ/1/3/2/1/3 فيديو: وهو شكل يستخدم في المواقع الإلكترونية، بحيث يعرض المشكلة كقصة حية عبر عرض الفيديو بالصوت والصورة والحركة.

أ/1/3/2/1/4 أخرى: وهي كافة الوسائط التي تستخدم مع موضوعات القضايا الوطنية الفلسطينية ومنها المقاطع الصوتية، أو الإشارة بالموضوعات وغيرها.

أ/1/3/2/1/5 بدون وسيط: وهي كافة المواضيع التي لم يستخدم فيها أي وسيط تفاعلي.

ب- صحيفة الاستقصاء:

صحيفة الاستقصاء هي إحدى الأساليب المستخدمة في جمع بيانات أولية من العينة المختارة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة سلفاً للتعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر الباحثين أو الدوافع والعوامل المؤثرة فيهم⁽³⁾، واستخدم الباحث استمارة الاستقصاء والتي احتوت على خمس وحدات تتمثل بالسمات العامة، واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتوعية

(1) المرجع السابق نفسه، ص 107

(2) فهد العسكر، الاخراج الصحفي، ط 1 (الرياض: مكتبة العبيكان، 1998م) ص 12

(3) سمير حسين، مرجع سابق، ص 178

بالقضايا الوطنية، ومعوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومقياس معرفة القضايا الوطنية، حيث تم توزيع هذه الاستمارة على 426 شاباً وشابة فلسطينية من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من كافة المناطق الجغرافية في قطاع غزة، والضفة المحتلة، وفلسطين المحتلة عام 1948م، والشبكات الفلسطينية، وتم استخدام أربع متغيرات، وعدد من الأسئلة المغلقة التي تعتمد مقياس ليكرت الخماسي، بالإضافة إلى أسئلة مقياس المعرفة بمقدار 12 سؤال.

ت - المقابلة:

استخدم الباحث المقابلة غير المقننة والتي تُعد بمثابة وسيلة من الوسائل التي يتم عن طريقها ملء صحائف الاستقصاء من مفردات البحث، وهي تعتبر وسيلة مستقلة شأنها شأن الاستقصاء أو الملاحظة أو التجربة في الحصول على البيانات الأولية⁽¹⁾، وأفادت المقابلة في إثراء الإطار المعرفي الخاص بالدراسة، حيث إن استخدام الشبكات الاجتماعية في التوعية بالقضايا الوطنية موضوع جديد لم يتم التطرق له في الدراسات أو الكتب العربية المذكورة، كما وأفادت المقابلات في تدعيم وإثراء نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية.

ثاني عشر: مجتمع الدراسة وعينتها:

أ. الدراسة التحليلية:

تقتصر الدراسة التحليلية على شبكة اجتماعية واحدة وهي الفيسبوك لأنها الأكثر استخداماً في فلسطين حيث احتلت على المرتبة الأولى بنسبة 93.3%، في نتائج الدراسة الميدانية، كما واستحوذت على المرتبة الأولى في عدة دراسات سابقة أبرزها دراسة حمودة (2013م) والشرافي (2013م)، وعيسى (2012م)، عابد (2012م)، كما وإن مضمون هذه الشبكات يتشابه إلى حدٍ ما مع ما ينشر.

(1) المرجع السابق نفسه، ص 199

1. عينة الدراسة:

1/1 عينة الشبكات:

تتكون عينة الدراسة من جميع الصفحات التي تُعني بالقضية الفلسطينية، والقضايا الوطنية على شبكة الفيسبوك مثل شبكة غزة الإخبارية، وشبكة قدس الإخبارية، وشبكة غزة الآن، وشبكة الإخبارية، حيث تحتوي هذه الشبكات على أكثر من مليوني مشترك على صفحاتها المتواجدة على شبكة الفيسبوك، واختار الباحث شبكتي غزة الآن، وقدس الإخبارية باعتبارهما أهم شبكتين تتابعان القضية الفلسطينية ولأن جمهورها الأكبر كان يبلغ 661 ألف متابع لكل شبكة ويبلغ الآن أكثر من اثنان ونصف مليون متابع ويُعد الجمهور الأكثر تفاعلاً على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي.

1/2 العينة الزمنية:

اختار الباحث تحليل مضمون شبكة غزة الآن، وقدس الإخبارية بأسلوب الحصر الشامل لجميع الموضوعات المتعلقة بالقضايا الوطنية المنشورة في الشبكتين خلال ثلاثة شهور هي يونيو ويوليو وأغسطس لعام 2013، حيث تم البحث في أرشيف هاتين الشبكتين وتم رصد 502 مواد خبرية ومواد رأي تتعلق بالقضايا الوطنية محل الدراسة.

ب. الدراسة الميدانية:

1. مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من الشباب الفلسطيني المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي ضمن الفئة العمرية من (18 - 35) عاماً، من مناطق الشتات الفلسطيني، والضفة الغربية، وقطاع غزة، وفلسطين المحتلة عام 1948م.

2. عينة الدراسة:

اختار الباحث عينة عشوائية بسيطة بلغت (426) شاباً وشابة فلسطينية من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وذلك خلال شهر يونيو للعام 2013م، والجدول الآتي يوضح أهم خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (1) يوضح خصائص وسمات المبحوثين

المجموع		النوع			السمة
%	ك	%	ك		
100	426	75.6	322	ذكر	النوع
		24.4	104	أنثى	
100	426	43.7	186	18 - أقل من 24 عام	العمر
		36.2	154	24 - أقل من 30 عام	
		20.1	86	30 - أقل من 35 عام	
100	426	4.5	19	الشتات	مكان
		16.9	72	الضفة الغربية	
		2.8	12	فلسطين المحتلة	السكن
		75.8	323	قطاع غزة	
100	426	8.9	38	توجيهي	المستوى التعليمي
		18.5	79	دبلوم	
		59.2	252	بكالوريوس	
		13.4	57	ماجستير	

رابع عشر: إجراءات الصدق والثبات:

أ. الدراسة التحليلية:

1- إجراءات الصدق:

ويقصد بالصدق في التحليل صلاحية الأسلوب، أو التأكد من أن الأداة تقيس فعلاً ما هو مُراد قياسه، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة بالنتائج، بحيث يمكن الانتقال منها إلى التعميم⁽¹⁾. وقد حاول الباحث الوصول إلى نتائج تتسم بالدقة، ودرجة عالية من الصدق في تحليل شبكتي غزة الآن وقدس الاخبارية، من خلال عدد من الخطوات التي تتحرى الصدق والدقة في النتائج، ومنها:

1/1 تعريف فئات التحليل بدقة، عبر الرجوع للتعريفات والمفاهيم المختلفة لكل فئة من الدراسات السابقة، والأبحاث المنشورة، والكتب المختلفة.

(1) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1 (جدة: دار الشروق، 1983م) ص222-22

2/1 اختيار الحصر الشامل في تحليل جميع مفردات عينة الدراسة خلال المدة المحددة للدراسة، وهي ثلاثة شهور، وهو ما يضمن الخروج بنتائج دقيقة يمكن تعميمها.

3/1 أخضع الباحث استمارة تحليل المضمون بعد تصميمها، للتجربة من خلال إجراء دراسة لمدة أسبوع على هذه المواقع، قبل الدخول في العينة التي تم اعتمادها للدراسة، حيث تم تعديل بعض الفئات، وإضافة فئات لم تكن موجودة.

4/1 عرض الباحث استمارة تحليل المضمون على عددٍ من الأكاديميين في مجال الإعلام الجديد، ونشطا الإعلام الجديد، لتحكيمها، حيث تم تسجيل بعض الملاحظات، التي كان لها أثر كبير في تصحيح استمارة تحليل المضمون وخروجها بالشكل النهائي الذي تم تطبيق الدراسة عليه⁽¹⁾.

2- إجراءات الثبات:

الثبات يعني الوصول إلى اتفاق كامل في النتائج بين الباحثين الذي يستخدمون الأسس والأساليب نفسها في المادة الإعلامية، وقد تأكد الباحث من ثبات النتائج بإعادة التحليل مرة أخرى، بعد انتهاء المدة الزمنية للعينة الاصلية بيومين، حيث حلل عينة فرعية قوامها 30 مادة صحفية تمثل 20% تقريباً من إجمالي عينة الدراسة مقسمة على النحو التالي: 15 مادة من شبكة قدس الاخبارية، و15 من شبكة غزة الآن الاخبارية، وجرى تطبيق معادلة هولستي لحساب معامل الثبات:

$$\text{معامل الثبات} = 2 \times \text{عدد الوحدات المتفق عليها} / \text{مجموع وحدات الترميز}$$

(1) محكمو استمارة تحليل المضمون:

1. د.أحمد أبو السعيد، عميد كلية الصحافة والإعلام بجامعة الأقصى
2. د.ماجد تريان، أستاذ الصحافة والإعلام المشارك بجامعة الأقصى بغزة
3. د.هاني البسوس، أستاذ العلوم السياسية المشارك بالجامعة الإسلامية بغزة
4. د.أحمد الترك، أستاذ الصحافة والإعلام المساعد بالجامعة الإسلامية بغزة
5. د.أحمد المغاري، أستاذ الصحافة والإعلام المساعد بجامعة الأقصى
6. د.حسن أبو حشيش، أستاذ الصحافة والإعلام المساعد بالجامعة الإسلامية بغزة
7. د.خزيم الخالدي، أستاذ الصحافة والإعلام المساعد بجامعة الزرقاء بالأردن
8. د. نبيل الطهراوي، أستاذ الإعلام المساعد في كلية الإعلام بجامعة الأقصى
9. أ.محسن الافرنجي، أستاذ الصحافة المساعد في قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية بغزة

وبلغت نسبة معامل الثبات في المرة الأولى 85.45% فيما بلغت في التحليل الثاني 86.62%، وهي نسبة مقبولة في الأبحاث العلمية.

ب. الدراسة الميدانية:

أعد الباحث صحيفة الاستقصاء الإلكترونية (الاستبيان) للتعرف على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بقضايا الوطن، وفيما يلي وصفاً للاستمارة وخطوات إعدادها:

1- وصف الاستقصاء وخطوات بناءه:

هدفت استمارة الاستقصاء الإلكترونية (الاستبيان) إلى التعرف على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بقضايا الوطن، وقد اتبع الباحث الخطوات الآتية في إعداد أداة الدراسة:

1/1 إعداد الأداة بصورتها الأولية.

1/2 عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين⁽¹⁾، حيث تم جمع الآراء والاقتراحات واختيار ما أجمع إليه المحكمين، وتغيير بعض الأسئلة وحذف أخرى، وإضافة بعض الأسئلة التي اقترحها المحكمون، وتم ترتيب صحيفة الاستقصاء بناءً على ذلك.

1/3 تم تحديد أفراد عينة الدراسة وهم الشباب الفلسطيني المتواجد على شبكات التواصل الاجتماعي حيث تم توزيع استبيان إلكتروني عليهم من خلال إرسال رابط إلكتروني يحتوي على مضمون الاستمارة.

1/4 توزيع استمارة الاستقصاء الإلكترونية (الاستبيان)، إلكترونياً.

1/5 تم ترقيم وترميز استمارة الاستقصاء، كما تم إدخال البيانات حسب الأصول ومعالجتها إحصائياً، من خلال البرنامج الإحصائي (SPSS) للحصول على نتائج الدراسة.

2- صدق الاستبيان:

صدق الاستبيان هو " قدرته على قياس ما وضع لقياسه"⁽²⁾، وقد استخدم الباحث الطرق الآتية للتأكد من صدق الاستبيان:

(1) محكمو استمارة هم نفس المحكمين

(2) سليمان عبيدات، القياس والتقويم التربوي، ط1 (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، أبو لبد، 1988م)

(أ) صدق المحكمين:

قام الباحث بعرض استمارة الاستقصاء الإلكترونية على مجموعة من المحكمين، من المتخصصين للاستئناس بأرائهم، وقام في ضوء ذلك بتعديل صياغة بعض الفقرات.

(ب) صدق الاتساق الداخلي:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي "التجانس في أداء الفرد من فقرة لأخرى، أي اشتراك جميع فقرات استمارة الاستقصاء الإلكترونية (الاستبيان) في قياس خاصية معينة في الفرد"⁽¹⁾.

وقد تم إيجاد صدق الاتساق الداخلي لاستمارة الاستقصاء الإلكترونية (الاستبيان) عن طريق إيجاد معامل الارتباط بين كل فقرة في الاستبيان مع الاستبيان ككل، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (2) يوضح صدق الاتساق الداخلي لاستمارة الاستقصاء الإلكترونية

معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	
0.513**	4	0.607**	1	مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
0.657**	5	0.803**	2	
		0.806**	3	
		0.664**	1	مدى الثقة بمضامين شبكات التواصل الاجتماعي
0.661**	4	0.392*	1	درجة تناول شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الوطنية
0.643**	5	0.827**	2	
		0.503**	3	
0.686**	4	0.494**	1	درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة معرفتك بالقضايا الوطنية
0.578**	5	0.661**	2	
		0.593**	3	
0.629**	4	0.521**	1	درجة تفاعلك على شبكات التواصل الاجتماعي مع القضايا المطروحة
0.393**	5	0.684**	2	
		0.572**	3	
0.663**	4	0.803**	1	درجة متابعتك للقضايا الوطنية على شبكات التواصل الاجتماعي
0.548**	5	0.633**	2	
		0.756**	3	

* معامل الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.05

** معامل الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.01

(1) سبع أبو لبدة، مبادئ القياس النفسي والتقويم التربوي، ط3 (عمان: الجامعة الأردنية 1982م) ص261

يتضح من الجدول السابق أن قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05 أو 0.01) وهذا يدل على أن استمارة الاستقصاء الإلكترونية (الاستبيان) بصفة عامة على درجة عالية من الاتساق الداخلي.

3- ثبات الاستبيان:

المقصود بالثبات هو " إعطاء المقياس للنتائج نفسها تقريباً في كل مرة يطبق فيها على المجموعة نفسها من الأفراد " (1).

و قد تم حساب معامل ثبات الاستبيان بطريقتين هما :

1/3 طريقة ألفا كرونباخ:

معادلة كرونباخ والتي يشار إليها عادة بمعادلة ألفا كرونباخ، أو اختصاراً بمعامل ألفا، وتأخذ هذه المعادلة الصيغة (2):

$$\alpha = \left[\frac{\text{مجموع } ع^2}{ع^2} - 1 \right] \left[\frac{ن}{1 - ن} \right]$$

حيث إن :

α = معامل ألفا .

ن = عدد فقرات المقياس .

ع2 ف = تباين الاستجابات على كل فقرة في المقياس .

ع2 س = تباين الاستجابات على المقياس ككل .

مجموع ع2 ف = مجموع التباينات لعدد ن من الفقرات.

(1) المرجع السابق نفسه، ص 261

(2) أحمد عودة، القياس والتقويم في العملية التدريسية، ط2 (عمان: دار الأمل للنشر والتوزيع، 1998م) ص 335

2/3 طريقة التجزئة النصفية:

اعتمدت هذه الطريقة على تجزئة استثمار الاستقصاء الإلكتروني (الاستبيان) إلى جزئين، يحتوي كل منهما نفس عدد الفقرات أو يزيد أحدهما بفقرة عن الآخر تبعاً لعدد الفقرات في الاستبيان، وتم إيجاد معامل الارتباط بين الجزئين، ومن ثم تم إجراء تصحيح وتعديل إحصائي لمعامل الارتباط المحسوب وذلك بواسطة معادلة سبيرمان . براون التنبؤية وهذه المعادلة هي⁽¹⁾:

$$ث = 2 / (ر + 1) \text{ حيث إن:}$$

ث = معامل ثبات المقياس كله .

ر = القيمة المحسوبة لمعامل الارتباط بين الدرجات على الجزئين .

والجدول التالي يوضح معاملات الثبات للاستبيان بكلتا الطريقتين:

جدول رقم (3) يوضح معاملات الثبات لاستثمار الاستقصاء الإلكتروني

قيمة معامل الثبات للاستبيان		المجال
طريقة ألفا	طريقة التجزئة النصفية	
0.868	0.842	مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
0.824	0.796	درجة تناول شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الوطنية
0.864	0.813	درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة معرفتك بالقضايا الوطنية
0.887	0.851	درجة التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي مع القضايا المطروحة
0.814	0.801	درجة متابعة القضايا الوطنية على شبكات التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق أن معاملات الثبات للاستبيان مرتفعة مما يؤكد على ثباته وصلاحيته للاستخدام.

(1) فؤاد أبو حطب، وآمال صادق، علم النفس التربوي، ط2 (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1980م) ص14

خامس عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة:

أ. الشباب:

حددت الأمم المتحدة الشباب بأنهم الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 سنة، كما تدرك اليونسكو أن الشباب هم مجموعة غير متجانسة في تطور مستمر وأن تجربة "أن تكون شاباً" تختلف بشكل كبير بين المناطق وداخل البلدان⁽¹⁾، وسيعتمد الباحث سن الشباب في العمر الذي يتراوح ما بين 16 - 35 عامًا.

ب. الإنترنت:

عبارة عن شبكة حواسيب ضخمة واسعة متصلة مع بعضها البعض، وتصل الملايين من أجهزة الحواسيب المنتشرة في مختلف دول العالم، لتبادل المعلومات فيما بينها وتحوي كمًا هائلًا من المعلومات تشمل جميع نواحي المعرفة، متوافرة على شكل نصوص وصور ورسومات وأصوات وغيرها، بالإضافة إلى أجهزة الاتصالات والتحكم التي تعمل جميعًا لتوفير وتوصيل الخدمات المختلفة للمستخدمين⁽²⁾.

ج. شبكات التواصل الاجتماعي:

هي مجموعة من الشبكات العالمية التي تجمع مئات الأشخاص حول شبكة الانترنت العالمية، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور⁽³⁾، وشبكات التواصل الاجتماعي التي اعتمدها الباحث في الدراسة هي الفيسبوك، والتويتر، والماسي سبي، واللينكدان.

(1) مقال بعنوان "اليونسكو والشباب: الاستراتيجية":

<http://www.unesco.org/new/ar/social-and-human-sciences/themes/youth/strategy/>

(2) خليل الشديفات، شبكة المعلومات العالمية .. الإنترنت، ط1 (عمان: دار المعترف للنشر والتوزيع، 2009م) ص21

(3) جمال الشهران، الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعليم، ط3 (الرياض: مطابع الحميض، 2003م) ص134

د. القضايا الوطنية:

قسم الباحث القضايا الوطنية التي تخص الشباب الفلسطيني إلى خمسة قضايا هي: الأسرى، والقدس، واللجئين، والاستيطان، والمصالحة الفلسطينية كونها القضايا الأبرز على الساحة الفلسطينية، وبعض شبكات التواصل الاجتماعي صنفها كتصنيفات رئيسية للتناول.

هـ. التوعية:

مفهوم الوعي يشير إلى استخدام الفرد للعقل بشكل بناء وسليم لتكوين تصورات وبناء أحكام⁽¹⁾ وهي قدرة وسائل الإعلام على القيام بدورها في تحقيق الوعي الوطني بالإضافة إلى تعميق روح انتماء الشباب الفلسطيني لوطنه من خلال دعم الشعور بالوطنية وإذكاء مشاعر الانتماء الوطني لدى الجماهير.

و. التنمية السياسية:

من خلال أفراد مساحات جيدة تخصصها الرسالة الإعلامية للتثقيف السياسي والتنشئة السياسية والإعلام السياسي ذي الطابع الشمولي على المستوى النظري والتطبيقي، والإقليمي والعالمية⁽²⁾.

سادس عشر: صعوبات الدراسة:**أ. صعوبات خاصة بالدراسة الميدانية:**

1. صعوبة التواصل مع جمهور الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية والشتات وفلسطين المحتلة عام 1948م.
2. عدم تعاون مسؤولي الشبكات الفرعية أي شبكات فرعية في توزيع الاستبيانات، لكن تم تجاوز الأمر من خلال الاستعانة ببعض الناشطين المتواجدين من خلال صفحاتهم على الشبكات الاجتماعية.

(1) موسى طوبيش، الوعي السياسي كعنصر أساس في بناء النظام السياسي الديمقراطي، الجديدة للأنباء: <http://aljadidah.com/2012/03/%D8%A7%D9%84%>، 3-1-2014م

(2) محي الدين عبد الحليم، الاتصال بالجماهير والرأي العام، والأصول والفنون (القاهرة: دار الفكر العربي، 1984م) ص37

3. كثرة وتنوع المواضيع التي تتواجد على شبكات التواصل الاجتماعي تمنع المبحوثين من رؤية المنشور الموضوع فيه رابط الاستمارة.
- ب. صعوبات خاصة بالدراسة التحليلية:
1. صعوبة الوصول إلى الأرشيف الإلكتروني لشبكات الدراسة، لكن تم حل الإشكالية بالتواصل مع مسؤولي الشبكات والحصول على الأرشيف الإلكتروني لتحليله من خلال قائمة (الرؤى) -وهي خاصة بإعدادات الصفحات على شبكة الفيسبوك- في إعداد الصفحات المتواجدة على شبكة الفيسبوك.
 2. كثرة عدد المواد المراد تحليلها حيث بلغ عددها أكثر من (24) ألف مادة إعلامية.
 3. عدم التزام الشبكات بذكر المصادر والاكتفاء ببعض الأحيان بوضع الروابط الإلكترونية الأمر الذي تسبب في زيادة الوقت والجهد المخصص لمعرفة طبيعة المادة الإخبارية المنشورة لتحديد نوعها.

سابع عشر: تقسيم الدراسة:

تتقسم الدراسة إلى مقدمة وأربعة فصول: تتضمن:

الفصل الأول: بعنوان "الإجراءات المنهجية" ويحتوي على أهم الدراسات السابقة، ومشكلة الدراسة، وأهميتها، وتساؤلاتها، ومصطلحات الدراسة، ونوع البحث ومنهجه، وأدوات الدراسة، أما الفصل الثاني فهو بعنوان "شبكات التواصل والوعي بالقضايا الوطنية" حيث سيناقش الانترنت والإعلام الجديد وتعريفاته والعوامل الرئيسية له وسماته وخصائصه وعيوبه، كما وسيناقش الوعي وأهم القضايا الوطنية، و سيناقش أيضًا شبكات التواصل الاجتماعي وأبرز القضايا الوطنية، فيما يناقش الفصل الثالث نتائج الدراسة التحليلية، والفصل الرابع يناقش نتائج الدراسة الميدانية، ومن ثم أهم النتائج، والتوصيات، والمراجع، والملاحق.

الفصل الثاني

شبكات التواصل الاجتماعي والتوعية بالقضايا الوطنية

- أولاً: الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي
- ثانياً: التوعية والقضايا الوطنية
- ثالثاً: الشبكات الاجتماعية والقضايا الوطنية

أصبح الإعلام أحد مؤشرات التطور والرقى الحضاري للأمم، فالتقنية ومقدار استخدامها وإدماجها في الإعلام التقليدي هي المعيار الأول لتصنيف وسائل الإعلام بمختلف أنواعها وتوجهاتها، فالتحولات السياسية والاقتصادية والتقنية أحدثت عدة تحولات في بنية ووسائل الإعلام بشكل عام، الأمر الذي أثر على طرق أداء القائمين على العملية التعليمية فظهرت حاجة التوجه الأكاديمي لتطوير وظائف الإعلام لتلائم المتغيرات الإعلامية الحاصلة، فاجتازت بذلك مرحلة التعددية لتبلغ حدود التفاعلية الواقعية النشطة⁽¹⁾.

وأثارت تكنولوجيا الانترنت ضجة كبيرة في الأوساط الإعلامية كسابقاتها من الاكتشافات الجديدة في الميدان الاتصالي والمعلوماتي، وفي نهاية الأمر حافظت كل وسيلة على شخصيتها وقوتها وشعبيتها، لكن ثورة الانترنت هذه المرة تختلف عن سابقاتها حيث إنها تجمع بين تكنولوجيات مختلفة استطاعت أن تتخطى الحواجز الجغرافية والزمنية⁽²⁾.

وبقيت وسائل الإعلام التقليدية لفترة ليست بالقليلة مهيمنة على المشهد الاتصالي في المجتمعات البشرية المعاصرة، وكانت النظرة التقليدية لوسائل الإعلام بأنها وحدة مركزية للتواصل داخل المجتمع لا يمكن تجاوزها، فكل من يرغب في التواصل بشكل مجتمعي (أفراد ومؤسسات) كان يجب عليه أن يصل لهذه المؤسسات لكي يستطيع العبور من خلالها للجماهير العامة، وفي ظل هذا الأسلوب واجهت الكثير من الفعاليات المجتمعية في معظم الأحيان صعوبة في الوصول لجماهيرها المستهدفة عبر هذه البوابات، نظراً لمتطلبات متعلقة بالسياسات والتكاليف المادية وأسلوب العمل في هذه المؤسسات، كما وجاءت وسائل الإعلام الجديد لتحل سيطرة مركزية وسائل الإعلام التقليدية المركزية، وأصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرة وبتكلفة معقولة⁽³⁾.

(1) انصار عبد الرزاق، صفد الساموك، الاعلام الجديد: تطور الاداء والوسيلة والوظيفة، ط1 (العراق: جامعة بغداد، 2011م) ص8

(2) عبد الأمير الفيصل، الصحافة في الوطن العربي، ط1 (عمان: دار الشروق، 2006م) ص39

(3) رضا أمين، الصحافة الالكترونية، ط2 (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2011م) ص3

أولاً: الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي:

أ. الإعلام الجديد:

1. مفهوم الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، وهناك تعريفات كثيرة وردت في الكثير من الدوريات والمراجعة الخاصة بالإعلام الجديد منها تعريف مجلة بي سي للإعلام الجديد والذي عرفته بأنه: "شكل من أشكال التواصل والتي تضمن النشر على الأقراص المدمجة وأقراص الدي في دي وبشكل أكثر أهمية على شبكة الإنترنت.

يتميز الإعلام الجديد بأنه إعلام متعدد الوسائط (Multimedia) وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني، كما ويمتاز الإعلام الجديد أيضاً بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهذه الخصائص غيرت من ثم من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال⁽¹⁾.

ويعتمد الإعلام الجديد على العديد من التكنولوجيات كخلاصات الـRSS، المدونات، الويكي، منصات مشاركة الصور Flickr، مشاركة الفيديو Youtube، البودكاست، الشبكات الاجتماعية، علامات تداول المواقع، الـMash-ups، العوالم الافتراضية، التدوين المصغر، والكثير من التكنولوجيات الأخرى.

يضاف إلى ذلك أن الإعلام الجديد أخذ صفة (الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media)، لارتباط هذا النوع من الإعلام بشبكة الإنترنت مثل الشبكات الاجتماعية، ونتيجة إلى ما تميز به هذا الإعلام من تدفق هائل للمعلومات، فقد أطلق عليه صفة (إعلام المعلومات Info Media)، لتوافقه بين الكمبيوتر والاتصال، معتمداً على تكنولوجيا المعلومات، ويأخذ أيضاً تسمية إعلام الوسائط المتشعبة (Hypermedia)، دلالة على استخدامه

(1) سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول+الثاني 2010م

لبعض الوصلات التشعبية (Links) المتصلة به، وهو أيضاً إعلام الوسائط المتعددة (Multimedia)، الذي يعني التداخل الفعلي بين هذه الوسائط (النص، الصورة، الفيديو).

ولم تعجز فقط الموسوعات العلمية والقواميس المتخصصة من إيجاد تعريفات وافية وقطعية لمفهوم الإعلام الجديد، إنما سرى هذا العجز على الكثير من الباحثين الذين تناولوا الإعلام الجديد بمفهومهم الخاص، ويسلط "Grusin Richard. & Bolter. Jay David" في كتابهما "Remediation: Understanding New Media" الضوء على أهمية فهم وسائل الإعلام الجديدة، (Bolter 21)، حيث يشير (نيغروبونتي) إلى أن مميزات الإعلام الجديد تختلف عن الإعلام القديم وذلك في: "استبداله الوحدات المادية بالرقمية، أو البتات بدل الذرات (Bits Not Atoms) كأدوات رئيسة في حمل المعلومات يتم توصيلها في شكل إلكتروني وليس في شكل فيزيائي، والكلمات والصور والأصوات والبرامج والعديد من الخدمات يتم توزيعها بناء على الطريقة الجديدة، بدلاً عن توزيعها عبر الورق أو داخل صناديق مغلقة"⁽¹⁾.

ويرى الباحث أن الإعلام الجديد أصبح عبارة عن بيئة إعلامية كبيرة وواسعة، يشارك فيها مجتمع متفاعل بأكمله غير مختصر على كتاب وقراء وصحفيين بعينهم، بل فتحت كل الأبواب والأفاق لكل من يريد أن يتبادل مع الآخرين همومهم وأفراحهم واحتياجاتهم ومشاكلهم وأمورهم الحياتية الأخرى، عبر تواصل اجتماعي حي ومشوق، ومن المؤشرات الدالة لمستقبل الإعلام هو ما يطلق عليه المستقبل التفاعلي الشبكي، وبالتالي لم تتضح معالم هذا الإعلام الجديد أو البديل بعد، بالرغم من أنه أحدث نقلة نوعية بمفهوم الإعلام، تمثلت بالمواقع الإلكترونية والمواقع الاجتماعية والمدونات والبوابات ومواقع المحادثة أو الدردشة وغيرها على شبكة الإنترنت، وكذلك أثر في تغيير مفهوم الإعلام القديم وتطور وسائله المعتادة كالصحافة والإذاعة والتلفزيون، فقد شهدت جميعها تحولات كبيرة في السنوات القليلة الماضية، ولكن لغاية اليوم لم يتم الاتفاق على تعريف محدد لهذا الإعلام الجديد.

(1) عباس صادق، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية

المفتوحة في الدانمارك، العدد (2)، 2007م، ص19

2. مسميات الإعلام الجديد⁽¹⁾:

يجب الإقرار بأن الإعلام الجديد الذي تولد من التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال والبيث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه، ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد، وتدل الأسماء المتعددة للتطبيقات الإعلامية المستحدثة، على أرضية جديدة لهذا النوع من الإعلام نجملها في الآتي:

1. **الإعلام الرقمي "Digital Media"** : وهو الإعلام الذي تقوم بعض تطبيقاته على التكنولوجيا الرقمية، مثل التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما، أول إشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تتدمج مع الكمبيوتر.

2. **الإعلام التفاعلي "Interactive Media"**: وهو الإعلام الذي يوفر حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة.

3. **الإعلام الشبكي الحي، على خطوط الاتصال (Online Media)**: وهو الإعلام الذي يركز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات.

4. **الوسائط السيبرونية "Media Cyber"**: وهو ما جاء وصفه من تعبير الفضاء السيبروني "Space Cyber" الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي ويليام غبسون في روايته التي أصدرها عام 1984م، باسم Neuromancer ، والتعبير مأخوذ من علم «السيبرنطيقا»، Cybernetics المعروف عربياً بعلم «التحكم الآلي»، ويعني تعبير "السايبير ميديا" العالم المصنوع من المعلومات الصرفة التي تأخذ ، ليس فيزيائياً شكل المادة، ويصف التعبير وسائل التحكم الإلكتروني التي حلت محل الأداء البشري، ولكنه يستخدم هنا لوصف فضاء المعلومات في شبكة الانترنت.

5. **إعلام المعلومات "Info Media"**: وهو الإعلام القائم على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها.

(1) محمود فطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، الفيسبوك نموذجاً، (فلسطين:

المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، 2011م) ص16-19

6. **إعلام الوسائط التشعبية "Hypermedia":** وهو الإعلام القائم على الطبيعة المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة، نحن هنا معنيون بميزات خاصة بشبكة الانترنت التي أعطت ميزة التشعبية والوصلات Links لما ينشر أو يبث داخلها.

7. **إعلام الوسائط المتعددة "Multimedia":** وهو الإعلام القائم على وسيلة الاندماج التي تحدث داخل الإعلام الجديد، أي بين النص والصورة والفيديو.

أما قاموس التكنولوجيا الرفيعة يعرفه بأنه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة"، وقاموس الكمبيوتر فيعرفه عبر مدخلين هما⁽¹⁾ "جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الالكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الحواسيب الشخصية والنقالة، فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق، والطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع".

أما كلية (شريدان التكنولوجية)، فتقدم تعريفاً عملياً للإعلام الجديد بأنه: "كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي"⁽³⁾.

ووفق هذه التعريفات، هناك من يقوم بتقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية:

- أ- الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت وتطبيقاتها.
- ب-الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة.
- ج- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية القديمة مثل الراديو والتلفاز التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

(1) محمود فطافطة، مرجع سابق، ص19

(3) عباس صادق، الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة (البوابة العربية لعلوم الإعلام

والاتصال، 2011م) ص9

4- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر، ويتم تداول هذا النوع، أما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية.

وفق جملة هذه التعريفات الأولية نستطيع أن نخلص إلى شبه اتفاق بأن فكرة الجدة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال التكنولوجية والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلام حالات الفردية والتخصيص وهما تأتیان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية، فإذا ما كان الإعلام الجماهيري قد وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي أو إعلام المواطن هو إعلام القرن الحادي والعشرين.

3. العوامل الرئيسية للإعلام الجديد⁽¹⁾:

وراء ظاهرة الإعلام الجديد عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يأتي:

أ. **العامل التقني:** المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر: تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات ولاسيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية. فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الشبكة (الإنترنت) التي تشكل حالياً لكي تصبح وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائل الاتصال الأخرى.

ب. **العامل الاقتصادي:** المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات.

ت. **العامل السياسي:** المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات.

وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبقة، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جداً، وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية.

(1) سميرة شيخاني، مرجع سابق، ص 442

4. سمات الإعلام الجديد:

نورد هنا تقسيم جديد لسمات الإعلام الجديد، للكاتب محمد فضلي حيث يعد الإعلام الجديد إنتاجاً رئيسياً لثورة الإعلام والاتصال خلال السنوات الأخيرة واتسمت بكل سمات هذه الثورة على النحو التالي⁽¹⁾:

أولى هذه السمات: هي توسيع المشاركة الشعبية في صناعة الإعلام بما جعلنا نشهد ما يمكن أن يسمى ب"المواطن الصحفي".

السمة الثانية: تعزيز الفردية، التي تنتشر دوماً بفعل التقدم التقني وتغير بعض أنماط وطرائق المعيشة.

السمة الثالثة: هي إعطاء دفعة قوية لاقتصادات المعرفة، فإذا كان النفط قد لعب دوراً حيوياً في الثورة الصناعية فإن عالم الرقميات ستكون له اليد الطولى في الطفرات الاقتصادية الحديثة .

السمة الرابعة: تتعلق بتحدي السلطة، عبر منازعتها في امتلاك وسائل الإعلام، والرد عليها حين تستخدم هذه الوسائل في التعبئة والحشد وتبرير السياسات القائمة وتزييف الوعي في شقه المناهض للاستبداد والفساد.

السمة الخامسة: ترتبط بالإفراط في استخدام الإعلام كركيزة أساسية في السجال العقائدي الذي يدور في العالم أجمع، لا سيما بعد أن صار الدين يشكل عالماً بارزاً من عوامل الصراع الدولي الراهن، بفعل إنكاء الولايات المتحدة لمسار "الإسلام فوبيا" في سياق بحثها عن عدو عقب انهيار الاتحاد السوفيتي.

5. خصائص الإعلام الجديد:

تتميز وسائل الاتصال الحديثة التي أفرزتها التكنولوجيا بعدة سمات ألفت بظلالها، وفرضت تأثيرها على الاتصال الإنساني بوسائله الحديثة، تبرزها شيخاني فيما يلي⁽²⁾:

(1) محمد فضلي، الصحافة الإلكترونية - الواقع والمستقبل، بدون طبعة (القاهرة: 2009م) ص 135-136

(2) سميرة شيخاني، "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، دراسة منشورة، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول، 2010م، ص 446-448

1/5 التفاعلية:

تطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين، وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص ويقوم بأفعال اتصالية، وفيها يطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال، مثل: الممارسة الثنائية، أو التبادل، أو التحكم.

2/5 اللاجماهيرية:

يقصد بها أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها.

3/5 اللاتزامنية:

تعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين استخدام النظام في الوقت نفسه، فمثلاً: في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لتواجد المستقبل للرسالة.

4/5 قابلية التحرك أو الحركية:

توجد وسائل اتصالية كثيرة يمكن الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء الحركة، مثل: الهاتف النقال، أو هاتف السيارة أو الطائرة، أو الهاتف المدمج في ساعة اليد، أو جهاز فيديو يوضع في الجيب، أو جهاز فاكسيميلي يوضع في السيارة، أو حاسب آلي محمول مزود بطابعة.

5/5 قابلية التحويل:

يقصد بها قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر، مثل التقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

6/5 قابلية التوصيل:

تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كبرى من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع.

7/5 الشبكات والانتشار:

يقصد به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة.

8/5 الكونية:

إن البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة إلكترونياً، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.

ويتضح مما سبق وجود سمات متعددة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة يستفيد منها المحرر الصحفي الإلكتروني، حيث تتفاعل المصادر من خلالها مع المشاركين، ويتبادل المعلومات، التي قد تكون عند التيقن من مصداقيتها مصدراً للمادة الصحفية، كما أن تكنولوجيا الاتصال مكنت المحرر الصحفي من إرسال الرسالة إلى المستقبل في أي وقت، وأي مكان، وأتاحت تلك الوسائل للمحرر الصحفي نقل المعلومات التي يتلقاها إلى أطراف أخرى، وأتاحت له توصيل الأجهزة التي يستخدمها بأنواع أخرى من الأجهزة، ومما يساعد المحرر على ذلك انتشار هذه الوسائل.

6. أدوات الإعلام الجديد:

يورد د. فهد العبود عددًا من أدوات الإعلام الجديد نذكرها فيما يلي⁽¹⁾:

1/6 شبكات التواصل الاجتماعي:

الشبكات الاجتماعية هي مواقع ويب تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات ومساحات خاصة ضمن الموقع نفسه، ومن ثمة التواصل مع الأصدقاء ومشاركة المحتويات والاتصالات، وأشهر الشبكات الاجتماعية: Facebook- MySpace- Bebo .

(1) فهد العبود، "أدوات الإعلام الجديد"، (جدة: صحيفة الرياض، تقنية المعلومات، العدد 15342، السبت 14

رجب 1431 هـ - 26 يونيو 2010م): <http://www.alriyadh.com/538253>، 2014-3-26م

2/6 المدونات (Blogs):

تعتبر المدونات احد أشهر أوجه الإعلام الجديد، وهي عبارة عن مذكرات ترتب بحيث توضع "التدوينات" الأحدث في أعلى الصفحة الرئيسية تليها التدوينات الأقدم، تتيح المدونات التعليق على ما يكتب فيها، كما يمكن لصحاب المدونة التحكم في محتوياتها بسهولة كبيرة مقارنة بمواقع الويب التقليدية، من أشهر منصات التدوين: Blogger- Wordpress.

3/6 الويكي (Wiki):

هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة (جماعية)، وأشهر هذه المواقع موقع Wikipedia، وهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم.

4/6 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 يدويًا، فالمستخدم الذي يملك تطبيقًا على جهازه كتطبيق Apple iTunes مثلا، يمكنه الاشتراك في خدمة البودكاست لأي موقع يريد بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة، ثم يقوم الـ iTunes بتحميل الملفات الجديدة أوتوماتيكيا.

5/6 المنتديات (Forums):

ظهرت المنتديات قبل ظهور مفهوم "الإعلام الجديد"، وهي عبارة عن أماكن ومساحات للنقاش على الشبكة تدور حول مواضيع معينة واهتمامات مشتركة، وتعتبر المنتديات أحد أشهر وسائل الإعلام الجديد وأكثرها انتشارًا.

6/6 مجتمعات المحتوى (Content Communities):

هي مجتمعات (مواقع) على الشبكة تسمح بتنظيم ومشاركة أنواع معينة من المحتويات، وأشهر المجتمعات تعتم بالصور كموقع (Flicker) وحفظ الروابط "Bookmark" كموقع (Del.icio.us) والفيديو كموقع (YouTube).

7. عيوب الإعلام الجديد:

يطرح السيد بخيت عيوب الإعلام الجديد وما أدخله من سلبيات على الإعلام بشكل عام عن طريق طرح لبعض التساؤلات التي باتت ظاهرة على السطح وتحتاج إلى نقاش ومن هذه التساؤلات ومنها⁽¹⁾:

1. ظاهرة التحيز في المادة الصحفية.
2. ظاهرة مصداقية المادة الصحفية.
3. ظاهرة موضوعية المادة الصحفية، ومدى تأثير تنوع وزيادة المصادر المتاحة على توفير مناخ صحفي أكثر موضوعية يتيح مساحة أكبر أمام وجهات النظر المختلفة.
4. ظاهرة حق القراء في المعرفة، فمع تنوع المصادر المعرفية، قلت ظاهرة الرقابة والتعتيم على المادة الصحفية، فضلاً عن زيادة عدد المصادر المتاحة أمام القراء للتعبير عن أنفسهم وإيصال أصواتهم.
5. ظاهرة عمق المادة الصحفية، ومدى احتياج الجمهور لكم غزير من المعلومات ومدى تغير طبيعة دور الصحافة بفعل تكنولوجيا الاتصال، وانعكاسات هذا التغير على أدائها لوظائف الشرح والتفسير والتحليل.
6. المفاضلة بين نشر ما يحتاجه القراء أو ما يريدونه، حيث أصبح القراء قادرين بأنفسهم على تحديد هذه الخيارات والتفضيلات التي يريدونها والتوقيات التي يفضلونها بفعل تقدم تقنيات تكنولوجيا الاتصال.
7. تحديد طبيعة المهارات الأساسية المطلوبة من الصحفيين للتعامل مع هذه البيئة التكنولوجية الجديدة، وتأثير تكنولوجيا الاتصال على طبيعة الإبداع والخصوصية الصحفية والتفرد.
8. العلاقة بين المصدر والمندوب، حيث توفر التكنولوجيا الجديدة للصحفي معلومات أكثر مما قد يتوفر للمصدر ذاته، وهو ما قد يقلب موازين العلاقة بينهما.

(1) السيد بخيت، "تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية في الصحافة العربية"، دراسة غير منشورة، القاهرة: بحوث ومناقشات المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام جامعة القاهرة -تكنولوجيا الاتصال الواقع والمستقبل- 1999م، ص22

9. تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على البناء التنظيمي للمؤسسات الصحفية وعلى حركة تنقل المواد الصحفية داخل الأقسام الصحفية، ومدى تغير طبيعة أدوار ومهام الصحفيين ومسئولياتهم إزاء المادة الصحفية، ويعرض الكاتب ماجد تريان سلبيات النشر الإلكتروني والتي تتمثل في الآتي⁽¹⁾:

1- المنشور ورقياً يمكن قراءته في أي مكان وعلى أية صورة يرتاح لها القارئ، أما الكتاب المنشور إلكترونياً فلا يمكن الاستفادة منه إلا في مكان يوجد فيه جهاز كمبيوتر مزود بقارئ لأقراص الليزر، وهذا يقتضي قراءته على نحو معين، وهذا لا يتسنى في كثير من الأحيان مثل السفر إلا بوجود جهاز كمبيوتر محمول.

2- النشر الإلكتروني رغم سهولة برامجه يقتضي من المستخدم معرفة بسيطة بالحاسب الآلي وطريقة تشغيله، وهذا لا يتسنى لكل القراء، كما أن جودة الحروف المقروءة على الشاشة لا تعادل جودة الحروف المطبوعة، إضافة إلى تعلم استخدام البرامج للحصول على الكتب الإلكترونية.

3- هناك سلبيات تتخلص في طرق الحصول على المعلومات مثل: خصوصية المعلومات وسلامتها، والتحقق من هوية الأطراف الأخرى، وكلها تصب فيما يعرف بأمن المعلومات.

4- من سلبيات النشر الإلكتروني، ما يعرف بالتهديدات الرقمية المتعلقة بالفيروسات التي تصيب الحاسوب وتلحق الضرر بها والقرصنة بمعنى سرقة المعلومات من جهاز المشترك والاعتداء على خصوصية المستخدم، والتي تؤدي إلى عدم سرية المعلومات.

5- هناك جوانب ضعف في سياسات التزويد وبناء المجموعات في المكتبات الجامعية التي تتناول المواد الإلكترونية وإدارتها وحفظها على الدوام.

6- الجهد المبذول في تصفح المادة الإلكترونية أكثر من ذلك المبذول في تصفح أوراق المادة التقليدية، حيث الدخول إلى الشبكة، وتكبير حجم الخط، واستعراض الصفحات وغيرها من الأمور التي يتطلبها التصفح الإلكتروني ترهق المستخدم.

(1) ماجد تريان، الانترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،

2008م) ص180

- 7- إمكانية الدخول للشبكة واستعراض المواد الإلكترونية يرتبط بتوفير إمكانيات إضافية مثل توفير الاتصالات والكهرباء، مما يعني تأثر النشر الإلكتروني بضعف أي من هذه الإمكانيات.
- 8- مصادرة حقوق الملكية والطبع، فالإقدام على النشر الإلكتروني مخاطرة قد لا يجيد كثيرون خوض غمارها لأن هذه الحقوق يتم انتهاكها انتهاكاً واضحاً بطريقة مقصودة أو غير مقصودة.

ب- شبكات التواصل الاجتماعي:

شبكات التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مواقع ويب تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات ومساحات خاصة ضمن الموقع نفسه، ومن ثم تتيح التواصل مع الأصدقاء ونشر المحتويات والاتصالات⁽¹⁾.

وتتمثل أهم الشبكات الاجتماعية في المدونات والمنديات بجانب مواقع عديدة مثل الويكي Wiki، والفيسبوك Facebook، وتويتر Twitter، والتطبيقات التي قدمتها الشركات الكبرى لدعم الفكر الاجتماعي في التفكير والمشاركة مع مستخدمي مواقعها مثل جوجل، وياهو التي اهتمت بالتحريير الجمعي والكتابة وتنفيذ العروض المشتركة، وكذلك مواقع أجاكس Ajax في مجالات التطبيقات المكتبية التي تتم بشكل تعاوني، وأيضاً شبكات التفاعل الاجتماعي مثل ماي سبيس Myspace ومواقع خدمات وتخزين الصور وإعادة عرضها وإرسالها للغير مثل Flickr ونشر مقاطع الفيديو مثل يوتيوب YouTube، وغيرها من الخدمات والتقنيات التي تجد اهتماماً فردياً مع تبادل المشاركة والنشر بين المستخدمين⁽²⁾.

كما تميزت هذه الشبكات بمعالم جديدة في البناء والاستخدام، مثل⁽³⁾:

1. الاشتراك المجاني في الاستفادة من الخدمة.
2. سهولة المشاركة في هذه المواقع والاستفادة منها.

(1) أماني مجاهد، "استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبة متطورة"، بحث منشور، مجلة دراسات المعلومات، العدد الثامن (مصر: جامعة المنوفية، مايو 2010م) ص2

(2) محمد عبد الحميد، المدونات، الإعلام البديل، ط1 (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، 2009م) ص 129

(3) المرجع السابق نفسه، ص26

3. سهولة تشكيل الجماعات الافتراضية وتحقيق المشاركة وتبادل الخدمة أو الرأي الفكر بين الأعضاء.

4. سهولة بناء الروابط للموضوعات ذات الاهتمام المشترك بمواقع أخرى.

5. استخدام وسائل النشر الفوري على الجماعات أو التشكيلات الاجتماعية من خلال خدمة R.S.S و Ato.

1. تاريخ شبكات التواصل الاجتماعي:

بداية ظهور شبكات التواصل الاجتماعي كان عام 1995م، بموقع Classmates.com، والذي أتاح التواصل بين زملاء الدراسة في أمريكا وكندا، وفي عام 1997م ظهر موقع Livejournal، وفي عام 2003م بدأ ظهور موقع Hi5، الذي استخدمه عدد ضخم حول العالم ثم كانت النقلة في مواقع الشبكات الاجتماعية عام 2004م مع ظهور موقع Facebook الذي تفوق على المواقع الأخرى في وقت قصير جداً نظراً لقابليته لمفهوم التواصل والمشاركة أكثر من قبل، بالإضافة لوجود إمكانيات أكثر متعلقة بالتطبيقات وأساليب المشاركات وما إلى ذلك (1).

فلم يعد الانترنت فقط مصدرًا للمعلومات المجردة، بل أضحت ساحة للتفاعلات والتجاذبات بين القيم الموجودة في المجتمع والقيم الجديدة التي ظهرت نتيجة لظهور أشكال ومنافذ جديدة للتواصل بين الشباب، فضلاً عما يتيح من درجة الحرية غير المسبوقة الموجودة (2)، حيث مر عام 2010م سريعاً ليزيد من حكم التشبيك خاصة في الفضاء العربي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي لتخرج الثورات العربية من رحم هذه المواقع الإلكترونية، وذلك بعد أن استخدمها المواطنون العرب من تونس مروراً بمصر وليبيا وصولاً إلى سوريا واليمن من أجل التواصل والتفاعل مع واقعهم، والتعبير عن غضبهم من الأوضاع السياسية السيئة في بلادهم.

(1) كريم عبد الراضي، ومينا ممدوح، الإنترنت في خدمة حرية التعبير (القاهرة: الشبكة العربية لحقوق الإنسان، 2011م) ص17

(2) يوسف ورداني، مقال بعنوان: ثقافة الشباب بين تحديات الانترنت وعجز الدولة (معهد الوارف للدراسات الانسانية، وارف الشباب، 2009م): <http://www.alwaref.org>، 2014/1/1م

وبين عشية وضحاها وفي العام 2011م، أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي المحرك الرئيسي لأحداث ثورات الربيع العربي في هذه الدول، بل إنها غدت بمثابة الزعيم أو القائد لها، حتى إن البعض يحلو له إطلاق لقب "ثورة الفيسبوك" على الثورة المصرية، بعد أن أصبح "شباب الفيس بوك" هم وقود تلك الثورات، خاصة في أعقاب تشكل ثقافة "فيس بوكية" من خلال شبكة الإنترنت والتواصل عبر الشبكات الاجتماعية مع العالم الخارجي⁽¹⁾.

وأدت الشبكات الاجتماعية دور المنسق لمظاهرات 25 يناير (كانون الثاني) 2011م في مصر، ثم حشد الملايين للاعتصام في ميدان التحرير، بل إن الناشط الشاب وائل غنيم، أحد أصحاب الدعوة لمظاهرات 25 يناير، قال قبل نحو عام لأصدقائه على شبكة "فيس بوك" إن الإنترنت سيقود التغيير السياسي في مصر.

ويرى الباحث أن تلك الشبكات تقوم على مجموعة من المجتمعات الافتراضية توجد على شبكة الإنترنت وهي تُعد بمثابة أمكنة نستطيع من خلالها التحدث عبر غرف الحوار والدرشة، بدون حدود وبدون تاريخ، كما أننا نستطيع التعامل مع هذه الفضاءات بعدة أمكنة، ذات شحنة ثقافية يكون الحوار والتواصل أساسها، وتتسم تلك المجتمعات بمجموعة من السمات منها⁽²⁾:

1- المرونة وانهيار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدد بالجغرافيا بل الاهتمامات المشتركة التي تجمع معاً اشخاصاً لم يعرف كلٌ منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء إلكترونياً.

2- لم تعد تلعب حدود الجغرافيا دوراً في تشكيل المجتمعات الافتراضية، فهي مجتمعات لا تنام، يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضية على مدار الساعة.

3- ومن سماتها وتوابعها أنها تنتهي إلى عزلة، على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين.

(1) محمد عجم، مقال بعنوان: «تويتر» و«فيس بوك».. زعيما ثورات «الربيع العربي» أكثر من 20 مليون عربي يستخدمها.. وتقود العالم إلى عصر «التشبيك الاجتماعي» (القاهرة: صحيفة الشرق الأوسط، تاريخ النشر: 26 ديسمبر 2011م) العدد 12081 (م) 2011م) <http://aawsat.com>، تاريخ الاحضار 2-4-2014م

(2) بهاء الدين مزيد، المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً، جامعة الامارات العربية المتحدة، 2012م: / www.abegs.org/sites/Upload/DocLib1/، 11-10-2013م

هذه المفارقة نقلاً عن كتاب أولجا وآخرون يلخصها عنوان لكتاب شيري تيركل "نحن معاً، لكننا وحيدون: حيث يقول لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض"⁽¹⁾، فقد أغنت الرسائل النصية القصيرة، وما يكتبون ويتبادلون على الفيسبوك والبلاتك بيري عن الزيارات، من هنا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد بينما ينهمك كل فرد من أفرادها في عالمه الافتراضي الخاص، لم تعد مجرد رسم كاريكاتيري، بل حقيقة مقلقة تحتاج مزيداً من الانتباه والاهتمام.

4- لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

5- في المجتمعات الافتراضية وسائل تنظيم وتحكم وقواعد لضمان الخصوصية والسرية، قد يكون مفروضاً من قبل القائمين، وقد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة.

6- أنها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة - بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية.

7- تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدرج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي، ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزها إلى الهوية الشخصية، لأن من يرتادونها في احيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم، وبعضهم له أكثر من حساب⁽²⁾.

وتتقسم الشبكات الاجتماعية خلاف شبكات التواصل الاجتماعي منها شبكات التدوين وشبكات مشاركة الوسائط وشبكات مشاركة الروابط وشبكات مشاركة الملفات ويوضح الباحث أهم هذه التقسيمات في الشكل التالي⁽³⁾:

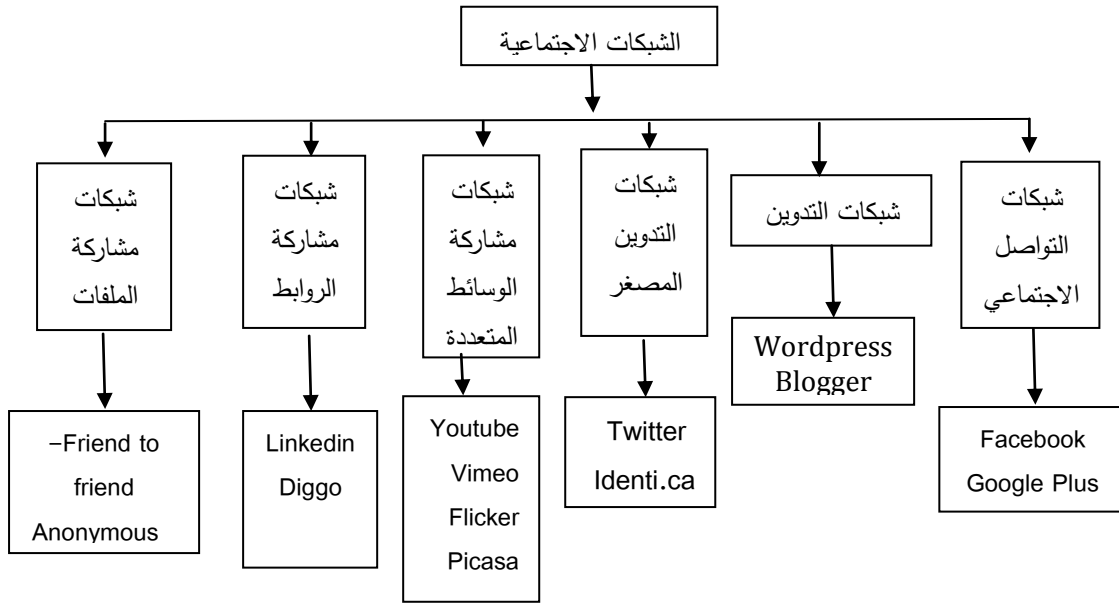
(1) أولجا وآخرون، فهم الإعلام البديل (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2009) ص38

(2) د. بهاء الدين مزيد، مرجع سابق، ص 124

(3) كريم عبد الراضي، ومينا ممدوح، الإنترنت في خدمة حرية التعبير (القاهرة: الشبكة العربية لحقوق الإنسان)

ص18 'www.ctlj.org/manuel.pdf :2-3-2014م

شكل رقم (1) يوضح الشبكات الاجتماعية



2. أبرز شبكات التواصل الاجتماعي:

1/2 الفيسبوك Facebook:

هي شبكة للتواصل الاجتماعي تستخدم تقنية تسمى بال Web.2 وتنتمي لشبكات التواصل الاجتماعي وتتيح للمستخدمين تكوين الصداقات وتبادل الاهتمامات والمشاركة في الأنشطة المختلفة وتتيح أيضاً خدمات البحث وتكوين الصداقات، كما تقدم خدمات المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والعديد من الخدمات الأخرى⁽¹⁾.

وتعتبر شبكة الفيسبوك أحد أكثر شبكات التشبيك الاجتماعية شعبية على الانترنت في العالم، وهي شبيهة بشبكة «ماي سبيس» التي سبقتها، حيث أنشئت عام 2004م من قبل طالب في جامعة هارفارد اسمه «مارك زوكربيرج» وزملاء السكن في غرفته بالكلية من طلاب الكمبيوتر، في البداية اقتصر على الأفراد الذين لديهم حسابات بريد إلكتروني في الجامعة، ثم جرى فتحها للجمهور من عمر 13 سنة فأكثر، لكن، مع نهاية عام 2009م، أعلنت تلك الشبكة عن وجود أكثر من 300 مليون مستخدم في العالم، وفي نهاية عام 2010م كان هناك أكثر من 600 مليون مستخدم، علماً أن عدد المستخدمين في عام 2010م لوحده زاد حوالي 250

(1) كريم راضي، مرجع سابق ص 82

مليون مستخدم، ويقضي المستخدمون للفيديو ما مقداره 150 مليار ساعة شهرياً، خاصة من قبل شريحة الشباب التي تمثل الفئة الأكثر استخداماً له (1).

وتسمح هذه الشبكة بنشر لمحات مختصرة عن حياة الأعضاء المشاركين، كما وتسمح أيضاً بتبادل بعض المعلومات الشخصية مع الأصدقاء والتواصل مع الآخرين، كما وإن نشر الشبكة في صفحاتها الافتتاحية فإنه يسهل عمليات تبادل المعلومات من خلال نشر بعض البيانات والصلات الاجتماعية الفعلية للمتددين عليه، وبالرغم من ذلك فإن إمكانية نشر الصور والملاحظات وتصنيف اهتمامات المشاركين في مجموعات منفصلة يسمح للمستخدمين بترتيب بياناتهم وبيان تبادلاتهم الاجتماعية على نحو أيسر، ويفسر ذلك سبب اتفاق المشاركين مع ما معدله عشرين دقيقة يومياً في متابعة الشبكة كما أوردت شركة Comscore لقياس استخدام الانترنت في الآونة الأخيرة (2).

وتوفر شبكة الفيسبوك قاعدة هائلة من المستخدمين متصلة بعضها ببعض الآخر الأمر الذي يزيد من عنصر التفاعلية التي تعطي حيوية وتتسبب بخلق بيئة تفاعلية بين المستخدمين، حيث يتم وصول التغذية الإخبارية للمستخدم عن نشاطات أصدقائه الأمر الذي يُعطي تجربة جديدة تتيح للمجموعة القدرة على التوسع بسرعة إن كانت رسائلها مرضية.

1/1/2 إيجابيات شبكة الفيسبوك:

تتميز شبكة الفيسبوك بعدد من الإيجابيات منها (3):

1/1/1/2 السعر الصحيح: ما من كلفة لإنشاء مجموعة ولا يحتاج الأمر إلى الكثير من الوقت مما يعني أنك تستطيع تخصيص المزيد من الوقت للتخطيط وضم الأعضاء الجدد والتواصل معهم.

2/1/1/2 وسائل متعددة الوسائط خالية من المشاهدة سهلة الاستعمال: تتيح أدوات «فيسبوك» المجال لأعضاء المجموعة لتحميل الفيديو والصور والتعليقات،

(1) خالد ربيعة، هل أصبح الانترنت بطلاً من أبطال التحرر؟، جريدة القدس، عدد 14942 / 21\3\2011م، ص 47

(2) محمود علم الدين، الصحافة الإلكترونية، ط1 (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008م) ص147-148

(3) ديجي أكتيف، 2008 "مقدمة عن فاعلية Facebook"، ص5، www.digiactive.co

إلى جانب ذلك يمكنهم تخصيص الوقت لإضافة المحتوى على موقعك وإعلام الآخرين بوجوده.

3/1/1/2 تحديد الخيارات في الاستهداف: يختار أعضاء مجموعتك أن ينتموا إلى المجموعة، وهم بذلك يعطونك فرصة أولى على الأقل للتكلم معهم حين ينضمون إليها، لكن تذكر، أنهم إما سيتركون المجموعة أو سينسون بسرعة أنهم انتسبوا اذا لم يتم إشراكهم مباشرةً بالقضية.

2/1/2 سلبيات شبكة الفيسبوك:

هناك عدداً من السلبيات التي تطرق لها الباحث أكتيف منها (1):

1/2/1/2 أن محتوى الموقع غير منظم: حيث تتمتع شبكة الـ "فيسبوك" بقاعدة شعبية واسعة تشمل حوالي 80 مليون مستخدم تقريباً، ويوفر هذا العدد من المستخدمين محتوى هائلاً، كما أن ثمة مجتمعات أخرى منافسة، لذا فأنت لا تنافس المجموعات الأخرى للاستحواذ على اهتمام العدد الأكبر من المستخدمين فحسب، بل عليك أن تتوقع أن عدداً كبيراً من الملفات سيتم تحميله إلى حائط عرض المجموعة.

2/2/1/2 إدارة الملفات: يتوجب على مستخدم شبكة الفيسبوك إدارة الملفات والمواضيع التي يتم نشرها على صفحات المستخدمين، وإبقاء الأشياء التي يمكن أن يستفيد منها المستخدم.

3/2/1/2 مستوى الالتزام غير واضح: حيث إن التسهيلات الكبيرة أمام انتساب المستخدمين يعني أن حجم المجموعات لا يدل تحديداً على التزام المنتسبين الأكيد إليها، وهذا يزيد من الأمر صعوبة لاستهداف المنتسبين الذين سيكونون فاعلين، لا سيما عند التخطيط للأحداث، بحيث أنك لن تدرك عدد المنتسبين الملتزمين قبل الحدث.

4/2/1/2 شبكة الفيسبوك غير مصممة على أساس يضمن الفاعلية: قد تكون الخدمات التي تقدمها هذه الشبكة مجانية، إلا أنها غير مصممة لتلبي حاجات

(1) المرجع السابق نفسه، ص5

المستخدم الفاعل المنظم، أي أنك ستجد أن فعالية الموقع لا تلائم حاجاتك في الكثير من الأحيان، عليك أن تبحث كثيراً قبل أن تجد ما هو فعّال.

ومن الممكن أن يكون هذا التبادل الحر للأراء ووجهات النظر حافلاً بالصراعات والميول العدوانية- لكنة يوفر أيضاً وسيلة للتعبير عن الولاءات وعن الهموم ولتعزيز الصلة بين الجماعات ذات الاهتمامات والمصالح المشتركة، كما وأن هناك مواقع متفرعة من Facebook أو صفحات يمكن أن ينضم إليها الأشخاص بتدوين أسمائهم والمشاركة في منتديات وهي مخصصة للمسلمين والعالم العربي وموضوعاتها متنوعة ومختلفة بقدر اختلاف المنطقة⁽¹⁾.

وقد تختلف الآراء حول جدوى ذلك الاكتشاف، ولكن مكتشفه "مارك زوكربيرج" يرى أن الفيسبوك حركة اجتماعية Social Movement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني من الطريق وأنه سوف يسيطر أو «يستعمر» ويحتل كل النشاط البشري على الشبكة الدولية؛ لذا فوصفه بأنه «دليل سكان العالم» وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يخلقوا من أنفسهم هويات عامة عن طريق الإدلاء بما يريدونه من معلومات حول أنفسهم وتكوينهم الذهني والعاطفي بل ونشر صورهم الشخصية وأن الهدف منه هو أن يصبح مكاناً أكثر انفتاحاً⁽²⁾.

ويرى الباحث أن شبكة الفيس بوك هي شبكة تواصل اجتماعية تتيح للأصدقاء القدامى والجدد الالتقاء والتواصل عبر صفاتها المتواجدة على الانترنت، وتسمح لهم بتبادل المعلومات وآخر المستجدات ومتابعة الأخبار السياسية والمناسبات الاجتماعية، بالإضافة إلى الميزات الأخرى التفاعلية التي أتاحتها وتعمل كل يوم على تحديثها وتطويرها كتبادل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها.

3/1/2 خدمات فيسبوك الأساسية:

يمكن القول إن شبكة الفيس بوك تقدم مجموعة من الخدمات الأساسية، تتمثل بالدرجة الأولى في:

(1) محمود علم الدين، مرجع سابق، ص 149

(2) لنى التكروري، دليل الوسائط الإعلامية المتعددة واستخداماتها في إعداد القصة الصحفية (جامعة بيرزيت:

مركز تطوير الإعلام، 2010م) ص14

1/3/1/2 الدردشة:

تتيح شبكة الفيسبوك إمكانية الدردشة التي تمكن مرتادي الشبكات من التواصل فيما بينهم والتحدث في مواضيع مختلفة عبر الصفحات الشخصية الخاصة.

2/3/1/2 الرسائل:

وهي خاصية يتيحها الفيس بوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكافة الأصدقاء.

3/3/1/2 التعرف على أهم المناسبات:

بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على شبكة التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" أن يثبت المناسبات الهامة التي تخصه وعائلته، ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها.

4/3/1/2 الاتصال:

فعلت شبكة التواصل الاجتماعي خاصية الاتصال بالهواتف التي تحتوي على تطبيق الفيسبوك على الهواتف الذكية حيث بإمكان الأشخاص الاتصال فيما بينا مجاناً، ويمكن تطبيق الاتصال بشكل صوتي أو مرئي (صوت وصورة).

5/3/1/2 المجموعات:

مكنت شبكة الفيسبوك روادها من إمكانية التواصل فيما بينهم بمجموعات متنوعة بعيدة عن الصفحة الرئيسية حيث يتم الاشتراك فيها من قبل الراغبين في طرح الموضوعات المختلفة أو متابعة القضية التي تثار على المجموعة حيث يصل كل منشور يتم إضافته على المجموعة بإشعار لكل مستخدم منضم للمجموعة، وتنقسم المجموعات إلى:

1. مجموعات سرية: يستخدمها بعض رواد شبكة الفيسبوك لمناقشة المواضيع الخاصة بهم بشكل سري دون تعميم على الشبكة، ويمكن الاستفادة منها في نطاق الوظائف الخاصة وغيرها.

2. مجموعات مفتوحة: ويخصص بعض الأشخاص المستخدمين لشبكة الفيسبوك لتناول مواضيع عديدة لكنها يمكن أي مستخدم للشبكة البحث والانضمام للمجموعة بعد موافقة أي عضو منها.

6/3/1/2 إمكانية إضافة الأشخاص أو إزالتهم أو حظرهم:

تثار كثيراً مسألة الأصدقاء الجيدين وكذلك السيئين، الذين يحتلون صفحة المستخدم وهي لا تستحق الإثارة، فبإمكان صاحب الصفحة أن يضيف من يريد ويحذف أو يحظر من لا يريد من القائمة، وبذلك لا تكون هناك أية مشكلة تواجهه أثناء الاستخدام.

7/3/1/2 البحث:

حيث تتيح شبكة الفيسبوك لكافة المستخدمين خدمة البحث التي تمكن المستخدم من البحث عن الأصدقاء القدامى والجدد لإضافتهم والتواصل معهم.

2/2 التويتير Twitter:

لم يدر بخلد مؤسس موقع تويتير أن يصبح الموقع واحداً من أهم المنصات التي يعتمد عليها النشطاء في الدعوة لمظاهرات وانتفاضات التغيير الديمقراطي والاجتماعي في أكثر من دولة، ربما كان نصيب الأسد للمنطقة العربية بخصوص استخدام تويتير من قبل حركات التغيير الديمقراطي، وعموماً يمكننا أن نقول أن 140 حرفاً فقط ساعدوا بشكل كبير في نقل أخبار التظاهرات في كل من مصر وتونس والبحرين واليمن وسوريا وليبيا أكثر مما نقلته وسائل الإعلام التقليدية، خاصة وأن ناقلي الخبر على تويتير هم أنفسهم صناعه⁽¹⁾.

فتويتير هو خدمة تدوين مصغر تمكن المستخدم من نشر رسائل قصيرة يصل طولها إلى 140 حرفاً في تغذية شخصية إخبارية، تمكن للمستخدم أن يحدث تغذيته مباشرة من خلال موقع تويتير، أو يمكنه استخدام التطبيقات المكتبية أو هاتف نقال بما فيها الرسائل النصية، ويمكن الولوج إلى هذه التغذيات الإخبارية مباشرة من خلال صفحة المستخدم، كما يتيح تويتير للمستخدم الحصول على التحديثات على هاتفه النقال أو من خلال التطبيقات المكتبية التي يختارها⁽²⁾.

فالتدوين على المدونات الشخصية أو عبر المواقع الإلكترونية الخاصة بالأشخاص ليست كياناً مستقلاً بذاته إذ يمكن أن تظهر تلك الرسائل على عدد لا يحصى من المنصات على شبكة الويب في الوقت عينه والحصول على اهتمام جماهير جديدة ومحددة بمضامين

(1) كريم عبد الراضي، مرجع سابق، ص34

(2) أندرس يونغر، "دليل ديجي أكتيف،" فاعلية تويتير"، محاضرة أقيمت في نوفمبر للعام 2008م في مؤتمر

"الويب الاجتماعي: باتجاه سياسات معارضة على الشبكة" جامعة سيغان، ألمانيا، ص5

المحتويات التي تتناولها تلك الصفحات، كما يمكن فتح قنوات جديدة مع جماعات خارج دائرة الشخص المقربة، الأمر الذي يُبقي المدونة أو الموقع الإلكتروني الوسيلة الأساسية لنشر المحتويات، لكن لأن بعض القراء يتابعون الكتابات عبر موقع تويتر أو عبر التغذية الملقمة (RSS feed) الخاصة بك، فإن نشر رسائلك على نطاق واسع من خلال اعتماد هذا النهج لديه القدرة على جلب المزيد من الناس لمساندة القضية المطروحة وتشجيعهم على تبادل الروابط⁽¹⁾.

تم تصميم رسائل تويتر في البدء لتكون إجابة بسيطة على سؤال "ماذا تفعل الآن؟" فتكون اختصاراً بين الأصدقاء تتيح لهم تحديث أخبارهم المختلفة، كما ولا تزال هذه الناحية ذات أهمية كبيرة في هذه الخدمة، وتساعد على تفسير بعض النجاح الذي حققه تويتر والسبب خلف انتشاره، كما أن أي برمجية، صغيرة كانت أم بسيطة، يقوم المستخدم في معظم الأحوال بأخذها في اتجاهات غير متوقعة، وقد تم استخدام تويتر حتى الآن وبشكل متزايد لأغراض كثيرة، أغراض لم يكن تويتر قد صمم لتحقيقها، غير أن المستخدمين اختاروا ملاحظتها والاستفادة من ميزات تويتر في ذلك، وهناك عدداً من المصطلحات المتواجدة في شبكة تويتر نذكرها فيما يلي⁽²⁾:

1/2/2 رسالة تويتر: وهي رسالة تحتوي على 140 حرفاً.

2/2/2 تغذية تويتر: تغذية إخبارية من تويتر من أي من مستخدميه.

3/2/2 مستخدم تويتر: أي شخص يستخدم تويتر.

4/2/2 المتابعة: إذا انتسبت إلى تغذية تويتر الخاصة بمستخدم تويتر يعني ذلك أنك تقوم بمتابعته.

5/2/2 المتابعون: المستخدمون الذين يقررون الاطلاع على تغذية تويتر الخاصة بك.

6/2/2 وسم مدمج: إذا تلت إشارة (#) شارة دمج وهي (عبارة في رسالة تويتر، تصبح العبارة كلمة مفتاح) أو "وسم"، يمكن البحث عن الوسم المدمج، وقد أصبح

(1) سامي بن غربية، النشر المتبادل لحشد التأييد - مقدمة لدمج وسائل الإعلام الاجتماعي بفاعلية، دليل استخدام أدوات رقمية لحشد التأييد www.smex.org

(2) أندرس يونغر، مرجع سابق، ص 6

هذا الأخير إحدى الميزات الأكثر إفادة في تويتر حيث يساعد الوسم على وضع الرسائل في إطار أوسع وتمكين مستخدمين آخرين مهتمين بموضوع محدد أو كلمة مفتاح ما إن وجدوا التغذيات المرتبطة المناسبة، للاطلاع على المزيد من المناقشات حول الوسم المدمج للاستخدام المتقدم.

7/2/2 تغذية إخبارية: التغذية الإخبارية مجموعة من الرسائل الجديدة. تظهر فيها الرسائل الجديدة من الأحدث إلى الأقدم، يتم توزيع التغذيات الإخبارية من خلال نظام تغذية آر إس إس RSS ومن خلال صفحة ويب مخصصة لهذا الهدف.

8/2/2 فضاء تويتر: المكان الذي تجد فيه تغذيات تويتر ويلتقي فيه مستخدمو تويتر، ويمكن مقارنته مع فضاء المدونات، لكن بطول يصل إلى 140 حرفاً.

3/2 ماي سبيس Myspace:

نشأت شبكة التواصل الاجتماعية ماي سبيس عام 2003م على يدي كريس دولف وتوم أندرسون برعاية من براد غرينسبان وجوش بيرمان المالكين لشركة إي يونيفرس التي مدت المولود الجديد بشبكته البالغة 20 مليون منتسب وقدمت له دعماً قوياً، وقد طور هذا الموقع خلال عامي 2007م و2008م شكله والعديد من الخدمات التي يوفرها، وأضاف "مايسبيس الموسيقى" الذي اشتهر عبره كثير من المغنين ودخلوا عالم النجومية، وبلغ هذا الموقع مكانة عالية حين أصبح مكاناً للحملات الانتخابية الأميركية، ووضع أغلب المرشحين ملفات على واجهته ليتمكنوا من الوصول إلى الشباب وإلى فئات كبيرة من المتصفحين⁽¹⁾.

كانت شبكة ماي سبيس الأمريكية الشهيرة بداية الشبكات الاجتماعية فقد ظهرت عام 2005م وما إن ظهرت تلك الشبكة حتى فاقت بمشاهدتها موقع البحث الشهير جوجل

(1)مقالة بعنوان: "ماي سبيس .. مساحة واسعة للتواصل، الجزيرة:

م2014-2-26، <http://www.aljazeera.net/news/pages/cebf7712-68fb>

www.google.com، ثم ما لبث أن ظهر الفيسبوك والذي ترع الآن على عرش أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم⁽¹⁾.

هناك العديد من الفوائد والميزات المقدمة على ماي سبيس، وهو بمثابة منفذ للعديد من الأفراد الذين يعملون بشكل مستقل للحصول على الكلمة حول المواهب الخاصة بهم أو المنتجات. وهذا يشمل: الموسيقيين والسينمائيين والكوميديين. والعديد من الفنانين المستقلين من هذه الأنواع العمل الشاق جداً للقبض على اهتمام المشجعين من جميع أنحاء العالم، وموقع ماي سبيس أتاحت لهم الفرصة للقيام بذلك فقط⁽²⁾.

ثانياً: التوعية والقضايا الوطنية:

يمارس الإنسان الاتصال في حياته اليومية بصورة تلقائية منذ أن يستيقظ من نومه حتى يأوي إلى فراشه، ويتميز الاتصال الانساني عن الحيواني بالمرونة والتكيف والقدرة على التعامل مع متغيرات الحياة المحيطة به، ويصنف خبراء الاعلام البشر بأنهم حيوانات اتصالية، وهذا هو ما يميزهم عن سائر المخلوقات الأخرى لأن الاتصال يسود حياتهم ويتخلل كل نشاطهم، وهو الذي يربط كل حواس الانسان بالعالم المحيط به، وهو أهم المهارات التي يتميز بها البشر، وبالتالي فإن الانسان لابد أن يمارس الاتصال لكي يظل مرتبطاً بالحياة من حوله⁽³⁾.

وتعتبر عملية الوعي معقدة حيث تتدخل فيها جميع العمليات العقلية التي يستخدمها الإنسان للحصول على المعرفة كالتفكير، والتذكر، والتخيل، والاستيعاب، والحفظ والاسترجاع، والاستدلال، والتعميم، والحكم، كل هذه العمليات تؤدي إلى وعي الإنسان لذاته وقدراته، وما يحيط حوله من موجودات وعيا مباشراً إلا أن الوعي ليس عملية سلبية في الاستقبال فقط، لأن العقل الإنساني الفاعل يستوعب ويضيف ويحذف وينظم ويؤول ما يتأثر به من مواضيع مدركة،

(1) جميل إطميزي، E-LEARNING SYSTEMS AND TOOLS, AN ARABICTEXTBOOK

(الخليل: جامعة فلسطين الأهلية) ص 143

(2) براديب آغاروال، مقالة بعنوان "ما هو موقع الماي سبيس"، أرتكلسبير:

http://www.articlesphere.com/ar/Article/What-Is-MySpace، 6-2-2014م

(3) محي الدين عبد الحليم، الاتصال بال جماهير والرأي العام - الأصول والفنون (القاهرة: مكتبة الأنجلو

المصرية، د.ت) ص 3

ثم يستخدمها المكان والزمان بأسلوب إبداعي⁽¹⁾، وهذا يعطي مؤشراً لارتباط الوعي كعملية أساسية، بالإبداع كقدرة فاعلة، بها يستطيع الإنسان تغيير واقعه.

أ. الوعي والعوامل المؤثرة فيه

أ/1 الوعي:

يعرف الوعي بأنه "بناء لتحول خلاق في التكوين الحسي والتصور العقلي والمفاهيم، والأفكار بشكل فعلي متوقع من خلال الأفراد والمجموعات الاجتماعية، كما يعطيهم الهدف والتوجيه أيضاً هذا وجميع قوى العقل والعلم والفلسفة والفن والأدب تشترك في محاولة إلقاء الضوء على هذا الحقل المعروف بالوعي"⁽²⁾.

وعلى الرغم من الجدل الذي يدور بين الحين والحين حول مدى التأثير الذي تحدثه الأخبار على العديد من القضايا الديمقراطية، إلا أن هناك خلافاً ضئيلاً حول الحقيقة بأن هناك تغييراً عميقاً في مشهد الإعلام الإخباري في العقد الماضي، وإذا ما اعتبرنا أن الأجيال السابقة كانت على صلة وثيقة بالشؤون العامة إذ أتيح لها الوصول إلى العديد من الشبكات التليفزيونية الإخبارية الوطنية والقنوات المحلية التابعة لها، والشبكات الإذاعية الحكومية، والصحف المحلية اليومية بالإضافة إلى المجلات الإخبارية والمحطات الإخبارية الإذاعية، فإن المداومين على متابعة الأخبار الآن يمكنهم الوصول إلى الآلاف من المنافذ الإعلامية المهمة بالشؤون العامة ببسر وبتكلفة أقل⁽³⁾.

أ/2 الوعي السياسي:

قدرة التأثير السياسي للصحافة أصبحت واضحة إلى حد أنها أصبحت تؤدي دوراً بارزاً في الحياة السياسية في المجتمعات المعاصرة للديمقراطية أو الديكتاتورية المستبدة، ولقد بلغت من التأثير إلى حد تسميتها بـ"السلطة الرابعة" بعد السلطة التنفيذية والسلطة التشريعية، والسلطة

(1) إبراهيم ناصر، أصول التربية - الوعي الإنساني (عمان: دار مكتبة الرائد العلمية 2004م) ص 7-8

(2) أميرة زايد، دور التربية في صناعة وتفعيل الوعي العربي (القاهرة: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، كفر الشيخ، 2009م) ص 19

(3) ماكس ماكومز وآخرون، الأخبار والرأي العام - تأثير الإعلام على الحياة المدنية، ط1 (دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012م) ص 17

القضائية⁽¹⁾، ويعرف الوعي السياسي بأنه: "إدراك الفرد لواقع مجتمعه الإقليمي والدولي، ومعرفة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تحيط به، ومعرفة مشكلات العصر المختلفة، وكذلك معرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنياً وعالمياً"⁽²⁾.

فالوعي السياسي هو محصلة عمليات ذهنية وشعورية معقدة، فالتفكير وحده لا يتفرد بتشكيل الوعي، فهناك الحدس والخيال والأحاسيس والمشاعر والإرادة والضمير، وهناك المبادئ والقيم ومرتكزات الفطرة وحوادث الحياة والنظم الاجتماعية، والظروف التي تكتنف حياة المرء، وهذا الخليط الهائل من مكونات الوعي يعمل على نحو معقد جداً لاكتساب الوعي السياسي حول كل ما يدور في البيئة الإنسانية من أحداث وظروف سياسية متسارعة وديناميكية من وقت لآخر.

كما يعد التكامل الاجتماعي السياسي لمجتمع محدود القرية مؤشراً هاماً من مؤشرات التغيير الاجتماعي فهو يشير إلى أن الذين يعيشون في مجتمع محلي قد تحولوا من استغراقهم التام في مجتمعهم هذا، وانغلاقهم التام في مجتمعهم هذا، وانغلاقهم على مشكلاته إلى الانفتاح على العالم الخارجي والاهتمام بمشكلاته، وإيضاح العلاقة بين الاتصال وبين هذا التكامل إنما يبرز بطريقة ما، دور الاتصال في جانب هام من جوانب التغيير الاجتماعي وهو الانتقال من المحلية إلى الانفتاح على العالم الخارجي بالنسبة للمجتمع⁽³⁾.

ويحقق الإعلام السياسي للصحافة مميزات يمكن تحديدها بالتالي⁽⁴⁾:

1. التنشئة السياسية للأفراد:

التنشئة السياسية هي العملية التي يكتسب من خلالها الأفراد المعتقدات والاتجاهات والقيم الأساسية التي تعتبر الأساس في تكوين الفرد، كما أنها العملية التي يكتسب من خلالها

(1) W .Lance Bennette, James Barbere, **Public opinion in American Politices**, (new York: Har court, 1980) p:134

(2) ناجي الغزي، "مفهوم الوعي السياسي"، مقال منشور بوكالة أنباء الرأي العام: <http://www.aleayy.com> ، 2013-10-22م

(3) محمود عدوة، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، دون طبعة (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 1998م) ص464

(4) عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام - دراسة في ترتيب الأولويات، ط1 (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع د.ت) ص128-129

الأفراد التوجهات السياسية والمدرجات السياسية ونماذج السلوك السياسي الذي يرتبط ببيئتهم ومؤسساته وسلطاته وممارسته، وتشمل أيضاً معرفة القضايا الخاصة بالحملات والمرشحين، ومن أمثلة السلوك السياسي، المشاركة السياسية، التصويت، الاشتراك في المظاهرات السياسية والتجمعات والعضوية في المنظمات السياسية وبروز الرأي العام السياسي ووضوحه (1).

2. التثقيف السياسي:

هناك علاقة إيجابية بين التعرض للإعلام والمعرفة السياسية والشؤون العامة، ولأن حجم التأثير الإعلامي يعتبر صغيراً نسبياً في هذا الصدد يتبقى الكثير الذي يجب أن تفعله المؤسسات الإخبارية، فالإعلام الإخباري يمكن أن يؤدي دوراً أفضل من خلال تزويد الناس بنوعية المعلومات التي يحتاجونها لكي يكونوا مواطنين أكثر دراية بأمورهم (2).

وتتم عملية التثقيف من خلال تزويد الأفراد بالوعي في شتى المعرفة والمجالات والميادين والمفاهيم التي تتعلق بالأمور السياسية التي يحتاجها في إطار بناء شخصيته السياسية وحركته السياسية في المجتمع.

3. التجنيد السياسي والتعبئة السياسية:

إن مسألة تكوين أو تقوية الاتجاه أو الرأي بالمقارنة بالتغيير التام له أصبح لها وضع خاص مع ظهور الإعلام الجديد والطريقة التي يتعرف بها المواطنون على الأخبار، ويشار إلى أن البيئات الطاردة في مقابل الفئات الجاذبة والتي ترمز إلى الإعلام القديم مقابل الإعلام الجديد من شأنها أن تحدث فرقاً عند تناول العلاقة بين استخدام الإعلام الإخباري والاتجاهات السياسية لدى المواطنين (3).

بمعنى أن تعبئة الأفراد وتهيئتهم النفسية والمعنوية والذهنية لاستقبال أحداث سياسية متوقعة، مثلما يسبق بعض الزيارات لشخصيات بارزة أو شخصيات سياسية مرفوضة مثل الزيارة الأولى لرئيس وزراء إسرائيل لمصر، أو زيارة مادلين أولبرايت لفلسطين.

(1) Alexis S. Tan, **Mass Communication Theories and Research**, 3rd. ed. (U.S.A: Crid Publishiing, 1985) p315

(2) ماكس ماكومز وآخرون، مرجع سابق، ص 194

(3) المرجع السابق نفسه، ص 195-196

4. التطوير السياسي للأفراد:

يستطيع الإعلام أن ينمي مستوى الثقافة لدى الجماهير ابتداء من القراءة والمطالعة وفتح المكتبات العامة أمام الجمهور من خلال تطوير قطاع المعاهد التعليمية والمدارس والتدريب المهني إلى الحث على مطالعة النشرات والصحف والمجلات المتخصصة الأمر الذي يكفل تطوير المعرفة والثقافة عند كل فئات المجتمع وشرائه (1).

من أجل إثراء وعي الأفراد في المجال السياسي يتسنى من خلال تركيز الصحافة على عدة مهام منها (2):

1/4 إمداد الأفراد بالإعلام السياسي اللازم من خلال معرفته بالقضايا والموضوعات والمجريات والأحداث السياسية، سواء بالداخل أو بالخارج أو الإقليمية أو الدولية، وذلك من إطار تحريري وفني مناسب يعين الفرد على الاستيعاب والفهم السريع لهذه المضامين السياسية المرسله من خلال صحافته المفضلة.

2/4 تزويد الأفراد بكافة المعلومات والمعارف السياسية اللازمة لتهيئة القارئ ذهنياً وتمنية وعيه وحسه السياسي.

3/4 إطلاع القارئ على الحقائق في سرعة وثبات ووضوح شديد دون مواربة أو إخفاء للحقائق حتى تصبح الصحيفة موضع ثقة ومجال مصداقية للقراء.

4/4 حفز الأفراد على المشاركة السياسية من خلال الدعوة المستمرة إلى التصويت والترشيح.

5/4 التوعية الايدلوجية.

6/4 القضاء على اللامبالاة لدى الأفراد وذلك من خلال درج الأفراد على المشاركة في الرأي العام، وتكوين وجهة النظر الشخصية القائمة على الحوار السليم والجدل والنقاش المثمر.

7/4 القضاء على الشك السياسي، حيث يتمثل ذلك الشك في أعمال وأقوال الآخرين والنظر والشعور بأن العمل السياسي عمل رديء وأن الثقة في رجال الحركة السياسية أمر

(1) محمد أبو سمرة، الإعلام السياسي (الأردن: دار الريبة للنشر والتوزيع، 2011م) ص185

(2) عزيزة عبده، مرجع سابق، ص129-133

مستحيل، فتتخفف درجة ومستوى المشاركة السياسية، لهذا يتعين على الصحافة العمل على إزالة هذا الشك بعرض الحقائق من خلال إجابيات رجال الحركة السياسية وطرح إنجازاتهم على الجماهير وبهذا تتولد الثقة الحقيقية بين الحاكم والمحكوم أو الشعب والسلطة وتنجح الصحافة في القضاء على الشك السياسي لدى الجمهور.

8/4 استئثار مشاعر الوطنية والانتماء والقضاء على مشاعر الاغتراب التي قد تحول بين الفرد وبين رغبته في المشاركة والعطاء المستمر.

9/4 إذكاء روح النقد والتصحيح لدى الأفراد، (فالصحافة تعد من أول وسائل النقد التي تأتي مكملة لأجهزة الرقابة المختلفة فإن مهمتها في المجمع وخاصة المجتمعات النامية تكون صعبة على هذا الطريق لأن طبيعة هذه المجتمعات تتطلب أن يكون النقد موضوعياً حتى يساعد على دفع خطط وبرامج التنمية إلى الأمام لا يكون هدفة الهدم، بل يجب أن يكون هدفة هو التقييم لمصحوب والإرشاد.

10/4 خلق الشخصية الايجابية المتحركة القادرة على فهم الغير وتبني نظرة جديدة متخصصة وذلك من خلال تحطيم المسافة والعزلة التي يعيش فيها أفراد المجتمع التقليدي.

11/4 تطوير الثقافة السياسية لأفراد المجتمع، فالصحافة كأحدى وسال الإعلام قادرة على تطوير الثقافة السياسية لأفراد المجتمع وتهيئة الظروف السياسية الملائمة للتنمية وإحداث تغيير للقيم والمعتقدات بما يكفل التحول السياسي الذي يساعد على التطور والنهوض بالمجتمع، كما أن الصحافة قادرة على محاربة صور السلبية السياسية التي تعوق حركة التطور في المجتمعات⁽¹⁾.

12/4 المساهمة في تكوين قيم ومعتقدات سياسية جديدة لأن الصحافة كسائر وسائل الإعلام الأخرى تُعد مصدرًا أساسيًا من مصادر التغيير كما أن لها قدرة على التأثير على أنماط السلوك⁽²⁾.

13/4 توجيه الرأي العام حيث إن قدرة الصحافة على توجيه الرأي العام، قدرة بالغة على سبيل المثال قامت الصحافة في دول كثيرة بدور ملحوظ وفعال في تعبئة الرأي العام العالمي

(1) محمد أبو علي، دراسات في علم الاجتماع القانوني والسياسي (القاهرة: دار المعارف، 1975م) ص244،245

(2) محمد العويني، الراديو والتنمية السياسية (القاهرة: عالم الكتب، 1981م) ص42

ضد الفصل العنصري وفي وصف حقائق الحياة في إفريقيا الجنوبية، كذلك كان لها من القدرة على تعزيز وعي الجماهير بثقافات مختلفة حرية الحركة واتخاذ القرارات من خلال قوة الرأي العام فيها.

5. المشاركة السياسية:

تتسم المشاركة السياسية بمجموعة من السمات والخصائص منها⁽¹⁾:

1/5 أن المشاركة سلوك تطوعي ونشاط إداري حيث إن المواطنين يقومون بتقديم جهودهم التطوعية لشعورهم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه القضايا والأهداف.

2/5 المشاركة سلوك مكتسب فهي ليست سلوكاً فطرياً يولد به الإنسان أو يرثه، وإنما هي عملية مكتسبة يتعلمها الفرد أثناء حياته وخلال تفاعلاته مع الأفراد والمؤسسات الموجودة في المجتمع.

3/5 المشاركة سلوك ايجابي واقعي، بمعنى أنها تترجم إلى أعمال فعلية وتطبيقية وثيقة الصلة بحياة وواقع الجماهير.

4/5 المشاركة عملية اجتماعية شاملة ومتكاملة متعددة الجوانب والأبعاد وهي تهدف إلى إشراك كل فرد من أفراد المجتمع في كل مرحلة من مراحل التنمية.

5/5 لا تقتصر المشاركة على مجال أو نشاط واسع من أنشطة الحياة بل إن للمشاركة مجالات متعددة اقتصادية واجتماعية وسياسية.

6/5 المشاركة الجماهيرية لا تقتصر على مكان محدد ولا تتقيد بحدود جغرافية معينة فقد تكون على نطاق محلي أو إقليمي أو قومي.

7/5 المشاركة حق وواجب في آن واحد فهي حق لكل فرد من أفراد المجتمع وواجب والتزام عليه في نفس الوقت.

8/5 المشاركة هدف ووسيلة في آن واحد.

(1) فاروق الحسنات، الإعلام والتنمية المعاصرة (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011م) ص78

ب. أهم القضايا الوطنية الفلسطينية:

1. قضية القدس:

مدينة القدس مدينة يرتبط بها أتباع الأديان السماوية، فإليها هاجر إبراهيم أبو الأنبياء عليه السلام وقصدها موسى عليه السلام من مصر في رحلة دامت أكثر من أربعين عامًا ولكن لم تنعم عيناه برويته، ثم داود وسليمان وبقية الأنبياء ثم عيسى عليهم السلام أجمعين مبشرين بمحمد بن عبد الله خاتم الأنبياء والرسل إلى المسجد الأقصى ليعرج به السماوات حتى سدره المنتهى، لذلك فإن ارتباط أتباع اليهودية والنصرانية والإسلام بالقدس ارتباط روحي مقدس، حيث استمرت تلك المدينة على مر العصور ومن قبل كانت ولا تزال مدينة عربية منذ فجر التاريخ إلى أن يرث الله الأرض ومن عليها⁽¹⁾.

فمدينة القدس عربية النشأة، إسلامية التاريخ، وإنسانية الحضارة، كانت ولا زالت رمزاً يعبر عن تاريخها العربي الإسلامي، وعن رسالة الإيمان والإشعاع الروحي، ومعاني السلام والتعايش بين الرسالات السماوية في ظل سماحة الإسلام وتسامحه، وما اشتدت الظروف عليها يوماً، وتعرضت للاحتلال والغزو، إلا جازت تلك المحن واستعادت طابعها العربي الإسلامي، ودورها في أداء رسالتها، فهي الرمز الذي يجمع الصفوف ويوحدها، ويذكر روح التضامن، ويجدد عزيمة الأمة لتسترد حقها الذي انغرس فكان تحريرها عنواناً لتحرير فلسطيني من كل معتد أثيم، أو استعمار ظالم أو احتلال باغ⁽²⁾.

• موقع مدينة القدس:

تقع مدينة القدس في وسط فلسطين تقريباً إلى الشرق من البحر المتوسط على سلسلة جبال ذات سفوح تميل إلى الغرب وإلى الشرق، وترتفع عن سطح البحر المتوسط نحو 750 م وعن سطح البحر الميت نحو 1150 م، وتقع على خط طول 35 درجة و13 دقيقة شرقاً، وخط عرض 31 درجة و52 دقيقة شمالاً، وتبعد المدينة مسافة 52 كم عن البحر المتوسط في خط

(1) سيد راشد، القدس: عربية إسلامية (الرياض: دار المريخ للنشر، جامعة الملك سعود، 2008م) ص4

(2) إسحاق رباح، تاريخ القدس عبر العصور (عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2010م) ص7

مستقيم و22 كم عن البحر الميت و250 كم عن البحر الأحمر، وتبعد عن عمان 88 كم، وعن بيروت 388 كم، وعن دمشق 290 كم⁽¹⁾.

وترجع أهمية الموقع الجغرافي لمدينة القدس إلى جمعة بين ميزة الانغلاق الذي يكفل حماية المدينة، وميزة الانفتاح الذي يمنحها إمكانية الاتصال بالمناطق والأقطار المجاورة، كما ترجع هذه الأهمية أيضاً إلى مركزية موقع القدس بالنسبة إلى فلسطين والعالم الخارجي، وهذا كله يؤكد أهميتها الدينية والعسكرية، فقد اختير موقع القدس بما يجمع من صفات الانغلاق والانفتاح ليكون نقطة بداية الديانتين: اليهودية والمسيحية ومركز إشعاع لهما، ثم جاء الإسلام بعد ذلك ليربط بين مكة والقدس روحياً⁽²⁾.

كانت النشأة الأولى لمدينة القدس على (تل أوفيل) المطل على قرية سلوان التي كانت تمتلك عين ماء ساعدتها في توفير المياه للسكان، إلا أنها هجرت وانتقلت إلى مكان آخر هو (جبل بزيتا) ومرتفع موريا الذي تقع عليه قبة الصخرة، وأحيطت هذه المنطقة بالأسوار التي ظلت على حالها حتى بنى السلطان العثماني (سليمان القانوني) سنة 1542م السور الذي لا يزال قائماً.

كما ومرت القدس منذ احتلالها بمراحل مصيرية صبغت حاضرها وشوهدت وجهها ومعالمها وأثرت على سكانها كل مرة بطريقة مختلفة، فالاحتلال الأول خلال عام 1948م أخذ شكل التطهير العرقي، والعقلية الصهيونية التوسعية حينها كانت لا ترى أي متسع لغيرها في المدينة، أما الاحتلال الثاني لبقية المدينة عام 1967م فلم يأخذ شكل التطهير العرقي لاعتبارات كثيرة، وبات مقيداً بمعادلة ديمغرافية جغرافية أدرك خلالها أنه لا بد أن يخوض حرب استيطان واستيلاء وابتلاع طويلة حتى يظفر بـ"أورشليم" التي يحلم بها، وكان مستعداً لخوض هذا الطريق وتوالت خطواته العملية لأجل ذلك حيث بدأت أطواق المستوطنات تتراص لحصار المدينة المقدسة⁽³⁾.

(1) سمير الزين، ونبيل السهلي، القدس معضلة السلام دراسات استراتيجية، ط1 (الإمارات: مركز الإمارة

للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 1997م) ص13

(2) فؤاد عباس، موسوعة بيت المقدس، الطبعة الأولى (القاهرة: المطبعة الفنية الحديثة، 1995م) ص13

(3) نافذ أبو حسنة وآخرون، عين على القدس (غزة: مؤسسة القدس الدولي، د.ت.)، ص4

وقسم الاحتلال مدينة القدس من حيث التخطيط العمراني إلى 4 أقسام: 22% مساحات خضراء يُمنع البناء فيها، 30% مساحات غير مخططة يُمنع البناء فيها، 35% مساحات يُسمح للمستوطنين اليهود بالبناء فيها، و فقط 13% من مساحة القدس يُسمح للفلسطينيين المقدسيين بالبناء فيها، أي أن سلطات الاحتلال تحرم المقدسيين من البناء في مساحة تُشكل 87% من القدس، يضيف الاحتلال إلى هذه القيود صعوبة وتعقيد حصول المقدسيين على تصاريح لبناء مساكن تُعتبر أساسية لنموهم الطبيعي، مع العلم بأن نسبة نمو المقدسيين تبلغ 2% أي أنهم بحاجة لعدد 1400 وحدة سكنية جديدة سنوياً، ويقوم حالياً في مدينة القدس، بشكل غير شرعي، 200 ألف مستوطن، يعيشون في 54 ألف وحدة سكنية، وهناك نحو 50 ألف وحدة استيطانية جديدة في مراحل مختلفة من الترخيص والبناء. ويبلغ عدد سكان المقدسيين، أصحاب المدينة، 304 آلاف يعيشون في 50 ألف وحدة سكنية فقط، منها 15500 وحدة سكنية غير مرخصة، أي مهددة بالهدم. وهم بحاجة إلى ما لا يقل عن 60 ألف وحدة سكنية أخرى جديدة لتلبية حاجاتهم السكنية⁽¹⁾.

الأمر الخطير الآخر، هو الجدية غير المسبوقة من قبل كل مكونات الاحتلال الإسرائيلية، لتقسيم المسجد الأقصى المبارك زمانياً ومكانياً، أي السماح لليهود بالصلاة في أماكن معينة، وأزمنة معينة، كما حدث في الحرم الإبراهيمي الشريف في مدينة الخليل، الذي قام الاحتلال الإسرائيلي بتقسيمه عام 1994، وحول الجزء الأكبر منه إلى كنيس يهودي. والآن ومع كل أسف، نرى النوايا الإسرائيلية بتقسيم المسجد الأقصى المبارك، تتحول إلى خطوات عملية تتجلى بمناقشة قوانين باطلة لتقسيم المسجد الأقصى، وزيادة وتيرة اقتحامه من قبل المستوطنين اليهود، والمسؤولين الإسرائيليين، بحماية شرطة وجيش الاحتلال⁽²⁾.

2. قضية الأسرى:

ارتبطت قضايا الصراع العربي الإسرائيلي ارتباطاً وثيقاً بالموقف الفلسطيني كون الشعب الفلسطيني هو رأس الحربة في النضال ضد إسرائيل، وبالتالي فقد كان موضوع المعتقلين يحظى بدرجة من الأهمية لا تقل عن المواضيع السياسية التي تشكل خلافاً مع إسرائيل، حيث تم إدراج

(1) مهند العلكوك، مداخلة بعنوان "وضع مدينة القدس حالياً" (جدة: الدورة الرابعة للهيئة الدائمة المستقلة لحقوق الانسان، 2014م)، صفحات متفرقة، تاريخ الاحضار 21-12-2014م، منشورة على الرابط:

<http://www.fatehmofr.ps/%D9%85%D8%AF%D8%A7%D8>

(2) المرجع السابق نفسه، ص10

هذا الموضوع في غالبية المشاريع والأطروحات السياسية التي كانت تطرح لحل القضية الفلسطينية بمجملها العام، ويقدر ما أوضحت إسرائيل موقفها في قمعها للمعتقلين في سجونها فقد شكل الموقف الفلسطيني من هؤلاء المعتقلين جزءاً من النضال العام تجاه القضية الفلسطينية⁽¹⁾.

وتعد قضية الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال من أكثر القضايا التي تشغل بال الشعب الفلسطيني قادة ومواطنين وفصائل، نظراً لما قدمه الأسرى من تضحيات من أجل الكل الفلسطيني، وأيضاً لما يلاقه الأسرى من تعذيب يومي وانتهاك يومي، ومعاملة قاسية من قبل الاحتلال الإسرائيلي بالإضافة إلى حرمانهم من كافة الحقوق المشروعة التي كفلها القانون الدولي الإنساني بما في ذلك حقهم في العلاج والزيارة والتعليم والعبادة وغيرها من الحقوق⁽²⁾.

ويسود في الأوساط الفلسطينية قاطبة إجماع منقطع النظير على قضية المعتقلين، والأسرى الفلسطينيين في السجون الإسرائيلية والتي تعتبر من أهم المؤثرات على حدة الصراع الفلسطيني- الإسرائيلي وزخمه، فمن الأسس التي لا بد لأية تسوية فلسطينية إسرائيلية أن تركز عليها هو إطلاق سراح جميع هؤلاء المعتقلين والأسرى وتمكينهم من التمتع بحريتهم التي طالما فقدوها، كتعبير واضح عن البدء في علاقة جديدة ما بين الفلسطينيين والإسرائيليين بعد أكثر من قرن من الصراع، ولكن استمرار سلطات الاحتلال الإسرائيلية في احتجاز آلاف الفلسطينيين خلف القضبان، انتهاكاً لجميع القوانين والأعراف الدولية والإنسانية، خاصة بعد توقيع أوسلو التي وقعت في عام 1993م، يشكل تكريساً للمفاهيم، والسياسات الاحتلالية التي أصابت جوهر الإنسانية ومسته بطريقة أصبح معها صعباً محو نتائجه وآثاره⁽³⁾.

ولا يزال يقبع في سجون الاحتلال الآلاف من الأسرى الذين وضعوا داخل الزنازين وخلف القضبان، حيث يمارس الاحتلال بحقهم شتى أنواع العذاب النفسي والجسدي، كما يحرمهم من العيش مع عائلاتهم وذويهم، وقد اعتقلت إسرائيل منذ بدء الانتفاضة في العام 2000م حتى

(1) جهاد البطش، المعتقلون الفلسطينيون في السجون الإسرائيلية، ط1 (غزة: مكتبة اليازي، 2007م) ص212

(2) تقرير غير منشور صادر عن وزارة الأسرى والمحربين 2010م، ص2

(3) عيسى قراقع، الأسرى الفلسطينيون في السجون الإسرائيلية بعد أوسلو (معهد الدراسات الدولية: جامعة بيرزيت 1999م) ص32

عام 2012م ما يزيد عن المائة والأربعين ألف فلسطيني⁽¹⁾، كما ويمثل هؤلاء الأسرى جزءاً هاماً من حركة المقاومة الفلسطينية ضد المشروع الاستعماري الإسرائيلي، فهم عنصر مهم في القضية الفلسطينية وفي الصراع الإسرائيلي، لذلك حرصت إسرائيل قبل عام 1967م على إقامة السجون ومعسكرات الاعتقال، وزجت بها رجال المقاومة الفلسطينيين الذين يتم إلقاء القبض عليهم⁽²⁾.

والأسر عند الاحتلال سياسة ممنهجة، لا تراعي فرقا بين رجل أو امرأة، وبين راشد أو قاصر، وبين معافى أو مريض، ويعتدي بها على شريحة واسعة من الشعب الفلسطيني إن لم يكن كله، فمن لم يؤسر أحد أقربائه أسر، ومن لم يقض زهرة شبابه في ظلمات السجون وتحت ظلم السجانين، نجده قد مضى طفولته أو شبابه أو شيخوخته في انتظار غالٍ قد لا يعود من غياهب السجون، فالأسرى الفلسطينيين ليسوا مجرد عدد كبير مودع في السجون، بل هم مشهد تتجسد في كل جناباته أصناف العنصرية والإهانة والتكثير والتعذيب واللإنسانية، التي يمارسها الاحتلال الإسرائيلي، الذي يدعي التحضر والرقى بحقهم، وفي الوقت نفسه يسعى الاحتلال إلى التعقيم على قضيتهم، لما تنطوي عليه ممارساته من انتهاكات وجرائم إنسانية تنافي كل القوانين والأعراف والمبادئ⁽³⁾.

3. قضية اللاجئين:

يحتل اللاجئون الفلسطينيون حيزاً محترماً من التفكير الوطني الفلسطيني العام، وعنواناً بارزاً مهماً من عناوين قضية الشعب الفلسطيني العادلة، كما يحتلون جانباً مميزاً ومضيقاً في وجدان وضمير حركة التحرير الوطني الفلسطيني، ويعتبرون بوصلة دقيقة يستطيع الشعب من خلال مؤشرها أن يحكم على جدية الحلول السياسة القائمة وعدالتها تجاه حقوق اللاجئين الوطنية، أو دليل معاكس يشير إلى هزلية هذه الحلول، وعدم استمراريتها، وعدم صمودها أمام الواقع الحقوقي، والتاريخي للشعب⁽⁴⁾.

(1) نائل رمضان، أحكام الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي، ط1 (بيروت: مركز الزيتونية للدراسات والاستشارات، 2012م) ص 67

(2) جهاد البطش، المعتقلون الفلسطينيون في السجون الإسرائيلية، ط1 (غزة: مكتبة اليازجي، 2007م) ص3

(3) فراس أبو هلال، معاناة الأسير الفلسطيني في سجون الاحتلال الإسرائيلي، ط1 (بيروت: مركز الزيتونية للدراسات والاستشارات، 2009م) ص5

(4) صلاح عبد ربه، اللاجئون وحلم العودة إلى أرض برتقال الحزين (مركز المعلومات البديلة: مشروع حقوق المواطنة واللاجئين الفلسطينيين، 1996م) ص10

وتعرض الشعب الفلسطيني بعد احتلال الدولة اليهودية لأراضيه في العام 1967م لعدة موجات رئيسية من التهجير القسري والاقطاع الجماعي أهمها في العام 1947م-1948م أثناء الحرب الصهيونية العربية حيث بلغ أعداد المهجرين نحو 800 ألف هذا بالإضافة إلى نحو 400 ألف نازح في العام 1967م أثناء الحرب الإسرائيلية العربية، وفي العام 1991م أثناء حرب الخليج أجبر حوالي 350 ألف على الهجرة من الكويت والعودة إلى فلسطين والأردن، وتسببت الإجراءات والسياسات الإدارية المفروضة على الفلسطينيين مثل سياسة مصادرة الأراضي، وهدم المنازل، ومصادرة حقوق المواطنة، والإبعاد، بالإضافة إلى السياسات الحكومية والصراعات المسلحة في العديد من دول الشتات الفلسطيني في تهجير آلاف أخرى من الفلسطينيين، وتشكل الأغلبية العظمى من اللاجئين الفلسطينيين أولئك الذين اقتلعوا من ديارهم ومنازلهم في العام 1948م مع أحفادهم أكثر من 4 ملايين ويشكلون حوالي ثلثي الشعب الفلسطيني بأكمله وإذا ما أضفنا اللاجئين الذين اقتلعوا من ديارهم للمرة الأولى في العام 1967م، وأولئك اللاجئين المهجرون داخل الأخضر داخل ما يسمى إسرائيل فإن ما يقارب ثلاثة أرباع الشعب الفلسطيني قد اقتلعوا من بيوتهم وديارهم على مدار الستين عاماً الماضية، وبذلك فاللاجئون الفلسطينيون هم أكبر وأقدم مجموعات اللاجئين في العالم⁽¹⁾.

ويشكل اللاجئون الفلسطينيون المقتلعون من أرضهم ما يقرب من ثلثي الشعب الفلسطيني وتحديداً 63.5% وبالأرقام يقترب عددهم من الخمسة ملايين لاجئاً، والمسجلون منهم في وكالة غوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين (الأونروا) يتجاوز عددهم 3.6 مليون لاجئ، ومن حيث السكن فيتوزع هؤلاء على البلدان العربية المحيطة بفلسطين ومختلف بلدان العالم، بالإضافة لمن يعيشون لاجئين في وطنهم داخل الضفة الغربية وقطاع غزة وحده والذي يتجاوز عدد سكانه المليون إنسان بقليل يبلغ عدد اللاجئين بين هؤلاء أكثر من 700 ألف إنسان يسكن نصفهم في ثماني مخيمات، وحوالي نصف لاجئي الضفة يعيشون في تسعة عشر مخيماً، أما مخيماتهم في لبنان والأردن وسوريا فيبلغ عددها اثنان وثلاثون مخيماً يعيش فيها أكثر من نصف مليون لاجئ⁽²⁾.

(1) إياد شناعة، مخيمات اللاجئين في فلسطين (1950م - 2000م)، رسالة دكتوراه، غير منشورة (القاهرة:

جامعة الدول العربية، معهد البحوث للدراسات العربية، 2009م) ص15

(2) عبد الله الحوراني، اللاجئين قضية وموقف، ط1 (غزة، المركز القومي للدراسات والتوثيق، 2001م)،

ص8-9

ودائمًا يجرى التعامل مع مسألة اللاجئين الفلسطينيين تحت ما بات يُعرف خلال الأعوام الماضية بعملية سلام الشرق الأوسط، وفي ظل رعاية الولايات المتحدة إلى حد كبير، وعملية السلام يمكن أن تكون مدفوعة إما بعامل الجيوبوليتيكا وإما بقوى القانون الدولي، وتضع إسرائيل قضية اللاجئين كواحدة من القضايا الاستراتيجية التي تهدد أمنها، هذا إضافة إلى استناد رفضها لحق اللاجئين الفلسطينيين إلى عوامل أيديولوجية ودينية تنطلق من الجذور العنصرية والعرقية الصهيونية القائمة على بناء دولة عبرية نقدية "نقية" من الجنس العربي الفلسطيني تحديدًا، فأى عودة "مطلقة" وغير مدروسة إلى إسرائيل أو الضفة الغربية أو قطاع غزة من شأنها وفق النظرية الصهيونية الإسرائيلية أن تهدد استقرار الدولة وتؤثر على هويتها اليهودية، ثم من الناحية القانونية، تجد الدولة العبرية أن أي اعتراف بمشكلة اللاجئين من شأنه أن يثير الشكوك حول شرعيتها كما أن تحميل إسرائيل المسؤولية الأخلاقية والتاريخية والسياسية والاقتصادية والقانونية سيلزمها باستحقاقات عدة عملت طوال السنوات الماضية على رفضها⁽¹⁾.

وفكرة تهجير العرب من فلسطين حاضرة في أذهان الصهاينة، ويعبرون عنها باستمرار في تصريحاتهم ومقالاتهم ومناقشاتهم، بيد أن هذه الفكرة لم تأخذ صيغة المشروع أو البرنامج الذي يطرح على جدول أعمال المؤسسات والهيئات الصهيونية، إلا في المؤتمر الصهيوني العشرين، الذي يعد أول مؤتمر صهيوني يبحث مسألة التهجير العربي من فلسطين، من خلال بحثه لتقرير لجنة بيل الداعي لتقسيم فلسطين، وهي اللجنة التي طرحت مسألتى التقسيم وتبادل السكان لأول مرة، أي التهجير بصيغة أخرى، وهي بذلك عكست المواقف الصهيونية المنادية بالتهجير، وقد استقطب المؤتمر كل الآراء الصهيونية الداعية إلى تهجير العرب رغم رفضهم لمشروع التقسيم ظاهريًا⁽²⁾.

4. قضية الاستيطان:

لا شك في أن فكرة الاستيطان الصهيوني في فلسطين فكرة صهيونية أوربية مشتركة كان هدفها بالنسبة للأوروبيين الخلاص من ضغط اللوبي الصهيوني في أوروبا في حينه، وذلك تلبيةً

(1) أسعد عبد الرحمن، قضية اللاجئين الفلسطينيين - حق العودة والتعويضات .. أم .. خازوق وجزرات - مقالات - دراسات - مقابلات"، ط1 (عمان، 2002م)

(2) إبراهيم عبد الكريم، تهجير العرب من فلسطين - في التفكير الصهيوني قبل 1948 (غزة، التجمع الشعبي للدفاع عن حق العودة، 2007م) ص3

لطموح أوروبي للخلاص من اليهود (كتجمعات مزعجة) في أنحاء أوروبا، ناهيك عن تفاعل بعض الأوروبيين مع فكرة دولة اليهود بدافع ديني بحت، كما هو الحال مع غالبية المسيحيين البروتستانت⁽¹⁾.

ويعد الاستيطان أحد الدعائم الأساسية للمشروع الصهيوني، من أجل إيجاد وطن قومي لليهود على أرض فلسطين، وفرض الأمر الواقع أمام الرأي العام العالمي، وقد لعب الاستيطان مع الهجرة اليهودية دوراً مهماً في تحقيق أهداف الأيديولوجية الصهيونية حول الأرض والحدود، حيث رأت الحركة الصهيونية أن خير طريق لبلوغ أهدافها في تكوين الدولة هو بناء شبكة من المستعمرات في الأرض العربية، تشكل قاعدة أساسية للدولة اليهودية⁽²⁾.

ومنذ نشوء الحركة الصهيونية في أواخر القرن التاسع عشر، استمرت وبشكل متواصل حركة الصراع، وإن كانت في البدء من جانب واحد، فإنها ما لبثت أن شملت طرفي الصراع، بعد أن اتضحت النوايا ومنذ البدء أدت نظرة التعالي التي سيطرت على المستوطنين والنظر إلى موطني البلاد بأنهم أقل قيمة منهم، وأنهم أغراب يقيمون في هذه البلاد، إلى تنمية الشعور بالكراهية، واستمرت عمليات الاستيطان من خلال تعمد مستمر بإهدار الكرامة للطرف الآخر، ومع تضافر الظروف السياسية، التي نتجت أساساً من السيطرة الاستعمارية على فلسطين مع الجهود المثابرة من جانب الحركة الصهيونية العالمية، ودعمها لحركة الاستيطان الصهيوني في فلسطين، نشأت الازدواجية القومية من خلال صراع دموي أدى -نتيجة لعوامل عديدة- إلى نضوج العملية الاستيطانية وتبلورها إلى كيان محدد⁽³⁾.

وتتمثل قضية الاستيطان في أربع مراحل أولها أواخر العهد العثماني (1882م- 1914م) حيث وصلت موجتان من المهاجرين اليهود جلبتا (55-77) ألف مهاجر حيث رفع المهاجرون شعاراً يؤكد أن الاستيطان على الأرض شرط رئيسي لتجدد (الشعب اليهودي) والموجة الثانية أقام المستوطنون عددًا من المستوطنات فيها، كما وتمثلت المرحلة الثانية بعهد

(1) هشام سلامة، الاستيطان الصهيوني في فلسطين ودور المستوطنات في انتفاضة الأقصى، ط1 (دمشق،

دار الأقصى للدراسات والنشر، 2005م) ص7

(2) غسان دوعر، المستوطنين الصهاينة في الضفة الغربية - الاعتداء على الأرض والإنسان، ط1 (بيروت،

مركز الزيتونية للدراسات والاستشارات، 2012م) ص7

(3) عبد الرحمن أبو عرفة، الاستيطان - التطبيق العملي للصهيونية، ط1 (فلسطين، دار الجليل للنشر،

1981م) ص3

الانتداب البريطاني (1919م-1948م) حيث تعاضمت الهجرة اليهودية إلى فلسطين في هذه المرحلة في ضوء الانتداب لإقامة وطن قومي لليهود حيث توجهت في هذه المرحلة ثلاث موجات ضمن نحو 484 ألف مهاجر شكلوا نحو 30% من الهجرة اليهودية عبر البحار، حيث ارتفع حينها السكان اليهود في فلسطين من 57 ألف إلى 608.225 أي 35.3% من مجموع السكان حتى العام 1946م⁽¹⁾.

كما وشهدت مرحلة الاستيطان الثالثة مرحلة نشأة الدولة من العام (1948م-1967م) حيث فتح الاحتلال الهجرة أمام اليهود فجاءوا إلى فلسطين منذ قيامها حتى سنة 1993م أكثر من 2.3 مليون يهودي، أي بمعدل 50 ألف مهاجر سنويًا، وبلغت الهجرة ذروتها في الأعوام الثلاثة لقيام (إسرائيل) حيث جاء حتى سنة 1951 فقط أكثر من 687 ألف مهاجر، كما وشهدت المرحلة الرابعة تمدد الاحتلال من العام (1967م-2000م)⁽²⁾ كما لا يزال التوسع الاستيطاني في المناطق الفلسطينية يشهد تقدماً ملموساً حيث لا تزال أيادي الاحتلال تطال كافة المناطق وتضع بؤرها الاستيطانية.

وتشير البيانات إلى أن عدد المستعمرات في الضفة الغربية قد بلغ 144 مستعمرة وذلك في نهاية العام 2012، منها 26 مستعمرة في محافظة القدس تتوزع بواقع 16 مستعمرة تم ضمها إلى إسرائيل، و10 مستعمرات في J2 من المحافظة، و24 مستعمرة في محافظة رام الله والبيرة، وكان أقل عدد من المستعمرات في محافظة طولكرم بواقع ثلاث مستعمرات. وتشير التقديرات إلى أن عدد المستعمرين في الضفة الغربية قد بلغ 563,546 مستعمراً، وذلك في نهاية العام 2012، ويتضح من البيانات أن معظم المستعمرين يسكنون محافظة القدس بواقع 277,501 مستعمراً، منهم 203,176 مستعمراً في منطقة (J1)، يليها محافظة رام الله والبيرة بواقع 107,586 مستعمراً، و66,392 مستعمراً في محافظة بيت لحم و35,138 مستعمراً في محافظة سلفيت. أما أقل المحافظات من حيث عدد المستعمرين فهي محافظة طوباس بواقع 1,452 مستعمراً⁽³⁾.

(1) المرجع السابق نفسه، ص 27-29

(2) المرجع السابق نفسه، ص 33-37

(3) الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، "المستعمرات الإسرائيلية في فلسطين: التقرير الإحصائي السنوي

2012" (رام الله: فلسطين، 2013) ص 17

وتتمثل أسطورة الاستيطان الصهيوني في زعم المفكرين والقادة الصهاينة، أن فلسطين هي أرض إسرائيل، وأن تاريخها توقف تماماً برحيل اليهود عنها، بل إن تاريخ اليهود أنفسهم، قد توقف هو الآخر برحيلهم منها ولن تستأنف إلا بعودتهم إليها، وبذلك حولت الحركة الصهيونية ان إيمانها بالاستيطان يتمثل بأن اليهود رغم انتمائهم إلى العديد من الدول والمجتمعات، إلا أنهم يمثلون قومية واحدة تتميز بصفات عرقية سياسية، وأن علاقتهم مع الشعوب الأخرى تقوم على العداة والصراع ضمن ظاهرة معاداة السامية، وأن مشكلتهم لا يمكن حلها إلا بإقامة دولة يهودية، وأن ذلك لا يتم إلا بالاستيلاء على (أرض الميعاد) والاستيطان فيها⁽¹⁾.

5. قضية المصالحة الفلسطينية:

بدأت هذه القضية بالظهور بعد أن ظهر مصطلح الانقسام الفلسطيني عقب نشوء سلطتين سياسيتين وتنفيذيتين في صيف عام 2007م في الضفة الغربية وقطاع غزة، إحداهما تحت سيطرة حركة فتح في الضفة الغربية والأخرى تحت سيطرة حركة حماس في قطاع غزة، وذلك بعد فوز الأخيرة في الانتخابات التشريعية مطلع عام 2006م، ونشوء أزمة سياسية ارتبطت بعراقيل داخلية وخارجية للانتقال السلمي للسلطة، وحدث صراع بين طرفي الانقسام (فتح وحماس)⁽²⁾.

احتدم القتال في منتصف شهر مايو/أيار من عام 2007م واستمرت عمليات القتل والختف المتبادل بين الجانبين حتى 14 حزيران/يونيو سنة 2007م حين سيطرت حماس على كل المواقع الأمنية في قطاع غزة الذي وقع بذلك تحت السيطرة الكاملة لحماس، كما فر قادة الأجهزة الأمنية وأعضاء من فتح إلى الضفة ومصر وإسرائيل عن طريق مراكب أبحرت من مقر الرئاسة الفلسطينية "منتدى الرئيس"، مثل محمد دحلان ورشيد أبو شباك والمشهراوي، وتعلل حماس ومؤيدوها عملية الحسم العسكري باختطاف وتعذيب عدد من أفراد القسام والقوة التنفيذية التابعة لحماس على أيدي القوى الأمنية الموالية لفتح، إلا أن الطرف الآخر في فتح ومؤيديها يرونه تنفيذاً لمخططات إيرانية في فلسطين، ويتهمون حماس بتلقي الدعم المادي من إيران

(1) حسن أيوب وآخرون، الاستيطان اليهودي وأثره على مستقبل الشعب الفلسطيني، ط1 (جرش: مركز دراسات الشرق الأوسط، 2006م) ص105

(2) المحطات الزمنية لحوارات المصالحة، وكالة الصحافة الفلسطينية - صفا:

، 3-6-2014م/129771/news/details/safa.ps/http://

وحليفاتها سوريا، وفي رام الله أعلن الرئيس الفلسطيني محمود عباس إقالة حكومة إسماعيل هنية، وكلف سلام فياض بتشكيل حكومة جديدة، واستمرت الأمور بحكومتين واحدة في الضفة وأخرى في غزة⁽¹⁾.

ومرت المصالحة الفلسطينية بين انفصال الحكومتين بعدة محطات زمنية توجتها سبعة أعوام من المساعي إلى أن تم إعلان المصالحة بداية شهر يونيو للعام 2014م نذكرها فيما يلي⁽²⁾:

- مايو 2006م: قيادات الحركة الأسيرة تطلق وثيقة للمصالحة، وعقد على أثرها مؤتمر الحوار الوطني في 25 مايو.

- فبراير 2007م: توقيع اتفاق مكة بمبادرة من الملك السعودي عبد الله بن عبد العزيز ونص على تشكيل حكومة وحدة وطنية لكنها انهارت بعد ذلك بأربع أشهر فقط على وقع بدء الانقسام الداخلي.

- مارس 2008م: أول حوار بين فتح وحماس منذ بدء الانقسام برعاية يمنية في صنعاء واتفاق على وثيقة للمصالحة دون تنفيذ بنودها.

- يونيو 2008م: لقاء بين فتح وحماس في دكار بالسنغال واتفاق على "حوار أخوي" بوساطة من الرئيس السنغالي عبد الله واد، من دون أي تقدم.

- مارس 2009م: بدء سلسلة اجتماعات في القاهرة لبحث تشكيل حكومة وحدة وطنية وإصلاح الأجهزة الأمنية وإعادة بناء منظمة التحرير الفلسطينية والتحضير للانتخابات.

- سبتمبر 2009م: مصر تطرح "الورقة المصرية للمصالحة الفلسطينية" بعد جولات من الحوار بين حركتي فتح وحماس دون أن تجد طريقها إلى بدء التنفيذ.

- نوفمبر 2010م: لقاء بين فتح وحماس في دمشق دون نتائج عملية.

(1) الانقسام الفلسطيني، الموسوعة الحرة "ويكيبيديا":

<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D> 2014-6-3

(2) المحطات الزمنية لحوارات المصالحة، وكالة الصحافة الفلسطينية - صفا:

<http://safa.ps/details/news/129771>، 2014-6-3م

- مارس 2011م: تظاهرات شعبية في قطاع غزة والضفة الغربية تطالب بإنهاء الانقسام، يتلوها دعوة من رئيس وزراء حكومة غزة إسماعيل هنية إلى حوار وطني فوري للمصالحة، ثم الرئيس محمود عباس يعلن استعداده للذهاب "غداً" إلى غزة لإنهاء الانقسام.
- مايو 2011م: الفصائل الفلسطينية توقع على الورقة المصرية (وثيقة الوفاق الوطني للمصالحة وإنهاء الانقسام الفلسطيني).
- ديسمبر 2011م: عقد أول اجتماع للجنة الإطار القيادي المؤقت لبحث توحيد كافة الفصائل الفلسطينية في إطار منظمة التحرير الفلسطينية وإنشاء لجان انتخابية.
- فبراير 2012م: توقيع إعلان الدوحة الذي نص على تولي الرئيس عباس رئاسة الحكومة انتقالية تحضر لإجراء انتخابات عامة بعد ستة أشهر.
- يناير 2013م: اتفاق بين الرئيس عباس وخالد مشعل رئيس المكتب السياسي لحركة حماس في القاهرة على "تنفيذ اتفاق المصالحة الفلسطينية" وبدء عمل اللجان المختصة بالمصالحة بعد أسبوع برعاية مصرية.
- مايو 2013م: لقاءات بين فتح وحماس في القاهرة واتفاق على تشكيل حكومة التوافق بعد ثلاثة أشهر ومن ثم تحديد موعد للانتخابات العامة.
- 23 أبريل 2014م: توقيع "إعلان الشاطئ" بين وفد من منظمة التحرير وحركة حماس لتشكيل حكومة التوافق خلال خمسة أسابيع وإجراء انتخابات عامة بعد فترة لا تقل عن ستة أشهر.
- 2 يونيو 2014م: حكومة التوافق تؤدي اليمين الدستورية أمام الرئيس عباس.

ثالثاً: شبكات التواصل الاجتماعي والقضايا الوطنية:

أدى التطور السريع في علم الاتصال والإعلام في معظم البلدان والتوسع في الأشكال المختلفة للاتصال والإعلام الجماهيري (وخاصة السمعية، والبصرية) إلى فتح آفاق جديدة ومضاعفة الروابط بين التعليم والاتصال، حيث إن هناك زيادة واضحة في الطاقة التربوية للاتصال، ويؤدي الاتصال بما وهب من قيمة تربوية أكبر، إلى خلق بيئة تعليمية، وفي حين يفقد النظام التعليمي احتكاره لعملية التربية، فإن الاتصال يصبح نفس وسيلة وموضوعاً للتعليم،

وفي نفس الوقت تعتبر التربية أداة لا غنى عنها لتعليم الناس كيف يتصلون نحو الأفضل وكف يحصلون على وعي ومنافع أكبر وهكذا توجد علاقة متبادلة متزايدة بين الاتصال والتعليم⁽¹⁾.

فالآراء الثاقبة لأبحاث وسائل الإعلام على مدى سنتين عاماً شديدة الأهمية وتزداد أهميتها مع محاولة المواطنين تطوير فهم راق للعلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة في القرن الحادي والعشرين، وما زالت مفاهيم مثل "تدفق الخطوتين" "وضع جدول أعمال" "الجماهير المهتمة في مقابل الجماهير الغير مهتمة، مفيدة حتى اليوم، ولكن ما حدث في الماضي (على سبيل المثال التغيرات التي تشكلت عن طريق سيطرة التليفزيون من منتصف القرن العشرين) فإن هذه الآراء الثاقبة يجب إعادة النظر فيها في ضوء التغيرات الجذرية في البيئة الإعلامية خلال العقدين الماضيين⁽²⁾.

1. شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجماهيري:

عند بداية ظهور شبكات التواصل، فإن العرب إجمالاً قاموا باستخدامه أولاً، وقبل كل شيء، كأداة للطرح السياسي، وذلك لعدم وجود إعلام محايد أو مؤسسات للمجتمع المدني أو نشاط سياسي في الشارع العربي، ولكن هناك مبالغة في الدور الفعلي لمواقع التواصل بتغيير واقع السياسة، وإن دور اعضاء مجموعات فيسبوك أو المشاركين هو في غالب الاحيان رمزي، ولا يتعدى حدود الشكليات لذلك، فإن النشاط السياسي في الانترنت لا يترجم بالضرورة الى تغيير أو نشاط سياسي فعلي في الشارع العربي، وبالرغم من النشاط الكبير على الإنترنت في مصر، إلا أن التغيير السياسي الحقيقي لم يولد في الإنترنت، بل تولد في الشارع، وجاء الاعلام الجديد مكماً له، وهذا بسبب الأمية التي تعاني منها الشعوب العربية⁽³⁾.

وتؤدي وسائل الإعلام الجماهيرية دوراً مهماً في تكوين الصور الذهنية عن قضايا الحياة كافة، فهي الوسيلة الرئيسية لنقل الصور والآراء والأفكار، وتدعم وسائل الإعلام الصور الذهنية الموجودة مسبقاً في أذهان الأفراد التي تكونت في مرحلة الطفولة في داخل الأسرة والمدرسة

(1) بشير البرغوثي، ويعقوب البهبهاني، النظام الإعلامي الجديد (عمان: دار رؤى، 2003م) ص57

(2) اندريا بريس، وبروس ويليامز، البيئة الإعلامية الجديدة، ط1 (القاهرة: دار الفجر للطباعة والنشر، 2012م) ص115

(3) بشرى الرواي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، ص18
www.philadelphia.edu.jo/arts/.../session.../bushra.doc

فتضفي عليها بعداً أوسع نطاقاً وثقة إضافية ودور وسائل الإعلام في تدعيم الصور يكون أكثر من دورها في تغيير وتعديل هذه الصور، كما تؤدي دوراً مهماً في خلق صور ذهنية عن الموضوعات الجديدة التي لا يمتلك الفرد عنها أي معلومات وتبرز أهمية وسائل الإعلام في تكوين الصور في النقاط الآتية (1):

1. أن نطاق تجربة معظم الناس محدود بطبيعته، لذلك فإن الإنسان يستقي معلوماته بما تنشره وتذيعه وتعرضه وسائل الإعلام المختلفة وتختلف هذه النسبة باختلاف تقدم الدول تكنولوجياً، فإن ما يقرب من 95% من الأمريكيين يحصلون على معلوماتهم من وسائل الإعلام.

2. الانتشار الواسع لوسائل الإعلام، وامتداده الأفقي والعمودي، فهي تحاصر الإنسان في كل مكان حيث يوجد، وبسبب هذا الانتشار الكبير فلا يمكن للفرد الهرب من رسائلها.

3. قدرة وسائل الإعلام على تفسير الأحداث والحقائق التي تجري في العالم يومياً وبلورتها في صورة معينة، وهذا يوفر على الفرد جهداً في التحليل والتفكير، فيلجأ إلى الاعتماد على هذه الوسائل في معرفته للعالم المحيط به، لا سيما ما يخص أولئك الذين ليس لديهم المقدرة على اختيار تحليلي واضح لكل الأمور.

وترتفع يوماً نسبة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي حيث ترتفع نسبة مشاهدتها واستخدامها حين تركز وسائل الإعلام المتباينة على تسليط الضوء على قضية معينة أو خلق حدث إعلامي حيث تعمل شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر بديلة للمعلومات والآراء حول القضايا الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، متحدية وظائف حراس البواب المنتجين القدامى لوسائل الإعلام، حيث إن شبكات الناشطين السياسيين، والاجتماعيين يستخدمون الشبكة العنكبوتية لعرض معارضة واقعية عالمية للصفوة من السياسيين التقليديين أو خلق أماكن بديلة لمناقشة قضايا أهملت من قبل الصفوة ووسائل الإعلام التقليدية (2).

(1) عبد الرزاق الدليمي، قضايا إعلامية معاصرة، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011م) ص216-

(2) اندريا بريس، وبروس ويليامز، مرجع سابق، ص36

كما وإن ظهور وسائل جديدة للاتصال يؤدي إلى ظهور ألوان جديدة من الثقافة لم تكن معروفة من قبل ما كان يقدر لها أن توجد بدون ظهور هذه الوسيلة الجديدة وعلى سبيل المثال فإنه بدون وجود المطبعة ما وجدت الرواية الأدبية، وبدون الصحف ما وجدت القصة القصيرة والمقال النقدي، وبدون وجود الراديو والتلفزيون ما وجدت الدراما الإذاعية والتلفزيونية وهذا الأمر مع العديد من ألوان الإبداع الثقافي التي ظهرت بوجود وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية أي أن الثقافة تؤثر وتتأثر بالوسيلة التي تنقلها بحيث تضي على الوسيلة طابعها، وفي ذات الوقت تكتسب هي طابع الوسيلة التي تنقلها⁽¹⁾.

لذلك يسعى المواطنون الذين لديهم الدافع للسعي في الآراء، ولوجود نوع من التحدي لآرائهم المسبقة، ولتطوير معتقداتهم يمكن أن يستفيدوا من البيئة الإعلامية الجديدة بأساليب معقدة تسهل لهم الوصول إلى أهدافهم، حيث إن الاستخدام الراقي والمعقد للإنترنت (وبالأخص ذات السرعة العالية) يعطي الفرصة للمستخدمين الذين يسعون إلى إحداث تنوع في الآراء للكشف وتوضيح أي فكرة أو منظور، كما وإن وجود مواقع للمناقشة على الإنترنت يمكن أن يسهل من تبادل الآراء المتعارضة أو السعي وراء الأخبار الإلكترونية من المصادر التي عادة لا تتفق مع آراء كل الأشخاص⁽²⁾.

2. شبكات التواصل الاجتماعي والسياسيون:

فالشبكات الخاصة بالنشطاء السياسيين والاجتماعيين تستخدم الشبكة العنكبوتية لجمع المعارضة العالمية الحقيقية والفعالية للصفوة السياسية التقليدية أو خلق أماكن بديلة لمناقشة القضايا التي أهملت من وسائل الإعلام الحاكمة والسائدة ورجال الصفوة، فشبكات التواصل الاجتماعي أتاحت الفرصة للمرشحين والمتحدثين الرسميين الدخول وحتى المساعدة في تشكيل المناظرة العامة إلى درجة قد يبدو مستحيل حدوثها في حقبة مبكرة، وأصبح في إمكان المواطنين

(1) فاروق أبو زيد، الإعلام والديمقراطية (القاهرة، عالم الكتب، 2010م) ص63

(2) اندريا بريس، وروس ويليامز، البيئة الإعلامية الجديدة، ط1 (القاهرة: دار الفجر للطباعة والنشر،

2012م) ص239

الوصول إلى معلومات عن الحياة السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية مباشرة، مع تجنب العديد من البوابات الإعلامية التقليدية (1).

فأصبح الحديث عن قضايا الشأن العام لا يستقيم دون تفكيك آليات تشكل المجال الإعلامي، فالتعرض لمشاكل الناس محلياً ودولياً هو كلام عن كيف نحاور الأنا والآخر، ولكل شخص الحق في تأسيس إعلامه، كما وإن تحولات الإعلام العربي متعددة الأوجه ولاسيما الثقافية والسياسية وعلى أمل أن تتحول تدريجياً إلى هاجس فكري ذي صلة بقضايا تحديث المجتمع وليس فقط الوقوف عند دائرة التوظيف الحيني، إذ أصبح السياسي يفرد أهمية في إدارته للشأن العام لقيمة الإعلام، وكذلك عند فئات مجتمعية أخرى، ويعدّ هذا عنصراً حيوياً يجعلنا ندخل في حلقة جديدة اسمها تواصل الأفكار بين الناس وصاحب القرار وذلك بغض النظر عن وجهة أو ضعف تلك الآراء، وإن تحويل قضايا الشأن العام إلى هم يومي على واجهة وسائل الاتصال مرحلة مهمة لأي إمكانية للتغيير، ويؤدي عرض الأفكار حتماً للتعدد، والتعدد هو طريق التواصل والحوار بين الناس، وأصبحت شيئاً فشيئاً توجد رغبة ربما تبدو محتشمة لإعلان قضايا خلافية في المجتمع للعموم، وهو مدخل الديمقراطية والجدل الاجتماعي الذي يمكن عن طريقه القيام بالإصلاح والمصالحة بين النظام السياسي ورعاياه من زاوية تواصلية إعلامية (2).

ويرى الباحث أن شبكات التواصل الاجتماعي وما تتمتع به من خصائص تفاعلية استطاعت أن تسهم في توسيع الاتصال الجماهيري، إلى جانب رفع مستوى الوعي السياسي وغيره من الأنشطة المعرفية الرامية إلى إثراء قدرات الأفراد العقلية ضمن العوامل المؤدية إلى الاستقلالية الفكرية والتي تتكامل مع الاستقلالية الاجتماعية والاستقلالية الاقتصادية حيث إن الأفراد أصبحوا يشعرون بالاستقلالية الانسانية التي عززتها صفحاتهم على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال نشر ما يريدون ومتى يشاؤون ما يجول في صدورهم من مواضيع سياسية واجتماعية واقتصادية وغيرها من مواضيع تخصهم أو تتعلق بهم.

(1) اندريا بريس، وروس ويليامز، مرجع سابق، ص 118

(2) جمال الزرن، تدويل الاعلام العربي، الوعاء ووعي الهوية (دمشق: دار صفحات، 2007م) صفحات

متفرقة

3. شبكات التواصل الاجتماعي والتوعية بالقضية الفلسطينية:

ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ونشر القضية الفلسطينية في كافة السبل والأدوات التفاعلية التي أتاحها تلك الشبكات، فلم يتوان مستخدمو هذه الشبكات عن تقديم كافة الأساليب التي من شأنها أن تسمو بالقضية الفلسطينية وتنقل كافة الأحداث المختلفة التي تشهدها المناطق الفلسطينية بكافة المناطق والمحافظات، بل وتنقل ما يجري في دول العالم التي تستضيف عددًا لا بأس به من اللاجئين الفلسطينيين، وشبكات التواصل الاجتماعي مارست دورًا مهمًا في زيادة المشاركة والتفاعل مع المواضيع التي تطرحها تلك الشبكات في نقل كافة المجريات على الساحة الفلسطينية، حيث زاد حجم المشاركة في التعبير عن المواقف والرؤى السياسية التي يطرحها الناشطون على شبكات التواصل الاجتماعي، كما وزاد حجم المشاركة في التعبير عن الآراء والمواقف التي تنقلها تلك الشبكات حيث نقلت حالة احتقان التي ظهرت بشكل ملحوظ حين تناول بعض الأشخاص مواضيع سياسية خاصة بالقضية الفلسطينية، واتضح ذلك من خلال حجم الردود والتفاعل مع القضية التي تطرح عبر تلك الشبكات⁽¹⁾.

وأتاحت الشبكات العديد من الميزات والخصائص بل وفتحت آفاق جديدة حاول نشطاء شبكات التواصل استغلالها لنقل القضية الفلسطينية بكافة تفاصيلها وباستخدام أساليب جديدة من شأنها أن تصل لكافة مناطق دول العالم، وهناك رغبة كبيرة من قبل الشباب الفلسطيني برزت في هذه الأيام لتزيد من معرفة ووعي الشباب الفلسطيني بقضايا الوطن، حيث يجب على مستخدمي الشبكات من الجيل المتقدم في العمر ومن يمتلك منهم المعرفة الكاملة أو جزئية خاصة بالقضية الفلسطينية بضرورة نقلها بصورة تمكن الشاب الناشئ من المعرفة بتلك القضايا لأن ذلك يساعد في خلق جيل جديد يمتلك الوعي الكامل في تفاصيل القضية الفلسطينية ويساهم في ذلك أيضًا معرفة الشاب الجديد بتقنيات استخدام الشبكات الأمر الذي يساهم في توسيع دائرة الوعي بالقضية الفلسطينية على مستوى الشباب الفلسطيني والشباب بكافة المناطق وبلدان العالم⁽²⁾.

(1) أحمد البيقاوي، ناشط شباب في الإعلام الجديد "مقابلة شخصية" 3-3-2013م

(2) حسن جبر، صحفي وكاتب سياسي يعمل في صحيفة الأيام الفلسطينية وناشط بمجال الإعلام الجديد "مقابلة شخصية" 5-3-2013م

كما ساهمت هذه الشبكات في اتاحت الفرصة للشباب الفلسطيني لتوسيع دائرة النقاش في مختلف القضايا الوطنية، كما أعطت الفرصة لهم لتحويل القضايا التي تطرح عبر الصفحات المختلفة إلى ساحة حوار تزيد من وعيهم من خلال تبادل الآراء والخبرات، فالانترنت سابقاً لم يعط الشباب الفلسطيني الفرصة الكافية في اتاحة أجواء الحوار التي أوجدتها تلك الشبكات فتسبب في وجود فجوة وجدناها في بعض الأحيان لعدم تعودنا على أسلوب الحوار المفتوح، لكن شبكات التواصل الاجتماعي أتاحت مساحة واسعة للحوار برغم أنها ليست كما يجب لكن دورها سيزيد في المستقبل القريب⁽¹⁾.

وزادت الشبكات من انخراط الشباب الفلسطيني في تفاصيل مهمة تتعلق بالقضية الفلسطينية حيث أجبر نشطاء الإعلام الجديد متابعي هذه الشبكات على المشاركة في القضايا الوطنية والخروج إلى الشارع وخصوصاً أن هناك من يدعي أنهم شباب "الكيبورد" فقط وأنهم يحاربون فقط من خلف الحواسيب التي يستخدمونها لكن هذا الأمر تم إثبات خلافه بحيث أن جميع النشطاء والمشاركين توافدوا إلى الميادين ونزلوا إلى الشوارع في العديد من المناسبات كما حدث من شباب ائتلاف الانتفاضة وغيرها⁽²⁾، وهناك عدداً من الاستراتيجيات التي يمكن أن تُسهم في رفع وعي الشباب بالقضايا الوطنية⁽³⁾:

1/3 استراتيجية المناصرة:

وهي الترويج والتحفيد من خلال تكتيكات توظف داخل شبكات التواصل الاجتماعي في حملاتها ولكن لم تصل علمياً بشكل كامل، وأبرز نجاح لهذه الاستراتيجية هو الربيع العربي.

2/3 استراتيجية المشترك:

فلسفتها كلما استطعت إيجاد أشياء مشتركة لجمهور كبير اتجاه قضية زاد دعمك، وهي دعم أشخاص مختلفين يشتركون في جانب واحد، علي سبيل المثال حق الطفل في التعلم هو حق مشترك كامل في ملايين البشر، وأيضاً توحيد صورة البروفيل من صور استراتيجية المشترك (وهي استراتيجية استخدمها نشطاء الاعلام الجديد لجلب التأييد ورفع الوعي المطلوب في

(1) محمد أبو شرح مدير شبكة أمين الإخبارية وناشط بمجال الإعلام الجديد "مقابلة شخصية" 11-3-2013م

(2) خالد صافي ناشط بمجال الإعلام الجديد "مقابلة شخصية" 9-3-2013م

(3) محمد أبو شرح، المرجع السابق نفسه

القضايا الوطنية وأبرز ذلك الاستخدام كان لقضية الأسرى والأسير سامر العيساوي)، (انظر ملحق رقم 3).

شكل رقم (2) يوضح استراتيجية المشترك



3/3 استراتيجية الصحفي المواطن:

حيث أصبح المواطن له وسيلة خاصة به، وهذه الوسيلة تشجع جميع المواطنين على جمع المعلومات ونشرها وترويجها على صفحاتهم المختلفة.

4/3 استراتيجية المراقب:

أي أنه عندما يكون لدي فعل وأن نراقب ظاهره معينة غير مرغوب بها كقضية التحرش في مصر يتحول المواطن الي مراقب دون تحمل مسؤولية نشر المعلومة كإخفاء شخصيتك واستخدمت هذه الاستراتيجية بشكل واسع في محاربة الفساد والتعذيب.

5/3 استراتيجية التدفق الخارجي:

ظهرت هذه الاستراتيجية في الربيع العربي كمنع استخدام الانترنت حينها يقوم اناس من خارج البلد بنقل هذه المعلومات ونشرها.

4. شبكات التواصل الاجتماعي والتوعية بالقضايا الوطنية:

تنتشر على شبكات التواصل الاجتماعي الكثير من الصفحات بل ونشهد كل يوم تشييد صفحة جديدة يتم دعوتنا إليها فالشبكات رفعت وعي الشباب الفلسطيني بقضايا الوطن وجاء ذلك من خلال وجود قناة مفتوحة لا تخضع للرقابة، كما وساهم أيضاً في ذلك وجود الشرائح المتنوعة والتي أثرت وعززت باب النقاش بين كافة المستخدمين والمتابعين لتلك الشبكات⁽¹⁾، وعند الحديث عنها نتحدث عن أساليب جديدة غير نمطية أو أكاديمية كقراءة كتاب أو تلقين كما اعتاد عليها الشباب الفلسطيني بل هي وسيلة احتكاك الكثير من الثقافات ونلاحظ ذلك جلياً عند الحديث البعض عن أي قضية من القضايا بأن الجميع يشارك ويدلي بآرائه الأمر الذي يساهم في نشر القضايا ويزيد من وعي الجميع بها⁽²⁾.

فتناول الصفحات المتخصصة والتي تتواجد على شبكات التواصل الاجتماعي للمواضيع المختلفة المتعلقة بالقضية الفلسطينية والتي يطرحها الناشطون الشباب بشكل مستمر ومتجدد يزيد من وعيهم ويوجد فائدة كبيرة في تناول أهم وأبرز القضايا الوطنية الفلسطينية، فتلك الشبكات تساهم بشكل مستمر في رفع وزيادة وعي الشباب الفلسطيني بقضايا الوطن بشكل نسبي، فالصفحات المتخصصة أتاحت الكثير من الفرص وأوجدت المساحة الكبيرة للجميع للتواصل والحديث عن أهم وأبرز القضايا الوطنية الأمر الذي أوجد باباً جديداً للنقاش ومساحات واسعة لتبادل الآراء والأفكار التي من شأنها أن تجلب مزيداً من التأييد وحشد الطاقات والامكانيات لنصرة الشعب الفلسطيني وقضيته العادلة الأمر الذي يُعد أهم من تبادل الأخبار فقط كما في وسائل الإعلام التقليدية حيث إن رد فعل الأشخاص والحديث معهم جانب مهم وفعال لزيادة الوعي بالقضايا الوطنية⁽³⁾.

ويرى الباحث أن الصفحات المتخصصة استطاعت أن تضيفي عنصر التفاعلية لتزيد من وعي الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية فالمساحات الكبيرة التي أتاحتها شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام وشبكة الفيسبوك بشكل خاص أظهرت مدى متابعة الشباب الفلسطيني لتلك القضايا من خلال تلك الصفحات بل وبالإمكان اليوم شراء التفاعل من شبكة التواصل

(1) خالد الشراوي، ناشط بمجال الإعلام الجديد "مقابلة شخصية" 9-3-2013م

(2) مريم حامد، ناشطة بمجال الإعلام الجديد "مقابلة شخصية" 5-1-2013م

(3) هاني البسوس، محلل سياسي "مقابلة شخصية" 10-3-2013م

الاجتماعي نفسها أو شركات إنتاج معينة بحيث يمكن لمسؤولي تلك الصفحة زيادة عدد المعجبين بتلك الصفحة والتعريف بها بشكل أكبر وأوسع كما يمكن أن يتم خلق بيئة تفاعلية جديدة تتركز بحادثة معينة ترتبط بالقضية التي تطرح.

1/4 شبكات التواصل الاجتماعي وقضية الأسرى:

تصدرت قضية الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي أهم القضايا الوطنية التي أدرجتها شبكات التواصل الاجتماعي على صفحاتها فلم تغب قضايا الأسر الانفرادي والاهمال الطبي وسجون العزل الانفرادي والتعذيب وغيرها من القضايا الخاصة بالأسرى عن موضع كتابات هؤلاء النشطاء، فوجدت هذه القضية نشاطاً كبيراً من قبل مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي حيث تم التطرق لهذه القضية من خلال الوسائل التفاعلية فنجد من ينقل أخبار الأسرى بالصور والفيديو الأمر الذي يبين أن هناك نشاطاً واضحاً من قبل نشطاء الاعلام الجديد خاص بنقل تفاصيل قضية الأسرى داخل السجون الإسرائيلي⁽¹⁾.

فقضية الأسرى هي القضية الأنجح في التناول على شبكات التواصل الاجتماعي لأنها ذات مستويين وهما حاجة الشعب الفلسطيني لتناول قضاياهم المهمة على تلك الشبكات، وتجميع الشأن الفلسطيني من خلال هذه القضايا المتفق عليها⁽²⁾، وعند الحديث عن قضية أسير يتعرض لاضطهاد وتعذيب داخل السجون نجد أن الشباب الفلسطيني يتفاعل بشكل كلي مع القضية حيث بدا ذلك جلياً من خلال الحملة التي نفذها مجموعة شباب بعد أن رسم أحد النشطاء صورة لأسير ودعا الجميع إلى تغيير صورة البروفايل تضامناً مع الأسرى حينها تفاعل عدد كبير من الشباب الفلسطيني في ذلك الأمر الذي تسبب بأثر واضح وكبير جعل العديد من الأجانب يتساءلون ما هذه الصورة وما فحواها فنجح هؤلاء النشطاء بنشر القضية على المستويين المحلي والدولي، وساهموا في توعية الشباب الفلسطيني أكثر بهذه القضية من خلال معرفة ما يتعرض له الأسرى داخل السجون⁽³⁾.

هذه القضية كان لها مدلولاً مميزاً وعلامات واضحة برزت في قضية الأسير خضر عدنان وهو أحد الأسرى الذين تعرضوا للسجن الإداري والعزل الانفرادي في سجون الاحتلال

(1) حسن جبر، مرجع سابق

(2) محمد أبو شرخ، مرجع سابق

(3) مريم حامد، مرجع سابق

الإسرائيلي، وقضية الأسير أسامة العيساوي والذي سطر بصموده أسطورة تضحيات هؤلاء الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي، قضية هؤلاء انتشرت بشكل كبير وتم تداولها من عدد كبير من الناشطين المتواجدين على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تم تنفيذ حملات إعلامية كبيرة انطلقت على شبكات التواصل الاجتماعي وأبرز قضاياهم لكن تكرار العرض وكثرت أوجد نوعاً من الملل من قبل المتابعين لذلك يجب أن يستخدم النشطاء الشباب أساليب تجديد من شأنها أن تفتح باب المناقشة لتداول القضايا الخاصة بالأسرى وغيرهم والتي تطرحها صفحات شبكات التواصل الاجتماعي (1).

يبرز نشاط شبكات التواصل الاجتماعي قضية الأسرى بصورة تعكس وقائع تحصل لأسرانا داخل سجون الاحتلال الإسرائيلي، وذلك الإبراز يؤكد أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت وبشكل كبير في رفع وعي الشباب الفلسطيني بقضية الأسرى لأننا نتحدث عن جانب عاطفي فعند حديثنا عن حياة أسرى في سجون الاحتلال نتحدث عن قضية حساسة وهامة، فالشباب غالباً نلامس بهم الحس العاطفي مع الأسرى، وعند متابعتنا لمن ينشر الأخبار المتعلقة بقضايا الأسرى نجد أن التفاعل معها أكثر من أي قضايا أخرى يتم عرضها (2)، كما ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي بزيادة وعي الشباب الفلسطيني بقضية الأسرى من خلال معرفة الشباب بأسماء الأسرى ومعرفة أخبارهم من خلال متابعة ما يتعرضون له من تنكيل وأسر داخل سجون الاحتلال، فأصبح الشباب يعملون على نشر أخبار هؤلاء الأسرى من باب الواجب الوطني والتضامني معهم ومع قضاياهم العادلة (3).

وبيين الشكل التالي إحدى صفحات شبكات التواصل الاجتماعي التي تختص بقضية

الأسرى:

(1) أسماء الغول، مرجع سابق

(2) د.هاني البسوس، مرجع سابق

(3) خالد صافي، مرجع سابق

شكل رقم (3) يوضح إحدى الصفحات المتخصصة التي تتعلق بقضية الأسرى



2/4 شبكات التواصل الاجتماعي وقضية القدس:

لم تحظ قضية القدس على الفرصة التي حصلت عليها قضية الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي، فهذه القضية كانت محل اهتمام أهلها هناك لأن الأخبار التي تتعلق بالمدينة المقدسة تنقل بشكل حي ومباشر وعبر وسائل الإعلام التقليدي، لكن هذا الأمر لا يعني ان هناك تعاطفاً كبيراً مع قضية القدس عبر وسائل الإعلام الاجتماعي لكن هذا التعاطف ليس كقضية الأسرى⁽¹⁾، فمتابعو قضية القدس على شبكات التواصل الاجتماعي يجدون أن التفاعل معها هو تفاعل وقتي فقط أي بمعنى أن ردود الفعل والتفاعل مع القضية من خلال الأساليب التفاعلية التي أتاحتها شبكات التواصل الاجتماعي تبرز عند وجود حادثة معينة أو انتهاكاً حصل في منطقة بالمدينة المقدسة، لكن هناك أحداثاً تقع لا تصل إلى المتابعين عبر شبكات التواصل الاجتماعي الأمر الذي يبين ضعف التناول سواءً من قبل النشطاء أو صعوبة توثيق الأحداث بسبب الاحتلال الإسرائيلي المتواجد هناك⁽²⁾.

(1) هاني البسوس، مرجع سابق

(2) أحمد البيقاوي، مرجع سابق

الصفحات الكثيرة والخاصة بمدينة القدس ظهرت وانتشرت لكن لم يلاحظ أن هناك اهتماماً كبيراً من قبل الشباب الفلسطيني خاص بموضوع المدينة المقدسة بيد أنه في ذات الوقت نجد أن هناك تناولاً وتداولاً للأحداث التي تدور هناك لكم ليست بالشكل المطلوب⁽¹⁾، فقضية القدس من أهم القضايا الفلسطينية لكن الفلسطينيين مرتبطين بالأحداث الأقرب منهم فعلى سبيل المثال الاهتمام بالأمر السياسي في غزة تهتم أهل غزة، والضفة تهتم بأهل الضفة وهذا راجع إلى التقسيم الجغرافي أو الإحساس بالمشكلة، فعلى سبيل المثال أهل غزة يعرفون معاناة معبر رفح ولكن لا يعرف المعاناة في المعابر بالضفة مثل حواجز قلنديا، أما قضية القدس الشباب الفلسطيني يتبادلون هذه القضية لكن بشكل شخصي ودون التعمق فيها وذلك لقله معرفتهم ووعيتهم بهذه القضية⁽²⁾.

فالنقص الموجود في تناول قضية القدس يبرز في⁽³⁾:

1. قلة الوعي بهذه القضية.

2. لا يوجد طريقه معينة لتعزيز هذه القضية.

3. الخطأ في توجيه الرسالة.

لكن بشكل عام قضية القدس لازالت حاضرة ولكن بشكل قليل وذلك للتكرار وعدم التجديد⁽⁴⁾، كما لا يمكن فصل قضية القدس كحالة معينة فهذا هم فلسطيني، ولا يوجد استهداف منظم لهذه القضية لكن جموع المستخدمين لا يركزون على موضوع او قضية معينة على شبكات التواصل الاجتماعي⁽⁵⁾.

وبين الشكل التالي إحدى صفحات شبكات التواصل الاجتماعي التي تختص بقضية

القدس:

(1) حسن جبر، مرجع سابق

(2) خالد صافي، مرجع سابق

(3) محمد أبو شرخ، مرجع سابق

(4) المرجع السابق نفسه

(5) خالد الشرفاوي، مرجع سابق

شكل رقم (4) يوضح إحدى الصفحات المتخصصة بقضايا القدس



3/4 شبكات التواصل الاجتماعي وقضية اللاجئين:

كان لشبكات التواصل الاجتماعي دورًا مهمًا في إحياء وإشراك قضية اللاجئين الفلسطينيين على الصفحات المتعددة والمتنوعة عليها، وبرزت قضية اللاجئين من خلال تفعيلها في مخيم اليرموك وما يتعرض له كل يوم عقب اندلاع الأحداث في سوريا، فمعظم أخبار اليرموك تصلنا من أفراد تتصل بشبكات التواصل الاجتماعي وينقل هؤلاء الأفراد ما يدور هناك في فلسطيني الشتات الأحداث مرفقة بالصورة والفيديو والشهادات الحية التي تصلنا في كل وقت، فأصبح هناك إشراك أكثر لقضية اللاجئين، فهذه القضية كان لها حضورًا كبيرًا في تلك الشبكات⁽¹⁾.

وما ينطبق على قضية القدس ينطبق بالفعل على قضية اللاجئين لأن هناك عددًا لا بأس به من الصفحات التي تناقش قضية اللاجئين لكن ليست بالحجم المطلوب لكن ذلك لا يعني أن هناك اهتمامًا أكثر نوعًا ما بقضيتهم لأنها محل نقاش وتهم فئة كبيرة من المجتمع

(1) أحمد البيقاوي، مرجع سابق

الفلسطيني⁽¹⁾، وبرزت قضية اللاجئين على العديد من صفحات شبكات التواصل الاجتماعي حيث يشتد الحديث عنها حينما يكون هناك مناسبة أو ذكرى خاصة بها مثل قضية النكبة ومشروع برافر الاستيطاني حيث ينشر الشباب الفلسطيني الكثير من الصور والفيديوهات التي تُعد من الوسائل التفاعلية الأكثر تأثيراً، وأصبح هناك الكثير من الشباب الفلسطيني يتحدث عن بلده ويوضح لمحات تاريخية عنها ساهمت في تعزيز وعي الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية⁽²⁾.

قضية اللاجئين حملت مدلولات كثيرة ولاقت اهتماماً أكبر من متابعي ومستخدمي ونشطاء شبكات التواصل الاجتماعي حيث إن هذه القضية تتمثل بستة مليون لاجئ فلسطيني شردوا من بلادهم قسراً ولهم قضايا وهموم ساهمت تلك الشبكات بنقلها بتفاصيل كبيرة من خلال تواصل هؤلاء اللاجئين مع أهلهم وذويهم داخل المناطق والأراضي الفلسطينية، فساهمت شبكة التواصل الاجتماعية "الفيسبوك" بإيجاد حلقة تواصل كبيرة لهؤلاء بشكل سهل وبسيط وربط بين اللاجئين بمختلف أماكن تواجدهم باللاجئين في المناطق العربية والفلسطينية فأصبح هناك تبادلاً مشتركاً من شأنه أن يضيء وعياً كاملاً بتفاصيل قضيتهم عبر تلك الشبكات⁽³⁾.

وقد أحييت شبكات التواصل الاجتماعي العديد من القضايا المهمة الخاصة بأحداث مخيمات اللاجئين في دول الشتات في المناطق العربية فتعدد المستخدمين وتنوعهم، واتساع مساحة التقاء الأشخاص داخل تلك الشبكات ساهم بشكل ملحوظ في إبراز هذه القضية لأن أحداثها متنوعة ومتجددة ودائمة ولن تنقطع طالما أن هناك أدوات تفاعلية جديدة من شأنها أن تسهم في نقل الوقائع بشكل دوري ومستمر وحي، فحادثة مخيم اليرموك وغيره أسهمت بشكل كبير في تفعيل وإحياء هذه القضية⁽⁴⁾.

شبكات التواصل الاجتماعي كان لها دوراً بارزاً في إحياء القضايا الوطنية الفلسطينية وتفعيلها بكافة السبل والأدوات، ولا زال هذا الدور يكبر كل يوم من خلال ما يطلق عليهم اليوم نشطاء الإعلام الجديد حيث إن شبكات التواصل وأبرزها شبكة الفيسبوك ليست عبارة عن أدوات

(1) حسن جبر، مرجع سابق

(2) مريم حامد، مرجع سابق

(3) هاني البسوس، مرجع سابق

(4) أسماء الغول، مرجع سابق

سحرية تتدخل في القضايا الوطنية نفسها لكنها أدوات تترجم ما يحدث عل الواقع وتنقلها لملايين المتابعين على تلك الشبكات الأمر الذي يعزز من وعيهم ويؤكد على أهمية تلك القضية على المستوى المحلي والدولي⁽¹⁾ ويبين الشكل التالي صفحة تهتم بقضايا اللاجئين شكل رقم (5) يوضح إحدى الصفحات المهمة بقضايا اللاجئين



4/4 شبكات التواصل الاجتماعي وقضية الاستيطان:

اعتاد المواطن الفلسطيني على متابعة الأحداث اليومية المتعلقة بقضاياها مع الاحتلال الإسرائيلي وأبرز تلك الأحداث تتعلق بقضية الاستيطان وهناك أحداثاً يومية تتحدث عن هذه العمليات وعن بناء المستوطنات التي تحدث في مدن الضفة المحتلة، لكن المواطن أصبح معتاداً على هذه القضايا، وترتفع نسبة متابعة الشباب الفلسطيني لهذه القضايا يومياً لكن في بعض الأحيان تكون بحاجة إلى مزيد من المتابعة والحضور والتناول لزيادة حجم التفاعل لجلب مزيد من الوعي المناسب الخاص بقضايا الاستيطان⁽²⁾.

(1) خالد الشرفاوي، مرجع سابق

(2) أحمد البيقاوي، مرجع سابق

وتعتبر قضية الاستيطان من أبرز القضايا الفلسطينية وهي من قضايا الثوابت الوطنية التي لا يمكن التنازل عنها أو التفريط في حقوق الشعب الفلسطيني، ولا يستطيع أحد أن ينكر حق الشعب الفلسطيني في حقه بالأراضي الفلسطينية التي هي ملكه بالأصل، وتُعد قضية الاستيطان من أنشط القضايا التي تطرحها شبكات التواصل الاجتماعي لكن أقل من النشاط المعتاد لقضية الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي، فالمفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية التي تُعقد بين الفينة والأخرى هي من تجعل قضية الاستيطان نشيطة فهي قضية ثانوية تظهر مع قضايا تابعة أخرى⁽¹⁾.

وأثرت هذه القضايا على العالم والمجتمع الدولي بشكل كبير، لكن الحديث عن الاستيطان من نشطاء الإعلام الجديد ورواد الشبكات عن قضية الاستيطان في قطاع غزة شبه معدوم بالنسبة لتناوله بالصفة بسبب غياب الاحتكاك مع الجانب الإسرائيلي في قطاع غزة خلافاً لما يجري في أراضي الضفة المحتلة، لكن قضية الاستيطان تنقل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بصورة مميزة وتنقل هذه القضية بلغة خطاب تقدم للمجتمع الدولي ولدول الغرب بلغة إنجليزية تناسب وتراعي أن تصل لهم بكافة تفاصيلها الدقيقة مرفقة بالمواد المصاحبة من صور وفيديو ورسوم تشرح لهم وتبين لهم كافة الظروف التي يتعرض لها الشعب الفلسطيني من قضايا الاستيطان الأمر الذي يساهم في تحريك المجتمع الدولي من خلال مخاطبته بالصورة والكلمة والصوت والفيديو وغير ذلك من الوسائط المصاحبة التي يعرضها النشطاء على شبكات التواصل الاجتماعي⁽²⁾.

وقد نجحت المجموعات الشبابية النشيطة على شبكات التواصل الاجتماعي في حشد الرأي العام الدولي والغربي تجاه القضية الفلسطينية بشكل عام وإزاء قضية الاستيطان بشكل خاص، حيث نجحت في جلب التأييد المطلوب لهذه القضية⁽³⁾، فالصفحات المتخصصة بقضايا الاستيطان أتاحت للجميع الوصول والتواصل في هذه القضية وتفاصيلها لكن يجب أن تستمر كافة نقاط التواصل من قبل الشباب الفلسطيني بشكل عام⁽⁴⁾.

(1) أسماء الغول، مرجع سابق

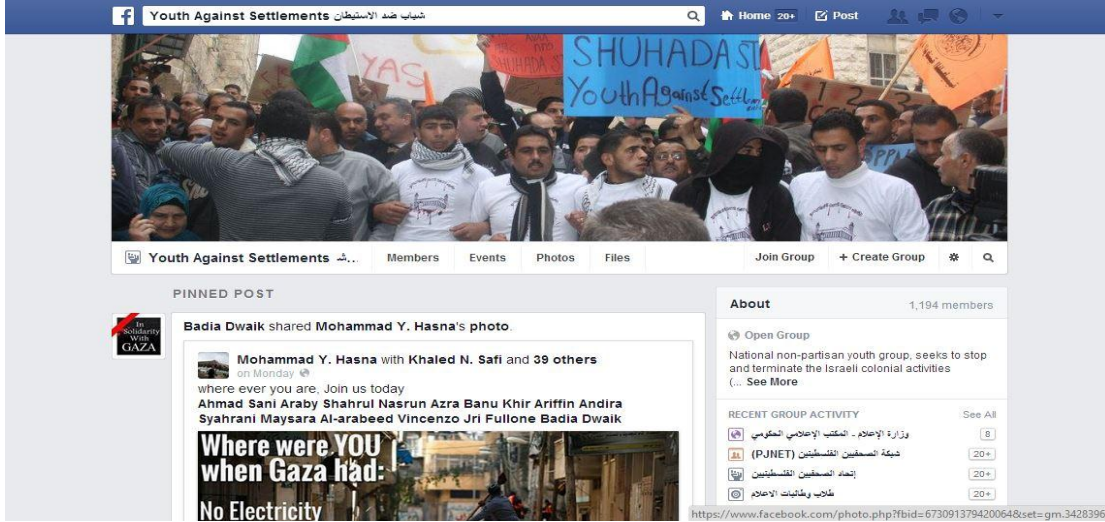
(2) خالد الشرفاوي، مرجع سابق

(3) نزار بنات، مرجع سابق

(4) هاني البسوس، مرجع سابق

والشكل التالي يوضح إحدى صفحات شبكات التواصل الاجتماعي المتخصصة والمهتمة بقضايا الاستيطان:

شكل رقم (6) يبين إحدى الصفحات المتخصصة والمهتمة بقضايا الاستيطان



5/4 شبكات التواصل الاجتماعي وقضية المصالحة الفلسطينية:

اعتاد رواد شبكات التواصل الاجتماعي على الحديث عن قضية المصالحة الفلسطينية التي أصبحت ملازمة لهم في كافة قضاياهم التي يتحدثون عنها، فهذه القضية هي الشغل الشاغل والهام في تاريخ القضية الفلسطينية لكن من يتحدث عنها هو من يريد لها، ففي كل قضية يتم طرحها على شبكات التواصل الاجتماعي يدور الحديث عن المصالحة الوطنية الفلسطينية في أي خلاف أو أي انجاز يتم تحقيقه من قبل الساسة الفلسطينيين، فحديث المصالحة دائم على تلك الشبكات⁽¹⁾.

وكان الاهتمام بقضية المصالحة ملحوظاً قبل اندلاع الثورات العربية، حين أنشأ نشطاء الاعلام الجديد العديد من الصفحات التي طالبت بإنهاء الانقسام وتوحيد الصف الفلسطيني، وخرجت الكثير من المظاهرات التي دعت إلى ذلك في مدن الضفة الغربية المحتلة وبكافة مناطق قطاع غزة، وكانت شبكات التواصل الاجتماعي الرائدة في ذلك حيث كان تنقل كل ما يجري على الساحة الفلسطينية، لكن أصبحت هذه القضية غير واضحة المعالم لأنها غير مطبقة

(1) خالد صافي، مرجع سابق

على أرض الواقع أي أن الاهتمام بها أصبح قليلاً لكن هذا لا يعني أنها لا زالت حاضرة⁽¹⁾، وتأخذ هذه القضية منهجاً ساخرًا في عرضها لأنها تصب في حلقة مفرغة، وهي قضية لها علاقة بالحراك السياسي لأنها دائماً موجودة، ففي كل حديث عن الأزمات المتتالية التي تشهدها الأراضي الفلسطينية في قطاع غزة يتم التطرق والحديث إلى المصالحة الوطنية وهي موجودة ومنتشرة بشكل كبير على صفحات تلك الشبكات⁽²⁾.

واعتبر البعض أن قضية المصالحة مع القضايا المملة والتي لم تلاقِ الاهتمام المطلوب من قبل رواد شبكات التواصل الاجتماعي لأن المسؤولين عن هذه القضية لا يهتموا لما ينشر على شبكات التواصل الاجتماعي فاعتبرها بأنها قضية مملة ولا جدوى من الحديث عنها⁽³⁾، فيما اعتبر البعض أن هذه القضية كان لها تأثيران متضامنين حيث إن هناك من يدعم في اتجاه تنفيذها على أرض الواقع ويدعمها ويحشد كافة إمكانياته لجلب المزيد من التأييد لتنفيذها، لكن الأحزاب السياسية لا تريد المصالحة الوطنية وتستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لنشر فضائح الأحزاب الأخرى الأمر الذي يسهم في وجود خلاف يتسبب في زعزعة الفصائل وتفانيهم عن المضي قدماً في تنفيذ المصالحة وكأن الطرف الآخر ينشر السموم في الأجواء ويعكر الأجواء التي من الممكن أن تنجم عنها المصالحة المجتمعية⁽⁴⁾.

وانتشرت الكثير من الصفحات التي نادى بإنهاء الانقسام الفلسطيني وبالوحدة الفلسطينية وأكدت على أهمية القضايا الوطنية الفلسطينية الأساسية، وعلى وحدة الأصوات الفلسطيني وبرزت أصوات قيادين وأدباء ومتقنين وسياسيين ونشر العديد من الصور والأصوات، كل ذلك الوجود أدى إلى خلط الثقافات مع هؤلاء في صالح الدفع بقضية المصالحة إلى الأمام⁽⁵⁾، ولاشك ان هناك أحداث أخذت رواج علي شبكة التواصل الاجتماعية "الفيس بوك" كقضية 15 آذار وقضية المصالحة الفلسطينية كقضية خلافية يكون الحوار بها حوار مشتعل، وإذا ما قمنا بحصر الحوار داخل المشكلة يكون الحوار متفجراً، وأكبر مثال على ذلك حركة تمرد التي أنجمتها

(1) أحمد البيقاوي، مرجع سابق

(2) أسماء الغول، مرجع سابق

(3) حسن جبر، مرجع سابق

(4) خالد الشرفاوي، مرجع سابق

(5) مريم حامد، مرجع سابق

شبكات التواصل وأثبتت فشلها الذريع، الأمر الذي يؤكد على ضرورة استخدام مداخل مشتركة وموحدة لتكون مدخلاً مهماً في تنفيذ بنود المصالحة (1).

ويبين الشكل التالي إحدى صفحات شبكات التواصل الاجتماعي المختصة بقضايا المصالحة الفلسطينية:

شكل (7) يوضح إحدى الصفحات المتخصصة والمتهممة بقضايا المصالحة الفلسطينية



(1) محمد أبو شرخ، مرجع سابق

الفصل الثالث

نتائج الدراسة التحليلية

- أولاً: مضمون القضايا الوطنية في الشبكات الاجتماعية
- ثانياً: شكل القضايا الوطنية في الشبكات الاجتماعية

يستعرض هذا الفصل، نتائج الدراسة التحليلية التي أجراها الباحث على شبكتي غزة الآن وقدس الإخبارية والمتواجدتان على شبكة التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، لمدة استمرت ثلاثة شهور، بدأت من 1-6-2013م، حتى تاريخ 31-8-2013م. ويعرض هذا الفصل نتائج الدراسة التحليلية، الخاصة بتحليل مضمون الشبكتين.

أولاً: مضمون القضايا الوطنية في الشبكات الإخبارية على الفيسبوك:

1- أهم القضايا الوطنية:

جدول رقم (4) يوضح أهم القضايا الوطنية في الشبكات الإخبارية على الفيسبوك

المجموع		شبكة قدس		شبكة غزة الآن		الشبكة القضية
%	ك	%	ك	%	ك	
45.8	230	46.3	106	45.4	124	الأسرى
23.2	118	20.5	47	26.0	71	القدس
18.6	93	19.7	45	17.6	48	الاستيطان
8.1	40	9.2	21	7.0	19	اللاجئين
4.2	21	4.4	10	4.0	11	المصالحة الفلسطينية
100	502	100	229	100	273	المجموع
القيمة الاحتمالية = 0.609		درجة الحرية = 4		قيمة اختبار مربع كاي = 2.699		

بينت نتائج الجدول السابق أن شبكتي الدراسة حصلت على نسب مقارنة إلى حدٍ ما حيث احتلت قضية الأسرى في سجون الاحتلال على المرتبة الأولى بنسبة بلغت 45.8%، تلاها بفارق كبير قضية القدس بنسبة بلغت 23.2%، ثم قضية الاستيطان تلتها بفارق صغير بنسبة بلغت 18.6%، ثم قضية اللاجئين بنسبة بعيدة إلى حدٍ ما بلغت 8.1%، ثم قضية المصالحة الفلسطينية بنسبة قليلة لكن قريبة من قضية اللاجئين حيث حصلت على نسبة 4.2%.

كما أظهرت نتائج دراسة شبكة غزة الآن والتي انفقت إلى حدٍ ما مع نتائج شبكة قدس الإخبارية بنسب التناول لقضايا الدراسة حيث أظهرت الشبكة أن قضية الأسرى احتلت المرتبة الأولى بنسبة 45.4%، تلاها بفارق كبير والتي تباعدت عنها بنسبة بعيدة إلى حدٍ ما والتي حصدت المرتبة الثانية بنسبة 26%، ثم قضية الاستيطان والتي حصلت على نسبة 17.6%، تلتها قضية اللاجئين بنسبة 7%، ثم قضية المصالحة الفلسطينية بنسبة 4%.

فيما بينت نتائج شبكة قدس الإخبارية والتي كانت مقاربة جداً مع شبكة غزة الآن حيث حصلت قضية الأسرى على المرتبة الأولى بنسبة 46.3%، وحصلت قضية القدس بفارق كبير أيضاً على المرتبة الثانية بنسبة 20.5%، تلاها قضية الاستيطان بنسبة 17.6%، ثم قضية اللاجئين بنسبة 9.2% ثم قضية المصالحة الفلسطينية بنسبة 4.4%.

وتبين من خلال الجدول السابق بأن قيمة الاختبار تساوي 2.699 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.609 وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على عدم وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية في القضايا الوطنية التي تنشرها الشبكات الإخبارية حسب نوع تلك الشبكات سواءً شبكة غزة الآن وشبكة القدس، ويعزو الباحث ذلك إلى مدى تناول شبكتي الدراسة للقضايا الوطنية، حيث إن كل قضية ترتبط بعدة أحداث قد تكون لحظية أو يومية أو أسبوعية أو شهرية ويتم تناول كل قضية بحسب تجدد الأخبار المتعلقة بها، كما ويمكن أن ترجع أسباب التناول أيضاً إلى مقدار المتابعة اللحظية من قبل القائمين على تلك الشبكات والتعاون والتنسيق والنقل المشترك فيما بينهم في بعض الأحيان.

وتتفق هذه النتيجة مع ما ذكره حسن جبر عن قضية الأسرى حيث يبين أنه كان لها الاهتمام الأبرز في تناول شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الوطنية حيث أشار إلى أن هذه القضية وجدت نشاطاً من قبل مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وبرزت بعدة طرق منها عرض فيديو هات عبر موقع اليوتيوب وغيره⁽¹⁾، فيما يوضح المحلل السياسي هاني البسوس أن قضية الأسرى تحتل المرتبة الأولى نظراً لأنها تتعلق بجانب عاطفي خاص بالشعب الفلسطيني "فحين نتحدث عن قضية الأسرى نشير إلى حياة وموت تشهدها سجون الاحتلال الإسرائيلي، الأمر الذي نجد من الشباب الفلسطيني الحس العاطفي والذي يدفعهم إلى تناول هذه القضية بشكل مستمر عندما تثار بأي منحي"⁽²⁾، ويلفت الناشط الشاب خالد الشراوي تراجع قضايا اللاجئين بسبب قلة الأحداث المتعلقة بهم للحديث عن هذا الموضوع حيث لا يمكن الحديث عن دور لأداة من أدوات التواصل الاجتماعي بأنها أداة سحرية لكن هذه الأداة تترجم ما هو على أرض الواقع⁽³⁾، كما ويرجع الكاتب محمد أبو شرخ أسباب تراجع قضية المصالحة الفلسطينية إلى طبيعة الأحداث التي تم ترويجها على شبكة الفيسبوك كقضية 15 آذار والتي طالبت بإنهاء الإنقسام الفلسطيني،

(1) حسن جبر، مرجع سابق

(2) هاني البسوس، مرجع سابق

(3) خالد الشراوي، مرجع سابق

حيث تعتبر هذه القضية أخلاقية حيث يُلاحظ عند تناول أخبار تتعلق بها يكون الحوار فيها مشتتاً ويكون التفاعل جيد وكبير إلى حدٍ ما ، حيث تم تحليل نماذج لاستخدام الفيسبوك في قضايا المصالحة علي سبيل المثال قضية تمرد وتم رصد فشل القضايا التي تتعلق بقضايا المصالحة (1).

ويرى الباحث أن قضية الأسرى حصدت المرتبة الأولى وبنسبة كبيرة لأن الأحداث التي تتعلق بها كبيرة ومتجددة ولحظية، كما أن هناك مراكز ومؤسسات محلية ودولية وأشخاص مهتمين بهذه القضية بنسبة كبيرة، كما أنها تتمتع بمقدار من الحساسية المرتبط بالقضايا الفلسطينية خاصة وأنها من ضمن قضايا الاحتكاك المباشر مع الاحتلال الاسرائيلي حيث نلاحظ أن أخبار الأسرى تنتشر بصورة سريعة وبشكل كبير على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي نظراً لتجدد الأخبار بشكل يومي، ويرى الباحث أن قضية القدس احتلت المرتبة الثانية كونها واجهة الكُل الفلسطيني، وهي سبيل لا يمكن لأي جيل أن يتناسى ذلك بسبب المكانة الدينية التي تتمتع بها المدينة المقدسة، حيث يتم تناول هذه القضية بشكل يومي وإن لم يكن هناك أحداث تتعلق بها كأن يُذكر أنه حان الآن موعد الأذان من مدينة القدس المحتلة، أو يتم التذكير بخلفيات تاريخية عن أبرز المناطق الموجودة في المدينة المقدسة، أو يتم وضع صوراً تاريخية للقدس أو صور كاريكاتور خاص بالمسجد الأقصى والاعتداءات المتكررة عليه من قبل الاحتلال الاسرائيلي، ويفسر الباحث سبب تقارب نسبة قضايا الاستيطان بالقدس بسبب الارتباط المباشر بهذه القضايا حيث تشهد المدينة المقدسة العديد من الانتهاكات الجسيمة التي تحل بالمسجد الأقصى وأبرزها قضايا الاستيطان وهدم المنازل والإعلان عن بناء وحدات استيطانية بالمسجد الأقصى المبارك، واعتداءات المستوطنين على سكان أحياء المدينة المقدسة وغيرها من المواضع المتصلة والمتكررة والتي يتم تداولها بشكل يومي على شبكات التواصل الاجتماعي، لكن هذه القضايا لا ترتقي لحجم الرصد والمتابعة المطلوب حيث يوصي الباحث بضرورة تكثيف المواد الإعلامية الخاصة بهذه القضايا، كما ويبرز الباحث أسباب القصور في تناول قضايا اللاجئين والمصالحة الفلسطينية بأن هذه القضايا يتم تناولها بشكل موسمي وأنه يعتربها نقص في تواجد مناسبات وقضايا كثيرة تتعلق بها، وإن وجدت قضايا يكون التعرض لها بشكل موسمي وليس يومي.

(1) محمد أبو شرح، مرجع سابق

2- أهم المصادر:

جدول رقم (5) يوضح مصدر تناول القضايا الوطنية على الفيسبوك

المجموع		شبكة قدس		شبكة غزة الآن		المصدر
%	ك	%	ك	%	ك	
63.7	324	54.6	125	72.9	199	بدون مصدر
19	93	24.4	56	13.6	37	مصادر عامة
17.3	85	21.0	48	13.6	37	مصادر خاصة
100	502	100.0	229	100.0	273	المجموع
القيمة الاحتمالية = 0.000		درجة الحرية = 2		قيمة اختبار مربع كاي = 18.492		

تبين نتائج الجدول أن شبكتي غزة الآن، وقدس الإخبارية تتناول الأخبار التي تنشرها عبر صفحاتها على شبكات التواصل الاجتماعي أن تناول الأخبار بدون مصدر احتلت المرتبة الأولى بنسبة قريبة إلى المتوسطة بلغت 63.7%، تلاها تناول الصفحات للمصادر العامة حيث كان تناولها بنسبة بعيدة عن قبلها بنسبة 19%، تلاها وأن نسبة تناول هذه الأخبار بمصادر خاصة بالشبكة كانت بنسبة مقاربة لما قبلها بنسبة 17.3%.

كما وأوضحت نتائج شبكة غزة الآن أن تناول المواد الإخبارية على صدر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي كان بنسبة كبيرة جداً بلغت 72.9% من حجم عينة الدراسة، تلاها تناول الصفحات للمصادر الخاصة والعامة بنسبة تناول بلغت 13.6%.

وأظهرت نتائج شبكة قدس الإخبارية نسباً مقاربة إلى حدٍ ما مع شبكة غزة الآن حيث حصلت نتائج تناول المواد الإخبارية على صفحة الشبكة بدون مصدر على الدرجة الأولى بنسبة بلغت 54.6% بفارق بعيد إلى حدٍ ما مع شبكة غزة الآن، كما تلا ذلك تناول الأخبار بمصادر عامة بنسبة 24.4%، تلاها عدم ذكر مصدر بنسبة 21%.

وبين الجدول السابق أن قيمة الاختبار تساوي 18.492 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في مدى استخدام المصادر حسب نوع تلك الشبكات سواء شبكة غزة الآن وشبكة القدس.

ويشير الباحث في ذلك إلى أن عدم استخدام شبكتي غزة قدس الإخبارية وغزة الآن للمصادر الصحفية الصحيحة يدل على أن رواد ومستوولي هذه الصفحات ليسوا كلهم دارسين لمهنة

الصحافة أو مختصين بهذه المهنة بل هم هواة وما يطلق عليهم (صحافة المواطن) حيث لا يتم مراعاة جانب مهم ورئيسي وهو ذكر المصدر الذي يؤكد صدق وصحة المحتوى.

كما ويرى الباحث أن ارتفاع نسبة عدم ذكر المصدر يفقد مصداقية التناول حيث إن 72.9% من الأخبار لا تعتمد على المصادر بالنسبة لشبكة غزة الآن، قلت عنها شبكة قدس الإخبارية بفارق بعيد إلى حد ما بطبيعة النقل ونسبة بلغت 54.6% حيث تنقل هذه الشبكات الأخبار بطريقة التلخيص للأحداث فقط دون ذكر المصدر، كما وإن المصادر الخاصة والعامة من شبكة قدس تقدمت عن شبكة غزة الآن الأمر الذي يربطه الباحث بالإمكانات وعدد الكوادر العاملة في شبكة قدس الإخبارية بالإضافة إلى مجموع النشاط وتوسعهم عبر تلك الشبكات وهذا يؤكد على أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث عملية التوعية المطلوبة لزيادة مستوى المعرفة لدى الشباب الفلسطيني.

ثانياً: شكل القضايا الوطنية في الشبكات الإخبارية على الفيسبوك:

1- الشكل الصحفي:

جدول رقم (6) يوضح الشكل الصحفي خلال تناول القضايا الوطنية على الفيسبوك

الشكل	شبكة غزة الآن		شبكة قدس		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
خبر	267	97.8	220	96.1	487	96.9
لا يوجد	6	2.2	4	1.7	10	1.9
تقرير	0	0	5	2.2	5	1.1
المجموع	273	100.0	229	100.0	502	100
قيمة اختبار مربع كاي = 89.363		درجة الحرية = 2		القيمة الاحتمالية = 0.000		

تبين نتائج الجدول أن شبكتي غزة الآن، وقدس الإخبارية تنصدر بصفحاتها تناول الأخبار المتعلقة بالقضايا الوطنية الفلسطينية حيث حصلت نسبة تناول الأخبار على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي ما نسبته 96.9% تلاها بفارق معدوم تناول القضايا بشكل غير إخباري بنسبة 1.9% ويكون كمعلومة تعريفية أو ذكر القضية على شكل معلومات قصيرة أو تذكير بمواعيد الصلاة وغير ذلك، تلا ذلك بنسبة مقاربة لما قبلها هي نشر التقارير الإخبارية بنسبة 1.1%.

وحصلت شبكة غزة الآن على ما نسبته 97.8% حيث تقدمت بشكل مقارب وأكبر قليلاً من شبكة قدس، وأظهرت النتائج أن الشبكة حصلت على نسبة 2.2% على ذكر المعلومات أو الإشارة بالصورة دون ذكر خبر يتعلق بالموضوع، ولم تظهر التقارير الإخبارية في نتائج عينة الدراسة.

وقد أظهرت شبكة قدس الإخبارية نسباً مقاربة جداً لصالح هذه الشبكة حيث بلغ نسبة تناول الأخبار 96.1% تلاها استخدام التقارير الخاصة والإخبارية لشبكة قدس الإخبارية فقط بنسبة قليلة جداً وهي 2.2% برفقة استخدام الروابط الإلكترونية، تلاها عدم استخدام النمط الإخباري بنسبة 1.7%.

ويوضح الجدول التالي بأنه قيمة الاختبار تساوي 89.363 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في مدى استخدام الشكل الصحفي حسب نوع تلك الشبكات سواء شبكة غزة الآن وشبكة القدس، ويرى الباحث أن طبيعة النشر على تلك الشبكات تتنافى مع القواعد الأساسية للكتابة الصحفية التي اعتاد المتابع على قراءتها، حيث إن مسؤولي هذه الشبكات يعتمدون على أسلوب التلخيص والافتباس فقط دون ذكر المصدر الذي يمكن أن يؤثر على مقدار المصادقية وتفاوتها بين الجمهور المتابع للشبكات على الفيسبوك.

ويعزو الباحث هذه النتائج إلى طبيعة تناول المواضيع التي يتم طرحها من قبل نشطاء الإعلام الجديد والقائمين على هذه الصفحات حيث يتم استخدام أسلوب التلخيص والاختصار وتكثيف المادة الإعلامية بل واستخدام العناوين الإخبارية في بعض الأحيان لإحداث التأثير السريع على المبحوثين لأننا نعيش الآن في عصر الاختصار والتركيز حيث إن قارئ المتن الخبري لا يمتلك الوقت الكبير لقراءة كل المادة الخبرية كالمسابق.

كما أن هذا الاستخدام يؤكد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للأخبار والتقارير الخاصة التي تطرح على المواقع العربية والدولية، لكن هذا التناول ضعيف جداً نظراً لمجابهة شبكة الفيسبوك للروابط الإلكترونية التي ينشرها مسؤولو هذه الصفحات الأمر الذي حاول بعضهم معالجتها من خلال نشر التقارير معنونة في التعليق الأساسي ونشر الرابط الخاص بالموضوع في أول تعليق على البوست المنشور.

2- الوسائط المتعددة:

جدول رقم (7) يوضح استخدام الوسائط المتعددة في عرض القضايا الوطنية على الشبكات

المجموع		شبكة قدس		شبكة غزة الآن		الوسائط
%	ك	%	ك	%	ك	
42.9	227	17.0	39	68.9	188	بدون وسيط
29.3	226	46.3	106	14.7	40	كبيرة
		27.1	62	6.6	18	صغيرة
6.2	32	4.8	11	7.7	21	استخدام الرابط الإلكتروني
1.4	7	2.2	5	0.7	2	رسوم
1.3	6	2.6	6	0	0	أخرى
0.7	4	0	0	1.5	4	فيديو
100	502	100.0	229	100.0	273	المجموع
القيمة الاحتمالية = 0.000		درجة الحرية = 5		قيمة اختبار مربع كاي = 163.149		

بينت نتائج الجدول السابق أن نتائج شبكتي الدراسة أن نسبة تناول الأخبار التي لا تتضمن أي وسيط تفاعلي حازت على المرتبة الأولى بنسبة 42.9%، تلاها بالمرتبة الثانية تناول المواد الإخبارية باستخدام الصورة بنسبة بعيدة إلى حد ما بلغت 29.3%، تلاها بالمرتبة الثالثة استخدام الرابط الإلكتروني بنسبة بعيدة جداً وقليلة بنسبة 6.2%، تلاها الرسوم والوسائط الأخرى بباقي النسب.

كما أوضحت نسب شبكة غزة الآن أن نسبة تناول الوسائط المتعددة احتلت المرتبة الأولى بنسبة قريبة من المتوسطة بلغت 68.9%، تلاها استخدام وسيط الصورة بالمرتبة الثانية بنسبة 21.3%، تلا بالمرتبة الثالثة استخدام الرابط الإلكتروني بنسبة 7.7% ثم باقي النسب الأخرى من رسوم وفيديو ووسائط أخرى.

كما بينت نتائج شبكة قدس الاخبارية أن استخدام الصورة الصحفية احتلت المرتبة الأولى بنسبة 37.4%، تلاها بالمرتبة الثانية بدون وسيط بنسبة بعيدة إلى حد ما بلغت 17%، تلاها بالمرتبة الثالثة استخدام الرابط الإلكتروني بنسبة بعيدة جداً 4.2%، تلاها باقي وسائط الدراسة من رسوم وفيديو وأخرى.

واختلفت نسب الدراسة في تناول المواد الإخبارية بدون وسائط متعددة حيث تخطت شبكة غزة الآن بنسبة قريبة من المتوسطة بلغت 68.9% وحصلت الشبكة الأخرى على نسبة 17% فقط واحتلت المرتبة الثانية تقدمها استخدام الصورة الصحفية بنسبة 37.4%، وتوافق ذلك مع نتائج دراسة عيسى (2012م)، والتي بينت أن الصور كانت أكثر الوسائل التي استخدمها المبحوثين في التعبير عن المعاناة التي يعيشها الشعب الفلسطيني، والتوعية بالقضية الفلسطينية وذلك بنسبة عالية جداً⁽¹⁾، فيما تنوعت الوسائط التي يستخدمها مسؤولو الشبكات بين الرسوم والفيديو والروابط التي توضع داخل المنشورات حيث تلا استخدام الصورة استخدام الرسوم لكن بفارق كبير جداً وبعيد إلى حد ما حيث حصدت الرسوم نسبة 2.2% لصالح شبكة قدس، و0.75% لشبكة غزة الآن فقط، تلا ذلك استخدام الفيديو والروابط بنسب بسيطة جداً.

وتبين من خلال الجدول التالي بأنه قيمة الاختبار تساوي 163.149 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في مدى استخدام الوسائط المتعددة المستخدمة حسب نوع تلك الشبكات سواء شبكة غزة الآن وشبكة القدس.

ويعزو الباحث ذلك إلى الدور المهم والفعال لاستخدام الصورة وغيرها من الوسائط في عملية إحداث الوعي المطلوب لأن الصورة هي أحد أهم الأساليب في التعبير عن الفكرة وبالذات في حالة قضية معقدة وتعاني من الأفكار الخاطئة والدعاية الصهيونية والغربية المضللة، وهي من أبسط وأقوى الوسائل للتعبير عن معاناة الشعب الفلسطيني وتصحيح الأفكار الخاطئة عنه، لكن استخدام الصورة والوسائط التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي تقلل إلى حد ما من فاعلية الموضوع المنشور على تلك الشبكات فتلجأ تلك الشبكات أو المسؤولين عنها إلى التقليل من استخدام الوسائط التفاعلية بالقدر المناسب كي يتمكن المنشور من الولوج إلى صفحات النشاط والمتابعين، وتتيح شبكات التواصل الاجتماعي بعض الخصائص التي تمكن هذه الصفحات من الانتشار بالحد الكافي منها الاعلانات الممولة التي أتاحتها شبكات التواصل الاجتماعي والتي من شأنها أن تساهم بشكل كبير في نشر أن بوست أو تعليق يوضع على الصفحة لكن هذا الأمر بحاجة إلى دعم مادي ومعنوي لرواد هذه الشبكات.

(1) طلعت عيسى، مرجع سابق، ص11

ويؤكد الباحث أن شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت أن تؤدي دورًا ملموسًا في زيادة وعي الشباب الفلسطيني بقضايا الوطن ولكن هذا الدور ليس بالدور المطلوب لكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للوسائط المتعددة وربطها في بعض الأحيان بمعلومات تاريخية وخلفيات مسبقة عن الأحداث نجحت فيها شبكة قدس الاخبارية والتي تناولت مجموعة أخبار من المسجد الأقصى ومن السجون الاسرائيلية ووضعت بعض التلميحات التعريفية للأحداث.

3- التفاعلية:

جدول رقم (8) يوضح عدد مرات الإعجاب خلال تناول القضايا الوطنية على الفيسبوك

المجموع		شبكة قدس		شبكة غزة الآن		الإعجاب
%	ك	%	ك	%	ك	
45.2	219	62.9	144	27.5	75	أقل من 50 إعجاب
28.7	147	22.3	51	35.1	96	من 50 إلى 100 إعجاب
26.1	136	14.8	34	37.4	102	أكثر من 100 إعجاب
100	502	100	229	100	273	المجموع
القيمة الاحتمالية = 0.000		درجة الحرية = 2		قيمة اختبار مربع كاي = 66.167		

بينت نتائج الجدول السابق أن عدد مرات الاعجاب بموضوعات القضايا الوطنية التي تطرحها شبكتي غزة الآن وقدس الاخبارية على صفحاتها على شبكة الفيسبوك جاءت أقل من 50 إعجابًا بلغت 45.2%، فيما بينت أن عدد الإعجابات من 50 إلى 100 إعجاب حازت على 28.7% وهي نسبة بعيدة إلى حد ما عن سابقتها، فيما تقاربت نسبة أكثر من مائة أعجاب حيث حصلت على 26.1% من إجمالي العينة.

فيما بينت نتائج شبكة غزة الآن أن عدد مرات الاعجاب التي تكون أقل من 50 إعجابًا بلغت 27.5% من إجمالي المواضيع التي يتم التطرق لها بالقضايا الوطنية الفلسطينية، كما وأشارت إلى أن عدد الاعجابات من 50 إلى 100 إعجابًا كانت بنسبة أكبر قليلًا من سابقتها حيث حصلت على 35.1%، فيما تقدمت نسبة المواضيع التي تحصل على أكثر من 100 إعجاب على نسبة قريبة من سابقتها وهي 37.4%.

وقد وأظهرت نتائج شبكة قدس الاخبارية أن عدد مرات الاعجاب التي تكون أقل من 50 إعجابًا بلغت 62.9% وهي نسبة بعيدة إلى حد ما عن شبكة قدس الاخبارية، كما وبينت النتائج

أن عدد الإعجابات التي تكون من 50 إلى 100 إعجاباً بلغت 22.3%، كما وأظهرت أن عدد الإعجابات التي تكون أكثر من 100 إعجاب 14.8%.

وتبين من خلال الجدول أن قيمة الاختبار تساوي 66.167 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في عدد مرات الإعجاب حسب نوع تلك الشبكات سواء شبكة غزة الآن وشبكة القدس.

ويعزو الباحث ذلك إلى الاختلاف في طرق تناول شبكتي غزة الآن وقدس الاخبارية للمواد الخيرية المتعلقة بالقضايا الوطنية، بالإضافة إلى طرق عرض المواد الاخبارية، والتنوع الملحوظ في الوسائل التفاعلية واستخدام الإشارة (الهاشتاج) بكثرة لجذب المتابعين لإحداث التفاعل المطلوب، كما ويرجع ذلك إلى طبيعة وتنوع الجمهور المشارك على هذه الشبكات، بالإضافة إلى قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على الوصول إلى الجمهور المستهدف بالطرق التفاعلية التي أتاحتها عبر صفحاتها.

جدول رقم (9) يوضح عدد مرات التعليقات خلال تناول القضايا الوطنية على الفيسبوك

المجموع		شبكة قدس		شبكة غزة الآن		التعليقات
%	ك	%	ك	%	ك	
95.6	480	95.6	219	95.6	261	أقل من 50 تعليق
2.8	14	2.7	6	2.9	8	من 50 إلى 100 تعليق
1.6	8	1.7	4	1.5	4	أكثر من 100 تعليق
100	502	100.0	229	100.0	273	المجموع
القيمة الاحتمالية = 0.949		درجة الحرية = 2		قيمة اختبار مربع كاي = 0.105		

أظهرت نتائج الجدول السابق أن شبكتي قدس الاخبارية وغزة الآن حازت نسبة أقل من 50 تعليق على 95.6% من مجموع المواد الاخبارية الخاصة بالقضايا الوطنية، كما بينت أن عدد التعليقات من 50 إلى أقل من 100 تعليق حازت على نسبة بعيدة جداً وضعيفة وهي 2.8% فقط من إجمالي التعليقات، تلاها نسبة أكثر من 100 تعليق بنسبة مقاربة لسابقتها وهي 1.6%.

كما وبينت النتائج التي حصلت عليها شبكة غزة الآن أن عدد التعليقات التي هي أقل من 50 تعليق وهي ذات النسبة بشبكة قدس وكانت 95.6%، كما حازت عدد التعليقات من 50 إلى

أقل من 100 تعليق على نسبة 2.9%، كما وحصلت التعليقات التي هي أكثر من 100 تعليق نسبة 1.5%.

كما أظهرت نتائج شبكة قدس الاخبارية أن عدد التعليقات التي هي أقل من 50 تعليق وهي ذات النسبة بشبكة قدس وكانت 95.6%، كما وحازت نسبة عدد التعليقات من 50 إلى أقل من 100 تعليق 2.7%، كما وحصلت التعليقات التي هي أكثر من 100 تعليق نسبة 1.7% وهي نسب متقاربة جداً إلى شبكة غزة الآن الأمر الذي يؤكد على حجم ومقدار التفاعلية في هذه الشبكات التي تحدث الوعي المطلوب في القضايا الوطنية الفلسطينية.

وتبين من خلال الجدول أن قيمة الاختبار تساوي 0.105 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.949 وهي اكبر من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على عدم وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في عدد مرات التعليق حسب نوع تلك الشبكات سواء شبكة غزة الآن وشبكة القدس.

ويرجع الباحث الأسباب إلى التنوع في استخدام أسلوب الخطاب التفاعلي من قبل مسؤولي الشبكات، كما وأن اختتام بعض الأخبار من قبل شبكتي غزة الآن وقدس الاخبارية بأسئلة تفاعلية تضيفي عنصر التفاعلية وتحدث مزيداً من الردود على الأخبار الموضوعية، كما يرى الباحث أن استخدام الشبكات للوسائل الإعلانية التي أتاحتها شبكة الفيسبوك عززت من نشر المواد الإخبارية التي يمكن أن تجذب مزيداً من الرواد، كما ويشير الباحث أن ارتفاع نسبة الردود يدل على مدى استخدام الشباب الفلسطيني للشبكات ومدى متابعتهم للمواضيع التي تنتشر والتي تتعلق بالقضايا الوطنية الفلسطينية محل الدراسة.

جدول رقم (10) يوضح عدد مرات المشاركات خلال تناول القضايا الوطنية على الفيسبوك

المجموع		شبكة قدس		شبكة غزة الآن		المشاركات
%	ك	%	ك	%	ك	
97.7	490	99.1	227	96.3	263	أقل من 50 مشاركة
1	8	0.9	2	2.2	6	من 50 إلى 100 مشاركة
0.7	4	0	0	1.5	4	أكثر من 100 مشاركة
100	502	100.0	229	100.0	273	المجموع
القيمة الاحتمالية = 0.090			درجة الحرية = 2		قيمة اختبار مربع كاي = 4.825	

تبين نتائج الجدول السابق أن شبكتي غزة الآن وقدس الإخبارية حصلتا على حجم مشاركات في أقل من 50 مشاركة للمواضيع الإخبارية التي تتعلق بالقضايا الوطنية الفلسطينية محل الدراسة 97.7% وهي نسبة عالية جداً الأمر الذي يرى الباحث أنه يدل على أهمية المواضيع التي يتم نشرها والتي من شأنها أن تحدث الوعي المطلوب، كما حازت المشاركات التي هي من 50 مشاركة إلى مائة نسبة 1% وهي نسبة متدنية وضعيفة جداً وبعيدة عن سابقتها، أما حجم المشاركات للمواضيع بأكثر من مائة مشاركة فهي نسبة مقاربة لسابقتها وهي 0.7% فقط.

وأظهرت نتائج شبكة غزة الآن في حجم المشاركات التي هي أقل من 50 مشاركة نسبة 99.1%، كما وبينت أن عدد المشاركات للمواضيع من 50 إلى مائة مشاركة هي 2.2%، كما وحازت نسبة أكثر من مائة تعليق على نسبة 1.5%.

وبينت نتائج شبكة قدس الاخبارية في حجم المشاركات التي هي أقل من 50 مشاركة نسبة 96.3% وهي نسبة أقل من شبكة غزة الآن لكنها مقاربة بدرجة كبيرة جداً لها، كما بينت أن نسبة عدد المشاركات للمواضيع من 50 إلى مائة مشاركة هي 0.9% وهي نسبة متدنية جداً وأقل من سابقتها في شبكة غزة الآن، كما ولم تتل نسبة أكثر من مائة على شيء الأمر الذي يدل على أفضلية شبكة غزة الآن إلى حد ما في عدد المشاركات للمواضيع المختلفة.

كما وبين الجدول أن قيمة الاختبار تساوي 4.825 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.090 وهي اكبر من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على عدم وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في عدد مرات المشاركة حسب نوع تلك الشبكات سواء شبكة غزة الآن وشبكة القدس، حيث احتلت شبكة قدس نسبة 99,1% وشبكة غزة الآن لنسبة 96.3% لصالحه أقل من 50 مشاركة، تلاها 50 مشاركة إلى 100، و100 مشاركة فأكثر.

ويعزو الباحث أسباب تقدم نسبة المشاركات إلى أكثر من 95% إلى طبيعة وأهمية المواضيع الإخبارية التي تنشرها شبكتي غزة الآن وقدس الاخبارية ومدى قدرة هاتين الشبكتين على نشر المواضيع التي تعنى بالقضايا الوطنية محل الدراسة الأمر الذي من شأنه أن يسهم في زيادة الوعي لدى متابعي الشبكات، إضافة إلى الحس الوطني لدى المتابعين والمهتمين بالقضايا الوطنية لنشرها لجلب التأييد المحلي والدولي للقضايا التي يتم مشاركتها على تلك الشبكات.

جدول رقم (11) يوضح عدد مرات الهاشتاج خلال تناول القضايا الوطنية على الفيسبوك

المجموع		شبكة قدس		شبكة غزة الآن		هاشتاج
%	ك	%	ك	%	ك	
59.7	310	36.2	83	83.2	227	بدون
40.3	192	63.8	146	16.8	46	هاشتاج
100	502	100.0	229	100.0	273	المجموع
0.000 = القيمة الاحتمالية		1 = درجة الحرية		116.008 = قيمة اختبار مربع كاي		

تظهر نتائج الجدول السابق أن عدد المواضيع التي تم استخدام (الهاشتاج) الوم فيها أقل من استخدامه حيث بينت النسب أن الأفضلية كانت لعدم الاستخدام بنسبة 59.7% من إجمالي مواضيع القضايا الوطنية محل الدراسة، وأن نسبة استخدامه بلغت 40.3% فقط من إجمالي المواضيع.

وبينت نتائج شبكة غزة الآن أن نسبة المنشورات التي كانت متضمنة استخدام الهاشتاج كانت قليلة إلى حد ما حيث بلغت 16.8%، وأن نسبة عدم استخدام الهاشتاج كانت 83.2% وهي نسبة كبيرة بالمقارنة بالنسبة التي لا يتم الاستخدام فيها.

كما أظهرت نسب شبكة قدس الإخبارية نسباً مغايرة حيث امتازت باستخدام الوسائل التفاعلية وأبرزها استخدام الوم (الهاشتاج) حيث كانت النسب كبيرة جداً وواسعة الاستخدام وبلغت 63.8%، وأن عدم الاستخدام كانت 36.2%.

وتبين من خلال الجدول السابق بأنه قيمة الاختبار تساوي 116.008 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في مدى استخدام الهاشتاج حسب نوع تلك الشبكات سواء شبكة غزة الآن وشبكة القدس. ويرى الباحث أن استخدام الهاشتاج (الوم) كان حديثاً نوعاً ما بتقارب عمل شبكة الفيسبوك فيه حيث إن هذه الشبكة شرعت باستخدام الهاشتاج مؤازرة بشبكة تويتر، وظهرت على تلك الشبكات تلك الميزة التي اتاحت العديد من الخصائص التفاعلية والميزات التي من شأنها أن تسهل عملية البحث والمتابعة والمواكبة من خلال الأخبار المخصصة التي توضع في إطار كل موضوع على حدى، كما ويبين الباحث أن شبكة قدس الإخبارية والتي حصلت على نسبة 63.8% في استخدام الهاشتاج تقدمت على نحو ملحوظ في شبكة غزة الآن والتي لم تستخدم الوم الهاشتاج بنسبة 83.2% الأمر الذي يبين تقدم هذه الشبكات في استخدام الأساليب التجديدية التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي، ومدى اعتمادهم على الأساليب التفاعلية والتجديدية في طرح المواضيع الخاصة بالقضايا الوطنية.

الفصل الرابع نتائج الدراسة الميدانية

- أولاً: نتائج الدراسة الميدانية
- ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة الميدانية

استخدم الباحث استمارة الاستقصاء الإلكترونية للتعرف على استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي وتحديد مدى معرفتهم بالقضايا الوطنية محل الدراسة والاستمارة هي أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدماً ، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم لتصرفات سلوكية معينة⁽¹⁾، ويعرض هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

1- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

تتعدد شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة في العالم لكن المستخدمة في فلسطين وفق وجهة نظر الباحث قليلة أو محدودة واقتصرت على أربع شبكات رئيسية وأخرى يذكرها المبحوث، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (12) يوضح رأي المبحوثين في مدى استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي

م	شبكات التواصل الاجتماعي	مدى الاستخدام					الانحراف المعياري	المتوسط	%
		عالي جداً	عالي	متوسط	منخفض	منخفض جداً			
1	فيس بوك	ك	315	80	30	1	0	4.66	93.3
		%	73.9	18.8	7	0.20	0		
2	تويتر	ك	28	62	123	87	126	2.48	49.6
		%	6.6	14.6	28.9	20.4	29.6		
3	أخرى	ك	19	28	62	35	282	1.75	35
		%	4.5	6.6	14.6	8.2	66.2		
4	لنكد ان	ك	3	7	25	32	359	1.27	25.4
		%	0.7	1.6	5.9	7.5	84.3		
5	ماي سبيس	ك	4	2	23	29	368	1.23	24.6
		%	0.9	0.5	5.4	6.8	86.4		
الإجمالي		ك	369	179	263	184	1135	8.19	54.6
		%	86.6	42.1	61.8	43.1	266.5		

(1) سمير حسين ، دراسات في مناهج البحث الإعلامي "بحوث الإعلام"، ط2(القاهرة : مكتبة عالم الكتب ،

يتضح من الجدول السابق أن شبكة "فيسبوك" حصلت على المرتبة الأولى بنسبة 93.3%، جاء بعده بفارق كبير تويتر بنسبة 49.65%، تلاه الشبكات الأخرى بنسبة 35%.

وتشابهت هذه النتائج مع دراسة حمودة (2013م)، والتي بينت أن الفيسبوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وفقاً لوجهة نظر الباحثين، وتلا هذه النسبة المحادثات (سكاي بي وماسنجر) وتلاها مشاركة الفيديو، ومن ثم تويتر، يعقبها المنتديات، والمدونات، والفليكر⁽¹⁾، واتفقت أيضاً مع دراسة الشرافي (2013م)، والتي بينت أن الفيسبوك حصل على المرتبة الأولى في مستوى متابعة الباحثين للإعلام التفاعلي يتلوه البريد الإلكتروني يتلوا اليوتيوب يتلوه تويتر⁽²⁾، كما وتشابهت مع دراسة عيسى (2012م)، والتي بينت أن شبكة الفيسبوك في مقدمة الشبكات التي يستخدمها الباحثون، وجاء بعده بفارق كبير تويتر ثم لينكدإن، فيما لم يستخدم أحد من الباحثين بقية شبكات التواصل الاجتماعي⁽³⁾، كما واتفقت مع دراسة عابد (2012م)، والتي بينت أن الفيسبوك حاز على المرتبة الأولى يليه اليوتيوب ومن ثم باقي شبكات التواصل الاجتماعي⁽⁴⁾، كما واتفقت مع دراسة JNeelamalar & Prasad (2011م)، والتي بينت أن الباحثين يهتمون باستخدام الفيسبوك أكثر من تويتر لأنه يعتبرونه مدونة صغيرة⁽⁵⁾.

واتفق محمد أبو شرح⁽⁶⁾، والناشط في مجال الإعلام الجديد نزار بنات⁽⁷⁾، والناشط الشبابي خالد صافي⁽⁸⁾ على أن شبكة الفيسبوك الأكثر استخداماً من قبل الشباب الفلسطيني يليها شبكة تويتر، ومن ثم باقي الشبكات الاجتماعية ويرى الباحث أن السبب يرجع إلى سهولة استخدام شبكة الفيسبوك، وتوسع انتشاره على المستوى الإقليمي بشكل عام وعلى مستوى فلسطين بشكل خاص،

(1) أحمد حمودة، مرجع سابق، ص 117

(2) رامي الشرافي، مرجع سابق، ص 111

(3) طلعت عيسى، مرجع سابق، ص 11

(4) زهير عابد، مرجع سابق، ص 1405

(5) Jothi, M. Neelamalar and R. Shakthi, reference, pp. 234-242, July.

(6) محمد أبو شرح، مرجع سابق

(7) نزار بنات، مرجع سابق

(8) خالد صافي، مرجع سابق

وأنة يُعد الأكثر تأثيراً لأنه موقع مغلق، حيث تحولت الشبكات الاجتماعية بشكل عام تحولت إبان الثورات العربية من الشبكات الاجتماعية إلى شبكات اجتماعية سياسية.

وتصدر دولة فلسطين قائمة أعلى الدول في استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك"، وقالت حنين طه اخصائية سوشيال ميديا في شركة (سبارك ميديا) إن آخر إحصائية عالمية بحسب ما أوردته تقارير شركة "زومسفير" العالمية لإحصائيات (السوشيال ميديا) للعام 2012م-2013م، أظهرت أن فلسطين تحتل أعلى دولة من حيث استخدام "الفييس بوك" بالمقارنة مع عدد السكان حيث وصلت النسبة إلى 40%، وأن التقرير السنوي للسوشيال ميديا في الشرق الاوسط أظهر ان معدل الزيارة السنوية لمستخدمي "تويتتر" في فلسطين هو الأعلى في الوطن العربي حيث بلغ 232.48%⁽¹⁾.

ويعزو الباحث سبب حصول الفيسبوك على المرتبة الأولى بأن هذه الشبكة تتمتع بسهولة في الاستخدام، وتحتوي على الكثير من المضامين المتنوعة، وتنوع الثقافات والجماهير أيضاً المتواجدة على هذه الشبكات، كما وأن تفرع هذه الشبكة بصفحات داخلية، وجروبات تمكن المستخدمين من الحصول على المواد الخبرية، والاجتماعية والترفيهية بسهولة ويسر دون الحاجة إلى إرشادات أو تعليمات أتاحت وبشكل كبير إلى تصدر هذه الشبكة قائمة الشبكات الاجتماعية.

كما يعقب الباحث على هذه الدراسات بوجود خلط ملحوظ لدى بعض الباحثين في تصنيف شبكات التواصل الاجتماعي حيث إن كثير من الشبكات التي تم طرحها من قبل الباحثين لا ينطبق عليها معايير شبكات التواصل الاجتماعي حيث إن بعضها عبارة عن مواقع لنشر ومشاركة الفيديو، والصور، ومواقع أخرى تختص بالمنتديات والمدونات وغيرها.

(1) وكالة معاً، مقال بعنوان "فلسطين الأعلى عالمياً في استخدام الفيس بوك":

<http://www.maannnews.net/arb/ViewDetails.aspx?ID=579351>، 2014-6-24م

2- فترة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (13) يوضح رأي المبحوثين في فترة استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي

م	مدة الاستخدام	ك	%
1	4 أعوام	210	39.5
2	من عامين إلى أقل من أربعة أعوام	150	28.2
3	من عام إلى أقل من عامين	36	6.8
4	أخرى	23	4.5
5	أقل من عام	7	1.3
ن = 426			

يتضح من الجدول السابق تنوع فترات استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي حيث بينت النتائج أن فترة 4 أعوام فأكثر حصلت على النسبة الأكبر حيث بلغت 39.5%، تلاها بفارق قريب استخدامها من عامين إلى أقل من أربعة أعوام، تلاها بفارق بعيد إلى حد ما الاستخدام من عام إلى أقل من عامين بنسبة 6.8%، تلاها بفارق قريب إلى سابق الفترات الأخرى بنسبة 4.55%، تلاها الاستخدام للشبكات أقل من عام بنسبة 1.3%.

وتشابهت هذه الدراسة مع دراسة حمودة (2012م) والتي بينت أن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أربع سنوات فأكثر بنسبة 57.3%، تلاها بفارق بعيد إلى حد ما استخدامها من سنتين إلى أقل من أربع سنوات بنسبة 30.5%، تلاها بفارق بعيد أيضاً أقل من سنتين 12.2%⁽¹⁾.

ويعزو الباحث طول فترة الاستخدام إلى الأهمية النسبية لشبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين الأمر الذي يدل على الدور الذي يمكن أن يُستخدم من خلال تلك الشبكات لزيادة وعي ومعرفة الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية.

(1) أحمد حمودة، مرجع سابق، ص 111

3- دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (14) يوضح رأي المبحوثين في دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي

م	دوافع الاستخدام	ك	%
1	الاطلاع على الاخبار	336	78.9
2	متابعة الأحداث والتعليق عليها	290	68.1
3	المشاركة بالأراء مع الآخرين	287	67.4
4	التعبير عن الذات	230	54.0
5	التسلية وتمضية الوقت	171	40.1
6	التعرف على أصدقاء جدد	137	32.2
	أخرى	41	9.6
ن = 426			

يتضح من الجدول السابق وجود تنوع ملحوظ في دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي للتوعية في القضايا الوطنية حيث إن دافع "الاطلاع على الاخبار" حصل على نسبة قدرها 78.9%، تلاه بفارق بعيد نوعاً ما وهو "متابعة الأحداث والتعليق عليها" بنسبة 68.1%، ثم "المشاركة بالأراء مع الآخرين" والتي كانت مقاربة في النسبة مع سابقتها، ومن ثم التعبير عن الذات والتسلية وتمضية الوقت بنسب صغيرة جداً ومتفاوتة وبعيدة عن دافع الاستخدام الأساسي وهو الاطلاع على الأخبار.

وتشابهت هذه الدراسة مع دراسة حمودة (2013م)، والتي بينت 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⁽¹⁾، كما وتشابهت هذه الدراسة مع دراسة نجم والرواس (2011م)، والتي أوضحت أن عينة الدراسة تهتم بالمواضيع السياسية تلاها الاقتصادية ثم التنمية، ثم باقي القضايا الأخرى⁽²⁾، كما وتشابهت مع دراسة المصري (2011م)، والتي كشفت أن أهم الموضوعات التي يفضلها المبحوثين هي

(1) أحمد حمودة، مرجع سابق، ص 123

(2) طه نجم، وأنور الرواس، مرجع سابق، ص 65

المشاركة والتفاعل معها خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي السياسة والابحاربية إذ جاءت نسبتها 56%، ثم الثقافية والاجتماعية بنسبة 54% لكل منهما⁽¹⁾، كما وتشابهت تلك النسب مع دراسة الشرافي (2013م)، والتي بينت أن دوافع الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي تكمن في أنها مصدر مهم للمعلومات في القضايا المختلفة حيث حصلت على نسبة 75.8%⁽²⁾، كما اتفقت مع ما جاء في دراسة حلس، ومهدي (2010م)، ودراسة أبو هرييد (2010م) لكن كانت نتائجهما مرتبطة بوسائل الإعلام بشكل عام حيث برزت في الدراسة الأولى أن الجماهير تتابع الأحداث المحلية يتلوها المعلومات الثقافية والسياسية بنسبة 70.3% يتلوها الأحداث العالمية بنسبة 47.9%⁽³⁾، وبينت الدراسة الثانية أن الجماهير تتابع القضايا الابحاربية بنسبة 58.7%، يتلوها المواضيع السياسية بنسبة 53%⁽⁴⁾.

ويرى الباحث أن ذلك قد يعود إلى طبيعة المنطقة الجغرافية حيث إن فلسطين تمر بحالة أحداث يومية متجددة، وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبشرين واعتبارها مصدرًا مهمًا لمتابعة الأخبار الجارية، كما ويعود أيضًا إلى أن فترة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي طويلة الأمر الذي يدفع المبشرين للاطلاع على المضامين المختلفة والمتواجدة على تلك الشبكات من أجل تحقيق الاشباع المطلوب لديهم.

4- مدة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (15) يوضح رأي المبشرين في مدة استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي

م	مدة الاستخدام	ك	%
1	ساعة إلى أقل من 3 ساعات	183	34.5
2	5 ساعات فأكثر	109	20.5
3	من 3 ساعات إلى أقل من 5	108	20.3
4	أقل من ساعة	26	4.9
ن = 426			

(1) نعيم المصري، مرجع سابق، ص 23

(2) رامي الشرافي، مرجع سابق، ص 115

(3) موسى حلس، وناصر مهدي، مرجع سابق ص 160

(4) نفين أبو هرييد، مرجع سابق، ص 76

يتضح من الجدول أن مدة استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي تنوعت حيث بلغت نسبة الاستخدام من ساعة إلى أقل من 3 ساعات نسبة 34.5%، تلاها بفارق بعيد إلى حد ما الاستخدام مدة 5 ساعات فأكثر بنسبة 20.5%، تلاها فترة من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات بنسبة 20.3%، تلاها بفارق بعيد مدة أقل من ساعة بنسبة 4.9%.

وتشابهت هذه الدراسة مع دراسة حمودة (2012م)، والتي بينت أن نسبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من ساعتين فأكثر 58.8%، تلاها بفارق بعيد إلى حد ما استخدام الشبكات من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة 36.6% تلاها أقل من ساعة بنسبة 4.6%⁽¹⁾، كما وتشابهت مع النتيجة الأولى فقط لدراسة عابد (2012م)، والتي بينت أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يستخدمونها من ساعة إلى أقل من 3 ساعات بنسبة 40.4%، تلاها بفارق بعيد إلى حد ما الاستخدام من 3 إلى أقل من 6 ساعات، تلاها بفارق بسيط أقل من ساعة⁽²⁾.

واختلفت الدراسة مع دراسة المصري (2011م) ، حيث بلغت نسبة المتابعة أقل من ساعة 30%، تلاها من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة 26%، تلاها من ساعة إلى أقل من ساعتين وأكثر من 3 ساعات بنسبة 22%⁽³⁾.

ويعزو الباحث ذلك إلى أن استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل مكثف ومنتزاد يعكس مدى أهمية تلك الشبكات بالنسبة لهم، وأن فترات استخدامهم الطويلة لها تدل على قدرتها على الولوج إلى الكثير منهم لتغيير أفكارهم وزيادة وعيهم ومعرفتهم بالقضايا الوطنية الفلسطينية الأمر الذي يعزز المعلومات المتعلقة بتلك القضايا لديهم.

(1) أحمد حمودة، مرجع سابق، ص 111

(2) زهير عابد، مرجع سابق، ص 1406

(3) نعيم المصري، مرجع سابق، ص 27

5- المجالات المتابعة على الشبكات:

جدول رقم (16) يوضح رأي المبحوثين في أهم المجالات التي يتابعونها على شبكات التواصل الاجتماعي

م	دوافع الاستخدام	ك	%
1	سياسية	360	84
2	اجتماعية	318	74.1
3	ثقافية	311	72
4	تسلية وترفيه	205	48.2
5	رياضية	119	28
6	اقتصادية	92	21.4
7	أخرى	23	5
ن = 426			

يتضح من الجدول أن القضايا السياسية هي الأكثر متابعة من قبل المبحوثين حيث بلغت نسبة متابعتهم لها على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 84%، تلاها بفارق قريب بنسبة 74.1% تلاها المواضيع الثقافية بنسبة 72%، تلاها باقي المجالات بنسب متفاوتة.

وتشابهت هذه الدراسة مع دراسة المصري (2011م) والتي بينت أن أهم الموضوعات التي يفضلها المبحوثين هي المشاركة والتفاعل معها خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي السياسية والاعلامية إذ جاءت نسبتها 56%، ثم الثقافية والاجتماعية بنسبة 54% لكل منهما، يليها الدينية بنسبة 52%، ثم المقاطع الفنية المأخوذة من المسرحيات والأفلام والأغاني والصحية والشباب بنسبة 38% لكل منها⁽¹⁾.

واختلفت الدراسة مع دراسة حمودة (2012م) والتي بينت أن المبحوثين يفضلون المواضيع الاجتماعية والثقافية بنسبة 68.8%، تلاها المواضيع السياسية والاعلامية بنسبة 60.7%، تلاها المواضيع التعليمية بنسبة 54.9%⁽²⁾، كما اختلفت مع دراسة حلس ومهدي (2010م) والتي بينت

(1) نعيم المصري، مرجع سابق، ص24

(2) أحمد حمودة، مرجع سابق، ص111

أن المبحوثين يفضلون المواضيع المحلية بنسبة 74.4%، تلاها المعلومات الثقافية والسياسية بنسبة 70.3% تلاها التسلية والترفيه بنسبة بعيدة إلى حد ما 48.4%⁽¹⁾.

ويعلل الباحث سبب التشابه والاختلاف بالدراسات السابقة إلى طبيعة تنوع الجمهور واختلاف المناطق الجغرافية التي يتواجد بها.

6- درجة الثقة بمضمون الشبكات:

جدول رقم (17) يوضح رأي المبحوثين في درجة ثقة الشباب الفلسطيني بشبكات التواصل الاجتماعي

%	الانحراف المعياري	المتوسط	ثقة الشباب بالشبكات					%	درجة الثقة بشبكات التواصل الاجتماعي؟
			منخفض جدا	منخفض	متوسط	عالي	عالي جدا		
64.8	0.689	3.24	1.6	5.2	65.3	23.5	4.50	%	ك
			7	22	278	100	19		

يتضح من الجدول أن النسبة المئوية لدرجة ثقة الشباب الفلسطيني بشبكات التواصل الاجتماعي بلغت 64.8% وهي نسبة متوسطة.

وتشابهت هذه الدراسة مع دراسة حمودة (2013م) والتي بينت أن نسبة الثقة كانت 69.7% للذكور، و66.6% للإناث الأمر الذي يبين وسطية الثقة بمضامين شبكات التواصل الاجتماعي لدى جماهيرها⁽²⁾، كما وتشابهت مع دراسة عابد (2012م) التي بينت أن المستخدمين يتقنون بمضامين شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة تصل إلى 58%⁽³⁾، الأمر الذي يُثبت أن درجة الثقة في مضامين شبكات التواصل الاجتماعية متوسطة.

ويرى الناشط الشبابي خالد صافي أن درجة الثقة بمضامين شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين ارتفعت إلى حد ما، حيث أصبح الشاب الفلسطيني يمتلك الوعي الذي يمكنه من عدم

(1) موسى حلس، وناصر مهدي، مرجع سابق، ص160

(2) أحمد حمودة، المرجع السابق نفسه، ص121

(3) زهير عابد، مرجع سابق، ص1407

الانصياع إلى أي شائعة تنتشر على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن المتلقي أصبح على دراية ووعي بأن يسأل في البداية ويطلع على مصدر تلك المعلومة⁽¹⁾، فيما يرى محمد أبو شرخ أن الثقة بمضامين شبكات التواصل ليست ثقة مطلقة لأننا لا نتحدث عن كتاب أو جريدة أو مضمون أكيد مئة بالمائة لكن يمكن التأكد من طبيعة ما ينقل من خلال المصادر والتأكيد بالصور والفيديو والوثائق الإلكترونية التي تعرض على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي⁽²⁾، ويشارك الناشط الشبابي خالد الشرقاوي بأن مضامين الشبكات جيدة وموثوقة لكن ليست بدرجة كبيرة جداً لأنه لا يوجد رقابة عليها⁽³⁾، فيما يوافق المحلل السياسي هاني البسوس بتأكيد هاني البسوس على ثقته في مضامين شبكات التواصل الاجتماعي لأنها تلامس الحقيقة وهي من داخل الإنسان ومعبرة أحياناً أكثر من وسائل الإعلام الأخرى⁽⁴⁾.

ويرى الباحث أن السبب في ذلك قد يعود إلى عدم وجود مصادر صحفية أو مراقبة على شبكات التواصل الاجتماعية، ونشر الأخبار غير المستندة إلى مصدر من قبل رواد شبكات التواصل الاجتماعي الأمر الذي يتسبب بنشنت نوعي في نقل بعض الأخبار من الميدان، واستخدام رمز الوسم "الهاشتاج" على بعض الأخبار غير الصحيحة ونقلها عبر شبكات التواصل الاجتماعي الأمر يسبب فقدان المصداقية من قبل الرواد حين يتم الاستخدام، كما وإن استخدام الأسماء المستعارة والوهمية من قبل المستخدمين خوفاً من الملاحقة الأمنية الداخلية أو الخارجية أمراً يتسبب بتراجع الثقة في بعض الأحيان.

(1) خالد صافي، مرجع سابق

(2) محمد أبو شرخ، مرجع سابق

(3) خالد الشرقاوي، مرجع سابق

(4) هاني البسوس، مرجع سابق

7- جوانب الاستفادة من القضايا الوطنية:

جدول رقم (18) يوضح رأي المبحوثين في جوانب استفادة الشباب من مضامين الشبكات لزيادة معرفتهم بالقضايا الوطنية

م	جوانب الاستفادة من المضامين	ك	%
1	تساعد في مناقشة القضايا الوطنية مع الآخرين	276	64.8
2	تزود شبكات التواصل الاجتماعي بالمعلومات السياسية الجديدة	243	57.0
3	تقدم تفسيراً للأحداث السياسية	191	44.8
4	تساعد في المشاركة السياسية	187	43.9
5	تبين القضايا الوطنية بشكل أعمق	169	39.7
6	أخرى	16	3.8
ن = 426			

يتضح من الجدول السابق أن "المساعدة في مناقشة القضايا الوطنية مع الآخرين" حصلت على نسبة مئوية قدرت بـ 64.8%، تلاها بفارق كبير أن شبكات التواصل الاجتماعي تزود الشباب الفلسطيني بالمعلومات السياسية الجديدة بنسبة 57%، ثم تلاها بفارق متوسط أنها "تقدم تفسيراً للأحداث السياسية" بنسبة مئوية قدرت بـ 44.8%، تلاها بنسبة مقاربة أنها "تساعد في المشاركة السياسية" بنسبة 43.9%، ثم "تبين القضايا الوطنية بشكل أعمق"، وقد جاءت الأسباب "الأخرى" في المركز الأخير بنسبة 3.8%.

واتفقت هذه الدراسة مع دراسة عابد (2012م)، والتي بينت أن شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة فعالية للتواصل الاجتماعي بين الشباب على مختلف توجهاتهم وكانت بنسبة 65.25%، تلاها الحشد والمناصرة السياسية للقضايا الاجتماعية والسياسية الفلسطينية بنسبة 64.2%، تلاها بنفس النسبة تكوين الصداقات من شعوب مختلفة، تلاها مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية التي تهمني بنسبة 62.6%⁽¹⁾، كما وافقت مع دراسة الرعود (2011م)، والتي بينت أن شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على الرأي العام المحلي والإقليمي، وأنها نشرت الوعي

(1) زهير عابد، المرجع السابق نفسه، ص 1408

السياسي، وعززت المشاركة السياسية بين مصر وتونس، وأنها وفرت عنصر الأمن للناشطين عبر الانترنت⁽¹⁾.

ويعزو الباحث ذلك إلى اهتمام نشطاء الإعلام الجديد في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بتناول القضايا الوطنية، وتخصيص نشطاء ورواد الإعلام الجديد لصفحات خاصة بالقضايا الوطنية ساهم في تعزيز متابعة تلك القضايا، كما يؤكد ذلك على أهمية تلك الشبكات في تناول القضايا الوطنية لدى المبحوثين.

8- درجة تناول الشبكات للقضايا الوطنية:

جدول رقم (19) يوضح رأي المبحوثين في درجة تناول القضايا الوطنية على شبكات التواصل الاجتماعي

م	أهم القضايا الوطنية	درجة التناول					المتوسط	المعياري	الأحزاف	%
		منخفض جدا	منخفض	متوسط	عالي	عالي جدا				
1	الأسرى	ك	19	63	145	146	53	1.02	67.1	
		%	4.5	14.8	34	34.3	12.4			
2	القدس	ك	42	84	150	106	44	1.12	61.2	
		%	9.9	19.7	35.2	24.9	10.3			
3	المصالحة	ك	88	81	118	88	51	1.30	56.9	
		%	20.7	19	27.7	20.7	12			
4	الاستيطان	ك	67	133	135	63	28	1.11	53.1	
		%	15.7	31.2	31.7	14.8	6.6			
5	اللاجئين	ك	71	117	161	55	22	1.07	52.5	
		%	16.7	27.5	37.8	12.9	5.2			
	المجموع	ك	287	478	709	458	198	1.43	48.4	
		%	13.50	22.44	33.28	21.52	9.30			

(1) عبد الله الرعود، مرجع سابق، ص 83

يتضح من الجدول أن أكثر القضايا الوطنية تناولاً على شبكات التواصل الاجتماعي قضية الأسرى حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 67.1% تلاها قضية القدس بنسبة قريبة تقدر بـ 61.2% ثم المصالحة بنسبة قريبة أيضاً وهي 56.9% ثم باقي القضايا الوطنية.

واتفقت نتائج الجدول السابق مع نتائج الدراسة التحليلية في جدول رقم (4) والذي بين أن قضية الأسرى هي الأكثر تكراراً على شبكات التواصل الاجتماعي حيث حصلت ما نسبته 46.3% لصالح شبكة قدس الإخبارية فيما حصدت نسبة مقاربة على شبكة غزة الآن بلغت 45.4% ومن ثم تلاها قضية القدس بنسب بعيدة إلى حد ما ثم باقي القضايا الوطنية لكن باختلاف بسيط بين تناول القضايا وهي تناول قضية اللاجئين والتي كانت بالمرتبة الثالثة والمصالحة التي كانت بالمرتبة الأخيرة الأمر الذي يدل على أهمية تلك القضايا للقائمين على تلك الشبكات.

واختلفت الناشطة في مجال شبكات التواصل الاجتماعي أسماء الغول في ترتيب أهم القضايا الوطنية معتبرة أن القضية الأكثر تناولاً هي قضية اللاجئين⁽¹⁾.

ويعزو الباحث ذلك لاهتمام صفحات شبكات التواصل الاجتماعي بالقضايا الوطنية وأبرزها قضية الأسرى، والتوسع الملحوظ في نشر كافة الأخبار المتعلقة بالقضايا الوطنية، وتنوع وتوسع الناشطين على شبكات التواصل الاجتماعي حيث تفرغ بعضهم إلى متابعة ورصد كافة الأخبار المتعلقة بالقضايا الوطنية، ومحاولة بعض الناشطين الشباب حشد التأييد الدولي المطلوب لنصرة القضايا الوطنية، وقلة فرص العمل لدى الشباب الفلسطيني جعلهم يتجهون صوب شبكات التواصل الاجتماعي لمحاولة استغلال أوقات فراغهم.

ويرى الباحث أن سبب الاهتمام بتناول القضايا الوطنية وتصدر قضية الأسرى المرتبة الأولى يكمن في تواصل جميع الباحثين في جميع ما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأهمية تلك القضايا وخاصة قضية الأسرى لأنها قضية حساسة وذات طابع عاطفي تستجلي نفوس الشباب الفلسطيني، وتجعله يحرص على المتابعة الدورية لشبكات التواصل الاجتماعي واستغلال المدة التي يتم استخدامها، والحاجة الماسة إلى معرفة آخر الأخبار والتطورات الخاصة بالقضايا

(1) أسماء الغول، مرجع سابق

الوطنية، والمناقشة والإدلاء بالآراء الخاصة بالقضايا التي يتم طرحها على تلك الشبكات وخاصة قضية الأسرى، ومحاولة حشد التأييد الدولي والمحلي المطلوب للقضايا الوطنية الفلسطينية.

9- مدى مساهمة الشبكات في زيادة معرفة الشباب بالقضايا الوطنية:

جدول رقم (20) يوضح رأي المبحوثين في مدى مساهمة الشبكات في زيادة المعرفة

م	القضايا الوطنية	مدى المساهمة					المتوسط	الانحراف المعياري	%
		صغير جداً	صغير	متوسط	كبير	كبير جداً			
1	القدس	ك	16	29	130	133	118	1.06	74.5
		%	3.8	6.8	30.4	31.3	27.8		
2	الأسرى	ك	15	22	135	148	105	1.01	74.4
		%	3.5	5.2	31.8	34.8	24.7		
3	الاستيطان	ك	40	53	171	100	61	1.13	64.2
		%	9.4	12.5	40.2	23.5	14.4		
4	اللاجئين	ك	31	66	170	108	51	1.07	63.9
		%	7.3	15.5	39.8	25.4	12		
5	المصالحة	ك	62	68	124	82	89	1.32	63.2
		%	14.6	16	29.2	19.3	20.9		

يتضح من الجدول أن قضية القدس جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 74.5% تلاها بنسبة قريبة جداً وهي قضية الأسرى بنسبة 74.4% ثم قضية الاستيطان بنسبة أيضاً قريبة تُقدر بـ 64.2% ثم باقي القضايا الوطنية.

واختلفت نتائج الجدول السابق مع نتائج دراسة مع دراسة حمودة (2013م)، والتي بينت أن أبرز القضايا التي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي هي قضية اللاجئين، يتلوا تهويد القدس،

ومن ثم الاستيطان، والأسرى، ثم باقي القضايا الوطنية⁽¹⁾، كما اختلفت نتائج هذه الدراسة مع دراسة عيسى (2012م)، والتي بينت أن أهم القضايا الفلسطينية التي يستخدمها الشباب الفلسطيني هي الحصار على غزة يتلوها الأقصى والقدس ومن ثم اللاجئين وحق العودة، يتلوها قضية الأسرى والمعتقلين، يتلوها قضايا الاستيطان⁽²⁾.

ويرى الباحث أن ذلك يعود لطريقة عرض المواد الخبرية الخاصة بقضية القدس والتي تدعم غالباً بالصور والفيديو حيث تم إثبات ذلك بالدراسة التحليلية، وتخصيص بعض نشاطات شبكات التواصل الاجتماعي لصفحات تخص كل قضية وطنية على حدى، والاستعانة بالمصادر وتأكيداها من خلال المواد المصور عززت تقدم بعض القضايا على الأخرى.

ويعزو الباحث اختلاف النسب في جدول رقم (19) عن الجدول الحالي (20) في ترتيب القضايا بمدى الاهتمام الملحوظ بأهمية تلك القضايا من قبل المبحوثين، حيث نجد أن القضايا القريبة منها شكلت في قضايا القدس والأسرى والاستيطان ومن ثم اللاجئين وأخيراً المصالحة حيث يشير ذلك إلى كيفية تناول وسائل الإعلام لتلك القضايا ومدى الاشباع المحقق لهم من خلالها الأمر الذي يعكس أهميتها من وجهة نظرهم، أما الجدول (19) فيبين فقط مدى تناول الشبكات لتلك القضايا الأمر الذي يبين اهتمام الشبكات بالجانب الكمي الأمر الذي يعكس ربما ضعف المحتوى الخبري من ناحية، وربما أن تكون المواد مكررة وليست ذات أهمية كبيرة من وجهة نظر المبحوثين.

10- مدى الوعي بالقضايا الوطنية:

وقد اعتمد الباحث في تصنيف مستوى الوعي على درجة المبحوثين على الأسئلة المتعلقة بمستوى الوعي بالقضايا الوطنية وعددها (15) سؤالا، حيث تم اعتماد تصنيف Cocking⁽³⁾:

- الدرجة من صفر إلى أقل من 8 تدل على مستوى وعي منخفض.
- الدرجة من 8 إلى أقل من 12 تدل على مستوى وعي متوسط.
- الدرجة من 12 إلى 15 تدل على مستوى وعي مرتفع.

(1) أحمد حمودة، مرجع سابق، ص121

(2) طلعت عيسى، مرجع سابق، ص12

(3) Cocking, R. R. (2008) "Assessment in Online Distance Education".

جدول رقم (21) يوضح رأي المبحوثين في مدى وعي الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية

القضايا الوطنية	وعي عالي	متوسط	%
المصالحة	1.728	0.500	86.4
الأسرى	2.528	0.669	84.3
الاستيطان	2.455	0.643	81.8
اللاجئين	2.862	0.852	71.5
القدس	2.066	0.752	68.9
المجموع	11.638	1.818	77.6

يتضح من الجدول أن حوالي 61% من أفراد العينة لديهم مستوى وعي متوسط بالقضايا الوطنية، في حين كان هناك 34% لديهم مستوى وعي كبير، و5% لديهم مستوى وعي متدني، وقد بلغت النسبة العامة لمستوى الوعي بالقضايا الوطنية 76% وهي نسبة تشير إلى مستوى وعي جيد، ويرى الباحث أن ذلك يعود لطبيعة عرض المواد الإخبارية وأبرزها قضايا المصالحة والتي ينتظرها كافة أطراف الشعب الفلسطيني، وطبيعة التفاعل مع ما يتم طرحه من قبل صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، ومقدار المتابعة والردود التي تتجم من عنصر التفاعلية في بعض المواضيع الخاصة بالقضايا، والتنوع في المضامين وتوسع حجم التغطية لكافة القضايا.

ويؤكد جبر أن شبكات التواصل الاجتماعي زادت في وعي الشباب الفلسطيني بدرجة جيدة جداً بسبب رغبة الشباب الفلسطيني بالتعرف على قضايا الوطنية، والرغبة في الاختلاط الفكري بين الشباب الجديد والجيل القديم⁽¹⁾، بالإضافة إلى الحصول على المناصرة المطلوبة ونجاح النشاط في جلب التأييد المطلوب من قبل المجتمعين المحلي والدولي⁽²⁾، كما وإن سبب ذلك يكمن في قدرة الشباب الفلسطيني على الإدلاء بأصواتهم وبمشاعرهم على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي الأمر الذي يُعد أهم من تبادل الأخبار فقط كما في وسائل الإعلام التقليدي⁽³⁾، بالإضافة إلى الميزات الاتصالية التي أتاحتها شبكات التواصل الاجتماعي والتي أتاحت للجميع

(1) حسن جبر، مرجع سابق

(2) خالد صافي، مرجع سابق

(3) هاني البسوس، مرجع سابق

التواصل من مسافات قصيرة عبر أجهزة الحواسيب والاستغناء عن السفر وقطع الحواجز لنشر القضايا⁽¹⁾، يتلو ذلك حاجة الشباب الفلسطيني الماسة إلى الوعي بالقضايا الوطنية ومتابعة تفاصيلها والتطورات التي تواكبها⁽²⁾.

11- مدى التفاعل مع القضايا الوطنية:

جدول رقم (22) يوضح رأي المبحوثين في مدى تفاعل الشباب الفلسطيني على الشبكات مع القضايا الوطنية المطروحة

م	القضايا الوطنية	مدى التفاعل					الانحراف المعياري	المتوسط	%
		كبيرة جدا	كبيرة	متوسط	صغيرة	صغيرة جدا			
1	الأسرى	ك	99	138	129	37	23	3.60	72.0
		%	23.5	32.4	30.0	8.7	5.4		
2	القدس	ك	101	138	117	45	25	3.57	71.5
		%	23.7	32.2	27.7	10.6	5.9		
3	اللاجئين	ك	43	109	165	74	35	3.12	62.5
		%	10.3	25.6	38.5	17.4	8.2		
4	الاستيطان	ك	44	98	154	84	47	3.02	60.3
		%	10.3	22.8	36.2	19.7	11.0		
5	المصالحة	ك	71	85	117	75	78	2.99	59.9
		%	16.7	20.2	27.2	17.6	18.3		
	المجموع	ك	358	568	682	315	208	2.72	54.4
		%	16.9	26.6	31.9	14.8	9.8		

يتضح من الجدول ان قضية الأسرى جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 72% تلاها قضية القدس بنسبة 71.5% ثم اللاجئين بنسبة 62.5% ثم الاستيطان بنسبة 60.3% وأخيرا قضية المصالحة بنسبة 54.4%.

(1) أسماء الغول، مرجع سابق

(2) نزار بنات، مرجع سابق

واتفقت نتائج هذا الجدول مع الجدول (19) في الدراسة الميدانية والذي يبين متابعة القضايا الوطنية حيث حصدت قضية الأسرى على المرتبة الأولى يتلوها قضية القدس لأن هذه القضايا هي أبرز وأهم القضايا والأكثر تداولاً في الشأن الفلسطيني.

كما واتفقت نتيجة هذا الجدول مع نتائج جدول (4) في الدراسة التحليلية والذي بين أن قضية الأسرى تصدرت القضايا التي تناولتها شبكات التواصل الاجتماعي محل الدراسة بنسبة تناول بلغت (45.8%)، تلاها قضية القدس بنسبة تناول بلغا (23.2%)، ثم الاستيطان بنسبة (18.6%)، وقضية اللاجئين بنسبة (8.1%)، ثم قضية المصالحة الفلسطينية بنسبة (4.2%).

ويرى الباحث أن ذلك يعود لما يلي أهمية القضايا الوطنية لكافة أطياف الشعب الفلسطيني، والتنوع في استخدام الأساليب التفاعلية منها (الوسم - الهاشتاج) وزيادة الإعجاب والتعليقات وتوسيع حجم مشاركة المواضيع على صفحات الأعضاء، ويبرر الباحث تراجع متابعة قضية المصالحة الفلسطينية بسبب عدم جدية أطراف الصراع على إنهاء الانقسام واستعادة الوحدة، حيث أظهرت النسب في الجدول السابق أن الأهمية النسبية التي تتمتع بها كانت بمرتبة ثالثة لكن التفاعل معها هنا في المرتبة الأخيرة وبنسبة 59.9% فقط

12- أهم المشاكل والمعوقات في التوعية بالقضايا الوطنية:

جدول رقم (23) يوضح رأي الباحثين في أهم المشاكل والمعوقات التي يراها الشباب الفلسطيني في دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضايا الوطنية

م	المشاكل والمعوقات	ك	%
1	انقطاع التيار الكهربائي	318	74.6
2	عدم الثقة بمضامين شبكات التواصل الاجتماعي	251	58.9
3	عدم وجود الوقت الكافي لتصفح الصفحات	138	32.4
4	إلغاء الصفحات من إدارة الفيس بوك	131	30.8
5	عدم الإلمام الكافي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	55	12.9
6	أخرى	24	5.6
ن = 426			

يتضح من الجدول أن انقطاع التيار الكهربائي كان من أكبر المعوقات بنسبة 74.6%، تلاه عدم الثقة بمضامين شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 58.9% ثم عدم وجود الوقت الكافي

لتصفح الصفحات بنسبة 32.4% في حين كانت "الأسباب الأخرى في المركز الأخير بنسبة 5.6%.

13- أهم المقترحات لزيادة الوعي بالقضايا الوطنية:

جدول رقم (24) يوضح رأي المبحوثين في أهم مقترحات الشباب الفلسطيني لتطوير مضامين صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي بالقضايا الوطنية

م	المقترحات	ك	%
1	تخصيص صفحات خاصة بالقضايا الوطنية والتعريف بها	340	79.8
2	الاستعانة بخبراء الإعلام الجديد وجلب الدعم الكافي لإنجاح تلك الصفحات	299	70.2
3	المتابعة المستمرة للقضايا الوطنية ونقل كل ما هو جديد	293	68.8
4	العمل على تحشيد الدعم المحلي والدولي للمشاركة الفاعلة بالصفحات	231	54.2
5	تزويد مسؤولي الصفحات بمعلومات تعزيز التفاعل على مضامين الصفحات	231	54.2
6	أخرى	10	2.3
ن = 426			

يتضح من الجدول أن تخصيص صفحات خاصة بالقضايا الوطنية والتعريف بها كان من أعلى المقترحات بنسبة 79.8%، تلاه الاستعانة بخبراء الإعلام الجديد وجلب الدعم الكافي لإنجاح تلك الصفحات بنسبة 70.2% ثم المتابعة المستمرة للقضايا الوطنية ونقل كل ما هو جديد بنسبة 68.8% في حين كانت الأسباب الأخرى في المركز الأخير بنسبة 2.3%.

ومن المقترحات الأخرى التي تم ذكرها وهي العمل على توعية الجمهور في طرق استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بهدف نشر الوعي والتوعية بشكل أكبر، وتدريب مساقات منهجية لطلاب المدارس تتعلق باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وعقد دروات متخصصة للجميع بطرق وآليات الاستخدام، وإعداد تطبيق خاص بالهواتف المحمولة خاص بالقضايا الفلسطينية لمعرفة تاريخ خاص بكل قضية وطنية.

ويضع الناشط محمد أبو شرح عددًا من المقترحات الكفيلة بزيادة الوعي بالقضايا الوطنية ومنها تدريب نشطاء الاعلام الجديد، وتوعية الشباب والوزارات والمؤسسات بضرورة أن تساهم في التوعية وأن تحارب الصفحات الوهمية لأن الكثير من الصفحات يمكن أن تفتح بشكل جديد، وضرورة إعطاء الدورات الخاصة بسبل الحماية الكفيلة بالمحافظة على الخصوصية والإسقاط،

ومحاولة توحيد الصفحات الخاصة بالقضايا، فيما يرى خالد الشرقاوي أن هناك مقترحات كفيلة بزيادة الوعي لدى الشباب الفلسطيني في قضايا الوطنيه ومنها ضرورة التوسع المعرفي لدى الشباب الفلسطيني، ومن ثم البحث في الشبكة العنكبوتية ومعرفة خصائص الشبكات والتعمق الالكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي⁽¹⁾، كما ويؤكد الناشط الشبابي خالد صافي على ضرورة أن يكون لدينا هدف ووعي ودافع وجمهور، فيجب على الشاب الفلسطيني أن يمتلك هدفاً واضحاً من أجل معرفه الأداة المستخدمة كي تناسب أهداف الوعي مع طبيعة الاستخدام، اما الوعي فيجب أن يكون كاملاً وان يكون لدى الشباب الفلسطيني دافعاً عملياً ورغبة لدى الشباب للإقبال على التغذية بالمعلومات التي يساهم من خلالها في نشر الوعي المطلوب⁽²⁾.

(1) خالد الشرقاوي، ناشط بمجال الإعلام الجديد "مقابلة شخصية بمكتبه في غزة" 9-3-2013م.

(2) خالد صافي ناشط بمجال الإعلام الجديد "مقابلة شخصية بمكتبه في غزة" 9-3-2013م.

ثانياً: اختبار فروض الدراسة الميدانية

حاولت الدراسة الميدانية اختبار مجموعة من الفروض، وهي:

فرض الدراسة الأول:

"توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \leq \alpha)$ في استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى للمتغيرات (النوع، والعمر، ومكان السكن، والمستوى التعليمي)".

نتيجة اختبار الفرض:

أولاً: النوع

جدول رقم (25) اختبار (One Way ANOVA) لبيان الفروق في استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي تبعا لمتغير النوع

م	شبكات التواصل الاجتماعي	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	الدلالة الإحصائية
1	فيس بوك	ذكور	322	4.65	0.629	0.716	غير دالة
		إناث	104	4.70	0.573		
2	تويتر	ذكور	322	2.50	1.256	0.551	غير دالة
		إناث	104	2.42	1.180		
3	ماي سبيس	ذكور	322	1.21	0.658	1.09	غير دالة
		إناث	104	1.29	0.634		
4	لنكد ان	ذكور	322	1.27	0.740	0.172	غير دالة
		إناث	104	1.26	0.591		
5	أخرى	ذكور	322	1.73	1.177	0.486	غير دالة
		إناث	104	1.80	1.226		
	الإجمالي	ذكور	322	8.193	1.567	0.056	غير دالة
		إناث	104	8.183	1.499		

تشير النتائج السابقة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى لمتغير النوع وهو ما يشير إلى صحة الفرض السابق.

وتوافقت هذه النتائج مع دراسة حمودة (2013م)، والتي بينت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي⁽¹⁾، كما اتفقت مع دراسة عابد (2012م)، والتي بينت أنه لا يوجد فروق في الرأي بين آراء الطلاب والطالبات في الجامعات الفلسطينية نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة رأيهم نحو التغيير الاجتماعي والسياسي⁽²⁾، واتفقت أيضاً مع دراسة الرعود والتي بينت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دور شبكات التواصل الاجتماعي والتغيير السياسي تبعاً للنوع⁽³⁾.

واختلفت نتائج هذا الفرض مع دراسة عيسى (2012م)، والتي بينت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية بين الذكور والإناث، والفروق لصالح الإناث⁽⁴⁾ ويعزو الباحث اختلاف النتيجة من هذه الدراسة لطبيعة الاستخدام وفتراته حيث تختلف فترات الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي من فترة زمنية إلى أخرى الأمر الذي ساوي الجنسين في الاستخدام.

ويمكن للباحث تفسير هذه النتائج بأن ذلك يكمن في الاهتمام المشترك بنفس المستوى، والتقارب الفكري والمعرفي الواحد بين الذكور والإناث، وسهولة الاستخدام وتدرجه في شبكات التواصل الاجتماعي بداية بشبكة الفيسبوك ثم التويتر ثم باقي الشبكات، واتساع حجم المشتركين بتلك الشبكات وتسلسلهم حيث إن شبكة الفيسبوك تُعد بالمرتبة الثانية حسب تصنيف موقع الإحصاء العالمي www.alexa.com، كما أن شبكة الفيسبوك تتمتع بسهولة في الاتصال والتواصل الفعال، وطبيعة التفاعل التي تتم بشكل مباشر بين الجماهير، التغذية الراجعة (الفيديباك) تكون سريعة جداً على ما يُنشر على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، وأن هذه الشبكات تُعد

(1) أحمد حمودة، مرجع سابق، ص135.

(2) زهير عابد، "مرجع سابق، ص1416.

(3) عبد الله الرعود، مرجع سابق، ص98-99.

(4) طلعت عيسى، مرجع سابق، ص16.

منبرًا لنقل المعاناة للعالم بأجمعه، ويرجع أيضًا إلى سهولة الاتصال الشخصي بين الأصدقاء واتباع شبكة الفيسبوك الأساليب الاتصالية المباشرة خلافًا لشبكات التواصل الأخرى، واتساع حجم مضمون شبكة الفيسبوك حيث تُمكن تلك الشبكة للمستخدم إضافة ما يرغب بإضافته دون التقيد بحجم نص أو بحجم صورة أو فيديو.

ثانيًا: العمر

جدول رقم (26) اختبار (One Way ANOVA) لبيان الفروق في استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي تبعًا لمتغير العمر

م	شبكات التواصل الاجتماعي	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
1	فيس بوك	بين المجموعات	3.380	2	1.690	4.535*	دالة عند 0.05
		داخل المجموعات	157.618	423	.373		
		المجموع	160.998	425			
2	تويتر	بين المجموعات	15.908	2	7.954	5.303**	دالة عند 0.01
		داخل المجموعات	634.441	423	1.500		
		المجموع	650.350	425			
3	ماي سبيس	بين المجموعات	.317	2	.159	0.371	غير دالة
		داخل المجموعات	180.596	423	.427		
		المجموع	180.913	425			
4	لنكد ان	بين المجموعات	.022	2	.011	0.022	غير دالة
		داخل المجموعات	211.934	423	.501		
		المجموع	211.955	425			
5	أخرى	بين المجموعات	2.683	2	1.342	0.950	غير دالة
		داخل المجموعات	597.441	423	1.412		
		المجموع	600.124	425			
	المجموع	بين المجموعات	13.756	2	6.878	2.892	غير دالة
		داخل المجموعات	1005.843	423	2.378		
		المجموع	1019.599	425			

نتيجة اختبار الفرض:

تبين عدم صحة الفرض السابق فيما يتعلق بالفيسبوك وتويتر وصحته فينا يتعلق باستخدام الشباب الفلسطيني للشبكات وذلك على النحو التالي:

- 1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.01$) في استخدام الشباب الفلسطيني لموقع "تويتر" في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى لمتغير العمر.
- 2- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) في استخدام الشباب الفلسطيني لموقع فيس بوك في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى لمتغير العمر.
- 3- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى لمتغير العمر.

وللتعرف على وجهة الفروق للمجالين الأول والثاني استخدم الباحث اختبار شيفيه للمقارنات البعدية Scheffee Post Hoc، وأظهر الاختبار النتائج الآتية:

- 1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين الفئة العمرية (24-30) والفئة العمرية (30-35) في استخدام الشباب الفلسطيني لموقع "تويتر" في التوعية بالقضايا الوطنية لصالح الفئة العمرية (24-30).
- 2- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين الفئة العمرية (24-30) والفئة العمرية (30-35) في استخدام الشباب الفلسطيني لموقع "فيس بوك" في التوعية بالقضايا الوطنية لصالح الفئة العمرية (24-30).

واختلفت هذه النتائج مع دراسة الرعود والتي بينت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر نظراً لمتغير العمر⁽¹⁾.

ويعزو الباحث وجود الفروق لصالح الفئة العمرية (24-30) سنة بسبب مستوى الإدراك والحاجة لدى هذه الفئة للاستزادة بالمعرفة حول القضايا الوطنية، كما وإن طبيعة الاهتمام تكمن في أن هذه الفئة في الأغلب هي خارجة من نمط التفكير الطفولي أو مراهقة البعض وتلجأ للتفكير بقضاياها بشكل عاطفي الأمر الذي يسهم في تعزيز رفع مستوى المعرفة لديهم.

(1) عبد الله الرعود، مرجع سابق، ص 99.

ثالثاً: مكان السكن

جدول رقم (27) يوضح الفروق في استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير مكان السكن

م	شبكات التواصل الاجتماعي	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
1	فيس بوك	بين المجموعات	7.069	3	2.356	6.460**	دالة عند 0.01
		داخل المجموعات	153.928	422	.365		
		المجموع	160.998	425			
2	تويتر	بين المجموعات	23.338	3	7.779	5.236**	دالة عند 0.01
		داخل المجموعات	627.012	422	1.486		
		المجموع	650.350	425			
3	ماي سبيس	بين المجموعات	1.013	3	.338	0.792	غير دالة
		داخل المجموعات	179.900	422	.426		
		المجموع	180.913	425			
4	لنكد ان	بين المجموعات	4.432	3	1.477	3.004*	دالة عند 0.05
		داخل المجموعات	207.523	422	.492		
		المجموع	211.955	425			
5	أخرى	بين المجموعات	11.670	3	3.890	2.790*	دالة عند 0.05
		داخل المجموعات	588.455	422	1.394		
		المجموع	600.124	425			
	المجموع	بين المجموعات	.653	3	.218	0.09	غير دالة
		داخل المجموعات	1018.946	422	2.415		
		المجموع	1019.599	425			

تبين عدم صحة الفرض السابق فيما يتعلق بالفيسبوك وتويتر فيما يتعلق باستخدام الشباب الفلسطيني للشبكات في التوعية وذلك على النحو التالي:

- 1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.01$) في استخدام الشباب لموقعي "فيسبوك" و"تويتر" بالتوعية في القضايا الوطنية تعزى لمتغير مكان السكن.
- 2- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) في استخدام الشباب الفلسطيني لموقعي "لنكد ان" و"المواقع الأخرى" في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى لمتغير مكان السكن.
- 3- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \leq \alpha$) في استخدام الشباب الفلسطيني لموقع "ماي سبيس" في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى لمتغير مكان السكن.

وللتعرف على وجهة الفروق للمجالات الأولى والثاني والرابع والخامس استخدم الباحث اختبار شيفيه للمقارنات البعدية Scheffee Post Hoc، وأظهر الاختبار النتائج الآتية:

- 1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين سكان فلسطين المحتلة عام 1948م وسكان كل من الضفة الغربية وقطاع غزة والشثات في استخدام الشباب الفلسطيني لموقع "فيس بوك" في التوعية بالقضايا الوطنية لصالح سكان كلاً من الضفة الغربية وقطاع غزة والشثات.
- 2- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين سكان الضفة الغربية وسكان قطاع غزة في استخدام الشباب الفلسطيني لموقع "تويتر" في التوعية بالقضايا الوطنية لصالح سكان قطاع غزة.
- 3- لم يظهر اختبار شيفيه وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى في التوعية بالقضايا الوطنية تبعاً لمناطق السكن، مما يدل على أن الفروق التي أظهرها اختبار ANOVA في المجالين الرابع والخامس ليست جوهرية.

ويعزو الباحث هذه النتائج إلى تنوع ثقافة الشعب الفلسطيني في قطاع غزة والضفة المحتلة وفلسطين المحتلة عام 1948م والشثات، والتوسع المعرفي من قبل الباحثين حيث تتفاوت درجات المعرفة والوعي نظراً لطبيعة البيئة المحيطة بكل فئة، وطبيعة التقدم التكنولوجي في كل منطقة

حيث إن الأدوات التي تمكن الباحثين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من الممكن أن تكون سبباً في اختلاف وتنوع درجات وعيهم.

كما يرى الباحث أن عدم وجود علاقة في استخدام الشباب لموقع الـ Myspace يكمن في عدم انتشار شبكة الماييسبيس بشكل كبير، وصعوبة الاستخدام، وعدم اهتمام الباحثين بمحتوياته.

رابعاً: المؤهل العلمي

جدول رقم (28) اختبار (One Way ANOVA) لبيان الفروق في استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات

التواصل الاجتماعي تبعا لمتغير المؤهل العلمي

م	شبكات التواصل الاجتماعي	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
1	فيس بوك	بين المجموعات	1.9	3.0	0.6	1.665	غير دالة
		داخل المجموعات	159.1	422.0	0.4		
		المجموع	161.0	425.0			
2	تويتر	بين المجموعات	4.4	3.0	1.5	0.958	غير دالة
		داخل المجموعات	646.0	422.0	1.5		
		المجموع	650.3	425.0			
3	ماي سبيس	بين المجموعات	1.5	3.0	0.5	1.171	غير دالة
		داخل المجموعات	179.4	422.0	0.4		
		المجموع	180.9	425.0			
4	لنكد ان	بين المجموعات	0.6	3.0	0.2	0.408	غير دالة
		داخل المجموعات	211.3	422.0	0.5		
		المجموع	212.0	425.0			
5	أخرى	بين المجموعات	5.8	3.0	1.9	1.361	غير دالة
		داخل المجموعات	594.4	422.0	1.4		
		المجموع	600.1	425.0			
	المجموع	بين المجموعات	7.846	3	2.615	1.09	غير دالة
		داخل المجموعات	1011.753	422	2.398		
		المجموع	1019.599	425			

نتيجة اختبار الفرض:

تشير النتائج السابقة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ في استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى لمتغير المؤهل العلمي وهو ما يشير إلى صحة الفرض السابق. واتفقت نتائج هذا الفرض مع دراسة حمودة والتي بينت عدم وجود فروق بين الاستخدام والمؤهل العلمي⁽¹⁾، فيما اختلفت مع دراسة عابد والتي بينت وجود فروق بين دور شبكات التواصل الاجتماعي والتخصص العلمي⁽²⁾.

ويعزو الباحث ذلك إلى أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي هم من الفئة المتعلمة وأصحاب الشهادات العلمية لأن طبيعة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي تستوجب معرفة التعامل مع الحواسيب الأمر الذي لا يتوفر عند الأميين، كما وأن تملك المبحوثين للشهادات العلمية تتيح تنوع الثقافات التي تتواجد على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي وبالتالي يتم خلط الثقافات وتنوعها.

فرض الدراسة الثاني:

"توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين درجة ثقة الشباب الفلسطيني في محتوى شبكات التواصل الاجتماعي، ومستوى الوعي بالقضايا الوطنية".

جدول رقم (29) اختبار (Chi-Square) لتوضيح طبيعة العلاقة بين درجة ثقة الشباب الفلسطيني في محتوى شبكات التواصل الاجتماعي، ومستوى الوعي بالقضايا الوطنية

الدلالة الإحصائية	قيمة Chi-square	درجات الحرية	مدى الثقة بمضامين شبكات التواصل الاجتماعي			العلاقة بين درجة ثقة الشباب بمحتوى شبكات التواصل الاجتماعي، ومستوى الوعي بالقضايا الوطنية	
			عالي	متوسط	منخفض	منخفضة	متوسطة
غير دالة	3.66	4	9	12	0	منخفضة	مستوى الوعي بالقضايا الوطنية:
			72	169	18	متوسطة	
			38	97	11	عالية	

(1) أحمد حمودة، مرجع سابق، ص 164.

(2) زهير عابد، مرجع سابق، ص 1418.

تشير النتائج السابقة إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الشباب الفلسطيني في محتوى شبكات التواصل الاجتماعي، ومستوى وعيهم بالقضايا الوطنية وهو ما يشير إلى عدم صحة الفرض السابق.

ويرى الباحث أن ذلك قد يعود إلى تنوع وتعدد المضامين التي تتناول القضايا الوطنية وتبينها وتفسرها للأحداث الجارية، وسهولة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المستخدمين، وتعدد الصفحات والمجموعات الداخلية التي تحتويها تلك الشبكات، وتفاعل الجماهير المحلية والدولية مع القضايا الوطنية، والأساليب المستخدمة في عرض المواد الإخبارية الخاصة بالقضايا الوطنية بشكل تفاعلي الأمر الذي أسهم في زيادة الوعي لدى الكثيرين، واستخدام أسلوب الدعاية التي تتيحها بعض الشركات الاعلانية ومنها شبكة الفيسبوك والتي تمكن من نشر أي مادة خبرية أو أي نص أو أي صورة أو فيديو لفئات معينة من داخل وخارج فلسطين بإعلان ممول ويصل لجميع فئات المجتمع أو لطبقة معينة منهم حسب البيانات الموجودة على الشبكة، حيث يتم التركيز عليها وإحداث الوعي المطلوب من خلال الثقة التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي للمبشرين.

"توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \leq \alpha$) بين استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بالقضايا الوطنية".

جدول رقم (30) اختبار (Chi-Square) لتوضيح طبيعة العلاقة بين استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بالقضايا الوطنية.

الدلالة الإحصائية	قيمة Chi-square	درجات الحرية	مستوى الوعي بالقضايا الوطنية			استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي		م
			منخفض	متوسط	عالي	منخفضة	متوسطة	
غير دالة	5.56	4	0	1	0	منخفضة	فيسبوك	1
			10	16	4	متوسطة		
			136	242	17	عالية		
غير دالة	2.32	4	73	130	10	منخفضة	تويتر	2
			43	76	4	متوسطة		
			30	53	7	عالية		
غير دالة	4.36	4	135	244	18	منخفضة	ماي سبيس	3
			9	11	3	متوسطة		
			2	4	0	عالية		
غير دالة	5.08	4	131	242	18	منخفضة	لينكد ان	4
			10	12	3	متوسطة		
			5	5	0	عالية		
غير دالة	6.19	4	109	197	11	منخفضة	أخرى	
			22	35	5	متوسطة		
			15	27	5	عالية		

نتيجة اختبار الفرض:

تشير النتائج السابقة إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ومستوى وعيهم بالقضايا الوطنية الأخرى وهو ما يشير إلى عدم صحة الفرض السابق.

ويتفق نتائج هذا الفرض مع دراسة عيسى (2012م)، حيث تبين أنه لا اختلاف بين الطلاب استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية، وهو أمر طبيعي لأن الحس الوطني الذي يدفعهم لهذا الأمر لا يختلف بين أبناء الشعب الفلسطيني⁽¹⁾.

ويعزو الباحث ذلك إلى قصور شبكات التواصل الاجتماعية في تعزيز الوعي لدى الشباب الفلسطيني على أساليب ووسائل بسيطة فقط، دون الاستخدام الأمثل للشبكات ووسائلها التفاعلية الجديدة والمستحدثة، والتكرار الملحوظ لنقل الأخبار والمعلومات الخاصة بالقضايا الوطنية وعدم استخدام الأساليب المستحدثة التي من شأنها أن توعي الشباب الفلسطيني أكثر بقضية الأسرى، ونمطية تناول بكل قضية، كما أن الشباب الفلسطيني يستمد وعيه الوطني من وسائل إعلام كثيرة ومن التربية والأسرة والأماكن الأخرى وغيرها.

(1) طلعت عيسى، مرجع سابق، ص16

"توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي مع القضايا المطروحة والمدة التي يقضيها الشباب الفلسطيني عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي".

جدول رقم (31) اختبار (Chi-Square) لتوضيح طبيعة العلاقة بين درجة التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي مع القضايا المطروحة والمدة التي يقضيها الشباب الفلسطيني عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي

الدلالة الإحصائية	قيمة Chi-square	درجات الحرية	المدة التي يقضيها الشباب عند استخدام الشبكات (بالساعة)				القضايا المطروحة	م
			أقل من 1	3-1	5-3	أكثر من 5		
دالة عند 0.01	**18.5	6	10	28	9	13	منخفضة	1
			6	60	30	32	متوسطة	
			10	95	69	64	عالية	
غير دالة	10.9	6	13	49	23	24	منخفضة	2
			6	72	45	41	متوسطة	
			7	62	40	44	عالية	
غير دالة	6.7	6	8	31	13	18	منخفضة	3
			7	54	30	27	متوسطة	
			11	98	65	64	عالية	
غير دالة	7.6	6	13	58	30	30	منخفضة	4
			9	64	43	38	متوسطة	
			4	61	35	41	عالية	
غير دالة	6.2	6	13	66	34	40	منخفضة	5
			5	49	37	25	متوسطة	
			8	68	37	44	عالية	

نتيجة اختبار الفرض:

تشير النتائج السابقة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي مع القضايا المطروحة والمدة التي يقضيها الشباب الفلسطيني عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، ما يثبت عدم صحة الفرض السابق وتتمثل الفروق فيما يلي:

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha = 0.01)$ بين تفاعل الشباب الفلسطيني مع قضية الأسرى والمدة التي يقضيها الشباب الفلسطيني عند استخدامهم للشبكات.

2- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$ بين تفاعل الشباب الفلسطيني مع القضايا الوطنية الأخرى والمدة التي يقضيها الشباب الفلسطيني عند استخدامهم للشبكات.

ويعزو الباحث ووجود العلاقة بين تفاعل الشباب الفلسطيني مع قضية الأسرى والمدة التي يقضيها الشباب إلى الأهمية التي تتمتع بها هذه القضية من جهة، ومن جهة أخرى إلى مدى تناول الشبكات لتلك القضية حيث درجة تناولها كبير جداً ومتجدد ومتنوع وهي تثار بشكل يومي ولحظي، أما باقي القضايا فدرجة تناولها متنوع وموسمي وإن وجد بفترات فهي قليلة بالنسبة لقضية الأسرى.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \leq \alpha$) بين درجة تفاعل الشباب الفلسطيني مع القضايا الوطنية، ومدى الثقة بالمضامين التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي. جدول رقم (32) اختبار (Chi-Square) لتوضيح طبيعة العلاقة بين درجة تفاعل الشباب الفلسطيني مع القضايا الوطنية، ومدى الثقة بالمضامين التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي

الدالة الإحصائية	قيمة Chi-square	درجات الحرية	مدى الثقة بالمضامين التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي			التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي	م
			مرتفعة	متوسطة	منخفضة		
غير دالة	7.4	4	12	40	8	منخفضة	1
			33	86	9	متوسطة	
			74	152	12	عالية	
غير دالة	5.0	4	23	75	11	منخفضة	2
			47	109	8	متوسطة	
			49	94	10	عالية	
غير دالة	5.9	4	17	44	9	منخفضة	3
			30	81	7	متوسطة	
			72	153	13	عالية	
غير دالة	4.7	4	30	88	13	منخفضة	4
			45	101	8	متوسطة	
			44	89	8	عالية	
غير دالة	6.8	4	35	104	14	منخفضة	5
			30	79	7	متوسطة	
			54	95	8	عالية	

نتيجة اختبار الفرض:

تشير النتائج السابقة إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تفاعل الشباب الفلسطيني مع القضايا الوطنية، ومدى الثقة بالمضامين التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي وهو ما يشير إلى عدم صحة الفرض السابق.

ويعزو الباحث ذلك إلى كثرة المضامين المختلفة والمتنوعة التي تختص بالقضايا الوطنية وتنتشر على شبكات التواصل الاجتماعي الأمر الذي يبين حجم الثقة بمضامين تلك الشبكات بالنسبة للشباب الفلسطيني.

أهم نتائج الدراسة

يستعرض الباحث هنا خلاصة أهم النتائج التي خلصت عليها الدراسة التحليلية، والدراسة الميدانية:

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

1. احتلت قضية الأسرى في سجون الاحتلال على المرتبة الأولى بنسبة بلغت 45.8%، تلاها بفارق كبير قضية القدس بنسبة بلغت 23.2%، ثم قضية الاستيطان تلتها بفارق صغير بنسبة بلغت 18.6%، ثم قضية اللاجئين بنسبة بعيدة إلى حد ما بلغت 8.1%، ثم قضية المصالحة الفلسطينية بنسبة قليلة لكن قريبة من قضية اللاجئين حيث حصلت على نسبة 4.2%.
2. تناولت شبكات التواصل الاجتماعي الأخبار بدون مصدر بنسبة كبيرة جداً بلغت 63.7%، تلاها تناول الصفحات للمصادر العامة حيث كان تناولها بنسبة بعيدة عن قبلها بنسبة 19%، تلاها وأن نسبة تناول هذه الأخبار بمصادر خاصة بالشبكة كانت بنسبة مقاربة لما قبلها بنسبة 17.3%.
3. أن عدد مرات الإعجاب بموضوعات القضايا الوطنية التي تطرحها شبكات التواصل الاجتماعي جاءت أقل من 50 إعجاباً بنسبة بلغت 45.2%، وأن عدد الإعجابات من 50 إلى 100 إعجاب حازت على 28.7%، تلاها أكثر من مائة إعجاب بنسبة 26.1%.
4. أن نسبة التعليقات التي تتواجد على صفحات شبكتي الدراسة حصلت قائمة الأقل من 50 تعليق على 95.6% من مجموع المواد الإخبارية الخاصة بالقضايا الوطنية، وعدد التعليقات من 50 إلى أقل من 100 تعليق حازت على نسبة بعيدة جداً وهي 2.8% فقط من إجمالي التعليقات، تلاها نسبة أكثر من 100 تعليق بنسبة مقاربة لسابقتها وهي 1.6%.
5. بلغت حجم المشاركات في أقل من 50 مشاركة للمواضيع الإخبارية التي تتعلق بالقضايا الوطنية الفلسطينية حصلت على نسبة 97.7%، تلاها من 50 مشاركة إلى مائة بنسبة واحد بالمائة، تلاها أكثر من مائة مشاركة بنسبة 0.7% فقط.
6. كانت عدد المواضيع التي تم استخدام (الهاشتاج) الوسم فيها أقل من عدم استخدامه حيث بينت النسب أن الأفضلية كانت لعدم الاستخدام بنسبة 59.7% من إجمالي مواضيع القضايا الوطنية محل الدراسة، وأن نسبة استخدامه بلغت 40.3% فقط من إجمالي المواضيع.
7. أن شبكتي الدراسة تنصدر بصفحاتها تناول الأخبار المتعلقة بالقضايا الوطنية الفلسطينية حيث حصلت نسبة تناول الأخبار على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي ما نسبته 96.9% كما

وتلاها بفارق معدوم وكبير جدًا تناول القضايا بشكل غير إخباري بنسبة 1.9%، تلا ذلك بنسبة مقاربة لما قبها هي نشر التقارير الإخبارية بنسبة 1.1%.

8. حازت نسبة تناول الأخبار التي لا تتضمن أي وسيط تفاعلي على المرتبة الأولى بنسبة 42.9%، تلاها بالمرتبة الثانية تناول المواد الإخبارية باستخدام الصورة بنسبة بعيدة إلى حد ما بلغت 29.3%، تلاها بالمرتبة الثالثة استخدام الرابط الإلكتروني بنسبة بعيدة جدًا وقليلة بنسبة 6.2%، تلاها الرسوم والوسائط الأخرى بباقي النسب.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

1. حصلت شبكة "فيسبوك" على المرتبة الأولى كأكثر الشبكات التي يستخدمها المبحوثين للتوعية بالقضايا الوطنية الفلسطينية وذلك بنسبة 93.3%، تلاها بفارق كبير تويتر بنسبة 49.65%، تلاها الشبكات الأخرى بنسبة 35%.

2. يستخدم الشباب الفلسطيني شبكات التواصل الاجتماعي بهدف الاطلاع على الاخبار بنسبة قدرها 78.9%، تلاها بفارق بعيد نوعاً ما وهو متابعة الأحداث والتعليق عليها بنسبة 68.1%، تلاها المشاركة بالآراء مع الآخرين.

3. درجة ثقة الشباب الفلسطيني بشبكات التواصل الاجتماعي بلغت 64.8% وهي نسبة متوسطة.

4. حصلت المساعدة في مناقشة القضايا الوطنية مع الآخرين على نسبة مئوية قدرت بـ 64.8%، تلاها بفارق كبير أن شبكات التواصل الاجتماعي تزود الشباب الفلسطيني بالمعلومات السياسية الجديدة بنسبة 57%، ثم تلاها بفارق متوسط أنها تقدم تفسيراً للأحداث السياسية بنسبة قدرت بـ 44.8%، تلاها بنسبة مقاربة أنها تساعد في المشاركة السياسية بنسبة 43.9%، ثم تبين القضايا الوطنية بشكل أعمق.

5. أن قضية الأسرى الأكثر تناولاً على شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة تناولها 67.1% تلاها قضية القدس بنسبة قريبة تقدر بـ 61.2% ثم المصالحة الفلسطينية بنسبة قريبة أيضاً وهي 56.9% ثم باقي القضايا الوطنية.

6. قضية القدس على شبكات التواصل الاجتماعي كانت الأكثر في زيادة وعي الشباب الفلسطيني حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 74.5% تلاها بنسبة قريبة جداً وهي قضية الأسرى بنسبة 74.4% ثم قضية الاستيطان بنسبة أيضاً قريبة تُقدر بـ 64.2% ثم باقي القضايا الوطنية.

9. شبكات التواصل الاجتماعي تزيد من وعي الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية بنسبة 76% وأنها تزيد من وعيهم بنسبة متوسطة بلغت 61%، تلاها أنها تزيد من مستوى وعيهم بشكل كبير بنسبة بلغت 34%، تلاها أنها تزيد من وعيهم بشكل متدني بنسبة 5% فقط.
10. أن الأسئلة المتعلقة بمختلف القضايا الوطنية حصلت على المراكز الأولى فكانت المراتب الأولى تتنوع بين قضايا الاستيطان والأسرى واللاجئين والمصالحة، حيث حازت مختلف القضايا مراكز متقدمة أعلى من 80%، مما يدل على وجود وعي مختلف بتلك القضايا.
11. يتفاعل الشباب الفلسطيني مع قضية الأسرى بنسبة 72%، تلا ذلك تفاعله بقضية القدس بنسبة 71.5%، ثم قضية اللاجئين بنسبة 62.5%، ثم الاستيطان بنسبة 60.3% وأخيراً قضية المصالحة بنسبة 54.4%.
12. انقطاع التيار الكهربائي كان من أكبر معوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للوعي بالقضايا الوطنية بنسبة 74.6%، تلا ذلك عدم الثقة بمضامين شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 58.9% ثم عدم وجود الوقت الكافي لتصفح الصفحات بنسبة 32.4% في حين كانت "الأسباب الأخرى في المركز الأخير بنسبة 5.6%.
13. ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الشباب الفلسطيني لموقع "تويتر"، والفيس بوك في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى لمتغير العمر، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.
14. أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى لمتغير المؤهل العلمي.
15. بينت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الشباب الفلسطيني لموقعي "فيس بوك" و"تويتر" و"لنكد ان" و"المواقع الأخرى" في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى لمتغير مكان السكن.
16. أظهرت النسب عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الشباب الفلسطيني لموقع "مايسبيس" في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى لمتغير مكان السكن.
17. أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين سكان فلسطين المحتلة عام 1948م وسكان كلاً من الضفة الغربية وقطاع غزة والشنتات في استخدام الشباب الفلسطيني لموقعي "فيسبوك" و"تويتر" في التوعية بالقضايا الوطنية لصالح سكان كلاً من الضفة الغربية وقطاع غزة والشنتات.

18. ثبت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى في التوعية بالقضايا الوطنية تبعاً لمناطق السكن.
19. تبين عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الشباب الفلسطيني في محتوى شبكات التواصل الاجتماعي، ومستوى وعيهم بالقضايا الوطنية، كما تبين عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ومستوى وعيهم بالقضايا الوطنية الأخرى.
20. ثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب الفلسطيني لموقع "فيس بوك" والمدة التي يقضيها الشباب الفلسطيني عند استخدامهم للشبكات.
21. ثبت عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تفاعل الشباب الفلسطيني مع القضايا الوطنية، ومدى الثقة بالمضامين التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي.

توصيات الدراسة

من خلال استعراض الباحث لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن له أن يخلص إلى مجموعة من التوصيات الموجهة إلى وسائل الإعلام بشكل عام ونشطاء الإعلام الجديد والمهتمين بشكل خاص، وهذه التوصيات هي:

1. ضرورة بذل المزيد من الجهد في توعية الجمهور الفلسطيني بكافة أطيافه في القضايا الوطنية الفلسطينية بكافة تفرعاتها، والعمل على تأهيل وتوعية مستخدمي شبكات التواصل بطرق استخدام الشبكات بهدف نشر الوعي والتوعية بالقضايا الوطنية الفلسطينية بشكل واسع وكبير.
2. عدم استخدام الوسائل التفاعلية بكثرة، وتوحيد الكلمات الدلالية لمحاولة توعية المجتمع الفلسطيني بشكل خاص، والمجتمع الدولي بشكل عام بالقضايا الوطنية الفلسطينية لحشد مزيد من الدعم المحلي والدولي.
3. تنظيم العديد من الدورات التدريبية لكافة أطياف المجتمع الفلسطيني والخاصة بسبل حماية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي للمحافظة على الخصوصية وعدم الإسقاط في وحل العمالة خصوصاً أننا نتناول قضايا مرتبطة بعدو إسرائيلي.
4. ضرورة التوسع المعرفي لدى الشباب الفلسطيني، ومن ثم البحث في الشبكة العنكبوتية ومعرفة خصائص تلك الشبكات، والتعمق الإلكتروني في شبكات التواصل الاجتماعي.
5. التزام نشطاء الإعلاميين بالصياغة الصحفية السليمة وذكر مصدر الخبر عند توثيقه ونشره بصورة سليمة.
6. ضرورة تخصيص صفحات خاصة بالقضايا الوطنية بحيث يمكن من خلالها الحصول على معلومات دقيقة وتاريخية تعني بكل قضية على حدى.
7. الاستعانة بخبراء الإعلام الجديد لجلب الدعم الكافي للصفحات التي تُعني بالقضايا الوطنية، والمتابعة المستمرة للقضايا الوطنية ونقل كل ما هو جديد.
8. العمل على تحشيد الرأي العام المحلي والدولي للمشاركة الفاعلة في الصفحات، ونشر المشاركات بلغات مختلفة.
9. إعداد تطبيقات خاصة بالهواتف المحمولة والتي تخص القضايا الفلسطينية، ومحاولة دمج أهم التواريخ والأحداث المتعلقة بكل قضية وطنية، وتصميم ألعاب خاصة بتحرير فلسطين وتحرير

أسير وغيرها، بالإضافة إلى محاولة نشر كتب إلكترونية يقرأها الشباب الفلسطيني من خلال صفحاتهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

10. العمل على توعية المؤسسات الحكومية والخاصة بضرورة المساهمة في التوعية بالقضايا الوطنية ومحاربة الصفحات الوهمية.

11. توحيد جهود نشطاء الإعلام الجديد والانطلاق ببوتقة واحدة من شأنها أن تجلب الدعم المناسب وأن تحشد كافة الجهات لصالح القضايا الوطنية الفلسطينية.

مراجع الدراسة

أولاً: القرآن الكريم:

ثانياً: الكتب:

- 1- إدورد سعيد وآخرون، اللاجئون الفلسطينيون - حق العودة، لبنان: بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003م.
- 2- إبراهيم عبد الكريم، تهجير العرب من فلسطين - في التفكير الصهيوني قبل 1948م، فلسطين: غزة، التجمع الشعبي للدفاع عن حق العودة، 2007م.
- 3- إبراهيم ناصر، أصول التربية - الوعي الإنساني، عمان: دار مكتبة الرائد العلمية 2004م.
- 4- إسحاق رباح، تاريخ القدس عبر العصور، عمان: دار كتوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2010م.
- 5- أشرف صالح، وشريف اللبان، الإخراج الصحفي، الأسس النظرية والتطبيقات العملية ط1، القاهرة: دار النهضة العربية، 2001م.
- 6- أماني مجاهد، "استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبة متطورة"، بحث منشور، مجلة دراسات المعلومات، العدد الثامن، مصر: جامعة المنوفية، مايو 2010م.
- 7- أميرة زايد، دور التربية في صناعة وتفعيل الوعي العربي، القاهرة: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، كفر الشيخ، 2009م.
- 8- أنصار عبد الرازق، صدف الساموك، الاعلام الجديد: تطور الاداء والوسيلة والوظيفة، ط1، العراق: جامعة بغداد، 2011م.
- 9- اندريا بريس، وبروس ويليامز، البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، القاهرة: دار الفجر للطباعة والنشر، 2012م.
- 10- أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكارنتبير، فهم الإعلام البديل، القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2009م.
- 11- اندريا بريس، وبروس ويليامز، البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، القاهرة: دار الفجر للطباعة والنشر، 2012م.
- 12- بشير البرغوثي، ويعقوب البهبهاني، النظام الإعلامي الجديد، عمان: دار رؤى، 2003م.

- 13- جمال الشهران، الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعليم، ط3، الرياض: مطابع الحميض، 2003م.
- 14- جمال الزرن، تدويل الاعلام العربي، الوعاء ووعي الهوية، دمشق: دار صفحات، 2007م.
- 15- جهاد البطش، المعتقلون الفلسطينيون في السجون الإسرائيلية، ط1، غزة: مكتبة اليازجي 2007م.
- 16- حسن عماد مكاي، وليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998م.
- 17- حمد عودة، القياس والتقويم في العملية التدريسية، ط2، عمان: دار الأمل للنشر والتوزيع، 1998م.
- 18- خليل الشديفات، شبكة المعلومات العالمية .. الإنترنت، ط1، عمان: دار المعتز للنشر والتوزيع، 2009م.
- 19- رضا أمين، الصحافة الالكترونية، ط2، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2011م.
- 20- سبع أبو لبد، مبادئ القياس النفسي والتقويم التربوي، ط3، عمان: الجامعة الأردنية 1982م.
- 21- سليمان عبيدات، القياس والتقويم التربوي، ط1، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، أبو لبد، 1988م.
- 22- سمير حسين، دراسات في بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2010م.
- 23- سمير حسين ، دراسات في مناهج البحث الإعلامي "بحوث الإعلام"، ط2، القاهرة: مكتبة عالم الكتب ، 2006م.
- 24- سمير الزين، ونيل السهلي، القدس معضلة السلام دراسات استراتيجية، ط1، الإمارات، مركز الإمارة للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 1997م.
- 25- سيد راشد، القدس - عربية إسلامية، السعودية: دار المريخ للنشر، جامعة الملك سعود، 2008م.
- 26- شريف اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الانترنت، ط1، القاهرة، دار العالم العربي، 2011م.

- 27-صلاح عبد ربه، اللاجئون وحلم العودة إلى أرض برتقال الحزين، مركز المعلومات البديلة: مشروع حقوق المواطنة واللاجئين الفلسطينيين، 1996م.
- 28-عاطف العبد، ونهى العبد، نظريات الاتصال وتطبيقاتها العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، 2011م.
- 29-عبد الله الحوراني، اللاجئون قضية وموقف، ط1، فلسطين: غزة، المركز القومي للدراسات والتوثيق، 2001م.
- 30-عبد الرزاق الدليمي، قضايا إعلامية معاصرة، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011م.
- 31-عبد الرزاق الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباع، 2012م.
- 32-عبد الأمير الفيصل، الصحافة في الوطن العربي، ط1، عمان: دار الشروق، 2006م.
- 33-عبد العزيز بركات، مناهج البحث الإعلام: الأصول النظرية ومهارات التطبيق، ط1، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2012م.
- 34-عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام- دراسة في ترتيب الأولويات، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 35-فاروق الحسنات، الإعلام والتنمية المعاصرة، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011م.
- 36-فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، ط4، القاهرة: عالم الكتب، 2000م.
- 37-فراس أبو هلال، معاناة الأسير الفلسطيني في سجون الاحتلال الإسرائيلي، ط1، لبنان: بيروت مركز الزيتونية للدراسات والاستشارات، 2009م.
- 38-فهد العسكر، الاخراج الصحفي، ط1، الرياض: مكتبة العبيكان، 1998م.
- 39-فاروق أبو زيد، الإعلام والديمقراطية، القاهرة: عالم الكتب، 2010م.
- 40-فتحي عامر، الرأي العام الإلكتروني، ط1، القاهرة: دار النشر للجامعات، 2012م.
- 41-فؤاد أبو حطب، وآمال صادق، علم النفس التربوي، ط2، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1980م.
- 42-فؤاد عباس، موسوعة بيت المقدس، ط1 (إس، أي)، القاهرة: المطبعة الفنية الحديثة، 1995م.

- 43- كرم شلبي، **الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية**، ط2، جدة: دار الشروق، 1988م.
- 44- ماكس ماكومز وآخرون، **الأخبار والرأي العام - تأثير الإعلام على الحياة المدنية**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012م.
- 45- ماجد تريان، **الانترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية**، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008م.
- 46- محمد أبو علي، **دراسات في علم الاجتماع القانوني والسياسي**، القاهرة: دار المعارف، 1975م.
- 47- محمد عبد الحميد، **البحث الإعلامي في الدراسات الإعلامية**، ط3، القاهرة، عالم الكتب، 2000م.
- 48- محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت**، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2007م.
- 49- محمد عبد الحميد، **المدونات - الإعلام البديل**، ط1، القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، 2009م.
- 50- محمد فضلي، **الصحافة الإلكترونية، الواقع والمستقبل**، بدون طبعة، القاهرة: 2009م.
- 51- محمد العويني، **الراديو والتنمية السياسية**، القاهرة: عالم الكتب، 1981م.
- 52- محمد أبو سمرة، **الإعلام السياسي**، دار الريا لل نشر والتوزيع، 2011م.
- 53- محمد الموسوي، **النظرية الإعلامية**، جامعة البحرين، كلية التربية، 2004م.
- 54- محمود فطافطة، **علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، الفيسبوك نموذجاً - المركز الفلسطينية للتنمية والحريات الإعلامية 2011م.**
- 55- محمود علم الدين، **الصحافة الإلكترونية**، ط1، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008م.
- 56- محمود عدوة، **أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي**، القاهرة: دار المعرفة الجامعية، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 1998م.
- 57- محي الدين عبد الحليم، **الاتصال بال جماهير والرأي العام - الأصول والفنون**، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، د.ت.
- 58- منال المزاهرة، **نظريات الاتصال**، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012م.

- 59- نائل رمضان، أحكام الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي، ط1، لبنان: بيروت، مركز الزيتونية للدراسات والاستشارات، 2012م.
- 60- يوسف القرضاوي، القدس قضية كل مسلم، المكتب الإسلامي: الدوحة، 1998م.
- 61-W .Lance Bennette, James Barbere, **Public Opinion n American Politices**, New York: Har court, 1980.
- 62-Alexis S. Tan, **Mass Communication Theoies and Research**, 3rd. ed., U.S.A: Crid Publishiing, 1985.

ثالثاً: الدراسات السابقة المنشورة والغير منشورة:

- 63- أحمد حمودة، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2013م.
- 64- إياد البرني، "استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية، وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية، رسالة ماجستير، غير منشورة، القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب وعلوم الاتصال والإعلام، 2005م.
- 65- بلال إبراهيم، دراسة بعنوان: "الاستيطان الإسرائيلي في الضفة الغربية وأثره على التنمية السياسية"، رسالة ماجستير، غير منشورة فلسطين: كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، 2010م.
- 66- زهير عابد، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي - دراسة منشورة، في مجلة " جامعة النجاح " المجلد (26)، 2012م.
- 67- سميرة شيخاني، "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، بحث منشور، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول 2010م.
- 68- السيد بخيت، تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية في الصحافة العربية، دراسة ميدانية على الصحف الإماراتية، بحوث ومناقشات المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام جامعة القاهرة تحت عنوان تكنولوجيا الاتصال الواقع والمستقبل 1999م.

- 69- طاهر أبو زيد، "دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية"، دراسة ميدانية، غزة: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 2012م.
- 70- طلعت عيسى، "استخدامات طلاب الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية، دراسة منشورة، السعودية، جامعة الملك سعود - الرياض، 2012م.
- 71- طه نجم، وأنور الرواس، "العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية"، رسالة ماجستير، غير منشورة، عُمان، جامعة السلطان قابوس، 2011م.
- 72- عبد الله الرعود، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011م.
- 73- ماجد تريان، "الصحافة الإلكترونية الفلسطينية"، رسالة دكتوراه، غير منشورة، القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، 2007م.
- 74- محمد المنصور، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية"، رسالة ماجستير، غير منشورة، الدنمارك، كلية الآداب، الأكاديمية العربية المفتوحة، 2012م.
- 75- مصعب قتلوني، "دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في عملية التغيير السياسي مصر نموذجًا"، رسالة ماجستير، غير منشورة، فلسطين، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، 2012م.
- 76- موسى طالب، "جهود وسائل الإعلام في تزويد طلاب الجامعات الفلسطينية بالمعلومات حول قضية القدس"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد السابع مايو 2011م.
- 77- موسى حلس، وناصر مهدي، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني"، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية 2010 المجلد 12 العدد 2.

78-نشوى الشلقاني، " استخدام المصريين والأجانب المقيمين في مصر لقناة النيل الدولية والاشباعات المتحققة"، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية العدد الحادي والثلاثون يناير 2009م.

79-نفين أبو هريبيد، "دور وسائل الإعلام المحلية المسموعة والمرئية في التنشئة السياسية للشباب الفلسطيني في قطاع غزة"، رسالة ماجستير، غير منشورة (غزة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، 2010م).

80-نعيم المصري، "استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى"، دراسة مقدمة لمؤتمر الإعلام والتحول المجتمعية، كلية الإعلام بجامعة اليرموك - اربد الأردن، 2011م.

81-Aaron Smith, " Civic Engagement in the Digital Age", **Pew Research Center's**: <http://pewinternet.org/Press-Releases/2013/Civic-Engagement.aspx>

82-Heinrichs & others "Influence of social networking site and user access method on social media evaluation" (**Journal of Consumer Behaviour, J. Consumer Behav**, 2011-10: 347-355 .

83-Jothi, M. Neelamalar and R. Shakthi Prasad " **Analysis of social networking sites**: A study on effective communication strategy in developing brand communication" *Journal of Media and Communication Studies* Vol. 3 (7), 2011, pp. 234-242, July.

84- Spiro Kioussis, "**Interactivity: A Concept Explication**", *New Media and Society*, Vol4(3), 2002,P.P 355-383, London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, Sage Publications,P.355.

85-Valenzuela & others, "Is There Social Capital in a Social Network site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation" **Journal of Computer-Mediated Communication** 14 2009, 875-901.

رابعاً: المواقع الإلكترونية:

- 86- بهاء الدين مزيد، المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً،
جامعة الامارات العربية المتحدة، 2012م: www.abegs.org/sites/Upload/
- 87- بشرى الرواي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير"، مجلة الباحث الإعلامي،
العدد 18، www.philadelphia.edu.jo/arts/.../session.../bush
- 88- جوناثان لابين، "فيس بوك"، 62 مليون مستخدم في العالم العربي"، مقابلة صحفية
للكوالة الفرنسية، 17-3-2014م: <http://www.france24.com/ar/81>
- 89- جميل إطميزي، " E-LEARNING SYSTEMS AND TOOLS, AN " ARABICTEXTBOOK، الخليل، جامعة فلسطين الأهلية، ص143.
- 90- حسني عوض، "أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى
الشباب - تجربة مجلس شبابي عرار نموذجاً"، دراسة منشورة، نابلس: جامعة القدس
المفتوحة، 2003م: <http://www.qou.edu/arabic/conferenc>
- 91- ديجي أكتيف، 2008 "مقدمة عن فاعلية Facebook": www.digiactive.com.
- 92- رامي مراد، "الحراك الشبابي: السياسي والاجتماعي ... تقييم ورؤى استشرافية"، موقع
انترنت (5-5-2013): <http://www.maatpeace.org/node/3356>
- 93- سوشال وتش، إحصائيات الفيسبوك في فلسطين، إحصائية منشورة بتاريخ 1-2-2014
م على الرابط:
- 94- 22-12-2014 <http://socialwatch.ps/blog.php?p=1>
- 95- عاصم الحضيف، الفيسبوك دراسة توثيقية، دراسة توثيقية عن الدور الإعلامي لموقع
ال(فيس بوك) 30 يونيو، 2010م: http://www.facebook.com/not?note_id
- 96- عماد بن يحيى، تقرير بعنوان "إحصائيات عن الشبكات الاجتماعية والإنترنت في
2014م"، منشور بتاريخ 14-1-2014م، على الرابط:
- 97- <http://www.tech-wd.com/wd/2014/01/14/%D8%>
- 98- فهد العبود، "أدوات الإعلام الجديد"، (جدة: صحيفة الرياض، تقنية المعلومات، العدد
15342، السبت 14 رجب 1431 هـ - 26 يونيو 2010م:
<http://www.alriyadh.com/538253>، 26-3-2014م

- 99- الجزيرة، مقالة بعنوان: "مايسبيس .. مساحة واسعة للتواصل":
<http://www.aljazeera.net/news/pages/ceb7712-68fb-4ab8-b278-2be566837431>
- 100- الموسوعة العلمية ويكيبيديا: "قضية الأسرى":
<http://ar.wikipedia.org/wiki/%>
- 101- الموسوعة العلمية "ويكيبيديا"، "تعريف الإعلام الجديد":
<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8>
- 102- يوسف ورداني، ثقافة السباب بين تحديات الانترنت وعجز الدولة، (معهد الوارف للدراسات الانسانية، وارف الشباب، 2009):
<http://www.alwaref.org>
- a. كريم عبد الراضي، ومينا ممدوح، "الإنترنت في خدمة حرية التعبير" (القاهرة: الشبكة العربية لحقوق الإنسان) ص18 www.ctlj.org/manuel.pdf
- b. سامي بن غربية، النشر المتبادل لحشد التأييد -مقدمة لدمج وسائل الإعلام الاجتماعي بفاعلية" دليل استخدام أدوات رقمية لحشد التأييد www.smex.org
- 103- براديب آغاروال، مقالة بعنوان "ما هو موقع الماي سبيس"، أرتكلسبير:
<http://www.articlesphere.com/ar/Article/What-Is-MySpacePart-2/53246>
- 104- محمد عجم، مقال بعنوان: «تويتر» و«فيس بوك».. زعيما ثورات «الربيع العربي» أكثر من 20 مليون عربي يستخدمها.. وتقود العالم إلى عصر «التشبيك الاجتماعي» (القاهرة: صحيفة الشرق الأوسط، تاريخ النشر: 26 ديسمبر 2011م، العدد 12081)
<http://aawsat.com>
- 105- McMahon, D. (2010). "Twitter", WHATIS (On-Line), Available
<http://whatis.techtarget.com/definition/twitter.html>

خامساً: المجالات العلمية:

- 106- سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول+الثاني 2010.

- 107- عباس صادق، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد (2)، (2007)، ص19.

سادسًا: المقالات:

- 108- أسعد عبد الرحمن، قضية اللاجئين الفلسطينيين -حق العودة والتعويضات .. أم .. خازوق وجزرات- مقالات - دراسات- مقابلات"، ط1 (عمان، 2002).
- 109- أندرس يونغر، "دليل ديجي أكتيف، "فاعلية تويتر"، محاضرة ألقيت في نوفمبر للعام 2008 في مؤتمر "الويب الاجتماعي: باتجاه سياسات معارضة على الشبكة" جامعة سيغان، ألمانيا.
- 110- خالد ربايعه، هل أصبح الانترنت بطلاً من أبطال التحرر؟، جريدة القدس، عدد 14942 / 21\3\2011، ص 47.
- 111- عيسى قراقع، الأسرى الفلسطينيون في السجون الإسرائيلية بعد أوسلو، (معهد الدراسات الدولية، جامعة بيرزيت 1999).
- 112- ناجي الغزي، "مفهوم الوعي السياسي"، مقال منشور بوكالة أنباء الرأي العام: <http://www.aleayy.com>
- 113- نافذ أبو حسنة وآخرون، "عين على القدس"، مؤسسة القدس الدولي، غزة، فلسطين.
- 114- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، "المستعمرات الإسرائيلية في فلسطين: التقرير الإحصائي السنوي 2012"، رام الله، فلسطين، 2013، ص 17

سابعًا: المقابلات الصحفية:

- 115- أحمد البيقاوي ناشط شباب في الإعلام الجديد "مقابلة شخصية" 3-3-2013م.

- 116- حسن جبر صحفي وكاتب سياسي يعمل في صحيفة الأيام الفلسطينية وناشط
بمجال الإعلام الجديد "مقابلة شخصية " 5-3-2013م.
- 117- خالد صافي ناشط بمجال الإعلام الجديد "مقابلة شخصية" 9-3-2013م.
- 118- خالد الشرقاوي، ناشط بمجال الإعلام الجديد "مقابلة شخصية" 9-3-2013م.
- 119- محمد أبو شرح مدير شبكة أمين الإخبارية وناشط بمجال الإعلام الجديد "مقابلة
شخصية" 11-3-2013م.
- 120- مريم حامد، ناشطة بمجال الإعلام الجديد "مقابلة شخصية" 5-1-2013م.
- 121- هاني البسوس، محلل سياسي "مقابلة شخصية " 10-3-2013م

ملاحق الدراسة

- استمارة تحليل المضمون
- استمارة صحيفة الاستقصاء
- جدول اجابة المبحوثين
- استمارة أسئلة المقابلة

ملحق رقم (1) استمارة تحليل المضمون

فئة الشكل				فئة الموضوع										الفئة														
فئة الوسائط المتعددة				فئة المصدر			فئة الشكل الصحفي			فئة التفاعلية			القضية															
بدون وسيط	أخرى	استخدام الرابط الإلكتروني	فيديو	رسوم	صور	بدون مصدر	مصادر عامة	مصادر خاصة	أخرى	قصّة	مقال	تقرير	خبر	أخرى إن وجد	هاشتاج #	عدد مرات المشاركة	عدد التعليقات	عدد مرات الإعجاب	المصالحة الفلسطينية	استيطان	لاجئين	قدس	أسرى	المسلسل	التاريخ	تاريخ	التاريخ	
																												صغيرة

ملحق رقم (2)

استمارة صحيفة الاستقصاء



الجامعة الإسلامية - غزة

عمادة الدراسات العليا

قسم الصحافة

صحيفة استقصاء لدراسة ماجستير بعنوان:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية

(دراسة تحليلية وميدانية)

إشراف الدكتور

طلعت عيسى

إعداد الباحث

هشام أحمد سكيك

ملاحظة: بيانات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحث: هشام أحمد سكيك

0599697976

الوحدة الأولى: السمات العامة

ضع إشارة (X) في المكان المناسب لإجابتك

1- النوع

ذكر أنثى

2- العمر

18-أقل من 24 عام 24-أقل من 30 عام 30-أقل من 35

3- مكان السكن

قطاع غزة الضفة المحتلة
الداخل الفلسطيني الشتات الفلسطيني

4- المستوى التعليمي

توجيهي دبلوم
بكالوريوس ماجستير

الوحدة الثانية: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

1. ما أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

الفيسبوك
التويتر
مايبييس
لينكدان
أخرى يرجى ذكرها

1. منذ متى تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

- أقل من عام
- من عام إلى أقل من عامين
- من عامين إلى أقل من أربعة أعوام
- 4 أعوام فأكثر
- أخرى يرجى ذكرها:

.....

2. ما الهدف من استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- التسلية وتمضية الوقت
- التعرف على أصدقاء جدد
- المشاركة بالآراء مع الآخرين
- الاطلاع على الأخبار
- التعبير عن الذات
- متابعة الأحداث والتعليق عليها
- أخرى يرجى ذكرها:

.....

3. ما المدة التي تقضيها يومياً عند استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

- أقل من ساعة
- ساعة إلى أقل من 3 ساعات
- من 3 ساعات إلى أقل من 5
- 5 ساعات فأكثر

4. أذكر أهم المجالات التي تتابعها بشبكات التواصل الاجتماعي (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)؟

- سياسية
- اقتصادية
- ثقافية
- اجتماعية
- رياضية
- تسلية وترفيه
- أخرى يرجى ذكرها:

.....

5. ما مدى استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي الآتية؟

المدى	عالي جداً	عالي	متوسط	منخفض	منخفض جداً
الشبكات الاجتماعية					
الفايس بوك					
التويتر					
ماي سبيس					
لنكد ان					
أشكال أخرى اذكرها					

6. ما مدى ثقتك بالمضامين التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي؟

عالية جداً عالية متوسطة منخفضة منخفضة جداً

الوحدة الثالثة: شبكات التواصل الاجتماعي والتوعية بالقضايا الوطنية

1. برأيك ما درجة تناول شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الوطنية؟

الفقرة	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً
قضايا الأسرى					
المصالحة وإنهاء الانقسام الداخلي					
قضايا الاستيطان					
قضايا اللاجئين					
قضية القدس					
المفاوضات					
قضايا أخرى يرجى ذكرها:.....					

2. ما الفوائد المتحققة لديك حين تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة قضاياك

الوطنية؟

تزود شبكات التواصل الاجتماعي بالمعلومات السياسية الجديدة

تساعد في مناقشة القضايا الوطنية مع الآخرين

تقدم تفسيرًا للأحداث السياسية

تبين القضايا الوطنية بشكل أعمق

تساعد في المشاركة السياسية

أخرى يرجى ذكرها:

3. برأيك ما درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة معرفتك بالقضايا الوطنية؟

الدرجة					القضية
منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جداً	
					الأسرى
					اللاجئين
					القدس
					الاستيطان
					المفاوضات
					أخرى أذكرها ()

ما درجة تفاعلك على شبكات التواصل الاجتماعي مع القضايا المطروحة الآتية؟

ضعيفة جداً	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جداً	الفقرة
					قضايا الأسرى
					المصالحة وإنهاء الانقسام الداخلي
					قضايا الاستيطان
					قضايا اللاجئين
					قضية القدس
					الثقافة العامة
					المفاوضات
					قضايا أخرى يرجى ذكرها:

الوحدة الرابعة: معوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

1. من وجهة نظرك ما أبرز المشاكل والمعوقات أثناء استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي في التعرف على القضايا الوطنية؟
 - انقطاع التيار الكهربائي
 - إلغاء الصفحات من ادارة الفيسبوك
 - عدم الثقة بمضامين شبكات التواصل الاجتماعي
 - عدم الالمام الكافي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي
 - عدم وجود الوقت الكافي لتصفح الصفحات
 - أخرى أذكرها: -----

2. ما أهم مقترحاتك لتطوير دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني

بالقضايا الوطنية؟

- تخصيص صفحات خاصة بالقضايا الوطنية والتعريف بها
- العمل على تحشيد الدعم المحلي والدولي للمشاركة الفاعلة بالصفحات
- المتابعة المستمرة للقضايا الوطنية ونقل كل ما هو جديد
- تزويد مسؤولي الصفحات بمعلومات تعزيز التفاعل على مضامين الصفحات
- الاستعانة بخبراء الاعلام الجديد وجلب الدعم الكافي لإنجاح تلك الصفحات
- أخرى أذكرها:-----

الوحدة الخامسة: مقياس معرفة القضايا الوطنية

- أكبر صفقة تبادل للأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي؟
 - صفقة حزب الله 2008
 - صفقة أحمد جبريل
 - صفقة وفاء الأحرار
- أسير كسر سياسة الاعتقال الإداري؟
 - أحمد فرحات
 - عبد العزيز الرنتيسي
 - خضر عدنان
- يقصد بالاعتقال الإداري؟
 - الاعتقال المباشر
 - الاعتقال بدون لائحة اتهام
 - الاعتقال بسبب قضايا جنائية
- معركة القسطل معركة فاصلة في التاريخ الفلسطيني، حيث استشهد فيها المجاهد؟
 - عبد القادر الحسيني
 - محمود طوالة
 - عز الدين القسام
- إغلاق بيت الشرق والذي كان مقراً لقيادة منظمة التحرير الفلسطينية كان؟
 - في الانتفاضة الأولى
 - الانتفاضة الثانية
 - في النكسة
- تقع مدينة القدس؟
 - وسط فلسطين تقريباً
 - جنوب فلسطين تقريباً
 - الشمال الجنوبي لفلسطين
- قرار 194 خاص ب؟
 - حق العودة والتعويض
 - حق العودة
 - حق التعويض

• نكبة فلسطين كانت عام؟

□ 1987

□ 1948

□ 1967

• أبرز الشخصيات التي اهتمت بحق العودة؟

□ ميسرة أبو حمديّة

□ محمود طوالبّة

□ سليمان أبو ستة

• يتركز لاجئو الشتات في؟

□ العراق

□ الأردن

□ مصر

• تتجمع المستوطنات الرئيسية بالضفة ب؟

□ 3 تجمعات

□ 55 تجمع

□ واحد

• شهدت أعمال الاستيطان منذ اتفاق أوسلو؟

□ تراجعاً

□ انخفاضاً

□ تصاعداً

• يعتبر مستوطنو الخليل؟

□ المحيين للشعب الفلسطيني

□ الأقل تطرفاً

□ الأكثر تطرفاً

• أهم الملفات التي تسبب عرقلة إتمام المصالحة الفلسطينية؟

□ قضية الأسرى

□ قضية القدس

□ التنسيق الأمني

• المصالحة الفلسطينية تضمن؟

□ التنازل عن بعض الثوابت □ إنهاء الانقسام واستعادة اللحمة الوطنية □ ضمان تقسيم فلسطين

ملحق رقم (3) جدول اجابات المبحوثين لاختبار صحيفة الاستقصاء الإلكترونية

رقم السؤال	السؤال	ك	%
10	يتركز لاجئو الشتات في؟	415	97.4
12	شهدت أعمال الاستيطان منذ اتفاق أوسلو؟	411	96.5
3	يقصد بالاعتقال الإداري؟	398	93.4
13	يعتبر مستوطنو الخليل؟	395	92.7
2	أسير كسر سياسة الاعتقال الإداري؟	380	89.2
8	نكبة فلسطين كانت عام؟	374	87.8
14	أهم الملفات التي تسبب عرقلة إتمام المصالحة الفلسطينية؟	372	87.3
15	المصالحة الفلسطينية تضمن؟	364	85.4
4	معركة القسطل معركة فاصلة في التاريخ الفلسطيني، حيث استشهد فيها المجاهد؟	353	82.9
6	تقع مدينة القدس؟	353	82.9
1	أكبر صفقة تبادل للأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي؟	299	70.2
9	أبرز الشخصيات التي اهتمت بحق العودة؟	244	57.3
11	تتجمع المستوطنات الرئيسية بالضفة ب؟	240	56.3
7	قرار 194 خاص ب؟	186	43.7
5	إغلاق بيت الشرق والذي كان مقرا لقيادة منظمة التحرير الفلسطينية كان؟	174	40.8

ملحق رقم (4)

استمارة المقابلة



الجامعة الإسلامية - غزة

عمادة الدراسات العليا

قسم الصحافة

أسئلة المقابلة الشخصية لدراسة ماجستير بعنوان:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية

(دراسة تحليلية وميدانية)

إشراف الدكتور

طلعت عيسى

إعداد الباحث

هشام أحمد سكيك

ملاحظة: بيانات هذه الاستمارة ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحث: هشام أحمد سكيك

0599697976

- من وجهة نظرك ما أهم شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل الشباب الفلسطيني؟
 - هل تعتقد أن فترات استخدام الشباب الفلسطيني للإنترنت كفيلة بتعزيز وعيهم بالقضايا الوطنية؟
 - ما مدى ثقتك بالمضامين التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي؟
 - هل أثرت شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الآتية ..
- (قضية الأسرى، وقضية القدس، وقضية اللاجئين، وقضية الاستيطان، وقضية المصالحة الوطنية)؟
- ما أكثر القضايا الوطنية سألها الذكر تناوياً من وجهة نظرك؟؟
 - ما أثر الصفحات المتخصصة داخل تلك الشبكات على المعلومات التي تتعلق بالقضايا الوطنية؟
 - استخدام شبكات اخبارية مثل شبكة قدس وغزة الآن للصيغ التي تنقل بها الأخبار صحيح أم لا؟؟ على سبيل المثال اعتقال شاب من الضفة دون مصدر هل ذلك صحيح أم لا ..
 - أيهما أفضل استخدام الصور الكبيرة والصغيرة داخل شبكات التواصل أم نقل الأخبار بدون صور؟
 - هل نجحت شبكات التواصل الاجتماعي في حشد التأييد وزيادة المعرفة بالقضايا الوطنية؟ وكيف؟
 - كيف يمكن أن نرفع وعي الشباب الفلسطيني من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟
 - ما هي المقترحات الكفيلة بالنهوض بمستوى المعرفة للشباب الفلسطيني لرفع مستوى الوعي المطلوب بالقضايا الوطنية؟