



جامعة النجاح الوطنية  
كلية الدراسات العليا

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام  
اللسطيني اتجاه القضية الفلسطينية من وجهة نظر طلاب  
الجامعات الفلسطينية

إعداد

"محمد زياد" تيسير حج محمد

إشراف

د. عثمان عثمان

قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية  
بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس-فلسطين.

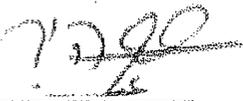
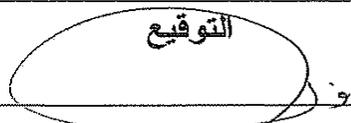
2022م

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام  
اللسطيني اتجاه القضية الفلسطينية من وجهة نظر طلاب  
الجامعات الفلسطينية

إعداد

"محمد زياد" تيسير حج محمد

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2022/05/31م، وأجيزت:

  
التوقيع  
  
التوقيع  
  
التوقيع

د. عثمان عثمان  
المشرف الرئيسي  
د. غسان نمر  
الممتحن الخارجي  
د. فريد أبو ضهير  
الممتحن الداخلي

## الإهداء

إلى أبي وأمي اللذان منحاني من الحب والحنان ما يكفيني لمحبة الناس، و علماني من الصبر ما يكفيني

لمواصلة المشوار، وأحبا أن يرياني في هذا المقام

إلى من وقفت بجانبني وساعدتني وشجعتني خلال مسيرة حياتي العلمي زوجتي الغالية

وإلى أعلى ما أملك في الحياة ابني الغالي

وإلى من هم قطعة من القلب أخواتي

وإلى من عرفت معهم معنى الوفاء والتضحية أصدقائي

وأخيراً: إلى من تمنيت أن تشاركني هذه اللحظات... أختي الغالية لروحها الطاهرة الرحمة من العلي

التقدير

## الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على نبي الهدى من بعثه الله رحمة للعالمين، وعلى من دعا بدعوته إلى يوم الدين.

أحمد الله عز وجل وأشكره على توفيقه لي بإتمام هذا العمل، وأسأله سبحانه وتعالى أن يجعله خالصاً لوجهه الكريم، وأن يعفو عما فيه من قصور وزلات.

وعرفاناً بالفضل لأهله أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من: الأستاذ الدكتور الفاضل/ عثمان عثمان الذي شرفني بإشرافه على رسالتي، فله مني كل الاحترام والتقدير على ما قدمه لي من معلومات وملاحظات قيمة.

كما أتقدم بالشكر وعظيم الامتنان للسادة أعضاء لجنة المناقشة الأستاذ الدكتور/ فريد أبو ضهير مناقشاً داخلياً، والدكتور/ غسان نمر مناقشاً خارجياً على تفضلهما بقبول مناقشة رسالتي.

كما أتوجه بالشكر والتقدير إلى جامعة النجاح الوطنية العريقة وأساتذتها الأفاضل، وأخص بالذكر القائمين على برنامج ماجستير التخطيط والتنمية السياسية تقديراً لجهودهم وعطائهم المستمر.

وأقدم شكري العميق إلى زملائي في العمل لتقديرهم الكبير لظروف دراستي.

وأقدم بالشكر إلى الطلبة الجامعيين في فلسطين لمساعدتهم في تعبئة الاستبانة.

وإلى كل من ساندني وساعدني في إتمام هذا البحث المتواضع، لكم جميعاً جزيل الشكر والامتنان.

## الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

### دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام اللسطيني اتجاه القضية الفلسطينية من وجهة نظر طلاب الجامعات الفلسطينية

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة هي نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة اليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أية درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أية مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

اسم الطالب: محمد زياد نسور حج محمد

التوقيع: محمد زياد نسور حج محمد

التاريخ: 2021/05/05

## فهرس المحتويات

ج	الإهداء	.....
د	الشكر والتقدير	.....
هـ	الإقرار	.....
و	فهرس المحتويات	.....
ط	فهرس الجداول	.....
ك	فهرس الملاحق	.....
ل	الملخص	.....
1	<b>الفصل الأول مقدمة الدراسة ومنهجيتها</b>	.....
1	1.1 مقدمة الدراسة	.....
3	1.2 مشكلة الدراسة وتساؤلاتها	.....
4	1.3 أهداف الدراسة	.....
4	1.4 فرضيات الدراسة	.....
5	1.5 أهمية الدراسة	.....
5	1.6 منهجية الدراسة	.....
6	1.7 أدوات الدراسة	.....
6	1.8 حدود الدراسة	.....
6	1.9 مصطلحات الدراسة	.....
7	1.10 الدراسات السابقة	.....
12	1.11 التعقيب على الدراسات السابقة	.....
13	1.2 النظرية المستخدمة في الدراسة	.....
18	<b>الفصل الثاني مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين</b>	.....
18	2.1 تمهيد	.....
18	2.2 مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي	.....
20	2.3 أنواع أدوات مواقع التواصل الاجتماعي	.....
21	2.4 خصائص شبكات مواقع التواصل الاجتماعي	.....
24	2.5 أبرز مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في فلسطين	.....
24	2.5.1 فيسبوك Facebook	.....

25	.....	Twitter	تويتر	2.5.2
26	.....	YouTube	يوتيوب	2.5.3
26	.....	Instagram	انستغرام	2.5.4
27	.....	LinkedIn	لينكد إن	2.5.5
27	.....	WhatsApp	واتساب	2.5.6
28	.....	Tik Tok	تطبيق	2.5.7
28	.....	FB Messenger	تطبيق	2.5.8
28	.....	Telegram Messenger	تلجرام ماسنجر	2.5.9
29	.....		أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المحتوى الفلسطيني	2.6
31	.....		أبرز القضايا الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	2.7
31	.....		الحروب على غزة	2.7.1
34	.....		مواجهات الأقصى والبوابات الإلكترونية	2.7.2
36	.....		قضية حي الشيخ جراح	2.7.3
37	.....		إضرابات الأسرى عن الطعام	2.7.4
38	.....		صفقة القرن	2.7.5
40	.....		أسرى النفق	2.7.6
41	.....		تفاعل الأحزاب السياسية الفلسطينية مع مواقع التواصل الاجتماعي	2.8
43	.....		استغلال "إسرائيل" لمواقع التواصل الاجتماعي للترويج للتطبيع	2.9
46	.....		سلبات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين	2.10
47	.....		سبل التخفيف من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي	2.11
48	.....		إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين	2.12
49	.....		<b>الفصل الثالث الرأي العام الفلسطيني</b>	<b>49</b>
49	.....		تمهيد	3.1
49	.....		مفهوم الرأي العام	3.2
50	.....		المجتمع الفلسطيني	3.3
51	.....		الواقع الاقتصادي	3.3.1
52	.....		الواقع السياسي	3.3.2
53	.....		مكونات الرأي العام الفلسطيني	3.4

55	3.5 خصائص الرأي العام الفلسطيني
58	3.6 كيف عبر المجتمع الفلسطيني عن رأيه اتجاه القضية الفلسطينية
60	3.7 المؤثرات الخارجية المساهمة في التأثير على الرأي العام الفلسطيني
60	3.7.1 الثقافة السياسية
61	3.7.2 الأحزاب السياسية
62	3.7.3 وسائل الإعلام
63	3.8 أدوات تحقيق الرأي العام الفلسطيني
64	3.9 دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني
67	<b>الفصل الرابع الطريقة والإجراءات</b>
67	4.1 مقدمة
68	4.2 منهج الدراسة
68	4.3 مجتمع الدراسة
68	4.4 عينة الدراسة
68	4.5 أداة الدراسة
70	4.6 صدق الاستبانة
73	4.7 ثبات الاستبانة Reliability
74	4.8 الأساليب الإحصائية المستخدمة
76	<b>الفصل الخامس تحليل البيانات ومناقشتها</b>
76	5.1 مقدمة
76	5.2 الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية
76	5.3 المحك المعتمد في الدراسة
77	5.4 تحليل فقرات الاستبانة
86	5.5 تحليل فرضيات الدراسة
92	5.6 نتائج الدراسة
93	5.7 توصيات الدراسة
95	<b>المراجع العلمية</b>
105	<b>الملاحق</b>
b	<b>Abstract</b>

## فهرس الجداول

- جدول (1) درجات مقياس ليكرت الخماسي ..... 70
- جدول (2) نتائج الاتساق الداخلي - مجال "دور مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني " ..... 111
- جدول (3) نتائج الاتساق الداخلي - مجال "أثر المواقع الاجتماعية التفاعلية على المشاركة السياسية " ..... 112
- جدول (4) نتائج الاتساق الداخلي - مجال "مستقبل دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في الحياة السياسية" ..... 113
- جدول (5) نتائج الاتساق الداخلي - مجال "مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي " ..... 71
- جدول (6) نتائج الاتساق الداخلي - مجال "فعالية استخدام الاحتلال الإسرائيلي لمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافه" ..... 114
- جدول (7) نتائج الاتساق الداخلي - مجال "كيفية مجابهة محاولات التأثير على الرأي العام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي " ..... 115
- جدول (8) نتائج الاتساق الداخلي - مجال "القضايا السياسية والاجتماعية التي يتناولها الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي " ..... 72
- جدول (9) نتائج الصدق البنائي للاستبانة ..... 115
- جدول (10) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة ..... 73
- جدول (11) توزيع أفراد العينة حسب البيانات الشخصية ..... 116
- جدول (12) المحك المعتمد في الدراسة ..... 76
- جدول (13) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيبية قيمة اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال "دور مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني" ..... 118
- جدول (14) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيبية قيمة اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال "أثر المواقع الاجتماعية التفاعلية على المشاركة السياسية " ..... 120
- جدول (15) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيبية قيمة اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال "مستقبل دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في الحياة السياسية" ..... 122
- جدول (16) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيبية قيمة اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال "مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي " ..... 80

- جدول (17) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيبية قيمة اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال "فعالية استخدام الاحتلال الإسرائيلي لمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافه " 82.....
- جدول (18) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيبية قيمة اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال "كيفية مجابهة محاولات التأثير على الرأي العام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي"..... 84.....
- جدول (19) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيبية قيمة اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال "القضايا السياسية والاجتماعية التي يتداولها الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي"..... 123 .....
- جدول (20) نتائج اختبار "T - لعينتين مستقلتين " -الجنس ..... 124 .....
- جدول (21) نتائج اختبار "التباين الأحادي" -الجامعة ..... 88.....
- جدول (22) نتائج اختبار "التباين الأحادي" -مكان السكن..... 125 .....
- جدول (23) نتائج اختبار "T - لعينتين مستقلتين " -استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحساب غير الاسم الحقيقي ..... 90.....
- جدول (24) نتائج اختبار "T - لعينتين مستقلتين " - المشاركة في حملات الدعم الإلكترونية للقضية الفلسطينية..... 126 .....
- جدول (25) نتائج اختبار "T - لعينتين مستقلتين " -الجنس ..... 127 .....

## فهرس الملاحق

105 .....ملحق (أ) الاستبانة.

111 .....ملحق (ب) الجداول.

## دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه القضية الفلسطينية من وجهة نظر طلاب الجامعات الفلسطينية

إعداد

"محمد زياد" تيسير حج محمد

إشراف

د. عثمان عثمان

### المخلص

هدفت الدراسة للوقوف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه القضية الفلسطينية من وجهة نظر طلاب الجامعات الفلسطينية، ولتحقيق الهدف من الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الدراسة الاستبانة، والتي تم توزيعها إلكترونياً على عينة متاحة وتطوعية للدراسة المستهدفة وهم طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة، بعينة عددها (186) مفردة.

وتم تحليل النتائج على البرنامج الإحصائي SPSS، حيث توصل الباحث للعديد من النتائج كان من أبرزها: هنالك دور واضح لمواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني. ويشعر الشباب الفلسطيني بالغضب اتجاه عملية التأثير عليهم ومراقبة محتواهم على مواقع التواصل الاجتماعي. وتوجد مساهمة لمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الثقافي والسياسي والاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني.

وبناءً على نتائج الدراسة تقدم الباحث بعدة توصيات من أهمها: تشجيع الشباب على نشر المضمون الإيجابي على صفحاتهم واشتركاكاتهم، والابتعاد عن القضايا الخلافية خاصة المرتبطة بالتعصب الحزبي. و مقاطعة المواقع والصفحات الداعية للابتدال وعدم التجاوب معها سواء من خلال المتابعة أو

النقل عنها. تجنيد مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام الفلسطيني نحو سلوكيات إيجابية  
سليمة، وبناء أسس المجتمع المحلي على أسس التسامح وتقبل الآخر، والبعد عن التعصب الحزبي.

**الكلمات المفتاحية:** مواقع التواصل الاجتماعي؛ الرأي العام الفلسطيني؛ القضية الفلسطينية؛ طلاب  
الجامعات الفلسطينية.

## الفصل الأول

### مقدمة الدراسة ومنهجيتها

#### 1.1 مقدمة الدراسة

دخلت مواقع التواصل الاجتماعي في كافة مناحي الحياة في جميع مجتمعات العالم، بما فيها المجتمع الفلسطيني، وتم استخدامها بطرق شتى في مجالات عدة بينها أحداث تغييرات في الرأي العام المحلي، مما جعلها تتفوق على وسائل تقليدية اعتمدت على مدار عقود سالفة.

ونقلت ثورة تكنولوجيا المعلومات الإعلام المرئي، والمسموع، والمقروء، إلى مرحلة جديدة ومتقدمة، تقوم على الانفتاح، وعرض وجهات النظر، والرؤى المختلفة، وفسح المجال أمام الجمهور والأفراد بكافة أطيافهم وتوجهاتهم وانتماءاتهم السياسية، والعقائدية لطرح آرائهم وتصوراتهم في العديد من القضايا والموضوعات التي تمس حياتهم الخاصة والعامة<sup>1</sup>.

وظهرت على هامش الأحداث العالمية مجموعة من الظواهر المختلفة على عدة مستويات، من أهمها انتشار شبكات التواصل الاجتماعي، التي كانت من أضخم إنجازات هذا العصر، ولعل أهميتها تتمثل في تطورها بسرعة مذهلة حتى بات الإنسان يجد يومياً العديد من الاكتشافات والتطورات في هذا المجال الحيوي والمتجدد، حيث عملت تلك الشبكات على تناول الأحداث المحلية والعالمية بسرعة فائقة أكثر من أية وسائل إعلامية أخرى لنقل الحدث سواءً أكان حدثاً إخبارياً أم تعليمياً أم تثقيفياً أو ترفيهياً، وكان لهذه الشبكات دور بارز في طرح الصراع الإسرائيلي- الفلسطيني، وتناولها للقضية الفلسطينية بموضوعية وحيادية بعيداً عن التحيز لأي طرف من أطراف الصراع<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> حمادة، بسبوني (2008). دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. ط1، القاهرة: عالم الكتب، ص43.  
<sup>2</sup> عابد، زهير (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي: دراسة وصفية تحليلية. مجلة جامعة النجاح للأبحاث، نابلس، مجلد 26، العدد 6، ص1389.

وفتحت تلك الفضاءات آفاقاً واسعة لتكوين رأي عام حول القضايا والموضوعات المختلفة المطروحة لدى الأفراد، من خلال وسائل الاتصال المتعددة والمتنوعة والتي اتسمت بسهولة الوصول إليها، ونشر الأفكار والرؤى والقضايا وتعميمها من خلالها، حيث وفرت وسائل الاتصال المختلفة لا سيما المواقع التفاعلية الاجتماعية مجالاً واسعاً أمام الأفراد للاطلاع والإلمام بحيثيات القضايا المثارة، بل ومنحتهم الفرصة الكاملة لطرح أي قضية أو فكرة يرغب في تشكيل رأي عام تجاهها أو العمل على إحباط وإفشال أي من وجهات نظر الآخرين التي لا تروق لأفكارهم وقناعاتهم، فأصبح بإمكان أي فرد في المجتمع ممارسة حقه الكامل في المشاركة في كافة القضايا الاجتماعية الاقتصادية والثقافية والسياسية<sup>1</sup>.

وبرز استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة (Facebook, Twitter) بشكل واضح في الحياة السياسية منذ فترة طويلة في المجتمعات الغربية خاصة خلال الحملات الانتخابية على سبيل المثال الانتخابات الأمريكية لعام 2008 وحملة الرئيس الأسبق باراك أوباما، بينما شاع استخدامها في المجتمعات العربية بشكل واسع، مما ساهم في تشكيل رأي عام ضد الأنظمة العربية والذي نتج عنه مشاركة سياسية فاعلة أعادت صياغة بعض الأنظمة العربية من جديد مثل مصر وتونس واليمن وليبيا، وأحدثت حراكاً سياسياً معارضاً في كل من سوريا والبحرين<sup>2</sup>.

ومن خلال الواقع في فلسطين، نرى أن غالبية الشباب الفلسطيني تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي، إن كانت في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بالقضايا السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية، أو قضايا العالم الخارجي، أو كل ما يتعلق بالتعليم، ومن هنا تحاول الدراسة إيضاح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الفلسطيني، ومدى انعكاس ذلك على المشاركة السياسية للأفراد من وجهة نظر الطلبة الجامعيين من خلال تسليط الضوء على مفهوم المواقع الاجتماعية والرأي العام والمشاركة السياسية كأحد المصطلحات في أدبيات الفكر السياسي والاجتماعي

<sup>1</sup> مراد، كامل خورشيد (2013). مدخل إلى الرأي العام. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص31.

<sup>2</sup> عباس، وليد (2012). "شبكة الإنترنت في ثورة مصر". الشبكة الإعلامية العالمية جنييف، 17 يناير 2012، [www.france24.com/ar/20120117-egypt-social-media-internet-role-arab-spring](http://www.france24.com/ar/20120117-egypt-social-media-internet-role-arab-spring)

والإعلامي، إضافة إلى توضيح العلاقة ما بين تلك المواقع ومدى تأثيرها على المشاركة السياسية من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الفلسطينية.

## 1.2 مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

ساهم التطور التكنولوجي في عالم الاتصالات الحديثة في تفعيل الرأي العام عبر مواقع التفاعل الاجتماعي مما انعكس على واقع المشاركة السياسية داخل المجتمعات بشكل عام والمجتمع الفلسطيني بشكل خاص، فما تحاول تلك الدراسة إيضاحه هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام الفلسطيني وانعكاسه على التعرف بالقضية الفلسطينية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين، ومن هنا يكمن التساؤل الرئيس للدراسة:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه القضية الفلسطينية من وجهة نظر طلاب الجامعات الفلسطينية؟

ويتفرع عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما دور مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني من وجهة نظر طلاب الجامعات الفلسطينية؟
2. ما أثر المواقع الاجتماعية التفاعلية على المشاركة السياسية من وجهة نظر طلاب الجامعات الفلسطينية؟
3. ما مستقبل دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في الحياة السياسية من وجهة نظر طلاب الجامعات الفلسطينية؟
4. ما القضايا السياسية والاجتماعية التي يتناولها الطلبة الجامعيون عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
5. ما مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي؟

### 1.3 أهداف الدراسة

1. التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني من وجهة نظر طلاب الجامعات الفلسطينية.
2. توضيح أثر المواقع الاجتماعية التفاعلية على المشاركة السياسية من وجهة نظر طلاب الجامعات الفلسطينية.
3. الوقوف على مستقبل دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في الحياة السياسية من وجهة نظر طلاب الجامعات الفلسطينية.
4. إظهار القضايا السياسية والاجتماعية التي يتداولها الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
5. التعرف على مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي.

### 1.4 فرضيات الدراسة

1. مواقع التواصل الاجتماعي انعكست بشكل إيجابي على مستوى المشاركة السياسية للطلبة الجامعيين الفلسطينيين وعزز دورهم.
2. الحراك الاجتماعي الذي توفره مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر في توجيه الرأي العام الفلسطيني للمشاركة السياسية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين.
3. تساعد مواقع التواصل الاجتماعي الطلبة الجامعيين الفلسطينيين في تشكيل وعيهم تجاه القضية الفلسطينية.
4. يوجد إشباعات محققة من استخدام الطلبة الجامعيين الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي حول القضية الفلسطينية.
5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات الباحثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه

القضية الفلسطينية تعزى إلى (الجنس، الجامعة، مكان السكن، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحساب غير الاسم الحقيقي، المشاركة في حملات الدعم الإلكترونية للقضية الفلسطينية).

## 1.5 أهمية الدراسة

### الأهمية العلمية

1. تكمن أهمية الدراسة في كونها من الدراسات الحديثة التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام عند الطلبة الجامعيين.
2. إضافة إلى أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام وتكوينه في صفوف الشباب الجامعي، إذ تعد إحدى مستجدات تكنولوجيا الرأي العام في الحصول على المعلومات الإلكترونية المفيدة التي تخدم القضايا الاجتماعية والسياسية.

### الأهمية النظرية

من الممكن أن تساعد نتائج الدراسة القائمين على تعزيز الرأي العام في التعرف على الوضع الراهن للقضايا الاجتماعية والسياسية التي تهم الشباب الجامعي من أجل تحسين مستوى الوضع الاجتماعي والسياسي في فلسطين.

## 1.6 منهجية الدراسة

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي من خلال دراسة تحليلية حول عملية التفاعل الاجتماعي للطلبة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في عملية تعزيز وتشكيل الرأي العام حول القضية الفلسطينية.

## 1.7 أدوات الدراسة

استخدم الباحث أداة الدراسة الاستبانة والتي تم توزيعها على العينة المستهدفة وهم طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة.

كما استخدم الباحث المصادر الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.

## 1.8 حدود الدراسة

**الحد المكاني:** الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة.

**الحد الزمني:** الفترة الزمنية من 2007 (بدء الانقسام الفلسطيني) حتى 2021.

**الحد البشري:** طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة.

## 1.9 مصطلحات الدراسة

**دور:** هو مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو فريق، ويمكن أن يكون لهما أدوار متعددة، على سبيل المثال دور مدير التهيئة ومدير التغيير يمكن أن يقوم بها شخص واحد<sup>1</sup>.

**مواقع التواصل الاجتماعي:** منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> أنيس، إبراهيم (2004). المعجم الوسيط. مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق، مجلد 1، ط4، ص212.

<sup>2</sup> راضي، زاهر (2013). استخدام موقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، ص23.

الرأي العام: تعبير يستخدم عمومًا للتعبير عن مجموعة من الآراء التي يعتنقها الناس عن الشؤون التي تؤثر في المجتمع، أو فهمه، وأنه مجموعة من كل نوع من المعلومات المتناقضة، والمعتقدات والأوهام والأفكار المثيرة والتطلعات<sup>1</sup>.

## 1.10 الدراسات السابقة

دراسة بودادة (2020) بعنوان "دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام: دراسة مسحية لاستخدامات قادة الرأي لمنصة تويتر: الرئيس الأمريكي دونالد ترامب نموذجًا"

تناولت الدراسة دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام من خلال استخدامات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب للمنصة الرقمية "تويتر" والتي يتوجه بها نحو المجتمع الرقمي الأمريكي الذي تخطى نمط الإعلام التقليدي نحو إعلام رقمي ووضع رؤى وتصورات جديدة لمفهوم الإعلام بالمعنى الشامل من خلال إضفاء الصبغة الاجتماعية على الشبكة وأخذ العلاقات الإنسانية والمجتمعية من الواقع وتجسيدها افتراضياً.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التفسيري، كون الهدف الأبرز لهذا النوع من الأبحاث هو جمع معلومات كافية ودقيقة تصف الظاهرة كما هي في الحيز الواقعي ثم يقدم الباحث تفسيرات ومحاولة لتحديث الميكانيزمات التي أدت إلى حدوثها، أما بالنسبة لمجتمع الدراسة فقد حصره الباحث عند الحدود الافتراضية لحساب ترامب على منصة "تويتر" فيما يخص إنشاء، نقل، ونشر الأخبار بالتركيز على استخداماته للمنصة من خلال تحليل وتفسير تغريداته إحصائياً، ووصف تفاعل المجتمع الأمريكي معها بالاعتماد على المعاينة بكرة الثلج.

كما اعتمد الباحث على أداة تحليل المحتوى في جمع البيانات من حساب ترامب على "تويتر"، واستبيان إلكتروني يستهدف جمع بيانات العينة المعنية بالدراسة الميدانية والمتعرضة لحساب الرئيس ترامب من

<sup>1</sup> مراد، كامل (2011). مدخل إلى الرأي العام. ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص41.

الجمهور الأمريكي، وتوصلت للنتائج التالية: سهولة تعامل ترامب مع المنصة وكذا تحكمه في الوسيط قدمًا مستوى جديدًا من التأثير، وإفراز واقعًا رقميًا جديدًا نمط عادات التفاعل والتأثير الجمهوري، ومن أبرز التوصيات: إعداد وإنتاج محتويات رقمية مدعمة لتحقيق هدف البرنامج بالرأي العام، وتحفيز الشعور الجمعي للفرد المتعرض نحو البرنامج باستخدام شعارات دعائية بسيطة قابلة للفهم والانتشار.

دراسة بكوش وعزوز (2020) بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام (الحراك الشعبي الجزائري أنموذجًا): دراسة ميدانية على طلبة سنة ثانية ماستر علم اجتماع"

هدفت الدراسة إلى إبراز دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الجزائري (الحراك نموذجًا)، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي لأنه الأنسب لهذه الدراسة، وشملت الدراسة على عينة مكونة من (47) طالبًا من طلبة سنة ثانية ماستر علم الاجتماع بجامعة الشهيد حمدة لخضر بالوادي، كما تم الاعتماد على أداة الاستمارة لجمع المعلومات.

ومن أبرز النتائج: أن الفيسبوك استطاع أن يسجل حضوره الإيجابي في الحياة العامة كما أثر على الوعي السياسي لدى طلبة سنة ثانية ماستر وأعطاهم فرصة للتواصل والتعبير عن آرائهم والتعليق على موضوع الحراك الشعبي بالجزائر، فلم يصبحوا مجرد متابعين من بعيد بل أصبحوا مشاركين من خلال نقاشاتهم ومنشوراتهم التي كانت مرتكزة عن مصير الانتخابات الرئاسية في الجزائر وحول تحسين الوضعية الاجتماعية والاقتصادية التي يعيشون فيها.

دراسة بضياف (2018) بعنوان "الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر"

تمثلت إشكالية الدراسة في أن الإعلام الاجتماعي أصبح قوة رئيسية لا يستهان بها في القرن الحادي والعشرين ففي بداية الأمر استخدمت وسائل التواصل الاجتماعي للدردشة وسرعان ما تحولت إلى فضاء حر مخصص لتبادل الآراء، ومن هنا تكمن أهمية طرح الموضوع من منظور التمثل والاستخدام الاجتماعي لمعرفة واقع العلاقة بين شبكة الفيسبوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري بعيدًا عن العلاقة الصرفة بين المستخدم والتقنية.

واستخدمت الباحثة أداة الدراسة الاستبانة، والمنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: أن موقع الفيسبوك هو أكثر المواقع الاجتماعية استخدامًا وأن نسبة كبيرة من المبحوثين يتقنون فيما ينشر على صفحات التواصل الاجتماعي أكثر مما تبثه وسائل الإعلام.

### دراسة بيت زايد (2017) بعنوان "دور الصحافة العمانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الإجراءات الحكومية لمواجهة انخفاض أسعار النفط"

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الصحافة العمانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول الإجراءات الحكومية إزاء انخفاض أسعار النفط، ولتحقيق الهدف من الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبانة والتي تضمنت (47) فقرة، وبخمس بدائل للإجابة، وتمثل مجتمع الدراسة بسكان ولاية بوشر بمحافظة مسقط والبالغ عددهم (70.368) منهم (36.361) ذكور، و(34.007) إناث، وتم اختيار عينة قوامها (400) مفردة موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث، بطريقة العينة العشوائية الطبقية، وتم توزيع الاستبانات على مجتمع الدراسة، وبينت الدراسة النتائج التالية: جاءت صحيفة عمان في المرتبة الأولى من حيث عدد متابعيها، تلتها صحيفة الوطن بفارق قليل، ثم صحيفة الرؤية ثم صحيفة الشبيبة، إن من أبرز دوافع أفراد العينة لمتابعة الصحف العمانية كانت لمتابعة الأحداث والقضايا الداخلية بالدرجة الأساس، ثم لتكوين معرفة جديدة أو تعزيزها.

### دراسة الدبيسي والطاهات (2013) بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبانة لمسح آراء الطلبة، وجمع الحقائق والمعلومات ثم

تحليلها، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرًا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، ومناقسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكان بعض معلوماتها إيجابيًا مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبيًا مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية.

**دراسة أبو زيد (2012) بعنوان "دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية: دراسة ميدانية"**

هدفت الدراسة للتعرف على دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني ومدى تأثيرها على واقع المشاركة السياسية، لاسيما بعد النتائج الكبيرة التي حققتها المواقع الاجتماعية التفاعلية إبان ثورات الربيع العربي، واعتمدت الدراسة على المقاربة المنهجية الوصفية التحليلية معتمدة على أداتي الاستبانة والمقابلة، إلى جانب المنهج التاريخي ومنهج تحليل المضمون، ومن أبرز النتائج: تساهم المواقع الاجتماعية التفاعلية بشكل واضح في التأثير على توجهات الرأي العام في المجتمع الفلسطيني، تؤثر المواقع الاجتماعية التفاعلية في زيادة الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع، وتعزز من المسؤولية الاجتماعية لديهم، مما انعكس إيجابيًا على مستوى المشاركة السياسية.

**دراسة زودة (2012) بعنوان "دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام: الثورة التونسية نموذجًا"**

تناولت الدراسة مشكلة استخدام الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، من منطلق أن المنطقة العربية التي تشهد انتشارًا للديمقراطية مباشرة من تونس فمصر ثم ليبيا، وأنها قد تصل إلى أقطار أخرى، وأنها تعتمد أساسًا على ثورة الإعلام الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، والمسح المستخدم في هذه الدراسة هو مسح دراسات الرأي العام التي تتعلق بمسح

الآراء، وهي دراسة حيوية تساعد في الحصول على معلومات وبيانات ضرورية لأي عملية تخطيط فتساهم في اتخاذ القرارات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وقامت الباحثة باختيار أسلوب المعاينة حيث اكتفت بعدد من المفردات كعينة ممثلة أخذتها في حدود الوقت والجهد والإمكانات، معتمدة في ذلك على عينة كرة الثلج لصعوبة وصولها للمبحوثين، حيث اعتبرت الظاهرة حديثة بالعالم والعالم العربي وتونس بالتحديد.

ومن أبرز النتائج: يعد موقع "الفيسبوك" هو الشبكة الأكثر استخدامًا لدى المبحوثين، وساهمت مواقع الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي وتوجيهه صوب خدمة مصالح الثورة التونسية، لكنهما لم تصنع الثورة التونسية، وإنما ساهمت بشكل فعال ومباشر في إنجازها.

**دراسة (Remund, 2012) بعنوان "الكشف عن دور تغطية الأخبار الاقتصادية في شعور المواطنين بالرفاهية الاقتصادية"**

استهدفت الدراسة تحليل تقييم المواطنين لتغطية وسائل الإعلام للأخبار الاقتصادية أثناء أزمة الركود في عام 2009، وكذلك دراسة تأثير عدد من المتغيرات الرئيسية على شعور المواطنين بالرفاهية الاقتصادية، وهي: التعرض لوسائل الإعلام، مستوى التركيز على الأخبار الاقتصادية، تقييم نوعية تغطية وسائل الإعلام لأخبار الاقتصاد، وأخيرًا المؤشرات الاقتصادية الحقيقية على مستوى المجتمع المحلي، واعتمدت الدراسة على إجراء مسح ميداني من خلال التلفون على مستوى ولاية كارولينا الشمالية في خريف 2009 أثناء ذروة الركود العظيم، وقد اختار الباحث عينة عشوائية من (414) مفردة من المراهقين من سن 18 فما فوق، كشفت النتائج أن المراهقين يرون أن وسائل الإعلام في أثناء أزمة الركود قدمت نوعية أفضل من التغطية الإخبارية الاقتصادية للأزمة بشكل أكبر من التغطية التي تنطوي على الأخبار بالمواقف الحزبية من السياسات الاقتصادية، كما خلصت إلى أن الأوضاع والظروف الاقتصادية في العالم تلعب دورًا كبيرًا في شعور المواطنين بالرفاهية الاقتصادية بشكل أكبر من تعرضهم لوسائل الإعلام واهتمامهم ونوعية الأخبار الاقتصادية التي يتابعونها.

## 1.11 التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال اطلاع الباحث على الدراسات السابقة وجد اتفاقها واختلافها مع الدراسة الحالية في عدة نقاط، ومن أوجه الاتفاق والاختلاف ما يلي:

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة بودادة (2020) في تناولها للدور التكنولوجي في صناعة الرأي العام، واستخدامها للمنهج الوصفي وأداة الدراسة الاستبانة، ولكنها اختلفت في أن السابقة تناولت الإعلام الرقمي، فيما الدراسة الحالية تناولت مواقع التواصل الاجتماعي، كما استهدفت الدراسة السابقة قادة الرأي لمنصة تويتر ممثلة بالرئيس الأمريكي دونالد ترامب، بينما الدراسة الحالية استهدفت طلبة الجامعات الفلسطينية، كما استخدمت الدراسة السابقة بجانب الاستبانة تحليل المحتوى في جمع البيانات من حساب ترامب على تويتر.

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة بكوش وعزوز (2020) في تناولها لدور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام، واستخدامها للمنهج الوصفي التحليلي وأداة الدراسة الاستبانة، فيما اختلفت في أن الدراسة السابقة استهدفت الحراك الشعبي الجزائري من وجهة نظر طلبة سنة ثانية ماستر علم اجتماع.

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة بضياف (2017) في تناولها لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، واستخدامها لأداة الدراسة الاستبانة والمنهج الوصفي التحليلي، ولكنها اختلفت في أن السابقة استهدفت الرأي العام الجزائري.

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة بيت زايد (2017) في تناولها لدور الإعلام في تشكيل الرأي العام، واستخدامها للمنهج الوصفي التحليلي وأداة الدراسة الاستبانة، ولكنها اختلفت في أن السابقة استهدفت الصحافة العمانية، وتناولها للإجراءات الحكومية لمواجهة انخفاض أسعار النفط.

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة الدببسي والطاهات (2013) في تناولها لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، واستخدامها للمنهج الوصفي التحليلي وأداة الدراسة الاستبانة، ولكنها اختلفت في أن السابقة استهدفت طلبة الجامعات الأردنية.

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة أبو زيد (2012) في تناولها لدور المواقع الاجتماعية في توجيه الرأي العام الفلسطيني، واستخدامها للمنهج الوصفي التحليلي، وأداة الدراسة الاستبانة، ولكنها اختلفت في أن السابقة تناولت ثورات الربيع العربي، واستخدامها لأداة الدراسة المقابلة بجانب الاستبانة، إضافة إلى المنهج التاريخي ومنهج تحليل المضمون.

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة زوندة (2012) في تناولها لدور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، ولكنها اختلفت في أن السابقة تناولت الثورة التونسية، واعتمادها على منهج المسح الاجتماعي، ومسح دراسات الرأي العام.

وتتمثل الإضافة الجديدة التي من الممكن أن يضيفها الباحث هو تناول الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني حول القضية الفلسطينية من خلال استهدافه للطلبة الجامعيين وخاصة الفترة التي بدأت منذ الانقسام الفلسطيني حتى العام الحالي 2021.

## 1.2 النظرية المستخدمة في الدراسة

### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

من المهم إدراك النظرية الإعلامية لأنها الأساس في الصياغة الفكرية للمجتمع سلباً أو إيجاباً، وهي تمهد لإدراك عمق التأثير وطبيعته وآثاره، ورغم أن وظيفة النظرية ليست بالضرورة توضيح صحة الشيء من خطئه لنقترب من فهم الظواهر المتداخلة<sup>1</sup>.

---

1 نصر، حسني (2014). مقدمة في الاتصال الجماهيري: المداخل والوسائل. ط1، الكويت: دار الفلاح للنشر والتوزيع، ص10

فقد عرفها كيرلينجر بأنها عبارة عن "مجموعة من التركيبات (المفاهيم) والتعريفات والافتراضات المتداخلة التي تقدم وجهة نظر نظامية للظواهر من خلال تحديات العلاقات بين المتغيرات بغرض تفسير الظواهر والتنبؤ بها"<sup>1</sup>.

### البدايات الأولى لنظرية الاعتماد

مفهوم الاعتماد ظهر عبر وسائل الإعلام في فترة سبعينيات القرن الماضي، وذلك من خلال كل من دي فلور وساندرا بول روكيشن، عبر كتاب "نظريات وسائل الإعلام"، وهما مؤسسا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث ركزت النظرية على المتلقي وأسباب استخدامه لوسائل الإعلام، فأخذ المؤلفان بمنهج النظام الاجتماعي العريض، بهدف تحليل تأثير وسائل الإعلام، وقام باقتراح علاقة اندماج بين الجمهور، ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي، وتم تقديم النظرية عبر وسائل الإعلام للمرة الأولى لـ Sandra J. Rall Rokeach وذلك عام 1974، من خلال ورقة بحثية بعنوان "مفهوم المعلومات"، والتي دعا من خلالها للتحويل من مفهوم الإقناع والنظر لوسائل الإعلام كنظام معلومات، حيث صورت وسائل الإعلام كنظام مشتق من اعتماد الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام، أي قدرة وسائل الإعلام على خلق المعلومات ومعالجتها ونشرها للجمهور<sup>2</sup>.

ويعني الاعتماد العلاقة التي توجد عندما تكون قدرة الأفراد على تحقيق أهدافهم في الحصول على المعلومات اعتمادًا على مصادر المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، كما أنه العلاقة التي يتم فيها إشباع الحاجات أو تحقيق الأهداف، وتفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وفقاً لديفلير وروكيتش أنه كلما زاد دور الإعلام في إشباع احتياجات الأفراد زادت أهمية وسائل الإعلام في حياتهم، حيث يتضاعف تأثير الإعلام في معارف الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم<sup>3</sup>.

1 مكاوي، حسن (2012). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط8، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص79

2 المرجع السابق، ص82

3 Baran, S. (2016). Communication Theory Foundation and Future. UK. & USA: Thomson Wadsworth. P. 324

وتؤكد النظرية على أنه كلما زادت قوة اعتماد الأفراد على وسيط اتصالي زادت فرص هذا الوسيط للتأثير على الأطر المعرفية والوجدانية والسلوكية لأفراد الجمهور، والعملية هنا متبادلة بين الجمهور والوسيط الاتصالي كمصدر للمعلومات، فكلما استطاع ذلك الوسيط توفير قدر أكبر من المعلومات ذات مصداقية عالية وجودة أكبر، كلما اعتمد الفرد على تلك القناة الاتصالية بشكل أكبر وأوسع، وهذا ما نلمسه في تفوق وسيلة اتصالية على أخرى أو في التنافس الإعلامي، أو ما يمكن أن نسميه بالسبق الصحفي بين المؤسسات الإعلامية للاستحواذ على الجماهير<sup>1</sup>.

وتختلف درجة اعتماد الجمهور في المجتمعات الحديثة على وسائل الإعلام على عدة عوامل خاصة إذا ما عرفنا أنها تساهم في تكوين معارفهم، وتكوين اتجاهاتهم نحو ما يحدث في المجتمع المحيط بهم، ومن أبرز هذه العوامل درجة اتجاه المجتمع إلى التغيير، ودرجة عمل وكفاءة نظام الإعلام في المجتمع، كما تتبنى نظرية الاعتماد فرضية علمية مؤداها أن المتغير الرئيس في فهم متى وكيف ولماذا تؤثر وسائل الإعلام في معتقدات الجمهور أو مشاعره أو سلوكياته هو درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات<sup>2</sup>.

وتفترض ذات النظرية أن الأساس الفعلي لتأثير الإعلام يقع في طبيعة العلاقة الثلاثية بين النظام الاجتماعي الأوسع والدور الإعلامي في هذا النظام وعلاقات الجمهور بوسائل الإعلام، ومما يؤكد هذه العلاقة الثلاثية هو اهتمام النظرية بالظروف التاريخية والاجتماعية المحيطة بالتأثير المعرفي لوسائل الإعلام، على عكس النظريات الأخرى التي تركز على التأثيرات الفردية والاجتماعية فقط، فعلى سبيل المثال لا الحصر نجدتها تقترب من نظرية الاستخدامات والإشباع في نقطة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة، لكنه يختلف معها في كونه يفترض تفاعلاً

<sup>1</sup> أحمد، جمال (2009). اتجاهات جمهور وسائل الإعلام في البحرين نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية: دراسة مقارنة لجمهور الوسائل التقليدية والشبكات الاجتماعية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة البحرين، البحرين، ص 67

<sup>2</sup> الفضلي، محمد (2012). دور القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي العام السياسي للمواطن الكويتي. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، ص 45

بين وسائل الإعلام والجمهور المتلقي والمجتمع، وبالتالي يرتبط حجم التأثير للوسيلة الإعلامية بحجم هذا التفاعل<sup>1</sup>.

ويعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

- الفهم: ويشمل معرفة الذات مثل التعليم والحصول على الخبرات والفهم الاجتماعي الذي يساعد على معرفة أشياء عن العالم أو البيئة المحيطة وتفسيرها.
- التوجيه: ويشمل توجيه العمل والسلوك في إطار توقعات وأخلاقيات المجتمع.
- التسلية: وتشمل الاسترخاء والجلوس في عزلة والتسلية الاجتماعية مثل الأصحاب كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة اليومية.

ويمكن القول، إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي نظرية بيئية، وهي تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، حيث تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات<sup>2</sup>.

ويقوم المنظور الخاص باعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على دعمتين رئيسيتين: الدعامة الأولى أن هناك أهدافاً للأفراد ييغون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية، أما الدعامة الثانية فتقوم على اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، وتتمثل هذه الوسائل في مراحل استقاء المعلومات ثم نشرها بصورة أخرى<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> نصر، حسني (2014). مرجع سابق، ص45

<sup>2</sup> مكاي، حسن (2012). مرجع سابق، ص12

<sup>3</sup> المشهداني، سعد (2011). مدى اعتماد النخبة الأكاديمية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات: دراسة حالة على الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة تكريت، العراق، ص254

وتؤكد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على فرضية أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات يزيد في الظروف المجتمعية غير المستقرة مثل وجود حالات الصراع والتغيير والأزمات وحالات عدم الاستقرار، وتزيد احتمالات تأثير وسائل الإعلام في تشكيل معارف الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم كلما قامت بواجبها الوظيفي بشكل مهني متميز.

### استفادة البحث من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يرى الباحث أن أهم ما تمثله هذه النظرية للدراسة يكمن في الآتي:

1. قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي وتشكيل الاتجاه المعارض والمؤيد لدى عينة الدراسة تجاه وجهة نظر الطلبة الجامعيين حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيره في تشكيل الرأي العام الفلسطيني، وأن النظرية تشير إلى زيادة اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام أثناء فترة الأزمات سواء المناخية أو الاقتصادية أو السياسية.
2. كما أن درجة اعتماد عينة الدراسة على المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي حول القضية الفلسطينية هي الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بزمان ومكان تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمشاعر والسلوك.
3. كما أنه من خلال الاعتماد على الخلفية النظرية للاعتماد يؤدي إلى معرفة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الفلسطيني نحو القضية الفلسطينية لمواجهة انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي بحق الشعب والأرض.

## الفصل الثاني

### مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين

#### 2.1 تمهيد

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي بمثابة منافذ ومحطات للنشر الإعلامي الواسع لكافة ما يدور في مجتمعنا من أحداث ومستجدات وآراء وقضايا، فهي مجال لا ينضب من الأفكار الصحفية ومنبع مهم من منابع الأفكار، فهي عبارة عن مواقع على شبكة الإنترنت يستطيع من يملك حسابًا فيها القيام بالتواصل بعدة طرق (كتابة، صوتًا، صورة) مع من يريد ممن يملكون حسابًا في تلك المواقع، سواء كانوا أشخاصًا طبيعيين كالأصدقاء القدامى أو أصدقاء العمل أو الزبائن، أو أشخاصًا معنويين كالشركات والمؤسسات، حيث يمكن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر أو الترويج لسلعة أو منتج معين، وإنجاز الأعمال من خلال مجتمع افتراضي، فشبكات التواصل الاجتماعي لم تعد فقط من أجل الدردشة أو التسلية بل أصبحت وسيلة لإنجاز الأعمال والأخبار والإعلان عن الوظائف والتواصل لكافة الأهداف والأغراض كإعطاء المعلومات المختلفة والحصول عليها، والتعاون والتشارك في حل المشكلات واتخاذ القرارات والتعليم والتعلم والتدريب، وتبادل الخبرات والتعبير عن المشاعر والأفكار والآراء وإسداء وتلقي النصائح والإرشاد والتوجيه حول مختلف القضايا والموضوعات<sup>1</sup>.

#### 2.2 مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تم تعريف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: "مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2Web تتيح التواصل بين الأفراد في بنية افتراضية يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد، مدرسة، جامعة، شركة)، يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وهي وسيلة فعالة

<sup>1</sup> مراد، كامل خورشيد (2013). مرجع سابق، ص43

للتواصل الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء تعرفهم في الواقع أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية<sup>1</sup>.

كما عرفت على أنها: "مواقع إلكترونية اجتماعية على الإنترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، والتي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينها عبر هذا الفضاء الافتراضي"<sup>2</sup>.

وتم تعريفها على أنها "منظومة من الشبكات التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"<sup>3</sup>.

ومن خلال ما سبق يمكن استخلاص أن مواقع التواصل الاجتماعي تشترك فيما يلي<sup>4</sup>:

1. المشاركة: فهي تتيح للمستخدمين مشاركة النصوص والصور ومقاطع الصوت والفيديو فيما بينهم.
2. الإتاحة: فهي عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات، ونادراً ما توجد حواجز أمام الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه.
3. المحادثة: تعتمد شبكات التواصل على الاتصال باتجاهين، عكس وسائل الإعلام التقليدية التي تعتمد على مبدأ بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد.
4. التجمع: تتيح شبكات التواصل إمكانية التجمع والتواصل بشكل فعال، ويربط تلك التجمعات اهتمامات ومصالح مشتركة مثل التخصص العلمي وتشجيع فريق رياضي وغيرها.
5. الفورية: حيث تسمح شبكات التواصل الاجتماعي بالمحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المستخدمين.

<sup>1</sup> دراجي، ابتسام (2017). شبكات التواصل الاجتماعي: فضاء افتراضي للتواصل الإلكتروني. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 1، العدد 2، ص 203

<sup>2</sup> صادق، عباس (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. ط1، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، ص 218

<sup>3</sup> راضي، زاهر (2013). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. مجلة التربية، عدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، الأردن، ص 23

<sup>4</sup> هتمي، حسين (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ص 85

ومما سبق، يرى الباحث أن مواقع التواصل الاجتماعي ما هي إلا فضاء افتراضي تتيحه شبكة الإنترنت غير خاضع لحكم الزمان والمكان، يتفاعل من خلاله مجموعة غير متجانسة من الأفراد بهدف الوصول إلى مآرب شخصية أو اجتماعية.

### 2.3 أنواع أدوات مواقع التواصل الاجتماعي

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي مواقع ويب لها ميزات اجتماعية تفاعلية، تتوفر تلك المميزات من خلال أدوات وأساليب تواصل اجتماعي، والتي بدورها تسهل الاتصال والتواصل المستمر وتبادل الآراء والتعبير الحر، كما تسهل مشاركة المصادر والأفكار والخطط والتصميمات ونماذج العمل، ويتم ذلك بين أفراد المجموعة، وأشارت هيئة تقنية المعلومات إلى أن هناك خمس أدوات رئيسية لمواقع التواصل الاجتماعي وهي على النحو التالي<sup>1</sup>:

1. الشبكات الاجتماعية: يستخدم هذا مصطلح غالباً للإشارة إلى الشبكات الإلكترونية المستخدمة للاتصال بالغير، والتفاعل معهم، وغالباً ما يتم ذلك بشكل غير رسمي وبالاستناد التام إلى شبكة الإنترنت، ومن الأمثلة على تلك الشبكات "الفيسبوك، تويتر، انستجرام".
2. شبكات مشاركة الوسائط: ويقصد بها الشبكات الإلكترونية التي تسمح لمستخدميها بمشاركة الفيديو والصور مع الآخرين، كما تسمح لهم بالتعليق على الوسائط الخاصة بهم، وتلك التي يقوم المستخدمون الآخرون بتحميلها على الشبكة، ومن الأمثلة على تلك الشبكات موقعي "يوتيوب، وفليكر".
3. المدونات: ومفردتها مدونة، وهي موقع إلكتروني تدار محتوياته وتعرض فيه المواضيع المضافة إليه أو ما يعرف بـ"الإدخالات" بترتيب زمني معكوس وتسمح لزوار المدونة بالتعليق عليها.

---

<sup>1</sup> هيئة تقنية المعلومات (2013). مسودة السياسة الحكومية للمشاركة الإلكترونية واستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في القطاع الحكومي. النسخة الثانية، عمان، الأردن، ص4

4. تطبيقات الويكي: هي تطبيقات قائمة على شبكة الإنترنت تسمح لمستخدميها بإضافة المحتويات إلى صفحة الإنترنت أو تنقيح تلك المحتويات، ومن الأمثلة الشائعة على تلك التطبيقات الموسوعة الحرة "ويكيبيديا".

5. المنتديات: هي تطبيقات متوفرة على شبكة الإنترنت تسمح لمجموعات من المشاركين بالتحاور، حول مواضيع محددة والمناقشة فيها.

#### 2.4 خصائص شبكات مواقع التواصل الاجتماعي

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص التي تميزها عن غيرها من التطبيقات والمواقع على شبكة الإنترنت، ورغم اختلاف تلك الخصائص من موقع إلى آخر إلا أنها تشترك في عدد من الخصائص يمكن توضيحها فيما يلي:

1. سهولة الاستخدام: لا يحتاج التعامل مع مواقع شبكة الإنترنت أو الشبكات الاجتماعية خبرة معلوماتية حتى يتم التفاعل مع محتواها، كما لا يحتاج رواد الشبكات الاجتماعية إلى خبرات وتدريب علمية وعملية معقدة، وإنما إلى مجرد مقدمة ومبادئ أولية موجزة عن طبيعة الاستخدام فقط، حيث تتطلب عملية التسجيل اختيار اسم ورقم سري (بطاقة تعريف العضو)، والموافقة على شروط العضوية، وبنود العقد المحدد بموجبه الحقوق والواجبات الرقمية، وبمجرد استكمال إجراءات التسجيل يحصل العضو على هوية رقمية باسم مستخدم ورقم سري وحيز خاص به، يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بحرية تامة، وإذا تجاوز الشروط يمكن أن يتعرض للعقاب كحذف حسابه الإلكتروني أو تجميد عضويته<sup>(1)</sup>.

2. التفاعلية: دأبت وسائل الإعلام التقليدية على أن تتعامل مع الجمهور كمستقبل فقط، وفي عصر ثورة الاتصالات والشبكات الاجتماعية أصبح المواطن هو الذي يقرر متى يريد المعلومة، ويحدد زمن التفاعل والحوار والانتقال من دور المستقبل إلى دور المرسل أو الناشر، وهذا يمكن

<sup>1</sup> الداغر، مجدي (2012). استخدامات الإعلاميين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية السعودية. مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، المجلد 25، العدد 61، ص 542

المستخدم من التحرك على أرض مستوية دون أن يطغى طرف على الآخر، إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته في الشبكة بكل المعلومات المتعلقة به سواء بشخصه (أذواق، رياض، موسيقى،،،، إلخ)، أو المتعلقة بثقافته (لغته، دينه، تقاليد)، أو المتعلقة بوطنه، والتي يرغب في إيصالها إلى الطرف الآخر دون الشعور بتهديد، كما يطلب معلومات من العضو الآخر دون الغوص في الخصوصيات، ذلك أن الغاية من التواصل هي التعرف إلى الآخر وتعريفه بالأنثى<sup>1</sup>.

3. الفردية والتخصيص: وهما تأتیان نتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية، فإذا ما كان الإعلام الجماهيري (الإعلام واسع النطاق) ميز إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الحادى والعشرين، فالإنترنت وهى واحدة من أدواته جعلت فى مقدور أى إنسان البحث عن الأغنية والبرنامج التلفزيونى والفيلم السينمائى والمعلومات الصحفية التى يريد فى الوقت الذى يريد، وهناك من يطلق على تلك الخاصية تفتيت الاتصال، وتعنى أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان فى الماضى، وتعنى أيضاً درجة التحكم فى نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها<sup>2</sup>.

4. لامحدودية المكان: حيث تتخطى تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعى كل الحواجز الجغرافية والمكانية التى حالت منذ فجر التاريخ دون انتشار الأفكار وامتزاج الثقافات وتبادل المعارف بين الأفراد والشعوب، وفى عصر العولمة تمر كميات هائلة من المعلومات عبر الحدود على شكل إشارات إلكترونية لا يعيقها تضاريس عالية أو سوء فى الأحوال الجوية، كما تتفاعل شبكة التواصل الاجتماعى مع زوارها بصورة اجتماعية مما يمنحهم شعوراً بالإنسانية والدفء فى علاقتهم مع الموقع<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> عواد، محمد (2015). "مدخل إلى الإعلام الجديد". تقرير منشور على شبكة الإنترنت. [www.goal.com](http://www.goal.com)

<sup>2</sup> اللبان، شريف (2011). مداخلات فى الإعلام البديل والنشر الإلكتروني. ط1، القاهرة: دار العالم العربى، ص73

<sup>3</sup> خليفة، هبة محمد (2009). "مواقع الشبكات الاجتماعية ما هى؟" تاريخ الاطلاع 10 نوفمبر 2021، منتديات اليسير <https://goo.gl/IWCppn>

5. انحسار الزمان: تتميز عملية إنتاج ونقل المعلومات عبر الشبكة الاجتماعية بالسرعة الكبيرة، وتجعل المعلومة في أيدي المستخدم حال صدورها، وهو ما يمكن وصفه بعصر المساواة المعلوماتية، حيث يمكن للأعضاء الاتصال مباشرة عن طريق الدردشة النصية، أو الشفهية باستعمال الميكروفون، شريطة إمام كل طرف بلغة الطرف الآخر لتسهيل عملية التواصل، كما يمكن للعضو الاتصال بالآخر من خلال ترك رسالة نصية، أو صور أو معلومات حول مختلف مجالات اهتمام الشخص الآخر، والذي يمكنه الرد عليه بنفس الطريقة دون الالتقاء، أو التزامن في نفس الوقت<sup>1</sup>.

6. اقتصادية الاستخدام: حيث أصبحت خدمة الإنترنت من الخدمات الأساسية في الحياة العامة والتي يتم توفيرها للجميع بشكل مجاني أو شبه مجاني، الأمر الذي يجعل من تطبيقات شبكة الإنترنت الوسيط الذي يصل إلى أكبر عدد من شرائح المجتمع، كما أصبح بالإمكان الاتصال بالشبكة العنكبوتية وشبكات التواصل الاجتماعي من خلال مجموعة متنوعة من الأدوات والوسائل مثل الآي باد والبلاك بيري والهواتف النقالة وغيرها.

7. تنوع التطبيقات التشابكية: حيث تنتوع التطبيقات والخدمات التي تقدمها الشبكة الاجتماعية فمن الخدمات الدينية والتثقيفية لمختلف الأجناس والشعوب إلى التطبيقات التعليمية والتربوية، إلى الخدمات التي تسهل الاتصال كالبريد الإلكتروني وغرف الحوار، إلى التطبيقات التجارية التي تحول العالم إلى سوق صغير يستطيع البائع والمشتري إتمام صفقاتهم في لحظات، إلى التطبيقات الترفيهية والإخبارية والمعلوماتية والأكاديمية التي تخدم الباحثين والمطلعين في شتى المجالات<sup>2</sup>.

8. دمج الوسائل القديمة مع الحديثة: حيث دمج الإعلام الجديد الوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، على منصة الكمبيوتر وشبكاته، وينتج عن ذلك الاندماج تغيير انقلابي للنموذج

<sup>1</sup> خليفة، هبة محمد (2009). "مواقع الشبكات الاجتماعية ما هي؟" تاريخ الاطلاع 10 نوفمبر 2021، منتديات البشير <https://goo.gl/IWCppn>

<sup>2</sup> حسين، سمير (2011). دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام. ط2، القاهرة: عالم الكتب، ص187

الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي<sup>1</sup>.

9. الترابط: تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضًا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيس بوك وهكذا، مما يسهل ويسرع عملية انتقال المعلومات ويزيد من فرصة تداولها وانتشارها ووصولها إلى عدد غير محدود من رواد الإنترنت<sup>2</sup>.

10. التواصل والتعبير عن الذات: أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين، وأصبحت حاجة للمهتمين في الاتصال مع الآخرين والتعبير عن الذات.

11. وضوح الهوية: في الغالب يحدث ذلك تلقائيًا لأن هدف كل شخص أن يتواصل ويتعرف على الآخرين، وهذا يتطلب أن يفصح عن معلوماته الشخصية بصراحة دون تحايل أو كذب<sup>3</sup>.

## 2.5 أبرز مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في فلسطين

### 2.5.1 الفيسبوك Facebook<sup>4</sup>

لا يزال موقع الفيسبوك يحتل المقدمة في وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر حضورًا بين الفلسطينيين، حيث وصلت نسبة المشتركين في الموقع إلى 92.01%، من مستخدمي الإنترنت في الضفة الغربية وقطاع غزة والداخل الفلسطيني المحتل، وكانت نسبة المستخدمين للفيسبوك حسب الجنس (54%) من الذكور، و(46%) من الإناث، وتمثلت الفئة العمرية المستخدمة للفيسبوك في فلسطين: (33%) من

<sup>1</sup> صادق، عباس (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. ط1، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، ص34

<sup>2</sup> المدهون، فداء (2017). اعتماد النخب السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الإدارة والسياسة، غزة، فلسطين، ص80

<sup>3</sup> قتلوني، مصعب (2014). ثورات الفيسبوك: مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير. ط1، بيروت: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ص98

<sup>4</sup> تقرير ipoke (2020). الواقع الرقمي الفلسطيني. الإصدار الخامس، رام الله، فلسطين، ص26

(18-24 عامًا)، (38%) من (25-35 عامًا)، (15%) من (35-44 عامًا)، (8%) من (45-55 عامًا)، (4%) من (55-65 عامًا)، فيما كان بنسبة (2%) الأعمار من (65 عامًا فما فوق).

وتمثلت الأجهزة المستخدمة لتصفح مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي على النحو التالي: (82%) أجهزة موبايل، (1%) أجهزة حاسوب، (17%) أجهزة حاسوب + موبايل.

وكان المستخدمون للفيسبوك حسب الشهادة العلمية على النحو التالي: (72%) شهادة جامعية، (27%) ثانوية أو أقل، (2%) شهادات عليا.

بينما توزيع المستخدمين حسب المدن: (12%) نابلس، (11%) رام الله، (14%) الخليل، (5%) طولكرم، (7%) جنين، (5%) بيت لحم، (1%) قلقيلية، (0.8%) أريحا، (0.50%) سلفيت، (31%) مدينة غزة وشمال القطاع، (5.50%) رفح، بيت لاهيا، بيت حانون، (5%) خان يونس، (57.75%) القدس المحتلة، (9.7%) الداخل المحتل.

وأبرز الصفحات الفلسطينية التي يتابعها الفلسطينيون على فيسبوك: (10,122,741) محمد عساف، (9,059,252) جريدة القدس، (8,258,919) إذاعة صوت الغد، (7,487,845) وكالة شهاب، (6,697,878) شبكة قدس الإخبارية، (6,175,165) شبكة حديث اليوم.

## 2.5.2 تويتر Twitter<sup>1</sup>

الحضور والاشتراك في الموقع يصل إلى 24.85% من مستخدمي الإنترنت، هناك تصاعدًا للشباب الفلسطيني بعد حملات محاربة المحتوى على المنصات الأخرى، وكانت نسبة المستخدمين من الفلسطينيين لـ"تويتر": (33%) ذكور، (67%) إناث، وتم توزيع المستخدمين حسب الفئة العمرية على النحو التالي: (4%) (13-17 عامًا)، (55%) (18-24 عامًا)، (33%) (25-34 عامًا)، (5%) (35-44 عامًا)، (2%) (45-54 عامًا)، (1%) (55-64 عامًا).

<sup>1</sup> تقرير ipoke: الواقع الرقمي الفلسطيني، مرجع سابق، ص30

ومن أبرز الحسابات الفلسطينية المتابعة على تويتر: (3,198,205) محمد عساف، (2,441,561) وضاح خنفر، (2,183,063) عبد الباري عطوان، (2,045,567) جمال ريان، (1,681,883) عزمي بشارة، (1,284,768) محمد أبو عبيد.

### 2.5.3 يوتيوب YouTube<sup>1</sup>

يحافظ اليوتيوب على صدارته في فلسطين، حيث بلغ عدد مشتركى الموقع ما يقارب (64.77%) من مشتركى الإنترنت، ورغم منافسة الفيسبوك له إلا أنه ما زال حاضرًا بقوة ويحاول مواكبة الأدوات الأخرى مثل الفيسبوك والانستغرام بإضافة خدمات مشابهة، ومن أبرز القنوات الفلسطينية على يوتيوب: Fozzi Mozi (7,129,490,430)، Katakitt Babt TV (2,702,418,662)، (1,845,736,207) جمال المواسي، Two Sisters Tube (525,874,110)، H.A (429,715,426)، Nashaz Production، TUBE (408,279,991).

### 2.5.4 انستغرام Instagram<sup>2</sup>

زاد الإقبال على انستغرام واستخدامه في التجارة الإلكترونية حيث بلغ عدد مستخدمى التطبيق نحو (60.99%) من مشتركى الإنترنت في فلسطين، حيث يحافظ الانستغرام على مكانة متقدمة ضمن التطبيقات المفضلة لدى الفلسطينيين، وما تزال الإناث في فلسطين تتصدر أعداد المستخدمين فيه، وتمثل عدد المستخدمين لانستغرام حسب الجنس (47.4%) ذكور، (52.3%) من الإناث.

وتمثلت إحصائية المستخدمين حسب الفئة العمرية: (5.5%) ذكور، (5.9%) إناث في الفئة العمرية من (13-17 عامًا)، (18.6%) ذكور، (18.6%) إناث (18-24 عامًا)، (15.9%) ذكور، (17.2%) (25-34 عامًا)، (4.6%) ذكور، (6.2%) (35-44 عامًا)، (1.9%) ذكور، (2.8%) (45-54 عامًا)، (1.2%)، (1.4%) (55 عامًا فما فوق).

<sup>1</sup> تقرير ipoke: الواقع الرقمي الفلسطيني، مرجع سابق، ص 33

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 35

ومن أبرز الحسابات الفلسطينية على انستغرام: (5,307,340) محمد عساف، (1,841,634) محمود العيساوي، (1,270,628) شبكة قدس، (1,256,608) Two Sisters Tube، (893,027) رام الله مكس، (763,395) وكالة شهاب للأخبار.

### 2.5.5 لينكد إن LinkedIn<sup>1</sup>

يعتبر لينكد إن من المواقع الأكثر فعالية في تسويق المحتوى المهني، وهو منصة تواصل تمكن المستخدمين من إقامة علاقات مباشرة مع المحترفين وأصحاب الأعمال (شخصاً لشخص) والالتقاء بأصحاب القرارات بشكل مباشر لتسويق وترويج نفسك، يعتبر لينكد إن من المواقع المهمة والصاعدة في فلسطين، حيث بلغ عدد المشتركين في الموقع ما يقارب من (84.21%) من مستخدمي الإنترنت في فلسطين.

وتمثلت إحصائية المستخدمين حسب الجنس: (29%) ذكور، (71%) إناث، ووفقاً للفئة العمرية: (30.9%) (18-24 عاماً)، (58.2%) (25-34 عاماً)، (10.2%) (34-54 عاماً)، (0.8%) (55 عاماً فما فوق).

### 2.5.6 واتساب WhatsApp<sup>2</sup>

يعتبر الواتساب تطبيق التراسل الفوري المفضل لدى الفلسطينيين، تبلغ نسبة استخدام التطبيق بين الفلسطينيين (72.29%)، ويعتبر من التطبيقات المفضلة في ظل أزمة كورونا، ومن أبرز الصفحات الفلسطينية على واتساب: فلسطين بوست، شبكة قدس الإخبارية، الشمال أون لاين، عكا للشؤون الإسرائيلية، وزارة الصحة، وكالة صفا، وكالة وفا، وكالة سند للأخبار، بوابة الهدف، أصدقاء الأمن الفلسطيني.

<sup>1</sup> تقرير ipoke: الواقع الرقمي الفلسطيني، مرجع سابق، ص 38

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 40

## 2.5.7 تطبيق Tik Tok<sup>1</sup>

تطبيق حقق انتشاراً سريعاً، وتم تحميله أكثر من مليار مرة، وهو واحد من أكبر وأسرع تطبيقات السوشيال ميديا انتشاراً، التطبيق متاح للجميع للمشاركة والتفاعل، أو إعادة استخدام المشاهد المفضلة من أفلام ومقاطع باستخدام فلاتر وموسيقى، حيث دخلت الشركة السوق في سبتمبر 2017، وهي مملوكة لشركة Byte Dance في بكين في الصين، ويحمل تطبيق Tik Tok اسماً آخر Douyin وهو نفس البرنامج لكنهما يحتفظان بشبكات منفصلة من أجل الامتثال لقيود الرقابة الصينية، يتصاعد استخدام التطبيق بشكل ملحوظ في فلسطين، حيث بلغ عدد مستخدمي التطبيق أكثر من (23.72%) من مستخدمي الإنترنت.

## 2.5.8 تطبيق FB Messenger<sup>2</sup>

فيسبوك مسنجر هو تطبيق مراسلة تم تطويره من قبل فيسبوك، ويتصاعد استخدام التطبيق بشكل ملحوظ في فلسطين حيث بلغ عدد مستخدمي التطبيق أكثر من (63.69%) من مستخدمي الإنترنت، وتمثلت إحصائية المستخدمين حسب الجنس: (53.5%) من الذكور، (46.5%) من الإناث. وتم توزيع المستخدمين حسب الفئة العمرية: (5%) ذكور، (4.6%) (13-17 عاماً)، (15.1%) ذكور، (13.9%) إناث، (18-24 عاماً)، (18.2%) ذكور، (15.9%) إناث، (25-35 عاماً)، (7.7%) ذكور، (6.2%) إناث، (35-44 عاماً)، (4.3%) ذكور، (3.4%) إناث، (45-55 عاماً)، (2.2%) ذكور، (1.7%) إناث، (55-65 عاماً)، (1.1%) ذكور، (0.8%) إناث، (65 عاماً فما فوق).

## 2.5.9 تليجرام ماسنجر Telegram Messenger<sup>3</sup>

سجل Telegram مكتسبات مهمة في عالم تطبيقات التواصل الاجتماعي، حيث وصل التطبيق إلى (500) مليون عملية تنزيل لنظام Android لمايو 2020، ويعتبر التطبيق الاجتماعي الأكثر تحميلاً

<sup>1</sup> تقرير ipoke: الواقع الرقمي الفلسطيني، مرجع سابق، ص42

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص46

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص48

على مستوى العالم، حيث ذكرت شركة Telegram في أبريل لعام 2020 تسجيل (1.5 مليون) مستخدم جديد يوميًا، يقدر برنامج Sensor Tower أن ما يقارب عدد مرات تحميل حوالي 3 ملايين لنظام iOS في أغسطس 2019، و9 ملايين شخص على نظام Android في نفس الشهر في العالم. ومن أبرز الحسابات الفلسطينية على Telegram: حسن اصليح، وكالة شهاب، كتائب الشهيد عز الدين القسام، مش هيك، شبكة قدس الإخبارية، مؤمن مقداد، سرايا القدس، قناة الأقصى.

## 2.6 أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المحتوى الفلسطيني

تم رصد العديد من الانتهاكات بحق المحتوى الفلسطيني المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقعي "يوتيوب" و"فيسبوك"، حيث أعلن مركز "صدى سوشيال" المختص خلال تقريره الشهر الذي أصدره في ديسمبر 2017، حول انتهاك المحتوى الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي، أن إدارة تلك المواقع ما زالت مستمرة في تطبيق سياستها المتمثلة بالتضييق على المحتوى الفلسطيني، ووثق المركز قيام الفيسبوك لـ8 انتهاكات متنوعة شملت حظر النشر وإغلاق حسابات وصفحات فلسطينية أبرزها: صفحة مش هيك السياسية الساخرة، صفحة فلسطيني بلس، صفحة الصحفي سامي الساعي.

كما اعتبرت إدارة موقع "فيسبوك" صورة الشهداء الذين ارتقوا إثر قصف الاحتلال لنفق جنوب غزة بداية نوفمبر 2017 مادة غير قانونية، وحظر نشر العديد من الصحفيين والناشطين على إثرها، في حين استمرت إدارة موقع "يوتيوب" في حملتها ضد المحتوى الفلسطيني وأغلقت 6 حسابات فلسطينية خلال الشهر، أهمها قناة فلسطين 27، قناة الأندلس، قناة فلسطيني بلس، قناة الصحفي حسن اصليح، قناة الصحفي محمد أبو قويدر، وتنتزع وسائل التواصل بالتحريض على العنف والإرهاب لحذف المحتوى الفلسطيني، فيما تتجاهل التحريض الذي يقوم به الاحتلال عبر وسائل إعلامه<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> وكالة الرأي (2017). "مواقع التواصل تستمر باستهداف المحتوى الفلسطيني". <https://alray.ps/ar/post/175641> نشر بتاريخ 2 ديسمبر 2017

وشهد الصراع الممتد منذ عقود بين الاحتلال الإسرائيلي والفلسطينيين تصعيدًا كبيرًا خلال الأشهر الماضية، وذلك عقب محاولات الإخلاء القسري التي تعرض لها الفلسطينيون الذين يعيشون في القدس على أرض يسعى الاحتلال للاستحواذ عليها، وبعد اعتداءات طالت المسلمين في المسجد الأقصى وساحاته في الأيام الأخيرة من شهر رمضان من العام 2021، ولجأ الفلسطينيون والمناصرون لقضيتهم إلى مشاركة صور ومنتشورات توثق الاعتداءات الحاصلة على "فيسبوك" و"تويتر" و"انستغرام"، إلا أن العديد منهم لاحظوا أن المحتوى يختفي فجأة، أو يتعرض للتقييد بحجة مخالفة قواعد الاستخدام الخاصة بتلك المنصات، بالرغم من عدم حصول أي انتهاك لها، بل ووصل الأمر في بعض الحالات إلى تعليق حسابات العديد من المستخدمين، كما فعلت "تويتر" على سبيل المثال، حين قيدت حساب الكاتبة الأمريكية من أصول فلسطينية مريم البرغوثي، مع أنها لم تنشر سوى صور ومقاطع فيديو عن العنف الدائر في القدس المحتلة، ثم تراجعت "تويتر" بعد ذلك وأعدت تفعيل حسابها، وقالت إن ما حصل لم يكن مقصودًا.

إلا أن المعنيين بتغطية تلك القضايا منذ سنوات، يعلمون أن مثل هذه الأمور لا تحدث صدفة، وإنما يدركون أن شبكات التواصل الاجتماعي تعتمد حجب المحتوى الفلسطيني، ونشر حساب مؤسسة "أكسيس ناو" على "تويتر" سلسلة تغريدات بخصوص الرقابة على المحتوى الفلسطيني على "فيسبوك" و"تويتر" و"انستغرام" و"تيك توك"، وذكرت آنذاك المجموعة أنها تلقت مئات التقارير التي تفيد بتقييد هذه المنصات للوسوم التي تحيل إلى الاحتجاجات الفلسطينية، وحجب البث المباشر، وحذف المنشورات وتعليق الحسابات، وتم توثيق 12,000 حالة من حجب المحتوى على "انستغرام" فقط، خلال العدوان على قطاع غزة في مايو 2021.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ماثيو انغرام (2021). "شبكات التواصل الاجتماعي والحرب على المحتوى الفلسطيني". نشر بتاريخ 21 مايو 2021، <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1490>

## 2.7 أبرز القضايا الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

### 2.7.1 الحروب على غزة

في ظل استمرار الحملات العسكرية الإسرائيلية على قطاع غزة المستمرة منذ سنوات، أخذ نطاق الصراع بالاتساع، ولكن عبر شبكات التواصل الاجتماعي مثل "تويتر" و"يوتيوب" و"فيسبوك"، حيث يحاول الإسرائيليون استمالة التعاطف إلى جانبهم وتبرير عدوانهم، في حين يحاول الفلسطينيون والمتعاطفين معهم كشف حقيقة العدوان الغاشم وإبراز إنجازات المقاومة، فقد قامت الجهات المسؤولة عن الحساب الرسمي لجيش الاحتلال الإسرائيلي بإطلاق العديد من الوسوم لإيصال رسالتها أثناء العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة في نوفمبر 2012، مثل #Israelunderfire و #Pillarofdefense، كما عملت على توثيق الهجمات الصاروخية التي كانت تصلها من الجانب الفلسطيني، فضلاً عن كتابة تغريدات عديدة للرد على التصريحات التي أدلى بها المحللون، إضافة إلى نشر صور ومقاطع فيديو عديدة تظهر الأضرار الناجمة عن ضربات المقاومة، وكذلك تم نشر فيديو على موقع "يوتيوب"، يتحدث عن اغتيال القيادي في حركة حماس أحمد الجعبري، وقد وصلت عدد مشاهدات ذلك الفيديو إلى أكثر من 3 ملايين مشاهدة منذ تاريخ نشره بداية الحرب على غزة عام

2012.<sup>1</sup>

أما على الجانب الفلسطيني، فتم استخدام حساب على "تويتر" يعمل تحت اسم كتائب القسام، الجناح العسكري لحركة المقاومة الإسلامية (حماس)، وتم نشر العديد من الأخبار التي تتعلق بالصراع القائم، وكذلك نشر معلومات بشأن الهجمات الصاروخية، وقد أعلنت تلك الجهة عبر تغريدة على "تويتر" استشهاد القيادي أحمد الجعبري، كما وتم نشر شريط فيديو مسجل على موقع "يوتيوب" يظهر عملية

<sup>1</sup> الجزيرة نت (2012). "حرب غزة تنتقل للشبكات الاجتماعية". نشر بتاريخ 18 نوفمبر 2012.

<https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2012/11/18>

إسقاط طائرة إسرائيلية بدون طيار، فاستخدام هذه الشبكات الاجتماعية لن يكون له تأثير سياسي على الساحة المحلية فقط، بل سيؤثر أيضاً على آراء العالم ككل<sup>1</sup>.

كما أن هذا النوع من الصراع على الشبكات الاجتماعية له معنى كبير، حيث تتيح الشبكات إمكانية الوصول لعدد كبير من الناس بشكل سريع، فهذه الشبكات قد تؤدي إلى تأثير مضاعف إذا قام الناس بإعادة نشر ما تبثه الشبكة باستخدام خاصية إعادة التغريد Retweet والمشاركة Sare، فالحرب الإلكترونية هذه لم تقتصر على الطرفين المتنازعين فقط، فقد دخلت مجموعة القرصنة المعروفة باسم "أنونيموس" (Anonemos) على سبيل المثال، على الخط بإظهار تعاطفها مع أهالي قطاع غزة واستنكار العدوان الإسرائيلي عليه فهاجمت العديد من المواقع الإسرائيلية واخترقت مجموعة كبيرة منها<sup>2</sup>.

وخلال العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة في يوليو - أغسطس 2014، بلغات عدة خرج مئات الآلاف من المواطنين في شتى بقاع الأرض عن صمتهم منددين بالعدوان على القطاع، الأمر الذي أشعل حرباً من نوع آخر تدور رحاها على مواقع التواصل الاجتماعي وأهمها "تويتر" والهاشتاغ الخاص بغزة تحت العدوان #gazaunderattack، وأكثر من 120 تغريدة على "تويتر" في الدقيقة لا يمكن قراءة ما حملته من سطور التغريدات التي ملأت الهاشتاغ الخاص بغزة، لكنها بالتأكيد تظهر حجم التضامن والألم الذي خلفه العدوان الإسرائيلي على القطاع، وما كان لـ"إسرائيل" أن تترك هذا الحراك يأخذ مجراه الطبيعي بالتعاطف مع ضحايا العدوان الإسرائيلي المستمر على مدار ثمانية أيام على القطاع، راح ضحيته المئات بين شهيد وجريح، فأطلقت هاشتاغ بعنوان "إسرائيل تحت العدوان" #Israelunderattack<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> الجزيرة نت: "حرب غزة تنتقل للشبكات الاجتماعية". مرجع سابق.

<sup>2</sup> المرجع السابق.

<sup>3</sup> ماثيو انغرام (2021). "شبكات التواصل الاجتماعي والحرب على المحتوى الفلسطيني". نشر بتاريخ 21 مايو 2021. <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1490>

وذكر الخبير في الشؤون الإسرائيلية آنذاك فايز عباس، أن "إسرائيل" وبعد فشلها في حشد آراء المجتمع الدولي لصالحها، والاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في حربي 2008 و2012 على القطاع، قررت خلال هذا العدوان إعداد خطة إعلامية وتجنيد المئات من الخبراء والإعلاميين بكافة لغات العالم لإدارة الساحة الإعلامية الإسرائيلية، مضيفاً أنها بعد التجربة تمكنت من تقدير حجم وأهمية تكنولوجيا المعلومات، ما دفعها لإطلاق وحدة "الساير" في الجيش والشرطة ووزارة الخارجية الإسرائيلية، واستغلت عملية إطلاق الصواريخ من قطاع غزة باتجاه تل أبيب وأطلقت الهاشتاغ "إسرائيل تحت العدوان"<sup>1</sup>.

وخلال العدوان الإسرائيلي على القطاع في مايو 2021، أظهرت الشبكات الاجتماعية أثناء الحرب والاعتداءات الإسرائيلية بالقدس المحتلة، أنها سلاح ذو حدين، فبالإضافة إلى مجاملة أغلب الشبكات لـ"إسرائيل"، فإن الأخطر أن تطبيقات التراسل تحولت إلى وسيلة لتسهيل تنفيذ جرائم حرب وأعمال تدمير وقتل محتملة، إلا أنه في الوقت ذاته احتل المجال الرقمي مركز الصدارة في التغطية الإعلامية، وأعطى مساحة لتوثيق الحقائق على الأرض مباشرة وبخفايرها، وسبيلاً لنشر المعلومات في العديد من الأشكال والصيغ المختلفة، وكان أداء الشبكات الاجتماعية أثناء العدوان على غزة حادثة تاريخية لا تنسى لأنها تحولت إلى صراع بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والشركات التي تديرها، كما أنها كانت وسيلة فعالة لنقل وتوثيق جرائم الحرب، وكان تطبيق "فيسبوك" قد حصل بتاريخ 22 مايو 2021، على تقييم 2.3 من تصنيف الخمس نجوم في متجر التطبيقات، بعد أن كان تقييمه يتجاوز الأربع نجوم الأسبوع الذي سبقه، وأظهرت رسالة داخلية راجعتها شبكة NBC الأمريكية، أن الشركة تشعر بقلق بالغ إزاء الجهود المنسقة لخفض التقييم، وصنفت المشكلة على أنها خطيرة من الدرجة الأولى، وأن ثقة المستخدم تتراجع بدرجة كبيرة بعد التصعيد الأخير بين "إسرائيل" وفلسطين، والمستخدمون مستأوون من طريقة تعامل شركة "فيسبوك" مع الموقف، ويشعرون أنهم خاضعون

<sup>1</sup> الأخرس، أسيل الأخرس (2014). "حرب غزة تستعر على مواقع التواصل الاجتماعي". نشر بتاريخ 13 يوليو 2014.

[http://wafa.ps/ar\\_page.aspx?id=1KEkPda645979506678a1KEkPd](http://wafa.ps/ar_page.aspx?id=1KEkPda645979506678a1KEkPd)

للرقابة والتقييد، ولا يمكنهم الحديث، ونتيجة لذلك بدأ المستخدمون في الاحتجاج بترك تقييمات بنجمة واحدة<sup>1</sup>.

ورفضت شركة "أبل" طلبًا من "فيسبوك" بحذف التعليقات السلبية في متجر التطبيقات، بعد اتفاق محتجين مؤيدين لفلسطين على خفض التقييم الخاص بالتطبيق، بسبب الرقابة المفروضة من قبلها على المحتوى الفلسطيني، خصوصًا خلال الحرب التي شنتها "إسرائيل" على قطاع غزة في مايو 2021، واستخدمت حسابات التواصل الاجتماعي الرسمية الإسرائيلية، ولاسيما تلك المرتبطة بالجيش خلال فترة الحرب على القطاع لنشر رسائل دعائية استفزازية للغاية، وغالبًا ما كانت تحريضية، حيث استخدم جيش الاحتلال على "انستغرام" شكل الميم "قبل" و"بعد" للتفاخر بكيفية تدميره لمبنى سكني في غزة، ونشر كذلك حساب جيش الاحتلال على "تويتر" مرارًا صورًا للمباني التي قصفها في غزة، بما في ذلك مبنى يضم صحفيي قناة الجزيرة ووكالة The Associated Press، وموقع Middle East Eye، وغالبًا ما صاحب الصور مزاعم بأن المباني كانت تؤوي أصولًا للمخابرات العسكرية التابعة لحركة حماس، دون أي دليل يؤكد ذلك، وأدى استخدام الشبكات الاجتماعية بهذه الطريقة المخادعة إلى اتهام الكثيرين لجيش الاحتلال بإساءة استخدام منصاته الرسمية والتغريد المباشر لجرائم الحرب<sup>2</sup>.

## 2.7.2 مواجهات الأقصى والبوابات الإلكترونية

أطلق ناشطون وسم #القدس\_تنتصر\_ابتهاجًا وفرحًا بما قالوا إنه "انتصار إرادة المرابطين الفلسطينيين"، في محيط المسجد الأقصى، على غطرسة المحتل وإجباره على إزالة كل التغيرات التي أقامها في محيط المسجد الأقصى على مدار أسبوعين في يوليو 2017، وعقب حوالي أسبوعين من اعتصام المقدسيين على أسوار المسجد الأقصى ورفض دخوله احتجاجًا على الإجراءات الأمنية الإسرائيلية اضطرت

<sup>1</sup> عربي بوست (2021). "أحضروا سكاكين وبنزينًا... كيف حذفت الشبكات الاجتماعية توثيق جرائم حرب غزة وسهلت ارتكابها أحيانًا"، نشر بتاريخ 23 مايو 2023. [/https://arabicpost.net](https://arabicpost.net)

<sup>2</sup> المرجع السابق.

سلطات الاحتلال لإلغاء كل الإجراءات الأمنية وإزالة جسور الكاميرات بعد رفع البوابات الإلكترونية قبلها بيومين.

وتصدر الوسم قائمة المشاركات (ترند) على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتشارك الناشطون صور الفرحة العارمة بالانتصار، ومشاهد عمليات إزالة المعدات الأمنية الإسرائيلية، وكذلك مشاهد عمليات تنظيف الفلسطينيين أزقة المدينة القديمة ومداخل بوابات الأقصى وهيئتها لتوافد المصلين، كما شارك الناشطون العرب والأجانب فرحة الفلسطينيين بهذا النصر، الذي تحقق بإرادة المرابطين الحقيقية، كما وصفها المغردون، وأرسلوا للمرابطين رسائل الشكر والامتنان على صمودهم هذا رغم كل ما تلقوه من تعسف وتنكيل<sup>1</sup>.

كما وأكد الناشطون على أن ما تحقق للفلسطينيين من فرحة جعل الشعوب العربية تشعر بنشوة النصر التي كانت غائبة عنها منذ زمن بعيد، وأعدت لها شيئاً من إنسانيتها وكرامتها، فغرد ناشط "لأول مرة نشعر ببضع كرامة... تلك الكرامة المسلوقة منذ سنوات"، واعتبر بعض المغردين أن هذا النصر "لا يحق لأحد الاحتفال والتفاخر به إلا أصحابه الحقيقيون بفلسطين لأن الجميع خذلهم حتى ولو بوقفة"، مع إشارة خاصة إلى الزعماء العرب، فقال أحد الناشطين "العرب شاطرين بس في سرقة الفرحة، لو عرفوا ما هي التكلفة لدفنوا أنفسهم ولم يتجرؤوا على الابتسامة مثل الزعماء العرب الذين دفنوا رؤوسهم كالنعام حتى لا يعلموا أخبار الأقصى"<sup>2</sup>.

وعلق آخر "لأول مرة في فلسطين ينتصر المقدسيون على يهود ويجبرونهم على التنازل التام بدون صفقات ولا قرارات دولية، ولا وسيط عربي، ولا حلول وسط، ولا بقبول خيانات ولا توقيع اتفاقيات

<sup>1</sup> الجزيرة نت (2017). "#القدس\_تنتصر... يتصدر مواقع التواصل الاجتماعي". نشر بتاريخ 27 يوليو 2017.  
<https://www.aljazeera.net/news/trends/2017/7/27>

<sup>2</sup> المرجع السابق

معهم"، وزادت نسبة المشاركات المليئة بالفرحة والسرور عقب إعلان المرجعيات الإسلامية في القدس عزمها أداء صلاة العصر داخل المسجد الأقصى الشريف<sup>1</sup>.

### 2.7.3 قضية حي الشيخ جراح

أدت وسائل التواصل الاجتماعي دورًا بارزًا في إعادة القضية الفلسطينية إلى الواجهة من جديد، في أعقاب تسليطها الضوء على الجرائم والانتهاكات التي يرتكبها الاحتلال في فلسطين، لاسيما القدس، وعلى صعيد انتهاكات الاحتلال في القدس، كان لافتًا حجم التفاعل الواسع الذي أحدثه انتشار وسم #أنقذوا\_حي\_الشيخ\_جراح، على الصعيدين العربي والعالمي، الذي يسلط الضوء على مأساة توشك أن تحل بعشرات العائلات الفلسطينية المهتدة بالتهجير من منزلهم بحي الشيخ جراح، لصالح جمعيات استيطانية تدعمها محاكم الاحتلال ونقف خلفها.

وساهم في ذلك، نشر الناشطة المقدسية منى الكرد وشقيقها محمد فيديو عن ما يدور في الحي، الذي يشهد احتجاجات مستمرة ضد قرارات الإخلاء التي ينوي الاحتلال تنفيذها، وقامت الكرد بنشر فيديو على حسابها في "انستغرام" لحوار دار بينها وبين مستوطن سرق جزءًا من بيتها، وقال لها في أثناء الحوار: "إن لم أسرقه سيسرقه غيري"، وانتشر هذا الفيديو كانتشار النار في الهشيم، ووصل وسم #حي\_الشيخ\_جراح إلى المرتبة الأولى في "تويتر" لعدة أيام، مما دفع للتساؤل عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في لفت الأنظار لقضية الحي وسكانه المهتدين بالتهجير، ومدى مساهمتها في نشر القضية عالميًا، فقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في نشر قضية حي الشيخ جراح، وذلك من خلال عدة أمور، أولها النشر المكثف والتغريد على وسم #أنقذوا\_حي\_الشيخ\_جراح، وبأكثر من 15 لغة، من ثم استطاع النشطاء لفت أنظار العالم لحقيقة ما يجري في الحي، وبيان أن ما يحدث ليس فقط مجرد إخلاء، وإنما تطهير عرقي تمارسه قوات الاحتلال منذ 73 عامًا أي منذ النكبة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> الجزيرة نت: "#القدس\_تنتصر... يتصدر مواقع التواصل الاجتماعي". مرجع سابق.

<sup>2</sup> خالد، قدامة (2021). "هكذا ساهمت مواقع التواصل بلفت الأنظار لقضية الشيخ جراح". عربي 21. نشر بتاريخ 4 يونيو 2021. <https://arabi21.com/story/1362984>

كما ساهم إصرار الاحتلال على جرائمه وانتهاكه الواضح لحقوق الإنسان أمام البث المباشر عبر هذه المنصات بنشر القضية بشكل كبير جداً، بل إنه حتى لم يعر وجود كاميرات النشطاء التي تبث مباشرة على مواقع التواصل الاجتماعي أي اهتمام، مما ساهم في بيان حقيقته وجرائمه أمام العالم، ومع النشر المكثف وجد العالم نفسه أمام حقائق مروعة وقصص من أرض الواقع، يرويها النشطاء وسكان الحي من الميدان، الذين كانوا ينشرون الصور والفيديوهات عن جرائم الاحتلال وعن اعترافاته على نفسه، كما فعل المستوطن ياعكوف حينما قال لمنى الكرد عن بيتها: "إذا لم أسرقه أنا سوف يسرقه أحد غيري، وإذا خرجت منه لن تعودى إليه على أية حال"، فسياسة الاحتلال العنصرية التي تنتهج التطهير العرقي، وصلت إلى العالم من خلال المنشورات والتغريدات التي حرص الشباب على نشرها، بدءاً من الحملة التي شنتها ابنة الحي منى الكرد وشقيقها محمد على منصة "كلوب هاوس" لتعريف نخب العالم العربي بما يجري في هذا الحي، وأيضاً التعريف بمكانه الجغرافي وتاريخ قصته وقضيته، وليس انتهاء بالحملة التي قادها النشطاء الفلسطينيون والعرب والعالميون، وما تلاه من تعاطف أبداه مشاهير وفنانون وسياسيون<sup>(1)</sup>.

#### 2.7.4 إضرابات الأسرى عن الطعام

دشن نشطاء فلسطينيين في أبريل 2019 وسم #معركة\_الكرامة\_2 في أعقاب إعلان كتيبة الفدائيين إلى جانب مئات الأسرى إضرابهم المفتوح عن الطعام، وفي أعقاب إعلان الحركة الأسيرة إضرابهم المفتوح عن الطعام وبدء معركة الكرامة الثانية نتيجة لفشل المفاوضات التي جرت مع ضباط مصلحة سجون الاحتلال الإسرائيلي للمطالبة بانتزاع بعض من الحقوق والمطالب العادلة للأسرى، تفاعل النشطاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع إعلان الأسرى إضرابهم عن الطعام.

ودشن عشرات النشطاء العديد من المنشورات والتغريدات التي قاموا بنشرها عبر صفحاتهم وحساباتهم الشخصية في "فيسبوك" و"تويتر" نصرة لقضية الأسرى، وكان لافتاً من المنشورات والتغريدات التي

<sup>1</sup> خالد، قدامة: "هكذا ساهمت مواقع التواصل بلفت الأنظار لقضية الشيخ جراح". مرجع سابق.

كتبت عبر مواقع التواصل الاجتماعي التركيز على الدعم المعنوي للأسرى وحقهم في انتزاع مطالبهم وحقوقهم، إلى جانب دعوة المقاومة الفلسطينية للدفاع عن الأسرى والاستعداد لكافة السيناريوهات في ضوء تصاعد الاعتداءات الإسرائيلية بحقهم في الفترة الأخيرة<sup>1</sup>.

وتواصلت حملات الدعم والمساندة لقضية الأسرى والمضربين عن الطعام في سجون الاحتلال في إضرابهم خلال أكتوبر 2021، فمحتوى الحملات الإعلامية أظهر بشاعة الاحتلال في إجراءاته القمعية ضد الأسرى وبطولات الأسرى واستبسالهم في مواجهة تلك الإجراءات بأمعائهم الخاوية، كما وأكدت على إظهار مفاصلة الاحتلال في الاستجابة لمطالب الأسرى بإنهاء الإجراءات القمعية التي فرضت عقب عملية "انتزاع الحرية" من سجن "جلبوع"، والتي أقدم عليها ستة أسرى وهم: محمود العارضة، محمد العارضة، زكريا الزبيدي، يعقوب القادري، أيهم كممجي، مناضل انفيغات في سبتمبر/ أيلول 2021.

وكان هناك مطالبات لكل مؤثر يمتلك عدد كبير من المتابعين تبني قضية الأسرى المضربين عن الطعام عبر حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، والتأكيد على أنه لا يوجد قضية تستحق فوق هذه القضية الإنسانية، كما أنه يمكن تجاوز التقييد وحذف المحتوى المتعلق بقضية الأسرى، من خلال تكثيف النشر وتبني أهداف إضرابهم عن الطعام بالشكل الإنساني الذي يتعرض لانتهاك دائم من قبل الاحتلال<sup>2</sup>.

## 2.7.5 صفقة القرن

سيطرت حالة من الغضب على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عقب إعلان الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب عن خطته للتسوية في الشرق الأوسط والتي عرفت باسم "صفقة القرن"، وعم

<sup>1</sup> قدس الإخبارية (2019). "#معركة\_الكرامة... منصات التواصل الاجتماعي تساند الأسرى في إضرابهم". نشر بتاريخ 8 أبريل 2019. <https://qudsn.net/post/166414>

<sup>2</sup> فلسطين اليوم (2021). "مختص يدعو لتبني قضية الأسرى من خلال منصات التواصل الاجتماعي". نشر بتاريخ 21 أكتوبر 2021. <https://paltoday.ps/ar/post/423056>

الغضب الشعبي صفحات التواصل الاجتماعي في كافة البلدان العربية والإسلامية ومعظم البلاد الغربية، وأطلق مستخدمو تلك الصفحات عدة وسوم من بينها #صفقة\_القرن، و#تسقط\_صفقة\_القرن، و#القدس\_عاصمة\_فلسطين\_الأبدية، و#القدس\_ثمنها\_دم، و#صفقة\_القرن\_لن\_تمر، وغيرها من الوسوم التي وصل عدد المشاركات فيها إلى أكثر من مليون تغريدة على صعيد الدول العربية، وتصدرت قائمة أكثر الوسوم انتشارًا في معظم هذه الدول<sup>1</sup>.

وبدأ رواد مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي بالتفاعل مع خطة ترامب للسلام المزعوم في الشرق الأوسط، وأطلق عليها إعلاميًا بـ"صفقة القرن"، وفيما بدأ هاشتاغ #صفقة\_القرن، منتشرًا في عدة بلدان عربية منها مصر والإمارات والأردن، استبق مغردون مصريون إعلان ترامب مطلقين هاشتاغ #لا\_لبصقة\_القرن، وتم تداول الهاشتاغ 22 ألف مرة، إلى جانب هاشتاغ آخر وهو #صفقة\_القرن، تم تداوله 28 ألف مرة، ورفض رواد مواقع التواصل الاجتماعي في مصر الصفقة مذكرين بأن القدس عربية وأنها عاصمة الأرض المقدسة فلسطين إلى الأبد.

وفي الإمارات أطلقت حوالي 35 ألف تغريدة حملت هاشتاغ #صفقة\_القرن، وذكر مستخدمون إماراتيون بأن فلسطين بلد حر ناشرين صورة لخريطة فلسطين عام 1947.

وفي الأردن التي أعلن الملك الأردني عبد الله الثاني رفض الصفقة يتصدر هاشتاغ #صفقة\_القرن، قائمة "تويتر"، وتم تداوله أكثر من 34 ألف مرة.

وتفوق الهاشتاغ آنذاك على وسوم أخرى تخص فيروس كورونا أو نجم كرة السلة الأمريكي كوبي براينت (Coby Brayent) الذي قتل في حادثة تحطم مروحية في يناير 2020، ووصف أحد المغردين

<sup>1</sup> فلسطين اليوم (2020). "الغضب يجتاح مواقع التواصل الاجتماعي رفضًا لـ"صفقة القرن". نشر بتاريخ 29 يناير 2020. <https://paltoday.ps/ar/post/368066>

الأردنيين عناصر من جيش الاحتلال بالمرتزقة، ونشر فيديو يظهر خلاله عسكريان وهما يعتقلان  
مراهقاً وأضاف المغرد أن صفقة القرن لن يتم تطبيقها<sup>1</sup>.

## 2.7.6 أسرى النفق

تفاعل رواد مواقع التواصل الاجتماعي الفلسطيني والعرب بشكل لافت مع نجاح 6 أسرى فلسطينيين  
في التحرر من سجون الاحتلال عبر نفق حفروه أسفر سجن "جلبوع" ونجحوا في الخروج منه،  
والأسرى هم: محمود عبد الله العارضة (46 عاماً)، من بلدة عرابة قضاء جنين، معتقل في سجون  
الاحتلال منذ عام 1996، ويقضي حكماً بالسجن المؤبد، ومحمد قاسم العارضة (39 عاماً)، من بلدة  
عرابة قضاء جنين، معتقل منذ عام 2002، ومحكوم بالسجن المؤبد، ويعقوب محمود القادري (49  
عاماً)، من بير الباشا قضاء جنين، معتقل منذ عام 2003، ومحكوم بالسجن المؤبد، وأيهم نايف كممجي  
(35 عاماً)، من كفردان قضاء جنين، معتقل منذ عام 2006، وزكريا الزبيدي (46 عاماً)، من مخيم  
جنين، معتقل منذ عام 2019، وما يزال موقوفاً، ومناضل انفيعات من بلدة يعبد قضاء جنين، معتقل  
لدى الاحتلال منذ عام 2019.<sup>2</sup>

وبعد ساعات قليلة من إعلان مصلحة سجون الاحتلال عن تمكن 6 أسرى من انتزاع حريتهم عبر نفق  
في سجن "جلبوع"، حتى ضجّت مواقع التواصل الاجتماعي بالقضية وأطلق رواد مواقع التواصل  
الاجتماعي الفلسطينية عدداً من الهاشتاغات التفاعلية والرسومات الكاريكاتيرية والتعبيرات الساخرة من  
الاحتلال وما أسموه فشل منظومته، ومن بين الهاشتاغات التي نشرت وغرد عليها الآلاف الفلسطينيون:  
#نفق\_جلبوع، #أسرى\_الحرية.

<sup>1</sup> يويو نيوز (2020). "مواقع التواصل الاجتماعي العربية تسبق ترامب: "لا لبصقة القرن". نشر بتاريخ 28 يناير 2020.  
<https://arabic.euronews.com/2020/01/28>

<sup>2</sup> قدس الإخبارية (2021). "نفق الحرية" كيف تفاعلت مواقع التواصل مع حرية 6 أسرى؟" نشر بتاريخ 6 سبتمبر 2021.  
<https://qudsn.net/post/186550>

وتفاعل الرواد بمنشورات تطالب بعدم نشر أي معلومات عن الأسرى، فيما نشر آخرون مطالبات لأصحاب المحلات في الضفة بإزالة الكاميرات، وعلق آخرون عن الفخر وفشل منظومة الاحتلال في كشف الأسرى، كما باركت معظم الفصائل الفلسطينية الوطنية والإسلامية عملية الخروج، ووصفت الحدث بأن الأسرى انتزعوا حريتهم رغم أنف السجان، حيث نشر أكثر من 290 ألف فلسطيني حول قضية الـ6 أسرى من سجن "جلبوع"، وخرجت مسيرات مختلفة ابتهاجاً بخبر خروج الأسرى في مناطق الضفة الغربية وقطاع غزة<sup>1</sup>.

## 2.8 تفاعل الأحزاب السياسية الفلسطينية مع مواقع التواصل الاجتماعي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منبراً للتناحر اللفظي والجدلي بين أنصار حركتي "فتح" و"حماس"، عشية الانتخابات المحلية التي أجريت في الثامن شهر أكتوبر عام 2016، بشكل متزامن في الضفة الغربية وقطاع غزة، وذلك بنظام القوائم "التمثيل النسبي"، إلا أنه تم إلغاؤها فيما بعد في قطاع غزة، ولم ينتظر أنصار الحركتين بداية الدعاية الانتخابية المقرر لها بتاريخ 24 أكتوبر، حتى بدعوا مبكراً الدعاية، من خلال استغلال مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة في منافسة شرسة ومستعرة بين الحركتين الأقوى على الساحة الفلسطينية، حيث دشّن أنصار الحركتين صفحات وهاشتاغات تحولت لمساحة واسعة من الجدل، والنقاش، وتأييد كل طرف على حساب الآخر، إلى جانب قيام كل منهم بتحديد إنجازات وإخفاقات وعيوب الآخر، في مسعى منهم للفوز بالانتخابات المحلية التي تبدو مستعرة قبل أن تبدأ<sup>2</sup>.

وتقدم قياديو ومسؤولو الحركتين أنصارهم بتصريحات مثيرة للجدل، ما بين التجهيز والتحضير للانتخابات سعياً للفوز بها، والتشكيك في نزاهة الطرف الآخر، وهو ما خلف ردود فعل كبيرة لدى

<sup>1</sup> وكالة معا (2021). "معا ترصد تفاعل الفلسطينيين على مواقع التواصل حول نفق جلبوع". نشر بتاريخ 6 سبتمبر 2021. <https://www.maannnews.net/news/2048996.html>

<sup>2</sup> العين الإخبارية (2016). "مواقع التواصل تشعل الصراع بين فتح وحماس قبل الانتخابات المحلية". نشر بتاريخ 18 أغسطس 2016. <https://al-ain.com/article/233726>

الأنصار الذين حاولوا بكل الإمكانيات المتاحة العمل على إظهار إنجازات حركتهم وإخفاقات منافستهم بشكل غير مسبوق على مواقع التواصل الاجتماعي، ويرى محللون أن الانقسام الفلسطيني أسهم بشكل كبير في تعزيز تلك الصراعات بين الأنصار قبل هذه الانتخابات المحلية التي تأتي في الدرجة الثالثة بعد الانتخابات التشريعية والرئاسية<sup>1</sup>.

وعقب الإعلان عن الانتخابات الرئاسية والتشريعية في شهر مارس 2021، تحولت منصات وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين وخاصة الفيسبوك، إلى ساحة نقاش وتحليلات وتوقعات وحملات دعائية مبكرة، في محاولة لاستقطاب جمهور الناخبين، فالحملات الإعلامية المبكرة للمرشحين وبعض القوائم انطلقت وتهدف إلى التأطير وكسب الأصوات، فكان هناك أهمية لمتابعة وتحليل بيانات الجمهور المتواجدة على منصات مواقع التواصل سواء على "فيسبوك" أو "انستغرام"، أو التطبيقات الأخرى وهو أمر غاية في الأهمية في العملية الانتخابية<sup>2</sup>.

وبعيداً عن الموعد المخصص لانطلاق الدعاية الانتخابية للكتل المشاركة في الانتخابات التشريعية الفلسطينية، شهدت مواقع التواصل الاجتماعي حملات إعلامية هدفها التأطير وكسب الأصوات، وذلك بعد دقائق فقط من صدور المرسوم الرئاسي، وكان لافتاً أن نشطاء حركة فتح كانوا الأكثر استخداماً لموقع "فيسبوك" في الترويج لانتخاب حركتهم، وهو أمر لا يعكس موقف حركة حماس بأنها لا تريد استخدام مواقع التواصل، بل يشير إلى أن الحركة ستدخر ذلك لوقت لاحق، لعلم الجميع بأهمية تلك المواقع، التي يرتادها يومياً غالبية الفلسطينيين، وفور صدور المرسوم الرئاسي ومع تزايد نشر التدوينات الخاصة بالترويج، كتب الكثير من المتابعين على صفحاتهم: "بلشت (بدأت) الدعاية الانتخابية من الآن"، وذلك نسبة إلى الكم الكبير من عمليات النشر، والتي كان معظمها تحت وسم "سأنتخب فتح"، و"فلسطين تنتخب".

<sup>1</sup> العين الإخبارية: "مواقع التواصل تشعل الصراع بين فتح وحماس قبل الانتخابات المحلية". مرجع سابق.

<sup>2</sup> وكالة معا (2021). "كيف تستغل الحملات الانتخابية في فلسطين مواقع التواصل الاجتماعي؟" نشر بتاريخ 26 مارس 2021.

<https://www.maannnews.net/news/2036043.html>

وفي ظل تزايد الحملات الإلكترونية، للترويج للانتخابات، ومن بينها استخدام الصور التعبيرية والوسوم على مواقع التواصل، فكان هناك تساؤلاً حول كيفية إجراء الحملات الانتخابية واللقاءات، فكان من المؤكد على أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت المكان الأكثر تفاعلاً لبث الدعايات الانتخابية للكتل المشاركة، بسبب انتشار فيروس "كورونا" والبروتوكول الصحي الذي يمنع التجمع، وبسبب استخدام هذه المواقع بشكل كبير من المواطنين، والتي تحظى باهتمام ربما يساوي أو يفوق الشكل التقليدي للدعاية، التي تستخدم اللافتات في الشوارع والملصقات والصور، ومهرجانات جماهيرية<sup>1</sup>.

إلا أنه بتاريخ 30 أبريل/ نيسان 2021، أصدر الرئيس محمود عباس قراراً بتأجيل الانتخابات التشريعية، حيث فجرّ القرار مواقع التواصل الاجتماعي تعليقاً على القرار وحيثياته بعد أسابيع من الترقب، وتفاعل النشطاء بشكل لافت للأنظار مع قرار الرئيس التأجيل إلى أجل غير مسمى، ودعوة الفصائل الفلسطينية للحوار والتحضير لتشكيل حكومة وحدة وطنية تعترف بالاتفاقيات الدولية الموقعة، ومن هنا انتقدت شريحة كبرى القرار الصادر عن الاجتماع القيادي الذي دعا إليه الرئيس في مقر المقاطعة بمدينة رام الله، وتغيب كل من حركتي الجهاد الإسلامي وحماس عن الاجتماع، وشاركت فيه فصائل منظمة التحرير والجبهتين الشعبية والديمقراطية<sup>2</sup>.

## 2.9 استغلال "إسرائيل" لمواقع التواصل الاجتماعي للترويج للتطبيع

لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في المواجهة الدائرة بين الإسرائيليين والفلسطينيين، إذ يحاول كل طرف منهما الاستفادة من أدواته الإلكترونية لإيصال صوته وحشد الدعم العالمي معه، ولا تعتمد تلك المواجهة المباشرة في العالم الافتراضي على الوسوم والوسوم المضادة فقط، بل باتت تتخذ أبعاداً وأشكالاً متنوعة، فعلى سبيل المثال يحرض مغردون من الجانبين على نشر رسوم كاريكاتورية

<sup>1</sup> صحيفة القدس (2021). "الدعاية الانتخابية الفلسطينية تنطلق على مواقع التواصل.. دعوات لتحشيد المناصرين ومغردون يتساءلون: هل ستنتج؟" نشر بتاريخ 17 يناير 2021. [/https://www.alquds.co.uk](https://www.alquds.co.uk)

<sup>2</sup> القدس الإخبارية (2021). "كيف تفاعل نشطاء التواصل الاجتماعي مع قرار تأجيل الانتخابات؟" نشر بتاريخ 30 أبريل 2021. <https://qudsn.net/post/183769>

وتمثيل مقاطع ساخرة على تطبيق "تيك توك" لاستفزاز الطرف الآخر، ويلجأ البعض إلى القاموس الثقافي للجانب الآخر ليأخذ منه ما تيسر من نصوص دينية أو أغانٍ يمكن أن تساعد في الدعاية والحرب النفسية ضد الطرف الآخر، كما ينشر مغردون عرب صوراً لأطفال قتلوا خلال الغارات الإسرائيلية على غزة، وعادة ما تجلب تلك الصور الكثير من التعاطف، في حين نشر مغردون إسرائيليون فيديوهات توثق الحالة التي تنتاب السكان لدى دوي صافرات الإنذار معلنة عن سقوط صواريخ المقاومة الفلسطينية بغزة<sup>1</sup>.

ومن جانبها، تنبعت دولة الاحتلال الإسرائيلي إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي لتحسين صورتها ونشر دعايتها المضللة، فأطلقت وزارة خارجيتها دائرة الدبلوماسية الجماهيرية في العام 2015 التي تضم طاقم مستشارين وموظفين يشرف على 350 قناة رقمية واجتماعية، و20 موقعاً إلكترونياً بسبع لغات عالمية، إلى جانب 80 موقعاً إلكترونياً لمكاتب السفارات حول العالم، فقد أنشأت سلطات الاحتلال الإسرائيلي صفحات رسمية وأخرى غير رسمية بأكثر من 20 لغة، من بينها الصفحات الموجهة إلى الشعوب العربية، بهدف اختراقها وتغيير اتجاهاتها نحو الاحتلال الإسرائيلي، ويحظى عدد من تلك الصفحات بمتابعة واسعة من قبل الجمهور العربي، وبخاصة صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية"، وصفحة "المنسق"، وصفحة "أفيخاي أدري"، وصفحة "أوفير جندلمان"، فقد بلغ عدد متابعي صفحة الفيسبوك الرسمية "إسرائيل تتكلم بالعربية" حوالي 1.4 مليون متابع حتى أوائل نوفمبر 2020، أما عدد متابعي صفحة "أفيخاي أدري" المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي للإعلام العربي فبلغ حوالي 1.6 مليون، وتتبع صفحة "المنسق" لوحدة تنسيق أعمال حكومة الاحتلال في الضفة الغربية وقطاع غزة التي تتبع لوزارة جيش الاحتلال وتعمل كأداة لتطبيق سياسات جيش الاحتلال في الضفة والقطاع، فقد

<sup>1</sup> بي بي سي نيوز عربي (2021). "الصراع الإسرائيلي الفلسطيني - مواقع التواصل أحدث ساحة القتال". نشر بتاريخ 16 مايو

بلغ عدد متابعي الصفحة حوالي 621 ألفاً حتى أوائل نوفمبر 2020، فيما بلغ عدد متابعي صفحة المتحدث باسم رئيس وزراء الاحتلال السابق أوفير جندلمان حوالي 156 ألف متابع<sup>1</sup>.

ويباشر جهاز الأمن الداخلي الإسرائيلي (الشاباك)، نشاطاً علنياً لافتاً للأنظار على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال عشرات المراكز التي أنشأها وتقوم برفع آلاف المنشورات على صفحاته، وتحظى بمتابعة وتعقيب من آلاف الفلسطينيين، حيث أنشأ جهاز الشاباك صفحة فيسبوك باللغة العربية بعنوان "بدنا نعيش" في صيف عام 2016 بهدف استغلال حاجات الفلسطينيين لتحقيق أهدافه الاستخبارية واختراق المجتمع الفلسطيني، يشارك ضباط ميدانيون من جهاز الشاباك يعملون في قطاع غزة والضفة الغربية في هذا النشاط الاستخباري من خلال إنشاء صفحات خاصة بهم لفتح قنوات تواصل (دردشة) مع الفلسطينيين في مناطق عملهم، ويشرف على تلك الصفحات ضباط من أجهزة استخبارات الاحتلال، ويديرها أخصائون نفسيون، وخبراء تسويق، ومختصون في علم الاجتماع والدراسات شرق الأوسطية، وجزء من صفحات الاحتلال على مواقع التواصل الاجتماعي موجه لاختراق المجتمعات العربية، ويستهدف تكوين صورة زائفة عن "إسرائيل" كدولة ديمقراطية تعددية، ليصبح تعميم هذه الصورة على العلاقة مع البلدان العربية أمراً طبيعياً<sup>2</sup>.

وعلى صعيد آخر، تواصل حكومة الاحتلال استغلال مواقع التواصل الاجتماعي باعتباره أدوات العصر الحديث، بتمرير وتعزيز الرواية الإسرائيلية المزعومة على حساب الرواية الفلسطينية، فمع إعلان بعض الدول العربية تطبيعها مع الاحتلال مؤخراً شهدت مواقع التواصل حملات إلكترونية واسعة ترفض المشروع، إلا أن إعلاميين رأوا أنها كانت عشوائية، ولا ترتقي إلى المستوى المطلوب والجاد، في ظل غياب الاستراتيجيات الواضحة من قبل الجهات الرسمية والمؤسسات المعنية، حيث قامت وزارة الخارجية التابعة للاحتلال بضم 800 حساب رسمي وغير رسمي على المنصات الرقمية بلغات

<sup>1</sup> دويكات، أفنان (2020). ورقة حقائق - صفحات الاحتلال الناطقة بالعربية على وسائل التواصل الاجتماعي. المركز الفلسطيني لأبحاث السياسات والدراسات الاستراتيجية (مسارات)، ديسمبر 2020، رام الله، فلسطين.

<sup>2</sup> المرجع السابق.

عدة تسعى من خلالها تمرير رواية "المشروع الصهيوني" وتغيب الوعي العربي والعالمى فى الدفاع عن القضية الفلسطينية، كما أن حكومة الاحتلال وجيشها استغلت مواقع التواصل الرقمية فى التواصل مع الجمهور العربى وإقناعه بما يروجونه من رسائل التطبيع<sup>1</sup>.

## 2.10 سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعى فى فلسطين

يرى الباحث أن هناك الكثير من السلبيات لمواقع التواصل الاجتماعى والمستخدم فى فلسطين من أهمها<sup>2</sup>:

1. منح قاعدة بيانات ضخمة مجانية للاحتلال حيث يصبح لديهم مؤشرات لقياس المزاج العام الفلسطينى.
2. بروز ظاهرة الابتزاز الإلكترونى وما تسببه من مشاكل اجتماعية ونفسية تؤثر على السلم الأهلى وتماسك المجتمع الفلسطينى.
3. ظهور عدة ظواهر غريبة عن المجتمع الفلسطينى مثل: العُرى والشذوذ وشرب الكحول والمخدرات والترويج لها.
4. الترويج للتطبيع والتواصل مع الإسرائيلىين وجعله أمرًا طبيعياً وذلك من خلال بعض الصفحات التابعة للاحتلال.
5. سهولة ترويج الإشاعات وخلق الفتن وتعريض السلم الأهلى للخطر وضرب الرموز الوطنية والدينية.
6. تعرض الكثير من الناشطين الفلسطينىين للاستدعاء للتحقيق والاعتقال من قبل قوات الاحتلال الإسرائيلى.

<sup>1</sup> فلسطين اليوم (2021). "كيف استغلت إسرائيل المنصات الرقمية لتعزيز روايتها ومشروع التطبيع؟" نشر بتاريخ 3 يناير 2021. <https://paltoday.ps/ar/post/394338>

<sup>2</sup> ماشيو انغرام (2021). "شيكات التواصل الاجتماعى والحرب على المحتوى الفلسطينى". نشر بتاريخ 21 مايو 2021. <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1490>

7. لعب الذباب الإلكتروني الإسرائيلي دور هام في مسألة إضعاف البعد العربي على القضية الفلسطينية من خلال خلق خلافات بين النشطاء الفلسطينيين وأشقائهم العرب.

## 2.11 سبل التخفيف من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي

يرى الباحث أن من أبرز سبل التخفيف من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في التالي:

1. عدم نشر أي من المعلومات الشخصية الخاصة أو التي يمكن استغلالها من قبل الاحتيال.
2. ضرورة تجنب التواصل مع أشخاص مجهولين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعدم إرسال أي من المعلومات التي من الممكن أن تكون أداة ابتزاز، وفي حال وقوع ضحية للابتزاز يجب عليه إبلاغ الأمن لكي يتم السيطرة عليه.
3. نبذ أي من الظواهر السلبية على مواقع التواصل الاجتماعي وعدم التعاطي معها، وتحقيق الشهرة لأصحابها.
4. عدم الانجرار وراء الذباب الإلكتروني الذي يساهم في خلق الفتن في المجتمع وزعزعة السلم الأهلي.
5. التحقق من الأخبار والمعلومات من أكثر من مصدر وذلك لتجنب الوقوع في شرك الإشاعات.
6. الحذر من التعامل مع الصفحات والمواقع الإسرائيلية وعدم اتخاذها كمصدر للأخبار والمعلومات.
7. النهوض بالمحتوى الفلسطيني المقدم على مواقع التواصل الاجتماعي، لكي يليق بحجم تضحيات الشعب الفلسطيني.
8. التواصل مع إدارات مواقع التواصل الاجتماعي للتخفيف من حدة مهاجمة المحتوى الفلسطيني.
9. توثيق صفحات الشخصيات الرسمية والمؤسسات العامة وذلك لتجنب الإشاعات وانتحال الشخصية.

## 2.12 إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين

ويرى الباحث أن من أبرز إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين تمثلت في التالي:

1. توثيق جرائم الاحتلال الإسرائيلي.
2. بالرغم من التضييقات التي يشهدها المحتوى الفلسطيني، إلا أنها تعتبر ساحة لعرض الرواية الفلسطينية وفضح جرائم الاحتلال.
3. تشكل تغذية راجعة كبرى لأصحاب القرار وذلك لفهم المزاج العام وتطلعات الشعب الفلسطيني، والقضايا المهمة بها أولاً بأول.
4. تشكيل جماعات ضغط جديدة غير تابعة للأحزاب السياسية التقليدية مثلما حدث في مسألة الضمان الاجتماعي.
5. ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في التخفيف من حدة تأثير جائحة كورونا، حيث ساهمت في استثمار العملية التعليمية وبرز التسوق الإلكتروني.
6. ساهمت الهاشتاغات الفلسطينية في العديد من القضايا والتفاعل معها.
7. وسيلة اتصال سهلة وسريعة للتواصل مع المجتمع.
8. تساهم بشكل كبير في حملات التوعية التي تقوم بها الجهات الحكومية والأحزاب، وذلك بالوصول لأكبر شريحة ممكنة من المجتمع، وكان ذلك واضحاً بشكل كبير خلال حملات التوعية للتطعيم ضد فيروس كورونا في فلسطين.

## الفصل الثالث

### الرأي العام الفلسطيني

#### 3.1 تمهيد

يتميز الرأي العام، بأنه ظاهرة مركبة، سواء من خلال ارتباطه بالظاهرة الإنسانية أو عبر تعامل الفرد من خلاله، وعلاقته بالجماعة التي ينتمي إليها، أو عبر دينامية الجماعة البشرية وانتظام السلوك الفردي والجماعي فيها، وكذلك تبرز تركيبها أيضاً من خلال كونها ظاهرة اجتماعية وسياسية في آن واحد، ويشير مفهوم الرأي العام إلى اهتمامات جماعة من الجمهور الذين يكون لهم رأي في قضية عامة تهمهم، فيعبر هذا الجمهور عن رأيه بتلك القضية بهدف تحقيق مطالبهم، وهذا الجمهور يتألف من عدد كبير من الأفراد الذين قد لا يعرف بعضهم البعض، إلا أنهم يشتركون بالالتقاء حول قضية محددة تهمهم مشكلين بذلك جمهور الرأي العام لتلك القضية<sup>1</sup>.

#### 3.2 مفهوم الرأي العام

تم تعريف الرأي العام بأنه: "تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس بصدد ما يرونه في موضوع ما، يكون ذلك التعبير في صورة تأييد أو معارضة لوضع ما أو لشخص معين، بحيث تكون المجموعة كافية للتأثير بصورة مباشرة أو غير مباشرة تجاه الموضوع المقصود"<sup>2</sup>.

كما تم تعريفه بأنه: "الرأي السائد بين جماعة من الناس كبيرة أو صغيرة إزاء قضية أو مشكلة تمس مصالحهم أو قيمهم، تم التوصل إليه بعد نقاش وصراع للأراء والأفكار الهدف منه الوصول إلى من ييدهم القرار بشأن تأييد أو معارضة قرار ما"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> مراد، كامل خورشيد (2013). مدخل إلى الرأي العام. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص17

<sup>2</sup> العبد، عاطف (2006). بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وتنفيذها. ط4، القاهرة: دار الفكر العربي، ص14

<sup>3</sup> مجاهد، جمال (2014). الرأي العام وقياسه. القاهرة: دار المعرفة، ص38

أيضاً عُرّف الرأي العام بأنه: "ميل الناس تجاه قضية معينة عندما يكونون أعضاء في المجموعة الاجتماعية نفسها، وقد يصل المجموع إلى تكوين رأي عام عن طريق النقاش أي أن الرأي العام عنده هو حاصل ضرب الآراء الفردية ببعضها وهو رأي الجماعة"<sup>1</sup>.

ويعرفه الباحث بأنه: الفكرة السائدة بين الجمهور تربطهم مصلحة مشتركة نحو موقف من المواقف، أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة، المثيرة للاهتمام أو المتعلقة بالمصالح المشتركة.

### 3.3 المجتمع الفلسطيني

يمتاز المجتمع الفلسطيني في كافة مناطقه بأنه مجتمع فتي، مع ارتفاع ملحوظ في نسبة الشباب الحاصلين على شهادات جامعية خلال العقد الأخير، وتلاشي الأمية تقريباً، فالشباب هم أكثر فئة المجتمع حيوية وإنتاجاً، ويناط بهم أن يلعبوا دوراً هاماً ورئيسياً في الانتعاش والتعافي من الأزمات والتحديات، فهناك 1.16 مليون شاب وشابة تتراوح أعمارهم ما بين 18-29 سنة في فلسطين، بتعداد سكاني (للقدس والضفة وقطاع غزة) يبلغ حوالي 5 مليون و771 ألف نسمة وفقاً لإحصائية 2021، يشكلون أكثر من خمس المجتمع الفلسطيني: 22% من إجمالي السكان في فلسطين منتصف العام 2021 (23.3% في الضفة الغربية، و21.8% في قطاع غزة)، هذا وبلغت نسبة الجنس بين الشباب نحو 105 شباب ذكور لكل 100 شابة، ويعد التعليم الاستثمار الحقيقي للفلسطينيين نظراً لأهميته على الصعيدين الفردي والاجتماعي، فبيانات العام 2020 تشير إلى أنه من بين كل 100 شاب وشابة في العمر 18-29 سنة هناك 18 شاب حاصلون على درجة البكالوريوس فأعلى، ولعل الشابات الأوفر حظاً، إذ أن 23 شابة من بين كل 100 شابة حاصلة على درجة البكالوريوس فأعلى مقابل 13 شاب من الذكور، بالمقابل فإن معدلات البطالة تشكل التحدي الأكبر أمام الشباب، إذ بلغت هذه المعدلات 64% بين الإناث، و33% بين الذكور، وكانت الأعلى في قطاع غزة مقارنة بالضفة الغربية: 67% و24% على التوالي، ولعل أعلى معدلات للبطالة بين الشباب في العمر 18-29 سنة سجلت بين الخريجين منهم من

<sup>1</sup> مراد، كامل خورشيد. مرجع سابق، ص50

حملة الدبلوم المتوسط فأعلى: 54% بفرق واضح بين الشباب الذكور والشابات، 39% و69% على التوالي<sup>1</sup>.

ويشكل الشباب في أي مجتمع من المجتمعات الدعامية الرئيسية للرفق والتقدم والنهضة، فهم ثروة الحاضر، وبناء المستقبل، ولذلك تولي الحكومات والمؤسسات المختلفة اهتماماً بالغاً بهم، يقود إلى الاستثمار الأمثل لطاقتهم المتفجرة وإمكاناتهم المخترنة، ولأن الشباب الفلسطيني بما يختزنه من طاقات وإمكانات ليست استثناءً عن الشباب في أي من المجتمعات، إلا أن الظروف المحيطة به خاصة تلك المتعلقة بالاحتلال الإسرائيلي وتداعياته، وضعته أمام تحديات سياسية، واقتصادية، واجتماعية معقدة، تحول بينه وبين التمتع بحياة أفضل وبيئة آمنة، وتشير الإحصائيات إلى أن المجتمع الفلسطيني مجتمع فتى وحيوي وسيحتفظ بهذا الواقع على مدار سنوات قادمة، ومن أبرز ملامحه ما يلي:

### 3.3.1 الواقع الاقتصادي

يعاني الشباب الفلسطيني (15- 29) سنة من واقع اقتصادي صعب، حيث بلغ معدل البطالة بينهم وفقاً للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني نسبة 40% من بين الشباب المشاركين في القوى العاملة، وقد سجل أعلى معدل للبطالة بين الأفراد في الفئة العمرية (20- 24) سنة بواقع 44% مقابل 36% بين الأفراد (25- 29) سنة، فيما بلغ معدل البطالة بين الخريجين الشباب 53% خلال الربع الأول من العام 2017 (36% للذكور، و69% للإناث)<sup>2</sup>.

والشباب الفلسطيني يعاني ظروفًا غاية في القسوة خاصة في ظل الانهيار الاقتصادي الذي تشهده الأراضي الفلسطينية، الأمر الذي رفع نسبة البطالة في صفوف الخريجين عمومًا لنحو 80%، بالإضافة لمشكلة السكن، والعنوسة لكلا الجنسين، والمنع من السفر وحرية التنقل، وأزمة حرية التعبير التي تمارسها الحكومات المتعاقبة، والخروج من هذا الواقع يتطلب وضع خطط استراتيجية عملية قادرة على

<sup>1</sup> الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2021). "واقع الشباب الفلسطيني (2007- 2021)". رام الله، فلسطين [www.pcbs.gov.ps](http://www.pcbs.gov.ps)

<sup>2</sup> وكالة وفا الفلسطينية (2018). "المشاكل التي تواجه الشباب في فلسطين". [www.info.wafa.ps](http://www.info.wafa.ps)

تحويل التحديات إلى فرص، من خلال العمل على استثمار أمثل لشريحة الشباب، عبر توفير فرص عمل مجزية لهم تتحقق فيها ذواتهم وتفرغ فيها طاقاتهم، ليكونوا بالفعل قطاعًا منتجًا قادرًا على المساهمة في خدمة المجتمع وبنائه، بدلًا من أن يتحولوا إلى عبء على الاقتصاد الوطني.

### 3.3.2 الواقع السياسي

فتعزيز مكانة الشباب في صناعة القرار السياسي تكتسب أهمية خاصة في المجتمع الفلسطيني الذي يتميز بكونه مجتمعًا شابًا، الأمر الذي يساعد عبر قيادة الشباب للمساهمة في معالجة العديد من القضايا الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، ويعد الشباب في المجتمع الفلسطيني مسيئًا، بسبب الأوضاع التي عاشها ويعيشها منذ بدء الصراع الإسرائيلي- العربي، والظلم التاريخي الذي عاشه أبناء الشعب الفلسطيني تجاه قضيته، حيث شكّل الشباب الوقود والمحرك لمسيرة الثورة والعمل الوطني الفلسطيني<sup>1</sup>.

الشباب هو مصطلح يطلق على مرحلة عمرية هي ذروة القوة والحيوية والنشاط بين كافة مراحل العمر لدى البشر، وتختلف تلك المراحل العمرية لدى بقية الكائنات الأخرى<sup>2</sup>، ورغم أن الشباب الفلسطيني يشكل نسبة كبيرة من الناحية العددية في المجتمع الفلسطيني (30% تقريبًا)، إلا أنهم من الناحية الفعلية ليسوا كذلك، فهم يمثلون أقلية بالمفهوم السياسي، في ظل هيمنة بعض الجهات وامتداد أذرعها داخل بعض الأحزاب السياسية، بحيث لا يتعدى كونهم وقودًا لكل المعارك وليسوا أصحاب قدرة على التقرير والمشاركة في وضع وصنع السياسات، ولتعزيز الدور السياسي للشباب في الحالة الفلسطينية يجب على الدولة وضع استراتيجية شاملة للشباب تقوم أساسًا على نشر الوعي السياسي، كما يجب على الحكومة وضع التشريعات والقوانين الخاصة بزيادة تفعيل المشاركة السياسية لهذه الشريحة باعتبارها عنصرًا مركزيًا في عملية التنمية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> شعبان، محمد (2018). "مفهوم الشباب ودوره في المجتمع". نشر بتاريخ 28 يناير 2018. <http://bit.ly/2Flvytq>

<sup>2</sup> كمال محمد (2015). الاتجاهات النظرية لتعريف الشباب. القاهرة: دار المعرفة الجامعية، ص 65

<sup>3</sup> صحيفة الحدث (2019). "الشباب والسياسة في فلسطين أحلام عريضة تسبح في واقع مختنق". نشر بتاريخ 11 يناير 2019. <http://bit.ly/2BKlhYU>

فالخروج من هذا النفق المظلم والدائرة المغلقة التي تعصف بالكل الفلسطيني وفي القلب منه شريحة الشباب، لا بد من تضافر كافة الجهود المحلية والإقليمية والدولية المحبة للإنسانية، من أجل إزالة هذا الكيان، بدلاً من التداعي من أجل معالجة الآثار الناجمة عنه، مع عدم إغفال بعض العوامل الداخلية والتي من الممكن السيطرة عليها لتحسين هذا الواقع ولو بالحد الأدنى.

### 3.4 مكونات الرأي العام الفلسطيني

الرأي العام بمثابة الحالة الذهنية الغالبة في البناء المجتمعي، وتلك الحالة تتمثل في مجموعة من التوجهات والمشاعر والتصورات والأحكام الفردية التي تتبناها مفردات البناء المجتمعي حول مختلف القضايا التي تشغل دورة اهتمامهم حالياً أو حيال قضايا مستحكمة تاريخياً أو مستشرفة مستقبلاً، ويمكن حصر أبرز مكونات الرأي العام الفلسطيني على النحو التالي<sup>1</sup>:

1. وقوع حدث هام ذو صلة وثيقة بمصالح غالبية أعضاء المجتمع أو إحدى جماعاته أو يمس معتقداتهم وقيمهم أو مشاعرهم الإنسانية الأساسية.
2. تفاعل أفراد المجتمع مع الحدث بقدر أهميته لهم من خلال تبادل وجهات النظر حوله، ويلعب قادة الرأي العام دوراً هاماً في توجيه المناقشات من خلال صفحات الصحف أو عبر الإذاعة والتلفزيون، ويستند الرأي العام إلى مجموعة من الأبعاد: مدى ارتباط الرأي العام بقضية ذات صبغة عامة أو جماهيرية، درجة ظهور الرأي العام وعلانيته، درجة الموافقة المطلوبة ونسبة الموافقة التي تسمح بتكوين الرأي العام، الأثر الناتج عن الرأي العام، مدى الارتباط بين الرأي العام والمعتقدات والقيم.
3. يمكن صناعة الرأي العام من خلال تنصيب الاهتمام الإعلامي على القضية أو الموضوع، وإعادة تدويره بصورة تزيد من اهتمام الأفراد به.

<sup>1</sup> سعد، إسماعيل (2010). النظريات والمذاهب والنظم دراسات في العلوم السياسية. القاهرة: دار المعرفة الجامعية، ص88

4. مساهمة وسائل الإعلام عبر تقديم المعلومات والحقائق والبيانات في زيادة معرفة الأفراد بمجريات الأمور، مما يساعد في تحقيق المزيد من القدرة لدى الرأي العام على الفهم والحكم الصحيح على القضية أو قضايا موضوع الرأي وصعوبة خداعه.

### كما تتمثل أبرز تصنيفات الرأي العام كما يلي<sup>1</sup>:

1. الرأي العام المحلي: وهو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في منطقة جغرافية معينة أو محافظة معينة داخل الدولة في فترة زمنية معينة بالنسبة لقضية أو أكثر، يحتدم النقاش فيها والجدل وتمس مصالحها أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشراً، ومن سماته: الانتماء للمجتمع المحلي، التجانس بين الأفراد، الاكتفاء الذاتي.

2. الرأي العام الوطني: يرتبط بالوطن أو الدولة وتستند إليه السلطة القائمة ومن خصائصه: التجانس بين الأفراد لوجود خلفيات من التراث والتقاليد، وتكاتفه حول مفاهيم معينة واضحة ومحددة، وإمكانية التنبؤ به وبرود أفعاله عن طريق الدراسات والقياسات التي تقوم بها مراكز و وحدات بحوث الرأي العام، ومعالجته للمشكلات الوطنية.

3. الرأي العام العالمي: وهو كل تعبير تلقائي عن وجهة نظر معينة، لا تقتصر على إثبات وجودها على مجتمع محلي معين، وإنما تتعدى الحدود بين الجماعات السياسية لتعبر عن نوع معين من التوافق بين الطبقات أو الفئات التي تنتمي إلى أكثر من دولة واحدة، ومما لاشك فيه أن الرأي العام العالمي قد أصبح الآن سمة من سمات مجتمعنا الدولي المعاصر ومؤثراً فعالاً من حيث توجيه سياسته بعد انتشار وسائل الاتصال الحديثة.

4. الرأي العام الإقليمي: الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافياً، في فترة زمنية معينة نحو قضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش، وتمس مصالحها المشتركة أو قيمها الإنسانية

<sup>1</sup> الشقائي، خليل (2006). مقياس الديمقراطية في فلسطين تقرير العام 2008. رام الله: المركز الفلسطيني للبحوث السياسية والمسحية،

الأساسية مساً مباشراً، ومن مقومات هذا النوع المصالح المشتركة، الارتباط التاريخي، وتقارب العادات والتقاليد، وتقارب اللغة والثقافة، وتشابه الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية أو تقاربها إلى حد كبير.

5. الرأي العام النوعي: وهو الرأي الذي يسود بين طائفة أو فئة معينة من شعب بعينه، أو من مجموعة من الشعوب في قضية معينة يحتدم فيها الجدل وتهم تلك الطائفة أو الفئة وتمس مصالحها أو قيمها، وتجمع تلك الفئات عادة عوامل دينية أو عنصرية أو طبقية أو اقتصادية وسياسية وثقافية.

### 3.5 خصائص الرأي العام الفلسطيني

هناك العديد من الخصائص التي اكتسبها الجمهور من خلال عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية بالمجتمع، يمكن إيجازها على النحو التالي<sup>1</sup>:

1. الثبات والتقلب: أي أن الرأي العام هو ظاهرة متغيرة وتتسم بالانتقال من حال إلى حال.
2. التبرير: وهو البحث عن أسباب لتفسير سلوك ما بشكل منطقي وعقلاني.
3. الإبدال: وهو ما يمكن أن نطلق عليه بالبحث عن البديل بوعي أو بدون وعي من قبل الجماهير التي قد تعاني من القلق أو الغضب وغير قادرة على توجيه هذا الغضب نحو السبب الحقيقي.
4. التعويض: ويظهر ذلك في وقت الأزمات التي يصعب حلها، فيبحث الجمهور إلى ممارسة نوع آخر من السلوك التعويضي.

وتمت إضافة مجموعة من الخصائص للرأي العام وهي على النحو التالي<sup>2</sup>:

1. أن الرأي العام يمثل سلوكاً جمعياً كامناً في بعض المواقف وظاهراً في بعض المواقف، فقد يكون مجرد وجهات نظر أحياناً وقد يكون تعبيراً صريحاً لفظياً وحركياً.

<sup>1</sup> مراد، كمال خورشيد (2011). مرجع سابق، ص98

<sup>2</sup> كحيل، عبد الوهاب (2012). الرأي العام والسياسات الإعلامية. ط2، القاهرة: مكتبة المدينة، ص45-47

2. الرأي العام قد يكون مستمرًا أو غير مستمر، وقد يكون مؤسسًا على الترشيح والتعقيل الذي يقوم به الزعماء والمفكرين، وقد يكون تعبيرًا عن البغضاء الذي تحمله الجماعة.
3. لا يظل الرأي العام مستتارًا لفترة طويلة من الزمن إلا إذا ظلت الحوادث الجارية تساند هذه الاستتارة أو إذا شعر الناس أن المسألة تتعلق بمصالحهم بشكل واضح.
4. في حالة ارتفاع نسبة التعليم وتوافر الإعلام يكون الرأي العام قويًا صلبًا، فأصحاب التعليم والمتقنون أكثر استعدادًا للموافقة على الآراء الأقرب إلى الموضوعية.
5. قد يبنى الرأي العام على الأهواء والرغبات، وفي مثل تلك الحالة فإنه يتخذ موقفًا متطرفًا بالنسبة للأحداث والقضايا.
6. الرأي العام الباطني يفصح عن نفسه ويتحول إلى ظاهري إذا أصبح للقضية قوة كبيرة وفي هذه الحالة يكون للتحويل نتائج إيجابية ناجحة.
7. قد يتكون رأي عام حول بعض المشاكل ولكن لا يستطيع الرأي العام التوصل إلى حل لها.

#### كما تمثلت أبرز خصائص الرأي العام في التالي<sup>1</sup>:

1. يظل الرأي العام ساكنًا كامنًا ويتحرك بصورة بطيئة، ويبقى غير قابل للإثارة لمدة طويلة من الزمن، حتى تبرز قضية بالنسبة للجماعة والقضية تظهر حينما يوجد صراع أو قلق وإجباط، أو تنثير الاهتمامات والمصالح الذاتية التي تظهرها أو تبرزها الحوادث.
2. الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للأحداث الهامة، أي أنه سرعان ما يتحرك للأحداث الصحيحة لاتي تمس حياة الأمة كلها، أو تغطي قطاعًا كبيرًا من المشاعر، والتي قد تحرك نسبة كبيرة من وجدان الأمة، وهو غير ثابت بل يتغير من وقت لآخر، ويتحول من موضوع إلى موضوع ومن مشكلة إلى أخرى.

<sup>1</sup> صبرية، حديدان (2016). محاضرات في قياس الاتجاه والرأي العام. مطبوعة موجهة لطلبة سنة ثالثة علم اجتماع، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، ص ص83-84

3. يمكن للأحداث غير العادية بكل ثقلها وما تملك من قوة أن تحرك الرأي العام من موقف إلى آخر بدرجة كبيرة، وعلى ذلك فالرأي العام يستطيع أن يستقر على حالة واحدة ونمط معين بشكل واضح، ما لم تساعده بالمساهمة بالأحداث وبطريقة متطورة في كل أبعاده وعمقه.
4. يحتاج الرأي العام إلى مطابقته لرأي الأغلبية ومسايرته لها.
5. يصبح الرأي العام الباطن ظاهرًا أو خارجيًا حينما تكون قوة العامل المؤثر عظيمة.
6. إذا أعطي الشعب في جو من الديمقراطية والحرية فرصة التعليم والإعلام الجيد، فإن الرأي العام يبدو صلبًا كالعود، ولا يسهل خداعه عن طريق الدعاية.

أما فيما يتعلق بخصائص الرأي العام الفلسطيني فهي تتصف بمجموعة من الخصائص على النحو التالي<sup>1</sup>:

1. المرونة العالية: المقصود بها قدرته على تغيير توجهاته بسرعة عالية حول قضايا مصيرية وجوهرية في قضيته، بحيث ينتقل بسلاسة لقضية معينة من المعارضة إلى القبول بها والدفاع عنها أو العكس.
2. التناقض في توجهاته: أو عدم القدرة على تحديد أولوياته، فكثيرًا ما يختار الرأي العام الفلسطيني خيارات تحمل في طياتها الكثير من التعارض والتناقض في توجهاته الأساسية.
3. السلبية وعدم فاعليته وقدرته على التأثير: فقد بقي الرأي العام الفلسطيني عاجزًا عن إحداث أي تغيير في العديد من القضايا التي لا يرغب بها عبر استخدام الأدوات الديمقراطية المختلفة، إلا أن السنوات الأخيرة أظهرت تحولًا في هذا المجال، فقد استطاع الرأي العام الفلسطيني ومن خلال الانتخابات أن يعبر عن توجهاته وتطلعاته، ويغير من موازين القوى في النظام السياسي

---

<sup>1</sup> صليح، فراس (2009). الرأي العام الفلسطيني وأثره على تحديد التوجهات السياسية لصناع القرار وعملية صنع القرار السياسي الفلسطيني (1993-2006). رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، ص 53-61

الفلسطيني، وكذلك بدا ذلك واضحًا من خلال استخدام الرأي العام الفلسطيني للأدوات الديمقراطية الأخرى بشكل محدود، كالمسيرات والاحتجاجات.

إلا أنه بشكل عام، على الرغم من وجود نسبة عالية نسبيًا من المتعلمين الفلسطينيين، والتي من المفترض أن تزيد الحصيلة التعليمية من معارف الفرد ومعلوماته، إلا أن ذلك لم يترك أثرًا واضحًا في زيادة الاقتدار السياسي لدى الجمهور الفلسطيني، الذي يعني امتلاك الفرد للقدرة التأثيرية على النظام السياسي القائم، حيث يمكن التعبير عن الاقتدار السياسي من خلال العديد من الصيغ، كالقدرة على توجيه النقد للنظام القائم دون الخوف من العقوبة، وكذلك الاستعداد لإبداء الرأي في المسائل العامة، مع الاعتقاد بوزن هذا الرأي وأهميته، ولا يزال الرأي العام الفلسطيني يحتاج إلى الكثير من المقومات الذاتية والموضوعية، ليكون قادرًا على التأثير في عملية صنع القرار السياسي، وإحداث تغييرات حقيقية في النظام السياسي تخدم مصالحه وتطلعاته، وتجعله على الدوام رقيبًا على صنّاع القرار وتوجهاتهم المختلفة.

### 3.6 كيف عبر المجتمع الفلسطيني عن رأيه اتجاه القضية الفلسطينية

اتخذ التعبير عن الرأي في فلسطين عبر التاريخ عدة أشكال عبر سنوات الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، منذ اندلاع انتفاضة الحجارة عام 1987 كنتاج طبيعي لسلسلة من التراكمات الكمية والنوعية على الصعيد الفلسطيني، من عمليات قتل واعتقالات وهدم للبيوت وإبعاد وغيرها من الأوامر العسكرية، وتميزت تلك الفترة بالمواعظ الشعبية الواسعة، وشهدت تنامي العمليات المسلحة المنظمة ضد الاحتلال مع بروز أدوات جديدة للمقاومة وإطلاق النار على دوريات الاحتلال بجانب الحجارة، والإضرابات التجارية وإغلاقات للأسواق عند حدوث اعتداءات على أبناء الشعب الفلسطيني وتميزت تلك الفترة بظهور كتابة الشعارات على الجدران كشكل من أشكال التعبير عن الرأي والتواصل وتمجيدًا للشهداء والأسرى أو الاحتجاج على الإجراءات الإسرائيلية بحقهم فكانت هذه الجدران الوسيلة الأساسية لتعبير الفلسطينيين عن رأيهم في تلك الفترة ولم تسلم هذه الوسيلة من الملاحقة الإسرائيلية فكانت تعتقل

من يقومون بخط الشعارات والتضييق على سكان الأحياء والمناطق التي يخط المقاومون الشعارات عليها بهدف تخفيف الانتفاخ الشعبي نحو هذا النوع من المقاومة وعلى العكس من ذلك لقي هذا النوع من المقاومة التأييد الشعبي والانتشار الواسع في تلك الفترة، واستكمالاً لمسلسل المقاومة وبعد سبعة أعوام من اتفاق (أوسلو) اندلعت انتفاضة الأقصى في الثامن والعشرين من سبتمبر 2000 وتعد الانتفاضة تدخلاً شعبياً لتغيير مسار عملية السلام السابق ومضمونها للكف عن الاستخفاف والعبث بمصير الشعب الفلسطيني، وكثفت المقاومة الفلسطينية هجماتها على التجمعات الاستيطانية الصهيونية المنتشرة في الضفة الغربية وقطاع غزة والعمليات الاستشهادية في الداخل المحتل حيث قام الاحتلال الإسرائيلي بإعادة اجتياح المدن الفلسطينية وهدم مقرات السلطة الفلسطينية وشرعت السلطات الإسرائيلية في عام (2002) ببناء الجدار العازل الذي يبلغ طوله (770 كم) تقريبا الذي كان بمثابة كارثة حقيقة فقد احتج عليه الفلسطينيون وقاموا بكل السبل المتاحة من مسيرات ومظاهرات احتجاج ورفع قضايا فيما يسمى بمحكمة العدل العليا الإسرائيلية وقد نجحت هذه التحركات في بعض الأحيان من انتزاع قرارات بتغيير بعض من مسارات الجدار العازل وكلما استحدث الاحتلال الإسرائيلي أسلوباً في القمع والاضطهاد، كذلك أيضاً يخلق الفلسطينيون أسلوباً جديداً في المقاومة حيث برز في تلك الفترة من تاريخ النضال الفلسطيني فن الرسم الجرافيتي (*Graffiti*) على الجدار العازل حيث كان يرسم الفلسطينيون الرسومات المناهضة للجدار العازل على نفس الجدار حيث حولوا وسيلة قمعهم إلى مساحة للتعبير عن غضبهم منها واتخذت تلك الوسيلة تضامنا واسعا معها حيث كان يشارك في إنشاء تلك الرسومات متضامنين أجنب وشهدت انتشارا إعلامياً واسعاً في الصحافة المحلية والعربية والعالمية، في عام (2005) انسحبت قوات الاحتلال الإسرائيلي من قطاع غزة وأخلت المستوطنات هناك مما أدى إلى صعود قوة المقاومة في القطاع فتحوّلت بعد العام 2006 إلى استخدام صواريخ الهاون والصواريخ المحلية التي تنتجها المقاومة الفلسطينية وكان الاحتلال الإسرائيلي بين الفترة والأخرى يشن حروباً على القطاع وترد المقاومة بالصواريخ محلية الصنع ويكون الرد الإسرائيلي عليها قاسياً جداً مما خلف

خسائر مادية وبشرية كبيرة من هنا برزت أهمية الإعلام بتوثيق ونشر الجرائم الإسرائيلية وفضحها أمام العالم فقد لعبت هذا الدور الصحافة المحلية و العربية في هذه الفترة، ومع بروز الربيع العربي وظهر عدة قضايا على الساحة الإعلامية العربية والعالمية ضعف الاهتمام الإعلامي العربي والعالمي في القضية الفلسطينية فاستغل الاحتلال الإسرائيلي هذا الغياب الإعلامي عن القضية الفلسطينية وأخذ يسرف في الجرائم أثناء الحروب على غزة الإجراءات التعسفية في الضفة الغربية والقدس وبعد بروز مواقع التواصل الاجتماعي اتخذ الفلسطينيون على عاتقهم إعادة قضيتهم إلى الواجهة الإعلامية فأصبحت الهاشتاغات الفلسطينية تنصدر في كل مواقع التواصل الاجتماعي فاتضح ذلك جلياً في حملات مناصرة غزة والقدس والشيخ جراح والأسرى والكثير من القضايا الفلسطينية، وكما كل أشكال المقاومة الفلسطينية تعرض المحتوى الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي للتضييق والإجراءات الإسرائيلية من استدعاء واعتقال لمنشئي المحتوى الفلسطيني والضغط على إدارات هذه المواقع لتقييد المحتوى الفلسطيني والحد من انتشاره.

### 3.7 المؤثرات الخارجية المساهمة في التأثير على الرأي العام الفلسطيني

تؤثر العديد من العوامل على ملامح الرأي العام الفلسطيني وآليات تشكيله وتوجهاته، ومن أبرز تلك العوامل ما يلي:

#### 3.7.1 الثقافة السياسية

تعرف على أنها مجموعة التوجهات والمواقف والتصورات السياسية للأفراد حول نظامهم السياسي وطبيعة علاقتهم به، أي أن لكل شعب ثقافته السياسية التي ترتبط به ويتسم بها، وفيما يتعلق بالثقافة السياسية الفلسطينية، فهي تعتبر جزءاً من ثقافة عربية تشترك معها في العديد من الخصائص مع وجود بعض الاختلاف، بسبب الظروف الخاصة التي يمر بها الشعب الفلسطيني، ساهم في وجود بعض التمايز والاختلاف بين الثقافة الفلسطينية بشكل عام والثقافة العربية، وتتسم الثقافة السياسية الفلسطينية

بمجموعة من السلوكيات السلبية كالسلطة الأبوية والنزعة العضوية والمعتقدات الجبرية، وهي تشترك فيها مع الدول العربية إلا أنها تبقى أكثر ميلاً للديمقراطية من الأنظمة العربية الأخرى<sup>1</sup>.

### 3.7.2 الأحزاب السياسية

الحزب السياسي هو "تجمع له صفة التنظيم الرسمي، هدفه الصريح والمعلن هو الوصول إلى الحكم والاحتفاظ به منفرداً أو الائتلاف أو التنافس الانتخابي، مع تنظيمات حزبية أخرى داخل دولة اذت سيادة فعلية أو متوقعة، وتهدف تلك الأحزاب من عملية الوصول للحكم والاحتفاظ به إلى تحقيق الصالح العام، أو على الأقل تحقيق مصلحة أعضاء الحزب الذين هم أصلاً جزء من المجتمع، وبذلك يكون في العادة هناك حراك عالمي بين الجماهير والأحزاب، بحيث تكون أفكار الأحزاب وتوجهاتها عبارة عن انعكاس لتوجهات فئة معينة من الشعب وأفكاره، وتعتبر الأحزاب أكثر ديمقراطية كلما كانت تستجيب بشكل أكبر للتغيرات التي تطرأ على توجهات الرأي العام، وفي الوقت نفسه تعمل الأحزاب على الدوام على نشر أفكارها وإقناع الناس بها بوسائل وأساليب مختلفة، مما يعكس دورها البارز والمهم في تشكيل توجهات الرأي العام وتحديدها"<sup>2</sup>.

وفيما يتعلق بالوضع الفلسطيني، فإن الأحزاب تعتبر أكثر تعقيداً، وذلك كونها تواجه ازدواجية بين العمل الثوري والسياسي، فهي لا زالت في مرحلة النضال ومقاومة الاحتلال، وهي في ذات الوقت تسعى للمشاركة بشكل فاعل في النظام السياسي الفلسطيني، وهذا الجمع المشوّه بين الثورة والنظام السياسي الرسمي، يجعل من عمل الأحزاب الفلسطينية أكثر صعوبة وتعقيداً، ويعمل على التداخل لتبرير العديد من مواقفها وتوجهاتها، إضافة إلى أن القرارات والتوجهات الصادرة عن معظم التنظيمات والأحزاب الفلسطينية تصنعها النخبة، ومن ثم يتم تعويمها والتسويق لها لدى الرأي العام، بذلك يتبين لنا أن الأحزاب السياسية الفلسطينية كان لها دور سلبي فيما يتعلق بالرأي العام الفلسطيني، فالأحزاب

<sup>1</sup> الأزعر، محمد (2010). النظام السياسي والتحول الديمقراطي في فلسطين. رام الله: المؤسسة الفلسطينية للدراسات الديمقراطية، ص44.

<sup>2</sup> المنوفي، كمال (2007). أصول النظم السياسية والمقارنة. ط1، الكويت: الربيعان للنشر والتوزيع، ص183.

الفلسطينية لم تكون تستجيب لتطلعات الرأي العام الفلسطيني وآماله وتوجهاته، بل على العكس من ذلك فهي على الدوام تحاول أن تصبغ نظرتها وتوجهاتها على الرأي العام الفلسطيني بشكل عام، وعلى أعضائها بشكل خاص<sup>1</sup>.

### 3.7.3 وسائل الإعلام

وتلعب وسائل الإعلام دورًا في توجيه أولويات الرأي العام وتحديدها بما يتوافق مع توجهات النخب الحاكمة، وتقوم وسائل الإعلام بتوفير قاعدة واسعة من المعلومات عن توجهات الرأي العام للنخب الحاكمة وآرائهم، ولترسم هذه النخب خططها وتطلعاتها مستعينة بتلك القاعدة الواسعة من المعلومات<sup>2</sup>.

وتمارس وسائل الإعلام الفلسطينية ذات الدور، فهي تعتبر وسائل إعلام حزبية، تعبر عن وجهة نظر حزب معين، أو تكون متأثرة بالسلطة الحاكمة لا تبتعد كثيرًا عن توجهاتها ولا تعتبر وسائل الإعلام الفلسطينية إلى حد كبير معبرة عن توجهات الرأي العام الفلسطيني ورغباته، بل على العكس من ذلك، فهي تساهم بشكل كبير في تشكيل توجهات الرأي العام بما يتوافق مع توجهات السلطة أو تلك الأحزاب التي تمثلها<sup>3</sup>.

### 3.8 أدوات تحقيق الرأي العام الفلسطيني

تحدد أدوات تحقيق الرأي العام المستخدمة كوسائل الاتصال الجماهيرية من خلال الرسالة الإعلامية، وذلك من خلال تأثيرها وفعاليتها من ناحية القضية أو الحدث أو المسألة التي تتعلق بها المتمثلة في الأدوات التالية<sup>4</sup>:

<sup>1</sup> سعد، إسماعيل (2010). النظريات والمذاهب والنظم دراسات في العلوم السياسية. القاهرة: دار المعرفة الجامعية، ص242.  
<sup>2</sup> مجاهد، أماني (2009). استخدامات الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة. بحث منشور، مجلة دراسات المعلومات بجامعة المنوفية، (8)، ص195.

<sup>3</sup> سلامة، عايدة (2009). الحروب الأخيرة على قطاع غزة والمقاومة فيها. تاريخ النشر 26 يناير 2009. <http://bit.ly/2BvRlfs>  
<sup>4</sup> بكوش، فرحات وعزوز، سارة (2020): دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام: الحراك الشعبي الجزائري نموذجًا: دراسة ميدانية على طلبة سنة ثانية ماستر علم اجتماع. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، ص ص48-49.

1. التكرار والملاحقة: ويعتمد على التكرار لا الجدل والمناقشة، وهو من أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام وتكوينه، فتكرار الوسائل الإعلامية في القنوات الفضائية لا شك فيه يعمل على التأثير في الرأي العام العربي وحشده للقضية الفلسطينية، وهذا ما شاهدناه أثناء تكرار المشاهد المؤثرة الناتجة عن القصف الإسرائيلي للمنازل والمدارس مثل تكرار مشاهدة مقتل محمد الدرة أثناء اندلاع انتفاضة الأقصى في العام 2000.

2. الإثارة العاطفية: ويعتمد على إثارة العاطفة لدى الجماهير، فقد استخدم (هتلر) ذلك بتركيزه على جمهور النساء فهن ذات عاطفة قوية أكبر من الرجال، فالاستجابة لدى النساء عاطفية أكثر منها عقلية، حيث استخدم في أسلوبه الدعائي للإثارة العاطفية للمرأة للتأثير على الرأي العام خاصة عاطفة الحقد أو إثارة العواطف اتجاه العوامل القومية أو السياسية أو الدينية، كما تفعل "إسرائيل" في دعايتها لكسب الرأي العام العالمي نحوها بأنها شعب الله المختار، وأنها مضطهدة من قبل العرب والمسلمين، وأنها متقدمة في وسط متخلف.

3. عرض الحقائق: هذا الأسلوب يطلق عليه لفظ الإعلام، حيث أنه يعتمد أساساً على وصول الحقائق إلى عدد كبير من الناس بحيث تكون ملموسة، لأنها في تلك الحالة تكون أقوى تأثيراً وأبقى من الأكاذيب والتهويل والشائعات، وهذا الأسلوب يحترم عقلية الجمهور، وحقه الديمقراطي في حكم نفسه بنفسه، والذي يساعد هذا الأسلوب ويحقق من نجاحه هو التربية السياسية والوعي للجماهير عن طريق الشرح والمناقشة والإقناع.

4. تحويل الجماهير: قد يصعب في نواحي كثيرة معارضة الرأي العام السائد بين الجماهير بالنسبة لموضوع معين، أو مشكلة أو قضية مثل القضية الفلسطينية، ولذلك تتبع أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري في مثل هذه الأحوال أسلوب تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخر مثل أهمية الموضوع المثار أو أكثر أهمية منه، وهذا ما لاحظناه على وسائل الإعلام الغربية

والأمريكية والإسرائيلية خاصة في تحويل الرأي العام وانتباهه إلى العراق لنسيان ما يفعله في فلسطين.

5. البرامج الإيجابية المحددة: يدرك كثير من السياسيين مزايا البرامج المحددة في التأثير وتغيير الرأي العام، حيث يقوم الكثير منهم إلى تقديم أنفسهم إلى الناخبين ببرامج من هذا القبيل، وكما كانت هذه البرامج والوعود الانتخابية متنسمة بالتفاؤل والإيجابية بالمستقبل يضاعف تأثيرها على الرأي العام، نظراً لأن الجماهير بطبيعة الحال تكره الروح المتشائمة لما تحمله في طياتها من سلبية وهدم.

### 3.9 دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني

يتمثل دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام بشكل عام في التالي<sup>1</sup>:

1. بعث الاستقرار: يعمل الإعلام على الحفاظ على الوضع القائم وإيقائه على حاله، ويرجع السبب في ذلك إلى أن الإعلاميين يتأثرون بالمواقف والأفكار والتوقعات السائدة في المجتمع، ولذلك يأتي نتائجهم متأثرًا بالأفكار السائدة وعاكسًا لها.
2. تغيير الرأي: يستطيع الإعلام أن يغير آراء الجمهور باختيار نوع الأخبار التي يعرضها، وتغيير الاتجاهات بشكل معاكس أو لمحافظة عليها كما هي.
3. تحديد الأولويات: إبراز موضوعات وتجاهل موضوعات وتضخيم ومبالغة وتهوين.
4. تحديد الخيارات المطروحة: تختار وسائل الإعلام ما تراه هي مناسباً للجمهور وتطرح من خلاله فكرها وفلسفتها وأجندتها ورؤيتها للأحداث.
5. الترفيع والإعلاء: إبراز ناس وإعلاء شأنهم وتحقيق الشهرة لهم وكذلك اختيار وقائع وأحداث وإعطاؤها الأهمية في التغطية الإخبارية.

<sup>1</sup> مراد، كمال خورشيد (2011). مرجع سابق، ص184.

والشباب الفلسطيني يعتبر شاباً مسيئاً نتيجة لصعوبة الظروف التي مر بها الشعب الفلسطيني منذ بداية المشاريع الاستعمارية على أرض فلسطين، مما أدى إلى تشكيل الوعي السياسي للشباب الفلسطيني تجاه قضيته والذي دفعه للانخراط في العمل السياسي بأنواعه، حيث شكّل الشباب الفلسطيني قوة الفعل الرئيسية للثورة الفلسطينية منذ انطلاقتها، مروراً بكافة مراحلها، وصولاً إلى الحراك والتجمعات الشبابية التي تنادي بإنهاء حالة الانقسام الفلسطيني.

فخلال السنوات الأخيرة وخاصة عقب الانقسام الفلسطيني الداخلي، وما واكبها من ثورات الربيع العربي لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في تعزيز الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني، بخطورة الواقع السياسي الفلسطيني الداخلي على القضية الفلسطينية، مما انعكس إيجابياً على مشاركة الشباب سياسياً من خلال الكتابات والمناظرات وبت التسجيلات، وإعادة نسخ الفيديوهات، وطرح الاستبيانات واستطلاعات الرأي، بما جعل الأفراد لديهم روح المبادرة لتنمية معارفهم وآرائهم السياسية بنفسهم دون الاعتماد بالضرورة على مؤسسات الدولة الرسمية والإعلام الحكومي، فقد ساهم استخدام وسائل التكنولوجيا في إحداث نتيجتين مهمتين على المستوى العربي والفلسطيني، وهما<sup>1</sup>:

- الاشتراك العريض لقطاعات واسعة من المجتمع في بناء الرأي العام، وتبعاً لذلك مشاركة عامة أوسع في مراحل اتخاذ القرار، حيث أدت الثورة التكنولوجية وما أتاحتها الإنترنت من إمكانية مساهمة أي فرد في العملية السياسية إلى ظهور فاعلين جدد ولأعبين في الحياة السياسية، ومن هؤلاء الأفراد الذين أصبحت لديهم القدرة على لعب دور الصحفي والإعلامي وكذلك المدونون والقراصنة الذين يقومون بدور في المهاجمة والاعتراض والمعارضة للنظام السياسي والتأثير على الأمن الرقمي وبيئة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

<sup>1</sup> الصادق، عادل عبد (2011). الفضاء الإلكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير. المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، سلسلة قضايا استراتيجية، العدد الأول، مارس، ص48.

- أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة لوجود تجمعات شبابية ليست فقط محلية بل أنها تعد دولية الطابع والتأثير حيث زيادة التعارف بين الشباب في العالم، ومناقشة قضايا هامة وتنسيق المواقف حولها وجمع التبرعات كقضية الفقر ومكافحة الإيدز.

كما ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في توفير المتنفس المريح للشباب الفلسطيني لا يكلفهم عناء المواجهة والصدام مع الواقع الصعب، المتمثل في حالة الانقسام والتفكك وانعدام الثقة التي ألقت بظلالها على واقع الشباب وعلى قدراتهم التجميعية والتوحيدية، وجعلت من مشاركتهم على مواقع التواصل الاجتماعي تعبيراً عن هذه الحالة أيضاً، فانضمام الشباب للمجموعات شكلي ولا يمثل شيئاً ونحكم على ذلك بالنتائج الفعلية، ولم يرتق الشباب إلى مرحلة التحول إلى تبني قضية والعمل من أجل إبرازها، ولم تشكل عند الشباب حالة تغيرية كشخص حتى يستطيع أن يغير في غيره<sup>1</sup>.

إضافة إلى اهتمام الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للتفاعل السياسي الذي لم يصل حتى الآن إلى مرحلة التأثير بالفعل السياسي، وهي عملية بنوية تحتاج إلى بعض الوقت، فعلى الرغم من أن هناك العديد من الملفات والقضايا الوطنية التي تستحوذ على اهتمامات مشاركي مواقع التواصل الاجتماعي كالأسرى والنكبة والاعتداءات الإسرائيلية، لكن حتى الآن لا يوجد فئة نبوية يمكن أن تحول هذه المشاركة عبر المواقع التي يغلب عليها الطابع الشخصي التحليلي إلى مشاركة منظمة ذات هدف ورؤية.

ويمكن القول، إن الشباب الفلسطيني استغل مواقع التواصل الاجتماعي في إثارة العديد من القضايا، وخلق حالة من التفاعل المجتمعي معها، وحث بقية أفراد المجتمع للتفاعل والمشاركة في هذه القضايا، حيث وفرت تلك المواقع للشباب الفلسطيني الواحة الأكثر استيعاباً وأماناً لهم في ظل الظروف السياسية الداخلية الصعبة التي يعيشها الشعب الفلسطيني.

<sup>1</sup> الزبيدي، باسم (2012). الثقافة السياسية الفلسطينية. رام الله: المؤسسة الفلسطينية لدراسة الديمقراطية، ص43.

## الفصل الرابع

### الطريقة والإجراءات

#### 4.1 مقدمة

تمثل منهجية الدراسة المحور الرئيسي الذي من خلاله يتم إنجاز الجانب التطبيقي من الدراسة، كما يتم الحصول على البيانات المطلوبة لإجراء التحليل الإحصائي بهدف التوصل إلى النتائج التي يتم تفسيرها في ضوء أدبيات الدراسة المتعلقة بموضوع الدراسة، ومن ثم تحقق الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها. وبناء على ذلك يتناول الفصل الحالي وصفاً للمنهج المتبع ومجتمع وعينة الدراسة، وأداة الدراسة المستخدمة وطريقة إعدادها وكيفية بنائها وتطويرها، ومدى صدقها وثباتها، وفي الختام المعالجة الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات واستخلاص النتائج، وفيما يلي وصف لهذه الإجراءات.

#### 4.2 منهج الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي ومن خلاله يقوم بوصف الظاهرة موضوع الدراسة، وتحليل بياناتها، والعلاقة بين مكوناتها والآراء التي تطرح حولها والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تحدثها.

وقام (الحمادني، 2006) بتعريف المنهج الوصفي التحليلي بأنه "المنهج الذي يسعى لوصف الظاهرة أو الحدث المعاصر، أو الراهن فهو بمثابة أحد أشكال التحليل والتفسير المنظم لوصف تلك الظاهرة أو المشكلة، ويقدم بيانات عن خصائص معينة في الواقع، وتتطلب معرفة المشاركين في الدراسة والظواهر التي تدرسها والأوقات التي نستعملها لجمع البيانات"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> الحمادني، موفق (2006). مناهج البحث العلمي. عمان: مؤسسة الوراق، ص100

### 4.3 مجتمع الدراسة

وهو كافة مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، وبناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها فإن المجتمع المستهدف يتكون من طلاب الجامعات الفلسطينية في دولة فلسطين، والبالغ عددهم (214765) طالبًا وطالبة منهم (132586) من الإناث بنسبة (61.7%)، و(82179) من الذكور بنسبة (38.3%).

### 4.4 عينة الدراسة

قام الباحث باستخدام طريقة العينة المتاحة التطوعية، حيث تم توزيع 230 استبانة على أفراد مجتمع الدراسة وقد تم استرداد 186 استبانة بنسبة 80.9%.

### 4.5 أداة الدراسة

تم إعداد استبانة حول "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه القضية الفلسطينية من وجهة نظر طلاب الجامعات الفلسطينية" حيث تتكون من قسمين رئيسيين هما:  
القسم الأول: وهو عبارة عن البيانات الشخصية للمستجيبين (الجنس، الجامعة، مكان السكن، امتلاك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحساب غير الاسم الحقيقي، المشاركة في حملات الدعم الإلكترونية للقضية الفلسطينية).

القسم الثاني: وهو عبارة عن فقرات الاستبانة، موزع على 6 مجالات وهي:

- المجال الأول: دور مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني، ويتكون من (7) فقرات.
- المجال الثاني: أثر المواقع الاجتماعية التفاعلية على المشاركة السياسية، ويتكون من (10) فقرات.
- المجال الثالث: مستقبل دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في الحياة السياسية، ويتكون من (7) فقرات.

- المجال الرابع: مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي، ويتكون من (8) فقرات.
- المجال الخامس: فعالية استخدام الاحتلال الإسرائيلي لمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافه، ويتكون من (7) فقرات.
- المجال السادس: كيفية مجابهة محاولات التأثير على الرأي العام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي، ويتكون من (7) فقرات.
- المجال السابع: القضايا السياسية والاجتماعية التي يتداولها الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويتكون من (9) فقرات.

وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الاستبيان حسب جدول (1):

### جدول (1)

درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	أرفض بشدة	أرفض	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

### 4.6 صدق الاستبانة

وهو التمثيل للمجتمع المدروس بشكل جيد، بحيث تعطي الإجابات التي نحصل عليها من أسئلة الاستبيان المعلومات التي وضعت لأجلها الأسئلة<sup>(1)</sup>، وهناك العديد من الاختبارات التي تقيس صدق الاستبانة أهمها:

#### 1. صدق آراء المحكمين "الصدق الظاهري" وتم تعريفه بأن "يختار الباحث عددًا من المحكمين

المتخصصين في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة"<sup>2</sup> حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة

<sup>1</sup> البحر، غيث والتجي، معن (2014). التحليل الإحصائي للاستبيانات باستخدام برنامج SPSS. مركز سير للدراسات الإحصائية، ط1، ص14

<sup>2</sup> الجرجاوي، زياد (2010). القواعد المنهجية لبناء الاستبيان. ط2، غزة: مطبعة أبناء الجراح، ص107

من المحكمين اشتملت على (3) متخصصين في العلاقات العامة، حيث استجاب الباحث لأرائهم وقام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية - انظر الملحق رقم (أ).

## 2. صدق المقياس

### أولاً: الاتساق الداخلي Internal Validity

والمقصود به اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، حيث قام الباحث بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة وذلك عبر حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه. والجدول (2) في الملحق (ب) يوضح ذلك.

ويوضح جدول (2) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " دور مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني " والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

ويوضح جدول (3) في الملحق (ب) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "أثر المواقع الاجتماعية التفاعلية على المشاركة السياسية" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

ويوضح جدول (4) في الملحق (ب) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "مستقبل دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في الحياة السياسية" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

## جدول (5)

نتائج الاتساق الداخلي - مجال "مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي"

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (.Sig)
1.	تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء للوطن	.717**	0.000
2.	إبراز أهمية تحقيق المصالح العامة للمجتمع الفلسطيني	.828**	0.000
3.	تجديد نمط الثقافة الإسلامية داخل المجتمع الفلسطيني	.555**	0.000
4.	دعم التراث وثقافة المجتمع الفلسطيني	.699**	0.000
5.	الدعوة إلى مقاطعة منتجات الاحتلال الإسرائيلي	.650**	0.000
6.	الحث على التظاهر والاعتصام ضد انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي	.722**	0.000
7.	محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي	.689**	0.000
8.	الدعوة إلى برامج وخطط حكومية تدعم تنمية قدرات الشباب الفلسطيني	.739**	0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

يوضح جدول (5) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبيّنة دالة عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

ويوضح جدول (6) في الملحق (ب) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "فعالية استخدام الاحتلال الإسرائيلي لمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافه" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبيّنة دالة عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

ويوضح جدول (7) في الملحق (ب) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "كيفية مجابهة محاولات التأثير على الرأي العام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبيّنة دالة عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

## جدول (8)

نتائج الاتساق الداخلي - مجال "القضايا السياسية والاجتماعية التي يتداولها الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي"

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (.Sig)
.1	النظم السياسية الحاكمة	.606**	0.000
.2	حقوق الإنسان الفلسطيني	.706**	0.000
.3	الحريات السياسية والاجتماعية	.627**	0.000
.4	الاعتقالات وتقييد الحريات الإعلامية	.559**	0.000
.5	العادات والتقاليد السائدة في المجتمعات المختلفة	.392**	0.000
.6	قضايا المرأة	.722**	0.000
.7	منع المعارضة من الاشتراك في الحكم	.567**	0.000
.8	الديمقراطية في المجتمعات المختلفة	.679**	0.000
.9	موضوعات شخصية خاصة جداً	.453**	0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

يوضح جدول (8) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "القضايا السياسية والاجتماعية التي يتداولها الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

### ثانياً: الصدق البنائي Structure Validity

وهو أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقوم بقياس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، كما يظهر مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة.

ويبين جدول (9) في الملحق (ب) أن جميع معاملات الارتباط في جميع مجالات الاستبانة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  وبذلك تعتبر جميع مجالات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

## 4.7 ثبات الاستبانة Reliability

ويعني به استقرار الاستبيان وعدم تناقضه مع نفسه، حيث يعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة<sup>1</sup>، وقام الباحث بالتحقق من ثبات استبانة الدراسة عبر حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (10).

### جدول (10)

معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبانة

معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	المجال
0.600	7	دور مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني
0.676	10	أثر المواقع الاجتماعية التفاعلية على المشاركة السياسية
0.749	7	مستقبل دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في الحياة السياسية
0.848	8	مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي
0.831	7	فعالية استخدام الاحتلال الإسرائيلي لمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافه
0.873	7	كيفية مجابهة محاولات التأثير على الرأي العام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي
0.766	9	القضايا السياسية والاجتماعية التي يتناولها الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي
0.876	55	جميع فقرات الاستبانة معا

واضح من النتائج الموضحة في جدول (10) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة لكل مجال حيث تتراوح بين (0.600،0.873)، بينما بلغت لجميع فقرات الاستبانة (0.876)، وهذا يعنى أن الثبات مرتفع ودال إحصائياً.

<sup>1</sup> البحرأوي، سيد (2018). دليل الباحثين في كيفية قراءة نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS وكيفية التعليق على النتائج.

## 4.8 الأساليب الإحصائية المستخدمة

تم تفرغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي Statistical Package for the

Social Sciences (SPSS), حيث تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

1. النسب المئوية والتكرارات (Frequencies & Percentages): لوصف عينة الدراسة.
2. المتوسط الحسابي والوزن النسبي والانحراف المعياري.
3. اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
4. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس درجة الارتباط: يقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين.
5. اختبار T في حالة عينة واحدة (T-Test) لمعرفة ما إذا كانت متوسط درجة الاستجابة قد وصلت إلى الدرجة المتوسطة " الحياد " وهي 3 أم زادت أو قلت عن ذلك.

## الفصل الخامس

### تحليل البيانات ومناقشتها

#### 5.1 مقدمة

ويشتمل الفصل الحالي عرضاً لتحليل بيانات الاستبانة، وذلك عبر الإجابة عن أسئلة الدراسة واستعراض أبرز نتائج الاستبانة والتي تم التوصل إليها من خلال تحليل فقراتها، والوقوف على البيانات الشخصية للمستجيبين، حيث تم إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات المتجمعة من استبانة الدراسة، وتم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS) للحصول على نتائج الدراسة التي تم عرضها وتحليلها في هذا الفصل.

#### 5.2 الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية

في الجدول رقم (11) في الملحق (ب) نبين عرضاً لخصائص عينة الدراسة وفق البيانات الشخصية.

#### 5.3 المحك المعتمد في الدراسة

تم إظهار طول الخلايا من خلال مقياس ليكرت الخماسي عبر حساب المدى بين درجات المقياس  $(3=1-4)$  وتقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي  $(0.80=5/4)$  ثم تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية المقياس وهي واحد صحيح) وذلك بهدف تحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، ومن هنا أصبح طول الخلايا كما هو موضح في الجدول التالي:

#### جدول (12)

المحك المعتمد في الدراسة

درجة الموافقة	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي
أرفض بشدة	من 20% - 36%	من 1 - 1.80
أرفض	أكبر من 36% - 60%	أكبر من 1.80 - 3.00
موافق	أكبر من 60% - 84%	أكبر من 3.00 - 4.20
موافق بشدة	أكبر من 84% - 100%	أكبر من 4.20 - 5

#### 5.4 تحليل فقرات الاستبانة

تحليل فقرات مجال "دور مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني"

قام الباحث باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب وقيمة اختبار t لمعرفة درجة الموافقة، النتائج موضحة في جدول (13) في الملحق (ب).

من جدول (13) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة الأولى "مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية تعطي مجالاً لخلق رأي عام" يساوي 4.31 (الدرجة الكلية من 5) أي أن الوزن النسبي 86.24%، وهذا يعني أن هناك موافقة بشدة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، حيث أنها تعطي المجال لحرية الشباب الجامعي بإبداء رأيه في القضايا المصيرية التي تدور في الشارع الفلسطيني والتي تكون تلك الآراء مقيدة بسبب الأجهزة الأمنية والتي تقمع أي حراك شبابي.
- المتوسط الحسابي للفقرة السابعة "تتيح مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية الفرصة أمام الشباب الفلسطيني لطرح أي قضية على الرأي العام" يساوي 3.77 أي أن الوزن النسبي 75.48%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، فهي تمنح الشباب الجامعي الفرصة والحرية في طرح تلك القضايا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي المطلعين يبدون رأيهم وتعتبر كاستفتاء للرأي حولها.
- بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "دور مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني" يساوي 4.01 أي أن الوزن النسبي 80.25%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال، ومن هنا نرى أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور كبير في توجيه الرأي العام الفلسطيني وخاصة الشباب الجامعي وهم شباب المستقبل.

## تحليل فقرات مجال "أثر المواقع الاجتماعية التفاعلية على المشاركة السياسية"

قام الباحث باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب وقيمة اختبار t لمعرفة درجة الموافقة، النتائج موضحة في جدول (14) في الملحق (ب).

من جدول (14) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة السابعة "يشعر الطلبة الجامعيين بالغضب عند وجود تيارات ترفض حقهم بالمشاركة السياسية وتتهكم على هذا الحق" يساوي 4.24 (الدرجة الكلية من 5) أي أن الوزن النسبي 84.73%، وهذا يعني أن هناك موافقة بشدة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، فهناك جهات حاكمة يزعمون أن الشباب الجامعي لا زال في مرحلة عدم المسؤولية وبالتالي يرفضون مشاركتهم في الأنشطة السياسية، ومنعهم من إبداء آرائهم في القضايا المصيرية.
- المتوسط الحسابي للفقرة العاشرة "يجري الطلبة الجامعيين اتصالات مباشرة مع صناع القرار في حال معرفتهم بتعرض النشطاء السياسيين لانتهاك ما" يساوي 3.20 أي أن الوزن النسبي 63.98%، وهذا يعني أن هناك موافقة متوسطة "أرفض" من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، وهذا يعتبر قصور في دور الشباب الجامعي كصناع للقرار المستقبلي، حيث يحتكر الصفوة من الجهات الحاكمة القرارات المصيرية ويتم حجبها على الشباب الذين في مقتبل العمر.
- بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "أثر المواقع الاجتماعية التفاعلية على المشاركة السياسية" يساوي 3.83 أي أن الوزن النسبي 76.67%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال، ومن هنا نرى أن هناك قصور في دور الشباب الجامعي بالمشاركة السياسية نتيجة احتكارها على الطبقة السياسية الحزبية.

## تحليل فقرات مجال "مستقبل دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في الحياة السياسية"

قام الباحث باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب وقيمة اختبار t لمعرفة درجة الموافقة، النتائج موضحة في جدول (15) في الملحق (ب).

من جدول (15) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة السابعة " المساهمة في زيادة الوعي الثقافي السياسي والاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني " يساوي 4.16 (الدرجة الكلية من 5) أي أن الوزن النسبي 83.12%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، وذلك لمدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي والتي تساهم في زيادة الوعي الثقافي السياسي والاجتماعي لدى الشباب الجامعي من خلال طرح القضايا والمشكلات السياسية التي تواجه القضية الفلسطينية ويتم وضع سيناريوهات لكيفية مواجهة تلك القضايا.
- المتوسط الحسابي للفقرة الثانية " إنشاء الأحزاب السياسية صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل الشباب الفلسطيني " يساوي 3.49 أي أن الوزن النسبي 69.78%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، وهذا يعتبر قصور في أداء الأحزاب السياسية حيث أنها لا تلجأ لتلك الوسيلة إلا في حال وجود انتخابات وبالتالي تريد كسب الأصوات الشبابية، وعقب انتهاء تلك الانتخابات أو الفعاليات فإنها تختفي وتحجب دور الشباب.

بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "مستقبل دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في الحياة السياسية" يساوي 3.94 أي أن الوزن النسبي 78.73%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال، وهذا يعني مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية في الحياة السياسية والتي يكون لها دور كبير في إظهار الشباب الجامعي وآرائهم تجاه القضايا والمشكلات التي تواجه القضية الفلسطينية.

## تحليل فقرات مجال "مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي"

قام الباحث باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب وقيمة اختبار t لمعرفة درجة الموافقة، النتائج موضحة في جدول (16).

### جدول (16)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب وقيمة اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال

"مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
1.	تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء للوطن	4.10	0.95	82.04	4	موافق	15.82	0.000
2.	إبراز أهمية تحقيق المصالح العامة للمجتمع الفلسطيني	4.00	0.97	80.00	7	موافق	14.06	0.000
3.	تجديد نمط الثقافة الإسلامية داخل المجتمع الفلسطيني	3.75	1.08	74.95	8	موافق	9.41	0.000
4.	دعم التراث وثقافة المجتمع الفلسطيني	4.06	1.01	81.18	5	موافق	14.24	0.000
5.	الدعوة إلى مقاطعة منتجات الاحتلال الإسرائيلي	4.42	0.78	88.39	1	موافق بشدة	24.96	0.000
6.	الحث على التظاهر والاعتصام ضد انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي	4.23	0.94	84.52	2	موافق بشدة	17.73	0.000
7.	محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي	4.11	0.94	82.26	3	موافق	16.19	0.000
8.	الدعوة إلى برامج وخطط حكومية تدعم تنمية قدرات الشباب الفلسطيني	4.01	1.04	80.11	6	موافق	13.22	0.000
9.	جميع فقرات المجال معاً	4.08	0.67	81.68		موافق	21.94	0.000

من جدول (16) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة الخامسة "الدعوة إلى مقاطعة منتجات الاحتلال الإسرائيلي" يساوي 4.42 (الدرجة الكلية من 5) أي أن الوزن النسبي 88.39%، وهذا يعني أن هناك موافقة بشدة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، ومن هنا نرى أن حملات المقاطعة لمنتجات الاحتلال كان لها صدى كبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث ساهمت في المقاطعة.
- المتوسط الحسابي للفقرة الثالثة "تجديد نمط الثقافة الإسلامية داخل المجتمع الفلسطيني" يساوي 3.75 أي أن الوزن النسبي 74.95%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، ومن خلال مواقع التواصل الاجتماعي يمكن ملاحظة ذلك من خلال توضيح أبرز المفاهيم الإسلامية الشائعة داخل المجتمع الفلسطيني، إضافة إلى الدعوات المتكررة للرباط في باحات المسجد الأقصى.
- بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي" يساوي 4.08 أي أن الوزن النسبي 81.68%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال، وهذا يظهر أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور كبير واستفادة كبيرة لدى الشباب الجامعي في إظهار وإبداء مواقفهم وآرائهم.

**تحليل فقرات مجال "فعالية استخدام الاحتلال الإسرائيلي لمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافه"**

قام الباحث باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب وقيمة اختبار t لمعرفة درجة الموافقة، النتائج موضحة في جدول (17).

## جدول (17)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب قيمة اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال "فعالية استخدام الاحتلال الإسرائيلي لمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافه"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
1.	استطاع الاحتلال الإسرائيلي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	3.64	1.35	72.80	6	موافق	6.49	0.000
2.	استفاد الاحتلال الإسرائيلي من مواقع التواصل الاجتماعي لترسيخ التطبيع مع الدول العربية	3.98	1.10	79.57	3	موافق	12.13	0.000
3.	استخدم الاحتلال الإسرائيلي مواقع التواصل الاجتماعي لنشر روح الفرقة والانقسام بين أبناء الشعب الفلسطيني	3.90	1.20	78.06	4	موافق	10.23	0.000
4.	عدد المتابعين الفلسطينيين للصفحات الإسرائيلية يعد مؤشر على نجاح الاحتلال الإسرائيلي بالتغلغل داخل المجتمع الفلسطيني	3.52	1.37	70.43	7	موافق	5.18	0.000
5.	يستخدم الاحتلال الإسرائيلي مواقع التواصل الاجتماعي للتسويق للرواية الصهيونية	4.09	0.96	81.72	2	موافق	15.42	0.000
6.	يعتبر الاحتلال الإسرائيلي مواقع التواصل الاجتماعي مقياساً للمزاج العام الفلسطيني	3.90	1.12	77.96	5	موافق	10.96	0.000
7.	يبث الاحتلال الإسرائيلي الإشاعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لتحقيق غاياته	4.33	0.90	86.56	1	موافق بشدة	20.18	0.000
8.	جميع فقرات المجال معاً	3.91	0.81	78.16		موافق	15.22	0.000

من جدول (17) يمكن استخلاص ما يلي:

• المتوسط الحسابي للفقرة السابعة " بيت الاحتلال الإسرائيلي الإشاعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لتحقيق غاياته " يساوي 4.33 (الدرجة الكلية من 5) أي أن الوزن النسبي 86.56%، وهذا يعني أن هناك موافقة بشدة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، وذلك من خلال تدشينه صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل المنسق العام وغيرها من الصفحات المشبوهة وذلك لبث الفرقة والشائعات بين أفراد المجتمع الفلسطيني.

• المتوسط الحسابي للفقرة الرابعة " عدد المتابعين الفلسطينيين للصفحات الإسرائيلية يعد مؤشر على نجاح الاحتلال الإسرائيلي بالتغلغل داخل المجتمع الفلسطيني " يساوي 3.52 أي أن الوزن النسبي 70.43%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، وهذا يثبت الدور الكبير الذي يبذله الاحتلال الإسرائيلي في استقطاب فئات معينة من المجتمع الفلسطيني بهدف تجنيدها والحصول على المعلومات وبث روح الانهزامية في صفوف الشباب الفلسطيني.

• بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "فعالية استخدام الاحتلال الإسرائيلي لمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافه" يساوي 3.91 أي أن الوزن النسبي 78.16%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال، وهذا يثبت أن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك متوائمة مع الاحتلال الإسرائيلي وذلك يظهر من خلال محاربتها للمحتوى الفلسطيني وحظر كافة الأنشطة له.

تحليل فقرات مجال " كيفية مجابهة محاولات التأثير على الرأي العام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي "

قام الباحث باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب وقيمة اختبار t لمعرفة درجة الموافقة، النتائج موضحة في جدول (18).

## جدول (18)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيبية اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال "كيفية مجابهة محاولات التأثير على الرأي العام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
	مقاطعة الصفحات الإسرائيلية							
1.	عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعدم التعاطي معها	4.52	0.84	90.43	7	موافق بشدة	24.71	0.000
2.	النهوض بالمحتوى الفلسطيني وجعله بالمستوى الذي يليق بالقضية الفلسطينية	4.53	0.82	90.54	6	موافق بشدة	25.40	0.000
3.	عدم اعتماد الصفحات الإسرائيلية كمصدر للأخبار والمعلومات	4.58	0.71	91.61	4	موافق بشدة	30.36	0.000
4.	الحذر من الذباب الإلكتروني الإسرائيلي	4.58	0.75	91.61	4	موافق بشدة	28.57	0.000
5.	نشر الرواية الفلسطينية	4.69	0.59	93.87	2	موافق بشدة	39.41	0.000
6.	فضح انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي	4.72	0.61	94.30	1	موافق بشدة	38.61	0.000
7.	نشر الوعي السياسي اتجاه القضية الفلسطينية	4.69	0.69	93.76	3	موافق بشدة	33.40	0.000
	جميع فقرات المجال معاً	4.62	0.54	92.30		موافق بشدة	40.59	0.000

من جدول (18) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة السادسة "فضح انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي" يساوي 4.72 (الدرجة الكلية من 5) أي أن الوزن النسبي 94.30%، وهذا يعني أن هناك موافقة بشدة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، وهذا ما تظهره أحياناً مواقع التواصل الاجتماعي حيث ساهمت في الآونة الأخيرة بفضح انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي وإيصالها للعالم وهناك مواقف كثيرة ظهرت مثل حادثة

اغتيال الإعلامية الشهيدة شيرين أبو عاقلة والاعتداء على جنازة تشييع جثمانها، إضافة إلى إظهار انتهاكاته بحق الأراضي الفلسطينية والاعتداء على المرابطين في باحات المسجد الأقصى.

● المتوسط الحسابي للفقرة الأولى "مقاطعة الصفحات الإسرائيلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعدم التعاطي معها" يساوي 4.52 أي أن الوزن النسبي 90.43%، وهذا يعني أن هناك موافقة بشدة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، حيث ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل مقاطعة الصفحات الإسرائيلية المشبوهة والتي تبتث الشائعات وتدس السم في منشوراتها وخاصة عبر موقع الفيسبوك.

● بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "كيفية مجابهة محاولات التأثير على الرأي العام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي" يساوي 4.62 أي أن الوزن النسبي 92.30%، وهذا يعني أن هناك موافقة بشدة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال، وهذا يثبت مدى الدور الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي في فضح جرائم الاحتلال الإسرائيلي وإيصال الصوت الفلسطيني إلى العالم.

تحليل فقرات مجال "القضايا السياسية والاجتماعية التي يتداولها الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي"

قام الباحث باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب وقيمة اختبار t لمعرفة درجة الموافقة، النتائج موضحة في جدول (19) في الملحق (ب).

من جدول (19) يمكن استخلاص ما يلي:

● المتوسط الحسابي للفقرة الرابعة " الاعتقالات وتقييد الحريات الإعلامية " يساوي 3.58 (الدرجة الكلية من 5) أي أن الوزن النسبي 71.61%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، حيث أن هناك مراقبة على المحتوى الفلسطيني إن كان من قبل الأجهزة الأمنية

الفلسطينية أو جيش الاحتلال الإسرائيلي، ففي حال وُجد محتوى أو منشورات تحرض على مقاومة الاحتلال الإسرائيلي يتم اعتقال صاحب المحتوى.

- المتوسط الحسابي للفقرة الأولى "النظم السياسية الحاكمة" يساوي 2.65 أي أن الوزن النسبي 52.90%، وهذا يعني أن هناك موافقة متوسطة "ضعيفة" من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، حيث تقوم العديد من الفصائل الفلسطينية وأجهزة السلطة والوزارات الحكومية بتدشين صفحات خاصة لها عبر مواقع التواصل بهدف نشر كل فعاليتها، إلا أن الشباب غالبًا لا يتابعها كونه يرى أنها بلا فائدة طالما أنه لا يعتبر أحد أطراف القرار المصيري.
- بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "القضايا السياسية والاجتماعية التي يتداولها الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي" يساوي 2.96 أي أن الوزن النسبي 59.16%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال، ومن هنا يمكن القول أن هناك إقبال ضعيف على متابعة القضايا والسياسية التي يتداولها الشباب الجامعي الفلسطيني كونها لا تعود عليه بفائدة تذكر.

## 5.5 تحليل فرضيات الدراسة

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه القضية الفلسطينية تعزى إلى الجنس.

قام الباحث باستخدام اختبار "T - لعينتين مستقلتين"، والجدول (20) في الملحق (ب) يوضح ذلك.

من النتائج الموضحة في جدول (20) يمكن استنتاج ما يلي:

تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "T - لعينتين مستقلتين" أقل من مستوى الدلالة 0.05 لمجال "فضح انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي" وبذلك يمكن استنتاج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية

بين متوسطات تقديرات أفراد العينة حول هذا المجال تُعزى إلى الجنس وذلك لصالح الإناث، حيث أن آراء الإناث تختلف عن آراء الذكور حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في فضح انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي، حيث تكون الإناث لديهن الجراءة أكثر في نشر تلك الانتهاكات.

أما بالنسبة لباقي المجالات والمجالات مجتمعة معا فقد تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد العينة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معا تُعزى إلى الجنس، حيث أن الشباب الجامعي من كلا الجنسين تكون لديهم نفس الآراء والمواقف في مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الفلسطيني، حيث يرى الشباب الفلسطيني أن لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية في عملية تشكيل الرأي العام الفلسطيني في كافة القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، والقضايا العالمية، ويقوم بإبداء رأيه.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه القضية الفلسطينية تعزى إلى الجامعة.

قام الباحث باستخدام اختبار "التباين الأحادي"، والجدول (21) يوضح ذلك.

## جدول (21)

نتائج اختبار "التباين الأحادي" - الجامعة

مستوى الدلالة	قيمة "F"	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.134	1.484	0.346	12	4.158	بين المجموعات	مقاطعة الصفحات الإسرائيلية
		0.233	173	40.386	داخل المجموعات	عبر مواقع التواصل الاجتماعي
			185	44.543	المجموع	وعدم التعاطي معها
0.334	1.135	0.293	12	3.517	بين المجموعات	النهوض بالمحتوى الفلسطيني
		0.258	173	44.656	داخل المجموعات	وجعله بالمستوى الذي يليق
			185	48.173	المجموع	بالقضية الفلسطينية
0.560	0.888	0.375	12	4.502	بين المجموعات	عدم اعتماد الصفحات
		0.422	173	73.049	داخل المجموعات	الإسرائيلية كمصدر للأخبار
			185	77.550	المجموع	والمعلومات
0.320	1.155	0.519	12	6.230	بين المجموعات	الحذر من الذباب الإلكتروني
		0.450	173	77.785	داخل المجموعات	الإسرائيلي
			185	84.016	المجموع	
0.254	1.248	0.813	12	9.759	بين المجموعات	نشر الرواية الفلسطينية
		0.651	173	112.702	داخل المجموعات	
			185	122.461	المجموع	
0.524	0.924	0.273	12	3.281	بين المجموعات	فضح انتهاكات الاحتلال
		0.296	173	51.199	داخل المجموعات	الإسرائيلي
			185	54.480	المجموع	
0.215	1.313	0.608	12	7.299	بين المجموعات	نشر الوعي السياسي اتجاه
		0.463	173	80.153	داخل المجموعات	القضية الفلسطينية
			185	87.453	المجموع	
0.434	1.019	0.135	12	1.616	بين المجموعات	جميع مجالات الاستبانة
		0.132	173	22.876	داخل المجموعات	
			185	24.492	المجموع	

من النتائج الموضحة في جدول (21) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "التباين الأحادي"

أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين

متوسطات تقديرات أفراد العينة تُعزى إلى الجامعة، حيث أن كافة الجامعات الفلسطينية في محافظات

الوطن لديها نفس الآراء والتوجهات حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه القضية الفلسطينية، فطلبة الجامعات الفلسطينية في كل من الضفة وقطاع غزة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في إبدائهم للآراء على مختلف القضايا التي تهمهم ومتابعة الأحداث الجارية إن كانت على الساحة الفلسطينية أو الإقليمية أو العالمية.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه القضية الفلسطينية تعزى إلى مكان السكن.

قام الباحث باستخدام اختبار "التباين الأحادي"، والجدول (22) في الملحق (ب) يوضح ذلك.

من النتائج الموضحة في جدول (22) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "التباين الأحادي" أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد العينة تعزى إلى مكان السكن، حيث أن كافة الطلبة باختلاف أماكن سكنهم في محافظات الوطن لديهم نفس الآراء والتوجهات حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه القضية الفلسطينية، فغالبية الطلبة الفلسطينيين إن كانوا في الضفة أو قطاع غزة يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية بالغة في عملية الاتصال والتواصل بين جاني الوطن وتبادل الآراء ومناقشتها فيما بينهم، وإبداء آرائهم حول القضايا التي تهمهم.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه القضية الفلسطينية تعزى إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحساب غير الاسم الحقيقي.

قام الباحث باستخدام اختبار "T - لعينتين مستقلتين"، والجدول (23) يوضح ذلك.

جدول (23)

نتائج اختبار "T - لعينتين مستقلتين" - استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحساب غير الاسم الحقيقي

مستوى الدلالة	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحساب غير الاسم الحقيقي	المجال
0.000	*3.635	0.52	4.21	53	نعم	مقاطعة الصفحات الإسرائيلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعدم التعاطي معها
		0.46	3.93	133	لا	
0.002	*3.071	0.49	4.01	53	نعم	النهوض بالمحتوى الفلسطيني وجعله بالمستوى الذي يليق بالقضية الفلسطينية
		0.50	3.76	133	لا	
0.127	1.534	0.51	4.05	53	نعم	عدم اعتماد الصفحات الإسرائيلية كمصدر للأخبار والمعلومات
		0.69	3.89	133	لا	
0.733	0.342	0.59	4.11	53	نعم	الحذر من الذباب الإلكتروني الإسرائيلي
		0.71	4.07	133	لا	
0.012	*2.553	0.70	4.15	53	نعم	نشر الرواية الفلسطينية
		0.84	3.81	133	لا	
0.502	0.673	0.53	4.66	53	نعم	فضح انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي
		0.55	4.60	133	لا	
0.074	1.794	0.71	3.10	53	نعم	نشر الوعي السياسي اتجاه القضية الفلسطينية
		0.67	2.90	133	لا	
0.001	*3.288	0.37	4.01	53	نعم	جميع مجالات الاستبانة
		0.35	3.82	133	لا	

\*الفرق بين المتوسطين دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

من النتائج الموضحة في جدول (23) يمكن استنتاج ما يلي:

تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "T - لعينتين مستقلتين" أكبر من مستوى الدلالة 0.05 للمجالات "عدم اعتماد الصفحات الإسرائيلية كمصدر للأخبار والمعلومات، الحذر من الذباب الإلكتروني الإسرائيلي، فضح انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي، نشر الوعي السياسي اتجاه القضية الفلسطينية" وبذلك

يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد العينة حول هذا المجال تُعزى إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحساب غير الاسم الحقيقي، حيث أن غالبية الطلبة في محافظات الوطن لديهم نفس الآراء والتوجهات حول مدى متابعة مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالصفحات الإسرائيلية والحذر من الذباب الإلكتروني وفضح انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي ونشر الوعي السياسي تجاه القضية الفلسطينية.

أما بالنسبة لباقي المجالات والمجالات مجتمعة معا فقد تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن استنتاج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد العينة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معا تُعزى إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحساب غير الاسم الحقيقي وذلك لصالح الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بحساب غير اسمهم الحقيقي، فهناك شباب يدخل باسم غير اسمه الحقيقي وذلك لعدم التعرف على شخصيته الحقيقية.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه القضية الفلسطينية تُعزى إلى المشاركة في حملات الدعم الإلكترونية للقضية الفلسطينية.

قام الباحث باستخدام اختبار "T - لعينتين مستقلتين"، والجدول (24) في الملحق (ب) يوضح ذلك.

من النتائج الموضحة في جدول (24) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "T - لعينتين مستقلتين" أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد العينة تُعزى إلى المشاركة في حملات الدعم الإلكترونية للقضية الفلسطينية، حيث أن معظم الطلبة الجامعيين في محافظات الوطن لديهم نفس الآراء والتوجهات حول المشاركة في حملات الدعم للقضية الفلسطينية حول العالم، فغالبية الطلبة قاموا بالمشاركة في حملات الدعم لقضيتهم من خلال تفعيل الهاشتاغات ونشر الفيديوهات التي تفضح الاحتلال الإسرائيلي أمام

مرأى العالم أجمع، وهناك العديد من القضايا التي كان لها أثر بالغ في ذلك مثل ما يحدث من عدوان بحق المرابطين في الأقصى، أو الحروب التي يشنها الاحتلال بحق أهل قطاع غزة.

#### الفروق في متغير الجنس ما بين طلاب الضفة وغزة

تم استخدام اختبار "T - لعينتين مستقلتين"، والجدول (25) في الملحق (ب) يوضح ذلك.

من النتائج الموضحة في جدول (25) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " T - لعينتين مستقلتين " أكبر من مستوى الدلالة 0.05 بشكل عام وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متغير الجنس ما بين طلاب الضفة وغزة، حيث أن كافة الطلبة من كلا الجنسين في محافظات الوطن إن كان في الضفة الغربية أو في قطاع غزة لديهم نفس الآراء والتوجهات حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه القضية الفلسطينية.

#### 5.6 نتائج الدراسة

توصل الباحث وفقاً للدراسة النظرية والميدانية إلى النتائج التالية:

1. هنالك دور واضح لمواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني بنسبة (80.25%).
2. يشعر الشباب الفلسطيني بالغضب اتجاه عملية التأثير عليهم ومراقبة محتوهم على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (84.73%).
3. توجد مساهمة لمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الثقافي والسياسي والاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني بنسبة (83.12%).
4. أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أحد ساحات الصراع الإسرائيلي الفلسطيني بنسبة (84.0%).
5. يحاول الاحتلال الإسرائيلي التأثير في الرأي العام الفلسطيني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (86.7%).

6. هنالك وعي لدى الشباب الفلسطيني بكيفية مجابهة محاولات التأثير على الرأي العام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي بنسبة (88.4%).
7. هنالك توجه لدى الشباب الفلسطيني إلى أن يكون هنالك نشاط للأحزاب والسياسيين الفلسطينيين على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (83.4%).
8. يتربع الفيس بوك عرش مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة من يمتلكون حسابات على هذا الموقع 93% من المستطلع آرائهم ويلبها الواتس آب بنسبة 91% ومن ثم فيس بوك ماسنجر وانستجرام ومن الملاحظ أنها كل هذه المواقع تابعة لشركة واحدة وهي شركة ميتا "Meta" والتي تتحاز بشكل كبير للاحتلال الإسرائيلي.
9. شارك ما نسبته 73.7% من المستطلع آرائهم في حملات الدعم الإلكتروني للقضية الفلسطينية وهذا يدل على وجود الحس الوطني لدى الشباب الفلسطيني.

#### 5.7 توصيات الدراسة

بناءً على نتائج الدراسة الميدانية يوصي الباحث بما يلي:

1. تشجيع الشباب على نشر المضمون الإيجابي على صفحاتهم واشتركاكاتهم، والابتعاد عن القضايا الخلافية خاصة المرتبطة بالتعصب الحزبي.
2. الدعوة عبر كافة وسائل الإعلام لمقاطعة المواقع والصفحات الداعية للابتدال وعدم التجاوب معها سواء من خلال المتابعة أو النقل عنها
3. تجنيد مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام الفلسطيني نحو سلوكيات إيجابية سليمة، وبناء أسس المجتمع المحلي على أسس التسامح وتقبل الآخر، والبعد عن التعصب الحزبي.
4. التقليل من تخوفات البعض من تحولات شبكات التواصل الاجتماعي إلى أدوات لمهاجمة الدين والقيم والأخلاق ونشر المفاهيم والسلوكيات الخاطئة.

5. استثمار مواقع التواصل الاجتماعية المتفاعلة من قبل الأحزاب السياسية و مؤسسات المجتمع المدني في التوعية والتنشئة السياسية وتعزيز الانتماء الوطني والمسؤولية الاجتماعية.
6. ضرورة اهتمام صناع القرار بمواقع التواصل الاجتماعي كونها وسيلة اتصال فعالة في تناول القضايا السياسية وحلقة وصل مباشرة بين أفراد المجتمع وصناع القرار السياسي.
7. ضرورة قيام وسائل الإعلام الفلسطينية والنخب السياسية الفلسطينية بالتخطيط الإعلامي لاستغلال مواقع التواصل الاجتماعي المتفاعلة في توصيل رسائل الشعب الفلسطيني إلى العالم أجمع.

## المراجع العلمية

### أولاً: الكتب

1. أنيس، إبراهيم (2004). المعجم الوسيط. مجمع اللغة العربية، القاهرة: مكتبة الشروق، مجلد 1، ط4.
2. البحر، غيث والتتجي، معن (2014). التحليل الإحصائي للاستبيانات باستخدام برنامج SPSS. ط1، عمان، مركز سبر للدراسات الإحصائية.
3. البحر اوي، سيد (2018). دليل الباحثين في كيفية قراءة نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS وكيفية التعليق على النتائج. ط1، القاهرة: الدار المصرية للطباعة والنشر.
4. الجرجاوي، زياد (2010). القواعد المنهجية لبناء الاستبيان. ط2، غزة: مطبعة أبناء الجراح.
5. حسين، سمير (2011). دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام. ط2، القاهرة: عالم الكتب.
6. حمادة، بسيوني (2008). دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. ط1، القاهرة: عالم الكتب.
7. الحمداني، موفق (2006). مناهج البحث العلمي. عمان: مؤسسة الوراق.
8. سعد، إسماعيل (2010). النظريات والمذاهب والنظم دراسات في العلوم السياسية. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
9. صادق، عباس (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. ط1، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

10. العبد، عاطف (2006). بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وتنفيذها. ط4، القاهرة: دار الفكر العربي.
11. قتلوني، مصعب (2014). ثورات الفيسبوك: مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير. ط1، بيروت: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر.
12. كحيل، عبد الوهاب (2012). الرأي العام والسياسات الإعلامية. ط2، القاهرة: مكتبة المدينة.
13. كمال، محمد (2015). الاتجاهات النظرية لتعريف الشباب. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
14. اللبان، شريف (2011). مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني. ط1، القاهرة: دار العالم العربي.
15. مجاهد، جمال (2014). الرأي العام وقياسه. القاهرة: دار المعرفة.
16. مراد، كامل خورشيد (2013). مدخل إلى الرأي العام. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
17. مكاوي، حسن (2012). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط8، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
18. المنوفي، كمال (2007). أصول النظم السياسية والمقارنة. ط1، الكويت: الربيعان للنشر والتوزيع.
19. نصر، حسني (2014). مقدمة في الاتصال الجماهيري: المداخل والوسائل. ط1، الكويت: دار الفلاح للنشر والتوزيع.
20. هتمي، حسين (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

21. هيئة تقنية المعلومات (2013). مسودة السياسة الحكومية للمشاركة الإلكترونية واستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في القطاع الحكومي. النسخة الثانية، عمان، الأردن.

#### ثانياً: رسائل الماجستير

1. أبو زيد، طاهر حسن (2012). دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.

2. أحمد، جمال (2009). اتجاهات جمهور وسائل الإعلام في البحرين نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية: دراسة مقارنة لجمهور الوسائل التقليدية والشبكات الاجتماعية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة البحرين، البحرين.

3. بضياف، سهيلة (2018). الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر: دراسة في تمثيلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيسبوك. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة باتنة 1، الجزائر.

4. بكوش، فرحات وعزوز، سارة (2020). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام (الحراك الشعبي الجزائري أنموذجاً): دراسة ميدانية على طلبة سنة ثانية ماستر علم اجتماع. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي، الجزائر.

5. بودادة، أحمد (2020). دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام: دراسة مسحية لاستخدامات قادة الرأي لمنصة تويتر الرئيس الأمريكي دونالد ترام أنموذجاً. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر.

6. بيت زايد، دينا رامس (2017). دور الصحافة العمانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الإجراءات الحكومية لمواجهة انخفاض أسعار النفط. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
7. زودة، مبارك (2012). دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام: الثورة التونسية نموذج. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر.
8. صليح، فراس (2009). الرأي العام الفلسطيني وأثره على تحديد التوجهات السياسية لصناع القرار وعملية صنع القرار السياسي الفلسطيني (1993-2006). رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
9. الفضلي، محمد (2012). دور القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي العام السياسي للمواطن الكويتي. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن
10. المدهون، فداء (2017). اعتماد النخب السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الإدارة والسياسة، غزة، فلسطين.
11. المشهداني، سعد (2011). مدى اعتماد النخبة الأكاديمية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات: دراسة حالة على الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة تكريت، العراق.

## ثالثاً: المجالات والدوريات

1. الأزعر، محمد (2010). *النظام السياسي والتحول الديمقراطي في فلسطين*. رام الله: المؤسسة الفلسطينية للدراسات الديمقراطية، العدد 9، ص112-125.
2. تقرير ipoke (2020). *الواقع الرقمي الفلسطيني*. الإصدار الخامس، رام الله، فلسطين، المجلد 19، العدد 2، ص25-40.
3. الداغر، مجدي (2012). *استخدامات الإعلاميين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية السعودية*. مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، المجلد 25، العدد 61، ص60-76.
4. الدبيسي، عبد الكريم والطاهات، زهير (2013). *دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية*. دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، ص92-115.
5. دراجي، ابتسام (2017). *شبكات التواصل الاجتماعي: فضاء افتراضي للتواصل الإلكتروني*. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، القاهرة، المجلد 1، العدد 2، ص50-67.
6. دويكات، أفنان (2020). *ورقة حقائق - صفحات الاحتلال الناطقة بالعربية على وسائل التواصل الاجتماعي*. المركز الفلسطيني لأبحاث السياسات والدراسات الاستراتيجية (مسارات)، ديسمبر 2020، رام الله، فلسطين، العدد 12، ص10-35.
7. راضي، زاهر (2013). *استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي*. مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، ص42-68.

8. الزبيدي، باسم (2012). *الثقافة السياسية الفلسطينية*. رام الله: المؤسسة الفلسطينية لدراسة الديمقراطية، العدد 43، ص 3-20.
9. الشقاقي، خليل (2006). *مقياس الديمقراطية في فلسطين تقرير العام 2008*. رام الله: المركز الفلسطيني للبحوث السياسية والمسحية، العدد 22، ص 35-60.
10. الصادق، عادل عبد (2011). *الفضاء الإلكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير*. المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، سلسلة قضايا استراتيجية، عمان، العدد الأول، مارس، ص 5-20.
11. صبرية، حديدان (2016). *محاضرات في قياس الاتجاه والرأي العام*. مطبوعة موجهة لطلبة سنة ثالثة علم اجتماع، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، العدد 19، ص 40-65.
12. عابد، زهير (2012). *دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي: دراسة وصفية تحليلية*. مجلة جامعة النجاح للأبحاث، نابلس، مجلد 26، العدد 6، ص 10-30.
13. مجاهد، أماني (2009). *استخدامات الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة*. بحث منشور، مجلة دراسات المعلومات بجامعة المنوفية، (8)، ص 30-45.

#### رابعاً: المراجع الإلكترونية

1. الأخرس، أسيل (2014). *حرب غزة تستعر على مواقع التواصل الاجتماعي*. نشر بتاريخ 13 يوليو 2014.

[http://wafa.ps/ar\\_page.aspx?id=1KEkPda645979506678a1KEkPd](http://wafa.ps/ar_page.aspx?id=1KEkPda645979506678a1KEkPd)

2. بي بي سي عربي (2019). انتشار لحملة نحو القدس عبر مواقع التواصل في مواجهة صفقة القرن. نشر بتاريخ 31 مايو 2019. <https://www.bbc.com/arabic/trending-48458171>
3. بي بي سي عربي (2021). الصراع الإسرائيلي الفلسطيني مواقع التواصل أحداث ساحة للقتال. <https://www.bbc.com/arabic/trending-57137701>
4. بي بي سي نيوز عربي (2021). الصراع الإسرائيلي الفلسطيني - مواقع التواصل أحدث ساحة القتال. نشر بتاريخ 16 مايو 2021. <https://www.bbc.com/arabic/trending-57137701>
5. الجزيرة نت (2012). حرب غزة تنتقل للشبكات الاجتماعية، نشر بتاريخ 18 نوفمبر 2012. <https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2012/11/18>
6. الجزيرة نت (2017). #القدس\_تنتصر... يتصدر مواقع التواصل الاجتماعي. نشر بتاريخ 27 يوليو 2017. <https://www.aljazeera.net/news/trends/2017/7/27>
7. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2021). واقع الشباب الفلسطيني (2007-2021). رام الله، فلسطين [www.pcbs.gov.ps](http://www.pcbs.gov.ps)
8. خالد، قدامة (2021). هكذا ساهمت مواقع التواصل بلفت الأنظار لقضية "الشيخ جراح". عربي 21. نشر بتاريخ 4 يونيو 2021. <https://arabi21.com/story/1362984>
9. خليفة، هبة محمد (2009). مواقع الشبكات الاجتماعية ما هي؟ تاريخ الاطلاع 10 نوفمبر 2021، منتديات اليسير <https://goo.gl/IWCppn>
10. سلامة، عائدة (2009). الحروب الأخيرة على قطاع غزة والمقاومة فيها. تاريخ النشر 26 يناير 2009. <http://bit.ly/2BvRlfs>

11. شعبان، محمد (2018). مفهوم الشباب ودوره في المجتمع. نشر بتاريخ 28 يناير 2018.  
<http://bit.ly/2Flvytq>
12. صحيفة الحدث (2019). الشباب والسياسة في فلسطين أحلام عريضة تسبح في واقع مختلق.  
نشر بتاريخ 11 يناير 2019. <http://bit.ly/2BKlhYU>
13. صحيفة القدس (2021). الدعاية الانتخابية الفلسطينية تتطلق على مواقع التواصل.. دعوات لتحشيد المناصرين ومغردون يتساءلون: هل ستنتج؟ نشر بتاريخ 17 يناير 2021.  
[/https://www.alquds.co.uk](https://www.alquds.co.uk)
14. عباس، وليد (2012). شبكة الإنترنت في ثورة مصر. الشبكة الإعلامية العالمية جنيف، 17 يناير 2012، [www.france24.com/ar/20120117-egypt-social-media-internet-role-arab-spring](http://www.france24.com/ar/20120117-egypt-social-media-internet-role-arab-spring)
15. عربي بوست (2021). "أحضروا سكاكين وبنزيناً.... كيف حذفت الشبكات الاجتماعية توثيق جرائم حرب غزة وسهلت ارتكابها أحياناً". نشر بتاريخ 23 مايو 2021.  
[/https://arabicpost.net](https://arabicpost.net)
16. عواد، محمد (2015). مدخل إلى الإعلام الجديد. تقرير منشور على شبكة الإنترنت.  
[www.goal.com](http://www.goal.com)
17. العين الإخبارية (2016). مواقع التواصل تشعل الصراع بين فتح وحماس قبل الانتخابات المحلية. نشر بتاريخ 18 أغسطس 2016. <https://al-ain.com/article/233726>
18. فلسطين اليوم (2020). الغضب يجتاح مواقع التواصل الاجتماعي رفضاً لـ"صفقة القرن". نشر بتاريخ 29 يناير 2020. <https://paltoday.ps/ar/post/368066>

19. فلسطين اليوم (2021). كيف استغلّت إسرائيل المنصات الرقمية لتعزيز روايتها ومشروع التطبيع؟ نشر بتاريخ 3 يناير 2021 <https://paltoday.ps/ar/post/394338>
20. فلسطين اليوم (2021). مختص يدعو لتبني قضية الأسرى من خلال منصات التواصل الاجتماعي. نشر بتاريخ 21 أكتوبر 2021. <https://paltoday.ps/ar/post/423056>
21. قدس الإخبارية (2019). #معركة\_الكرامة... منصات التواصل الاجتماعي تساند الأسرى في إضرابهم. نشر بتاريخ 8 أبريل 2019 <https://qudsn.net/post/166414>
22. قدس الإخبارية (2021). "نفق الحرية" كيف تفاعلت مواقع التواصل مع حرية 6 أسرى؟ نشر بتاريخ 6 سبتمبر 2021. <https://qudsn.net/post/186550>
23. القدس الإخبارية (2021). كيف تفاعل نشطاء التواصل الاجتماعي مع قرار تأجيل الانتخابات؟ نشر بتاريخ 30 أبريل 2021 <https://qudsn.net/post/183769>
24. وكالة معا (2021). كيف تستغل الحملات الانتخابية في فلسطين مواقع التواصل الاجتماعي؟ نشر بتاريخ 26 مارس 2021 <https://www.maannnews.net/news/2036043.html>
25. ماثيو انغرام (2021). شبكات التواصل الاجتماعي والحرب على المحتوى الفلسطيني، نشر بتاريخ 21 مايو 2021 <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/14902021>
26. وكالة الرأي (2017). مواقع التواصل تستمر باستهداف المحتوى الفلسطيني، <https://alray.ps/ar/post/175641> نشر بتاريخ 2 ديسمبر 2017
27. وكالة قدس (2019). معركة الكرامة 2 منصات التواصل الاجتماعي تساند الأسرى في إضرابهم. نشر بتاريخ 8 أبريل 2019. <https://qudsn.net/post/166414>

28. وكالة قدس (2020). نفق الحرية كيف تفاعلت مواقع التواصل مع حرية 6 أسرى؟ نشر بتاريخ

6 سبتمبر 2020. <https://qudsn.net/post/186550>

29. وكالة معا (2021). معا ترصد تفاعل الفلسطينيين على مواقع التواصل حول نفق جلبوع. نشر

بتاريخ 6 سبتمبر 2021. <https://www.maannnews.net/news/2048996.html>

30. وكالة وفا الفلسطينية (2018). المشاكل التي تواجه الشباب في فلسطين. [www.info.wafa.ps](http://www.info.wafa.ps)

31. يويو نيوز (2020). مواقع التواصل الاجتماعي العربية تسبق ترامب: "لا لبصقة القرن". نشر

بتاريخ 28 يناير 2020. <https://arabic.euronews.com/2020/01/28>

#### خامساً: المراجع الأجنبية

1. Baran, S. (2016). **Communication Theory Foundation and Future**. UK. & USA: Thomson Wadsworth.
2. Remund, D.(2010). **Exposure: Exploring the Role of Economic News Coverage in People Sense of Economic wellbeing**. Paper presented at the Annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass communication. Denver, Colorado, USA.

## الملاحق

### ملحق (أ) الاستبانة



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج التخطيط والتنمية السياسية

عزيزي الطالب/ة....

يقوم الباحث بإعداد دراسة للحصول على درجة الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، ضمن رسالته الموسومة بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني اتجاه القضية الفلسطينية من وجهة نظر طلاب الجامعات الفلسطينية".

أرجو التكرم بقراءة الاستبيان بعناية، ومن ثم التعبير عن رأيكم في كل فقرة بوضع إشارة (x) داخل المربع المناسب والتي تعكس درجة موافقتكم على كل فقرة، علماً بأن إجاباتكم على الفقرات سيكون لها الأثر الكبير في تحقيق أهداف الدراسة، والوصول إلى النتائج المرجوة منها، لذا أمل الإجابة بدقة وأمانة، علماً بأن هذه المعلومات سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكراً لكم حسن تعاونكم

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

الباحث: "محمد زياد" تيسير حج محمد

القسم الأول: البيانات الشخصية للمستجيب:

1. الجنس:

( ) ذكر ( ) أنثى

2. الجامعة (اختيار واحد):

( ) النجاح الوطنية ( ) القدس المفتوحة ( ) العربية الأمريكية  
( ) بيرزيت ( ) الاستقلال ( ) جامعة الخليل  
( ) جامعة القدس ( ) الجامعة الإسلامية ( ) جامعة الأزهر  
( ) جامعة الأقصى ( ) جامعة غزة ( ) جامعة الإسراء  
( ) جامعة فلسطين

3. مكان السكن (اختيار واحد):

( ) القدس ( ) رام الله ( ) بيت لحم  
( ) أريحا ( ) الخليل ( ) جنين  
( ) نابلس ( ) طولكرم ( ) قلقيلية  
( ) سلفيت ( ) طوباس ( ) غزة  
( ) مناطق الـ48

4. هل تمتلك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي التالية (يمكن اختيار أكثر من خيار):

( ) فيسبوك ( ) تويتر ( ) يوتيوب  
( ) انستغرام ( ) لينكدان ( ) واتساب  
( ) تيك توك ( ) فيس بوك ماسينجر ( ) تليغرام

5. هل استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي بحساب غير اسمك الحقيقي:

( ) نعم ( ) لا

6. هل شاركت في حملات الدعم الإلكترونية للقضية الفلسطينية:

( ) نعم ( ) لا

القسم الثاني: فقرات الاستبانة:

أرفض بشدة	أرفض	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرات
<b>المجال الأول: دور مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني</b>					
					1. مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية تعطي مجالاً لخلق رأي عام
					2. مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية تمنح مساحة للتعبير وإبداء الرأي
					3. مشاركات الطلبة الجامعيين في مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية تعكس مدى التفاهم حول فكرة معينة أو العكس
					4. انضمام الطلبة الجامعيين لمجموعات متنوعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية يعد مقياساً للرأي العام حول أفكار تلك المجموعة
					5. يتأثر الرأي العام حول قضية معينة بالمشاركات المختلفة من قبل الطلبة الجامعيين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية
					6. تسعى الفصائل الفلسطينية للتأثير على الرأي العام وخاصة الشباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية
					7. تتيح مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية الفرصة أمام الشباب الفلسطيني لطرح أي قضية على الرأي العام
<b>المجال الثاني: أثر المواقع الاجتماعية التفاعلية على المشاركة السياسية</b>					
					1. تساهم المواقع الاجتماعية في تعزيز إدراكي لأبعاد المشاركة السياسية للطلبة الجامعيين
					2. تزيد من قدرات الطلبة الجامعيين على تحليل الأحداث السياسية والربط فيما بينها
					3. تجعل الطلبة الجامعيين في حالة تفكير ونقد دائم لوضعهم ومشاركتهم في الحياة السياسية الفلسطينية
					4. تعدد الآراء عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول مختلف القضايا السياسية تزيد من القدرات على الحكم بدقة والنقد بحيادية
					5. متابعة مستوى المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني يجعلهم يشعرون بحالة من الإحباط

أرفض بشدة	أرفض	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرات
					6. غياب الخطاب الشبابي الموحد اتجاه بعض القضايا الجوهرية المتعلقة بمشاركتهم السياسية يولد لديهم حالة من النقمة واللامبالاة تجاه قضايا الحركة الشبابية بشكل عام
					7. يشعر الطلبة الجامعيين بالغضب عند وجود تيارات ترفض حقهم بالمشاركة السياسية وتتهكم على هذا الحق
					8. يشارك الطلبة الجامعيين في التجمعات الإلكترونية لدعم مختلف أشكال مشاركتهم السياسية
					9. يساهم الطلبة الجامعيين في إبداء الرأي للوصول إلى رؤية شبابية مشتركة لموضوع سياسي ما
					10. يجري الطلبة الجامعيين اتصالات مباشرة مع صناع القرار في حال معرفتهم بتعرض النشطاء السياسيين لانتهاك ما
<b>المجال الثالث: مستقبل دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في الحياة السياسية</b>					
					1. إنشاء صناع القرار صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الشباب الفلسطيني
					2. إنشاء الأحزاب السياسية صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الشباب الفلسطيني
					3. تعيين خبراء في الإعلام وعلم الاجتماع لإدارة صفحات مواقع التواصل الاجتماعي لتكون أكثر فعالية وأكثر تواصلًا مع الشباب
					4. منح التجمعات الشبابية عبر مواقع التواصل الاجتماعية فرصة لتشكيل لوبي شبابي حيال القضايا السياسية
					5. المساهمة في تشكيل رأي عام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي
					6. المشاركة الفعالة من قبل الشباب الفلسطيني مع الجهات المختصة والتحاور من أجل حل المشكلات السياسية والاجتماعية
					7. المساهمة في زيادة الوعي الثقافي السياسي والاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني
<b>المجال الرابع: مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي</b>					
					1. تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء للوطن

أرفض بشدة	أرفض	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرات
					2. إبراز أهمية تحقيق المصالح العامة للمجتمع الفلسطيني
					3. تجديد نمط الثقافة الإسلامية داخل المجتمع الفلسطيني
					4. دعم التراث وثقافة المجتمع الفلسطيني
					5. الدعوة إلى مقاطعة منتجات الاحتلال الإسرائيلي
					6. الحث على التظاهر والاعتصام ضد انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي
					7. محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي
					8. الدعوة إلى برامج وخطط حكومية تدعم تنمية قدرات الشباب الفلسطيني
<b>المجال الخامس: فعالية استخدام الاحتلال الإسرائيلي لمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافه</b>					
					1. استطاع الاحتلال الإسرائيلي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
					2. استفاد الاحتلال الإسرائيلي من مواقع التواصل الاجتماعي لترسيخ التطبيع مع الدول العربية
					3. استخدم الاحتلال الإسرائيلي مواقع التواصل الاجتماعي لنشر روح الفرقة والانقسام بين أبناء الشعب الفلسطيني
					4. عدد المتابعين الفلسطينيين للصفحات الإسرائيلية يعد مؤشر على نجاح الاحتلال الإسرائيلي بالتغلغل داخل المجتمع الفلسطيني
					5. يستخدم الاحتلال الإسرائيلي مواقع التواصل الاجتماعي للتسويق للرواية الصهيونية
					6. يعتبر الاحتلال الإسرائيلي مواقع التواصل الاجتماعي مقياساً للمزاج العام الفلسطيني
					7. يبث الاحتلال الإسرائيلي الإشاعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لتحقيق غاياته
<b>المجال السادس: كيفية مجابهة محاولات التأثير على الرأي العام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي</b>					
					1. مقاطعة الصفحات الإسرائيلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعدم التعاطي معها
					2. النهوض بالمحتوى الفلسطيني وجعله بالمستوى الذي يليق بالقضية الفلسطينية

أرفض بشدة	أرفض	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرات
					3. عدم اعتماد الصفحات الإسرائيلية كمصدر للأخبار و المعلومات
					4. الحذر من الذباب الإلكتروني الإسرائيلي
					5. نشر الرواية الفلسطينية
					6. فضح انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي
					7. نشر الوعي السياسي اتجاه القضية الفلسطينية
<b>المجال السابع: القضايا السياسية والاجتماعية التي يتناولها الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي</b>					
					1. النظم السياسية الحاكمة
					2. حقوق الإنسان الفلسطيني
					3. الحريات السياسية والاجتماعية
					4. الاعتقالات وتقييد الحريات الإعلامية
					5. العادات والتقاليد السائدة في المجتمعات المختلفة
					6. قضايا المرأة
					7. منع المعارضة من الاشتراك في الحكم
					8. الديمقراطية في المجتمعات المختلفة
					9. موضوعات شخصية خاصة جدًا

## ملحق (ب) الجداول

### جدول (2)

نتائج الاتساق الداخلي - مجال "دور مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني"

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (.Sig)
1.	مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية تعطي مجالاً لخلق رأي عام	.553**	0.000
2.	مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية تمنح مساحةاً للتعبير وإبداء الرأي	.579**	0.000
3.	مشاركات الطلبة الجامعيين في مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية تعكس مدى التفاهم حول فكرة معينة أو العكس	.482**	0.000
4.	انضمام الطلبة الجامعيين لمجموعات متنوعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية يعد مقياساً للرأي العام حول أفكار تلك المجموعة	.561**	0.000
5.	يؤثر الرأي العام حول قضية معينة بالمشاركات المختلفة من قبل الطلبة الجامعيين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية	.524**	0.000
6.	تسعى الفصائل الفلسطينية للتأثير على الرأي العام وخاصة الشباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية	.468**	0.000
7.	تتيح مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية الفرصة أمام الشباب الفلسطيني لطرح أي قضية على الرأي العام	.641**	0.000

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

### جدول (3)

نتائج الاتساق الداخلي - مجال "أثر المواقع الاجتماعية التفاعلية على المشاركة السياسية"

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (.Sig)
1.	تساهم المواقع الاجتماعية في تعزيز إدراكي لأبعاد المشاركة السياسية للطلبة الجامعيين	.642**	0.000
2.	تزيد من قدرات الطلبة الجامعيين على تحليل الأحداث السياسية والربط فيما بينها	.570**	0.000
3.	تجعل الطلبة الجامعيين في حالة تفكير ونقد دائم لوضعهم ومشاركتهم في الحياة السياسية الفلسطينية	.472**	0.000
4.	تعدد الآراء عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول مختلف القضايا السياسية تزيد من القدرات على الحكم بدقة والنقد بحيادية	.567**	0.000
5.	متابعة مستوى المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني يجعلهم يشعرون بحالة من الإحباط	.389**	0.000
6.	غياب الخطاب الشبابي الموحد اتجاه بعض القضايا الجوهرية المتعلقة بمشاركتهم السياسية يولد لديهم حالة من النعمة واللامبالاة تجاه قضايا الحركة الشبابية بشكل عام	.471**	0.000
7.	يشعر الطلبة الجامعيين بالغضب عند وجود تيارات ترفض حقهم بالمشاركة السياسية وتتهكم على هذا الحق	.358**	0.000
8.	يشارك الطلبة الجامعيين في التجمعات الإلكترونية لدعم مختلف أشكال مشاركتهم السياسية	.630**	0.000
9.	يساهم الطلبة الجامعيين في إبداء الرأي للوصول إلى رؤية شبابية مشتركة لموضوع سياسي ما	.491**	0.000
10.	يجري الطلبة الجامعيين اتصالات مباشرة مع صناعات القرار في حال معرفتهم بتعرض النشاط السياسي لانتهاك ما	.518**	0.000

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

#### جدول (4)

نتائج الاتساق الداخلي - مجال "مستقبل دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في الحياة السياسية"

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (.Sig)
1.	إنشاء صناع القرار صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الشباب الفلسطيني	.646**	0.000
2.	إنشاء الأحزاب السياسية صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل الشباب الفلسطيني	.571**	0.000
3.	تعيين خبراء في الإعلام وعلم الاجتماع لإدارة صفحات مواقع التواصل الاجتماعي لتكون أكثر فعالية وأكثر توأماً مع الشباب	.735**	0.000
4.	منح التجمعات الشبابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فرصة لتشكيل لوبي شبابي حيال القضايا السياسية	.701**	0.000
5.	المساهمة في تشكيل رأي عام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي	.595**	0.000
6.	المشاركة لفعالة من قبل الشباب الفلسطيني مع الجهات المختصة والتحاور من أجل حل المشكلات السياسية والاجتماعية	.620**	0.000
7.	المساهمة في زيادة الوعي الثقافي السياسي والاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني	.584**	0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

جدول (6)

نتائج الاتساق الداخلي - مجال "فعالية استخدام الاحتلال الإسرائيلي لمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافه"

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (.Sig)
1.	استطلاع الاحتلال الإسرائيلي في التأثير على الرأي العام الفلسطيني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	.719**	0.000
2.	استفاد الاحتلال الإسرائيلي من مواقع التواصل الاجتماعي لترسيخ التطبيع مع الدول العربية	.728**	0.000
3.	استخدم الاحتلال الإسرائيلي مواقع التواصل الاجتماعي لنشر روح الفرقة والانقسام بين أبناء الشعب الفلسطيني	.815**	0.000
4.	عدد المتابعين الفلسطينيين للصفحات الإسرائيلية يعد مؤشر على نجاح الاحتلال الإسرائيلي بالتغلغل داخل المجتمع الفلسطيني	.700**	0.000
5.	يستخدم الاحتلال الإسرائيلي مواقع التواصل الاجتماعي للتسويق للرواية الصهيونية	.712**	0.000
6.	يعتبر الاحتلال الإسرائيلي مواقع التواصل الاجتماعي مقياساً للمزاج العام الفلسطيني	.645**	0.000
7.	يبث الاحتلال الإسرائيلي الإشاعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لتحقيق غاياته	.646**	0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

## جدول (7)

نتائج الاتساق الداخلي - مجال "كيفية مجابهة محاولات التأثير على الرأي العام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي"

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (.Sig)
.2	مقاطعة الصفحات الإسرائيلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعدم التعاطي معها	.706**	0.000
.3	النهوض بالمحتوى الفلسطيني وجعله بالمستوى الذي يليق بالقضية الفلسطينية	.797**	0.000
.4	عدم اعتماد الصفحات الإسرائيلية كمصدر للأخبار و المعلومات	.751**	0.000
.5	الحذر من الذباب الإلكتروني الإسرائيلي	.817**	0.000
.6	نشر الرواية الفلسطينية	.812**	0.000
.7	فضح انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي	.722**	0.000
.8	نشر الوعي السياسي اتجاه القضية الفلسطينية	.712**	0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

## جدول (9)

نتائج الصدق البنائي للاستبانة

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	المجال
0.000	.489**	دور مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني
0.000	.732**	أثر المواقع الاجتماعية التفاعلية على المشاركة السياسية
0.000	.695**	مستقبل دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في الحياة السياسية
0.000	.665**	مدى الاستفادة التي يحققها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي
0.000	.502**	فعالية استخدام الاحتلال الإسرائيلي لمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافه
0.000	.523**	كيفية مجابهة محاولات التأثير على الرأي العام الفلسطيني من قبل الاحتلال الإسرائيلي
0.000	.488**	القضايا السياسية والاجتماعية التي يتداولها الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

جدول (11)

توزيع أفراد العينة حسب البيانات الشخصية

النسبة المئوية %	العدد	البيانات الشخصية ن = 186	
47.8	89	ذكر	الجنس
52.2	97	أنثى	
28.0	52	النجاح الوطنية	الجامعة
18.3	34	القدس المفتوحة	
7.5	14	العربية الأمريكية	
14.0	26	بيرزيت	
3.2	6	الاستقلال	
2.7	5	جامعة الخليل	
9.1	17	جامعة القدس	
2.7	5	الجامعة الإسلامية	
4.8	9	جامعة الأزهر	
3.8	7	جامعة الأقصى	
2.7	5	جامعة غزة	
2.2	4	جامعة الإسراء	
1.1	2	جامعة فلسطين	
3.8	7	القدس	مكان السكن
11.3	21	رام الله	
5.4	10	بيت لحم	
7.0	13	الخليل	
5.9	11	جنين	
34.4	64	نابلس	
4.8	9	طولكرم	
2.2	4	قلقيلية	
2.2	4	سلفيت	
1.6	3	طوباس	
18.8	35	غزة	
2.7	5	الداخل	
93.0	173	فيس بوك	
32.8	61	تويتر	
78.0	145	انستغرام	

النسبة المئوية %	العدد	البيانات الشخصية ن = 186	
14.5	27	لينكدان	
91.4	170	واتساب	
54.3	101	تيك توك	
80.1	149	فيسبوك ماسنجر	
55.4	103	تليغرام	
28.5	53	نعم	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحساب غير
71.5	133	لا	الاسم الحقيقي
73.7	137	نعم	المشاركة في حملات الدعم الإلكتروني للقضية
26.3	49	لا	الفلسطينية

### جدول (13)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيبية اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال "دور مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
1.	مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية تعطي مجالاً لخلق رأي عام	4.31	0.73	86.24	1	موافق بشدة	24.34	0.000
2.	مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية تمنح مساحة للتعبير وإبداء الرأي	4.01	0.89	80.22	4	موافق	15.52	0.000
3.	مشاركات الطلبة الجامعيين في مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية تعكس مدى التفاهم حول فكرة معينة أو العكس	4.05	0.85	80.97	2	موافق	16.76	0.000
4.	انضمام الطلبة الجامعيين لمجموعات متنوعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية يعد مقياساً للرأي العام حول أفكار تلك المجموعة	3.91	0.84	78.17	6	موافق	14.70	0.000
5.	يتأثر الرأي العام حول قضية معينة بالمشاركات المختلفة من قبل الطلبة الجامعيين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية	4.01	0.90	80.11	5	موافق	15.18	0.000
6.	تسعى الفصائل الفلسطينية للتأثير على الرأي العام وخاصة الشباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية	4.03	0.98	80.54	3	موافق	14.24	0.000

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
.7	تتيح مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية الفرصة أمام الشباب الفلسطيني لطرح أي قضية على الرأي العام	3.77	1.09	75.48	7	موافق	9.72	0.000
.8	جميع فقرات المجال معاً	4.01	0.49	80.25		موافق	28.14	0.000

## جدول (14)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيبية اختبار لكل فقرة من فقرات مجال "أثر المواقع الاجتماعية التفاعلية على المشاركة السياسية"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
1.	تساهم المواقع الاجتماعية في تعزيز إدراكي لأبعاد المشاركة السياسية للطلبة الجامعيين	3.87	1.01	77.42	7	موافق	11.76	0.000
2.	تزيد من قدرات الطلبة الجامعيين على تحليل الأحداث السياسية والربط فيما بينها	3.98	0.87	79.68	3	موافق	15.37	0.000
3.	تجعل الطلبة الجامعيين في حالة تفكير ونقد دائم لوضعهم ومشاركتهم في الحياة السياسية الفلسطينية	3.99	0.86	79.89	2	موافق	15.76	0.000
4.	تعدد الآراء عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول مختلف القضايا السياسية تزيد من القدرات على الحكم بدقة والنقد بحيادية	3.80	1.03	76.02	8	موافق	10.62	0.000
5.	متابعة مستوى المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني يجعلهم يشعرون بحالة من الإحباط	3.51	1.19	70.22	9	موافق	5.87	0.000
6.	غياب الخطاب الشبابي الموحد اتجاه بعض القضايا الجوهرية المتعلقة بمشاركتهم السياسية يولد لديهم حالة من النقمة واللامبالاة تجاه قضايا الحركة الشبابية بشكل عام	3.94	1.08	78.82	4	موافق	11.87	0.000
7.	يشعر الطلبة الجامعيين بالغضب عند وجود تيارات ترفض حقهم بالمشاركة السياسية وتتهكم على هذا الحق	4.24	0.76	84.73	1	موافق بشدة	22.32	0.000
8.	يشارك الطلبة الجامعيين في التجمعات الإلكترونية لدعم مختلف أشكال مشاركتهم السياسية	3.91	0.95	78.17	5	موافق	13.03	0.000

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
9.	يساهم الطلبة الجامعيين في إبداء الرأي للوصول إلى رؤية شبابية مشتركة لموضوع سياسي ما يجري الطلبة الجامعيين اتصالات مباشرة مع صناع القرار في حال معرفتهم بتعرض النشطاء السياسيين لانتهاك ما	3.89	0.88	77.74	6	موافق	13.68	0.000
10.	جميع فقرات المجال معاً	3.20	1.34	63.98	10	أرفض	2.03	0.044
		3.83	0.51	76.67		موافق	22.27	0.000

## جدول (15)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيبية اختبار t لكل فقرة من فقرات مجال "مستقبل دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في الحياة السياسية"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
1.	إنشاء صناعات القرار صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الشباب الفلسطيني	3.95	1.01	79.03	5	موافق	12.86	0.000
2.	إنشاء الأحزاب السياسية صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الشباب الفلسطيني	3.49	1.22	69.78	7	موافق	5.46	0.000
3.	تعيين خبراء في الإعلام وعلم الاجتماع لإدارة صفحات مواقع التواصل الاجتماعي لتكون أكثر فعالية وأكثر تواصلًا مع الشباب	4.15	0.97	82.90	2	موافق	16.15	0.000
4.	منح التجمعات الشبابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فرصة لتشكيل لوبي شبابي حيال القضايا السياسية	3.75	1.17	74.95	6	موافق	8.71	0.000
5.	المساهمة في تشكيل رأي عام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي	4.04	0.92	80.86	3	موافق	15.41	0.000
6.	المشاركة الفعالة من قبل الشباب الفلسطيني مع الجهات المختصة والتحاور من أجل حل	4.02	0.89	80.43	4	موافق	15.58	0.000

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
	المشكلات السياسية والاجتماعية المساهمة في زيادة الوعي الثقافي السياسي والاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني	4.16	0.94	83.12	1	موافق	16.82	0.000
.8	جميع فقرات المجال معاً	3.94	0.65	78.73		موافق	19.72	0.000

### جدول (19)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب وقيمة اختبار  $t$  لكل فقرة من فقرات مجال "القضايا السياسية والاجتماعية التي يتناولها الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
.1	النظم السياسية الحاكمة	2.65	1.11	52.90	9	ضعيف	-4.37	0.000
.2	حقوق الإنسان الفلسطيني	2.70	1.20	54.09	8	ضعيف	-3.36	0.001
.3	الحريات السياسية والاجتماعية	2.86	1.14	57.20	5	ضعيف	-1.68	0.095
.4	الاعتقالات وتقييد الحريات الإعلامية	3.58	1.20	71.61	1	ضعيف	6.61	0.000
.5	العادات والتقاليد السائدة في المجتمعات المختلفة	3.12	1.02	62.37	2	ضعيف	1.59	0.114
.6	قضايا المرأة	3.07	1.19	61.40	3	ضعيف	0.80	0.426
.7	منع المعارضة من الاشتراك في الحكم	2.95	1.15	59.03	4	ضعيف	-0.58	0.565
.8	الديمقراطية في المجتمعات المختلفة	2.84	1.15	56.88	7	ضعيف	-1.84	0.067
.9	موضوعات شخصية خاصة جداً	2.85	1.32	56.99	6	ضعيف	-1.56	0.121
.10	جميع فقرات المجال معاً	2.96	0.69	59.16		ضعيف	-0.83	0.408

جدول (20)

نتائج اختبار "T - لعينتين مستقلتين" - الجنس

مستوى الدلالة	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجنس	المجال
0.435	0.783	0.45	4.04	89	ذكر	مقاطعة الصفحات الإسرائيلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعدم التعاطي معها
		0.53	3.99	97	أنثى	
0.193	1.306	0.51	3.88	89	ذكر	النهوض بالمحتوى الفلسطيني وجعله بالمستوى الذي يليق بالقضية الفلسطينية
		0.51	3.79	97	أنثى	
0.993	-0.009	0.70	3.94	89	ذكر	عدم اعتماد الصفحات الإسرائيلية كمصدر للأخبار والمعلومات
		0.60	3.94	97	أنثى	
0.501	-0.675	0.74	4.05	89	ذكر	الحذر من الذباب الإلكتروني الإسرائيلي
		0.61	4.12	97	أنثى	
0.275	1.094	0.91	3.98	89	ذكر	نشر الرواية الفلسطينية
		0.72	3.85	97	أنثى	
0.007	*-2.723	0.66	4.50	89	ذكر	فضح انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي
		0.38	4.72	97	أنثى	
0.110	1.608	0.65	3.04	89	ذكر	نشر الوعي السياسي اتجاه القضية الفلسطينية
		0.72	2.88	97	أنثى	
0.563	0.580	0.41	3.89	89	ذكر	جميع مجالات الاستبانة
		0.31	3.86	97	أنثى	

\*الفرق بين المتوسطين دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

جدول (22)

نتائج اختبار "التباين الأحادي" - مكان السكن

مستوى الدلالة	قيمة "F"	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.471	0.975	0.235	11	2.585	بين المجموعات	مقاطعة الصفحات الإسرائيلية
		0.241	174	41.958	داخل المجموعات	عبر مواقع التواصل
			185	44.543	المجموع	الاجتماعي وعدم التعاطي معها
0.129	1.518	0.383	11	4.218	بين المجموعات	النهوض بالمحتوى الفلسطيني
		0.253	174	43.956	داخل المجموعات	وجعله بالمستوى الذي يليق
			185	48.173	المجموع	بالقضية الفلسطينية
0.282	1.213	0.502	11	5.522	بين المجموعات	عدم اعتماد الصفحات
		0.414	174	72.029	داخل المجموعات	الإسرائيلية كمصدر للأخبار
			185	77.550	المجموع	والمعلومات
0.302	1.183	0.531	11	5.845	بين المجموعات	الحذر من الذباب الإلكتروني
		0.449	174	78.171	داخل المجموعات	الإسرائيلي
			185	84.016	المجموع	
0.662	0.778	0.522	11	5.739	بين المجموعات	نشر الرواية الفلسطينية
		0.671	174	116.722	داخل المجموعات	
			185	122.461	المجموع	
0.229	1.299	0.376	11	4.133	بين المجموعات	فضح انتهاكات الاحتلال
		0.289	174	50.347	داخل المجموعات	الإسرائيلي
			185	54.480	المجموع	
0.705	0.734	0.353	11	3.878	بين المجموعات	نشر الوعي السياسي اتجاه
		0.480	174	83.575	داخل المجموعات	القضية الفلسطينية
			185	87.453	المجموع	
0.518	0.924	0.123	11	1.352	بين المجموعات	جميع مجالات الاستبانة
		0.133	174	23.140	داخل المجموعات	
			185	24.492	المجموع	

جدول (24)

نتائج اختبار "T - لعينتين مستقلتين" - المشاركة في حملات الدعم الإلكتروني للقضية الفلسطينية

مستوى الدلالة	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المشاركة	المجال
0.462	0.736	137	0.46	4.03	137	مقاطعة الصفحات الإسرائيلية عبر مواقع
		49	0.56	3.97	49	التواصل الاجتماعي وعدم التعاطي معها
0.158	1.417	137	0.48	3.86	137	النهوض بالمحتوى الفلسطيني وجعله
		49	0.58	3.74	49	بالمستوى الذي يليق بالقضية الفلسطينية
0.239	1.181	137	0.59	3.97	137	عدم اعتماد الصفحات الإسرائيلية كمصدر
		49	0.79	3.84	49	للأخبار والمعلومات
0.282	1.079	137	0.60	4.12	137	الحذر من الذباب الإلكتروني الإسرائيلي
		49	0.85	3.99	49	
0.185	1.329	137	0.81	3.96	137	نشر الرواية الفلسطينية
		49	0.83	3.78	49	
0.570	0.569	137	0.50	4.63	137	فضح انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي
		49	0.64	4.58	49	
0.135	1.500	137	0.68	3.00	137	نشر الوعي السياسي اتجاه القضية
		49	0.71	2.83	49	الفلسطينية
0.462	0.736	137	0.34	3.90	137	جميع مجالات الاستبانة
		49	0.41	3.78	49	

جدول (25)

نتائج اختبار "T - لعينتين مستقلتين" - الجنس

مستوى الدلالة	قيمة t	قطاع غزة			الضفة الغربية			الجنس	المجال
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد		
0.087	1.765	0.41	4.29	17	0.44	3.98	72	ذكر	مقاطعة الصفحات الإسرائيلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعدم التعاطي معها
		0.58	3.99	18	0.51	3.98	79	أنثى	
0.157	1.450	0.54	4.09	17	0.50	3.84	72	ذكر	النهوض بالمحتوى الفلسطيني وجعله بالمستوى الذي يليق بالقضية الفلسطينية
		0.65	3.79	18	0.47	3.78	79	أنثى	
0.859	0.179	0.79	3.90	17	0.69	3.94	72	ذكر	عدم اعتماد الصفحات الإسرائيلية كمصدر للأخبار والمعلومات
		0.59	3.86	18	0.60	3.95	79	أنثى	
0.196	1.321	0.77	4.23	17	0.73	4.01	72	ذكر	الحذر من الذباب الإلكتروني الإسرائيلي
		0.84	3.87	18	0.53	4.17	79	أنثى	
0.815	0.235	1.14	3.99	17	0.85	3.97	72	ذكر	نشر الرواية الفلسطينية
		0.83	3.91	18	0.70	3.83	79	أنثى	
0.644	-0.467	1.01	4.47	17	0.56	4.51	72	ذكر	فضح انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي
		0.51	4.60	18	0.35	4.75	79	أنثى	
0.031	*2.258	0.68	3.33	17	0.63	2.98	72	ذكر	نشر الوعي السياسي اتجاه القضية الفلسطينية
		0.84	2.74	18	0.69	2.91	79	أنثى	
0.178	1.377	0.57	4.02	17	0.37	3.86	72	ذكر	جميع مجالات الاستبانة
		0.46	3.78	18	0.27	3.87	79	أنثى	

\* الفرق بين المتوسطين دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .



**An-Najah National University  
Faculty of Graduate Studies**

**THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN  
AFFECTING THE PALESTINIAN PUBLIC  
OPINION FROM THE PERSPECTIVE OF  
PALESTINIAN UNIVERSITY STUDENTS**

**By  
"Mohammad Ziad" Haj Mohammad**

**Supervisors  
Dr. Othman Othman**

**This Thesis is submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree  
of Master of Political Planning and Development, Faculty of Graduate Studies, An-  
Najah National University, Nablus, Palestine.**

**2022**

# **THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN AFFECTING THE PALESTINIAN PUBLIC OPINION FROM THE PERSPECTIVE OF PALESTINIAN UNIVERSITY STUDENTS**

**By**  
**"Mohammad Ziad" Haj Mohammad**  
**Supervisors**  
**Dr. Othman Othman**

## **Abstract**

The study aimed to determine the role of social networking sites in influencing Palestinian public opinion towards the Palestinian issue from the point of view of Palestinian university students. Palestinian universities in the West Bank and Gaza Strip, with a sample of (186) singles.

The results were analyzed using the SPSS statistical program, where the researcher reached many results, the most important of which are: There is a clear role for social networking sites in influencing Palestinian public opinion, Palestinian youth feel angry at the process of influencing them and monitoring their content on social media, There is a contribution of social networking sites in increasing the cultural, political and social awareness of Palestinian youth.

Based on the results of the study, the researcher made several recommendations, the most important of which are: Encouraging young people to spread positive content on their pages and subscriptions, and to stay away from controversial issues, especially those related to partisan fanaticism, Boycotting sites and pages calling for vulgarity and not responding to them, whether by following up or transferring them. Enlisting social networking sites in directing Palestinian public opinion towards positive and sound behaviors, and building the foundations of the local community on the foundations of tolerance and acceptance of others, and avoiding partisan fanaticism.

**Keywords:** Social Networking Sites; Palestinian Public Opinion; The Palestinian Cause; Palestinian University Students.