

تاریخ للرسال (2015/06/02). تاریخ قبول النشر (2015/12/23)

*¹ د. محمد إبراهيم المدهون

² د. عبدالله جعفر وافي

أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، قطاع غزة،
فلسطين

² دائرة الاعتماد والجودة كلية الرباط الجامعية، قطاع غزة،
فلسطين

* البريد الإلكتروني للباحث المرسل:

e-mail address: engawafi@gmail.com

دور موقع التواصل الاجتماعي في تبني الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية

الملخص :

هدفت الدراسة إلى معرفة دور موقع التواصل الاجتماعي في تبني الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية، حيث استخدم الباحثان المنهج الوصفي، وقد تكون مجتمع الدراسة من طبقة الجامعات الفلسطينية النظامية في قطاع غزة وهي (الأقصى، الإسلامية، الأزهر)، وقد تم اختيار عينة عشوائية عددها (400) مبعوثاً ليحضروا للدراسة. فأنهت نتائج الدراسة ما يلي:

1. ما نسبته (95.25%) من عينة الدراسة يمتلكون حساباً على أحد مواقع التواصل الاجتماعي وأن موقع (Facebook) أكثرها استخداماً بما نسبته (98.20%).
2. تداول الحقوق السياسية الفلسطينية عبر موقع التواصل كان متخفضاً وليس كافياً، بحيث كان الوزن النسبي لتداول الحقوق السياسية الفلسطينية على موقع التواصل (51.7%), وأن الاهتمام بدعم الحقوق السياسية الفلسطينية من قبل المبحوثين كان كبيراً بحيث كان الوزن النسبي (66.4%).
3. مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً إيجابياً كبيراً في تبني الرأي العام الفلسطيني بما نسبته (73.20%).
4. الرأي العام يتاثر بقضية ما من خلال كثافة تداولها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي حسب رأي (75.10%) من المبحوثين.

كلمات مفتاحية :

موقع التواصل الاجتماعي، الرأي العام، الحقوق السياسية.

The Role of Social Networking Sites on the Mobilization of Palestinian Public Opinion to Support his Political Rights

Abstract

The study aimed to explore the role of social networking sites on the mobilization of Palestinian public opinion to support his political rights, where researchers used the descriptive approach, The study population consisted of students of Palestinian universities systemic in the Gaza Strip, (Al-Aqsa, Islamic, Al-Azhar), has selected random number sample (400 students) the subject of the study. the study concluded:

1. What percentage of (95.25%) of the study sample have an account on a social networking sites and (Facebook) more commonly used rating (98.20%).
2. Trading Palestinian political rights through networking sites was low and is not enough, so that the relative weight of the trading of the Palestinian political rights on networking sites (51.7%), and interest in supporting the Palestinian political rights by the respondents was so great that the relative weight (66.4%).
3. Social networking sites play a major positive role in mobilizing public opinion, including the Palestinian rate (73.20%).
4. Public opinion is influenced by what the cause of intensity during traded on the pages of social networking sites in the opinion of (75.10%) of the respondents.

Keywords:

Social Networking Sites, Public Opinion, Political Rights.

المقدمة:

يعتبر التغيير سنة حتمية في هذا الكون، وأن كل شيء يتغير على هذه الأرض ويبدل، وأن الإنسان إن لم يعمل على إدارة التغيير فسيأتي يوم ي العمل التغيير على إدارة الإنسان، لأن دوام الحال من المحال، وعلى الإنسان أن يتفاعل ويواكي هذا التغيير، لأن الإنسان إن ظل ساكناً جامداً ستذهب عليه رياح التغيير فتدفعه في اتجاهها مسلوب الإرادة (يوسف، 1989: 159). فقد أصبحت تقنيات الاتصال ونقل المعلومات رافداً أساسياً، وركناً مهماً في بناء منظومة الإنسان الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والثقافية، في ظل التحولات والتطورات المعرفية في هذا العصر، حيث شهدت المجتمعات الإنسانية خلال العقد الأخير من القرن الماضي، تطورات متسرعة ومتلاحقة لтехнологيا الاتصالات والمعلومات، ولعل أهمها يتمثل في شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت" التي تُعدّ أبرز ما توصل إليه العلم الحديث، ويعود كذلك من أهم الإنجازات البشرية في عصر المعلوماتية (المجالي، 2007: 2).

وقد سعى الباحثان لتقديم هذه الدراسة نظراً لما تميز به فلسطين من سخونة الأحداث على أرضها وزخمها الذي يستقطب اهتمام العالم بأسره، ولذا يتوقع الباحثان أن الدور المتوقع لموقع التواصل الاجتماعي يكون أكبر باعتبارها من أهم وسائل تعزيز تلك الحقوق الفلسطينية السياسية.

مشكلة الدراسة وأسئلتها:

شكلت وسائل الإعلام بفاعليتها وسطوتها أحدي أقوى أدوات المعرفة وتكون الوعي في مختلف المجالات السياسية، والثقافية، والاقتصادية، والاجتماعية، وقد لاحظ الباحثان أنه بسبب تتبع الأحداث والأخبار العاجلة في فلسطين وانشغال الإعلاميين الفلسطينيين بتغطيتها فإن ذلك كان على حساب تغطية ودعم قضاياه الكبرى وحقوقه المصيرية، في ضوء ما سبق يبرز السؤال الرئيس التالي: ما دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية؟ ويتفرع من السؤال الرئيس **السؤالين التاليين:**

1. ما مدى تفاعل موقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية؟
2. ما دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني؟

أهداف الدراسة:

1. معرفة مدى تفاعل موقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية.
2. معرفة دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني.

أهمية الدراسة:

وتكمّن أهمية الدراسة في الجوانب التالية:

1. حداثة موضوعاتها والتي تكاد تخلو المكتبة العربية من مثيلاتها في الوقت الراهن، وقد تبرز من خلال ما يمكن أن تتوصل هذه الدراسة من مدلولات نظرية وفكرة باعتبارها تمثل استجابة حقيقة لإحدى أبرز القضايا والتحديات الرئيسة التي تواجه المواطن الفلسطيني.
2. أهمية استغلال موقع التواصل الاجتماعي لدعم الرأي العام لصالح الحقوق السياسية الفلسطينية.

مصطلحات الدراسة:

- أ. الرأي العام: يعرفه (كحيل، 1987: 36) بأنه مجموع الآراء الفردية لجماعة من الأفراد ، بل هو ما يتم التوصل إليه جراء عمليات الإقناع والاقناع من الرأي، حيث يمثل الأغلبية الرأي العام. وتوصل الباحثان إلى تعريف الرأي العام بأنه: مجموع من الأفكار والمفاهيم التي تعبر عن مواقف مجموعة أو عدة مجموعات اجتماعية إزاء أحداث أو ظواهر من الحياة الاجتماعية إزاء نشاط الطبقات والأفراد ، وأنها التوجه السائد لأكثريّة المجتمع في قضية معينة، أو موقف معين، ينتج نتيجة الحراك الديناميكي والتفاعلي ما بين الأفراد ، يتشكل على أساسه هذا الاتجاه ويكون بشكل فعال كلما ارتفعت نسبة الوعي السياسي لدى المجتمع.
- ب. موقع التواصل الاجتماعي: يعرفها الباحثان كمصطلح إجرائي لهذه الدراسة بأنها: عبارة عن موقع إلكترونية تقدم خدمات تتركز في بناء التواصل الاجتماعي وتعزيزه، وتبادل الاتصال بين الناس الذين تجمعهم نفس الاهتمامات والأنشطة، أو لمن يهتمون باكتشاف ميول وأنشطة الآخرين.
- ت. الحقوق السياسية الفلسطينية: ارتأى الباحثان أن يختصا في هذه الدراسة بالحقوق السياسية الفلسطينية السياسية، والتي تتمثل في قضايا الحل النهائي التي تم تأجيلها في اتفاقية أوسلو ، وهذه الحقوق السياسية هي: (حق القدس- حق عودة اللاجئين - حق تحرير الأسرى- حق ترسيم الحدود- حق إنهاء الاستيطان- حق المياه).

حدود الدراسة:

الحد الموضوعي:

تناول الدراسة دور موقع التواصل الاجتماعي في نوعية الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية.

الحد الزماني:

امتدت فترة الدراسة من تاريخ (25-09-2013م حتى 25-12-2014م).

متغيرات الدراسة:

1. المتغير التابع: دعم الحقوق السياسية الفلسطينية.

2. المتغير المستقل: دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

أ. الإطار النظري:

الرأي العام:

ازدادت أهمية الرأي العام في المجتمع المعاصر نتيجة لظروفه الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، كما برزت قوة الرأي العام وتأثيره بعد التطور الهائل والكبير الذي شهدته وسائل الإعلام الجماهيرية ووسائل الاتصالات والتكنولوجيا، حيث وفرت شبكة الإنترنت عبر خدماتها وتطبيقاتها وأدواتها الإلكترونيّة مجالاً رحباً لخلق رأي عام ملموس ، وأصبحت الواقع الإلكترونيّة تتيح للمشترين فرصـة المشاركة وإبداء الرأي، والوصول السهل إلى المعلومات والاطلاع على الآراء المتقاضة وعرض ما لديهم من أراء للنقاش والتداول (العبد، 2000، 64).

يعتبر الرأي العام مظلة لوجود المجتمع السياسي، حيث يعكس الرأي السائد للمجتمع، والذي لا يمكن تجاهله، فقد عاصر وجود الجماعات الإنسانية منذ بدأ تكونها في صورة مجتمعات، ويرتبط وجود الرأي العام من عدمه بالوعي السياسي لدى أي شعب من الشعوب، إذ ينشأ الرأي

العام نتيجة تكون الوعي السياسي لدى الجماهير الذي يساعدها في إعمال الرأي والفكر وإبداء وجهات النظر تجاه ما يثور من جدل ونقاش حول القضايا العامة التي تمس المصالح الجوهرية للشعب (سراج، 1986: 16) أما مراحل الرأي العام فقد أوردها (عبد، 2004: 91) كما يلي:

المرحلة الأولى: تعبر عن الأشكال المبكرة والسلطة للمجتمعات السياسية حيث يكون الرأي العام سلبياً يتعارض مع السلطة الموجودة أكثر منه مؤيد لها مهما كانت أخطاؤها، لأنه لا يعرف شيئاً أفضل أو لأنه لا يرى طريراً للإصلاح، وربما لأنه يشعر بوازع ديني مفرون بالخوف يجعله يحترم السلطة. المرحلة الثانية: فهي تتميز بالتصادم أو الصراع بين إرادة الحاكم المستبد ومواليه، وبين المعارضة على الجانب الآخر، وفي هذه المرحلة يبدأ الرأي العام في التحقق من قوته ويبداً في السؤال عن حقوقه وواجباته، وتحسم مرحلة الصراع هذه إما بالموافقة أو بالعنف. أما المرحلة الثالثة: يمكن الوصول إليها إذا أمكن أن تتأكد إرادة أغلبية المواطنين في جميع الأوقات، دون الحاجة إلى صناديق الاقتراع، وهذه الحالة تسمى حكم بواسطة الرأي العام.

موقع التواصل الاجتماعي:

تعد موقع التواصل الاجتماعي من أهم الإنجازات العلمية التي شهدتها القرن الحالي، وذلك لما أحدثته من ثورة في تكنولوجيا الاتصال جعلت من عالمنا المعاصر مدينةً واحدةً لا تعرف بحدود الزمان والمكان، وتضم موقع التواصل الاجتماعي مجموعة هائلة من مصادر المعلومات، كما أنها توفر من خلال أدواتها الكثير من الخدمات المختلفة، والتي تتيح للجميع إمكانية الاستفادة من هذه الخدمات، من خلال توظيفها في المجال الخاص بهم.

ويمكن تلخيص دور موقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام من خلال النقاط التالية: (أبو زيد، 2012: 69)

- بلورة المشكلات ومناقشة الآراء والمقترنات:** تتبع أهمية موقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام وبلورة المشكلات ومناقشة الآراء والمقترنات من خلال ما ينتج عنها من سعة الأفق لدى الأفراد وتنمية الوعي السياسي والتلفزيوني لديهم.
- نقل الخبرات:** كما أنها تنقل إليهم الخبرات والتراجم والمعلومات، وبالتالي فإنها تقيدهم في تقليب وجهات النظر، ومناقشة الموضوعات.
- التركيز على القضايا والأحداث الهامة:** إن موقع التواصل الاجتماعي قادر على تصوير القضايا والأحداث والأشخاص على خلاف الواقع الفعلي، وتقديم تلك التصورات للجمهور على أنها تمثل الصورة الحقيقة، وذلك من خلال توظيف مفهوم الصورة الذهنية.
- التأثير على الرأي العام:** بهذا يتضح الدور الكبير الذي تلعبه موقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام، وتشكيل توجهاته واتجاهاته، أو تعنته باتجاه أهداف أو قضايا معينة، وتستخدم كوسيلة للتأثير وتغيير الاتجاهات وخلق توجهات واتجاهات.
- إمكانية ضبط الرأي العام:** موقع التواصل الاجتماعي من وسائل الضبط الاجتماعي المهمة في أي مجتمع كان، حيث تعمل على التوجيه، وغرس قيم وممارسات اجتماعية حديثة تحول إلى تغيرات في المفاهيم و السلوك الفردي والمجتمعى من خلال خدمات وميزات تساهم في توجيه الرأي العام وتكوينه.

ويرى الباحثان أن الرأي العام في العصر الحديث يتبلور - غالباً - من خلال وسائل الإعلام، ويتضاعف ذلك مع التطورات النوعية المتزايدة في مجالات تقنية الاتصالات، والتي منحت وسائل الإعلام إمكانيات وقدرات هائلة في التأثير على الآخرين، الأمر الذي جعل من وسائل الإعلام عاملًا رئيساً من العوامل المؤثرة على الرأي العام، إن لم يكن أهم تلك العوامل، حيث وفرت شبكة التواصل الاجتماعي تقنيات مميزة لمستخدميها يستطيعون من خلالها الوصول إلى أكبر قدر من المعلومات بسهولة كبيرة، وتكلفة منخفضة، كما منحت وسائل التكنولوجيا الحديثة لا سيما الواقع الاجتماعي للمستخدمين ميزات مكنتهم من المشاركة بأرائهم والتعليق على القضايا المثاررة والمطروحة أو

حتى طرح قضايا جديدة للنقاش ولخلق رأي عام تجاهها، إلى جانب أنها دمجت جماعات كثيرة جديدة لم تكن لمشاركة من قبل في تكوين الرأي العام.

الحقوق السياسية الفلسطينية:

بالعودة إلى بعض الوثائق الأممية والمصادر الأساسية المتعلقة بالحقوق لاسيما الإعلان العالمي لحقوق الإنسان تتمحور قائمة بالحقوق التي يجب أن يتمتع بها الإنسان، بغض النظر على جنسه ولونه ومكان سكنه ووضعه الاقتصادي أو الاجتماعي أو السياسي، فالحقوق السياسية الفلسطينية تتبع من حقوق الإنسان المنشورة التي كفلتها الشرائع السماوية ونصت عليها الدساتير الأرضية، وهي كثيرة جداً، لذلك ارتأى الباحثان أن يختصا في هذه الدراسة بالحقوق السياسية الفلسطينية السياسية، والتي تتمثل في قضايا الحل النهائي التي تم تأجيلها في اتفاقية أوسلو وذلك كونها قضايا كبيرة أمام الرأي العام الفلسطيني ومحل إجماع من معظم الفصائل الفلسطينية، وهذه الحقوق السياسية هي: (حق ترسيم الحدود- حق القدس- حق عودة اللاجئين - حق تحرير الأسرى- حق إنهاء الاستيطان- حق المياه).

ب. الدراسات السابقة:

تشكل الدراسات السابقة منطلقاً أساسياً للأبحاث التي تلتها وقد قام الباحثان بعرض بعض الدراسات التي رجع إليها في تحديد مشكلة الدراسة من خلال تقسيمه لهذه الدراسات إلى محورين للإفادة بجوانب موضوع الدراسة حسب ما يتتوفر من دراسات ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة بموضوع الدراسة، وهي على النحو التالي:

1. دراسة أبو صلاح (2014): بعنوان "استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لموقع التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققّة" هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لموقع التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققّة، وتدرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، استخدم الباحثان منهج الدراسات المحسّنة معتمدًا على نظرية الاستخدامات والإشاعات، واستخدم صحيفـة الاستقصاء كأدلة رئيسـة لجمع البيانات من المبحوثـين، والمقابلـة كأدلة ثانـوية، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامـها 390 مفردة موزـعـين على طلـبة الجامـعـات الـفـلـسـطـينـيـة الـنـظـامـيـة بـقـطـاعـغـزـةـ، وـتوـصـلـتـ الـدـرـاسـةـ إـلـىـ عـدـةـ نـتـائـجـ أـبـرـزـهاـ:

أ. أن 90% من أفراد العينة المبحوثة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي، وبيّنت الدراسة أن الفيس بوك هو أكثر موقع التواصل الاجتماعي واستخداماً بنسبة 95% من العينة.

ب. وتصدر دافع التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج سبب استخدام موقع التواصل، تلاه دافع الحصول على المعلومات واكتساب خبرات.

2. دراسة حمودة (2013): بعنوان "دور موقع التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية" هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به موقع التواصل الاجتماعي، في تحفيـزـ الشـبابـ الـفـلـسـطـينـيـ للمـشارـكةـ فيـ القـضـاياـ المجتمعـيةـ، وـتـسـتـخـدمـ هـذـهـ الـدـرـاسـةـ منـهـجـ المسـحـ الـاجـتمـاعـيـ، يـتـمـثـلـ مجـتمـعـ الـدـرـاسـةـ الـمـيدـانـيـ فيـ جـمـيعـ الشـابـ الـفـلـسـطـينـيـ منـ الـمرـحلةـ العـمـرـيـةـ (15)ـ سـنـةـ إـلـىـ اـقـلـ مـنـ (35)ـ مـنـ الذـكـورـ وـالـإـنـاثـ، وـقـدـ اـعـتـدـتـ هـذـهـ الـدـرـاسـةـ عـلـىـ منـهـجـ المسـحـ لـعـيـنةـ مـنـ الشـابـ الـفـلـسـطـينـيـ فـيـ الصـفـةـ الغـرـبـيـةـ وـقـطـاعـغـزـةـ وـالـقـدـسـ الشـرـيفـ، وـالـتـيـ بلـغـ قـوـامـهـ (410)ـ مـبـحـوـثـاـ.

وأوضحـتـ نـتـائـجـ الـدـرـاسـةـ:

أ. أن جميع المبحوثين يستخدمون الموقع الاجتماعي إذ جاءت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم 96.1%， وبلغت نسبة الذين يستخدمونها أحياناً 3.9%， كما أن المبحوثين يتبعون القضايا المجتمعية على موقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة بلغت 99.3%， إذ جاءت نسبة من أجابوا بنعم 82.2%， وأحياناً بنسبة 17.1%， في حين أن 0.7% أجابوا بعدم المتابعة.

ب. كما أشارت الدراسة إلى أن المبحوثين يعتقدون عدم كفاية ما تتناوله مواقع التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية جاءت بالترتيب حسب عدم الكفاية وفقاً لل التالي:

(اللاجئين، تهويد القدس وضياع الهوية الفلسطينية، الاستيطان، الأسرى، المياه، البطالة، الانقسام والمصالحة الوطنية، ارتفاع الأسعار، قضية الوقود والكهرباء، الرواتب).

3. دراسة العقاد (2013): بعنوان "دور موقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني" هدفت هذه الدراسة إلى توصيف دور موقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، بحيث اتبعت منهج المسح لعينة من طلبة الجامعات الفلسطينية مكونة من (382) طالب وطالبة، وأهم نتائج الدراسة ما يلي: أ. وجود إقبال كبير في أوساط الشباب الفلسطيني الجامعي على استخدام موقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت تصل نسبتهم إلى 95%.

ب. اتضح أن الفيس بوك Facebook كان أكثر موقع التواصل الاجتماعي استخداماً بشكل عام من قبل هؤلاء الشباب وذلك بنسبة 95.3%.

4. دراسة زودة (2012): بعنوان "دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام- الثورة التونسية أنموذجًا" هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي لعبه الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسمى، وأوضحت نتائج الدراسة:

أ. اعتبار موقع الفيسبوك الشبكة الأكثر استخداماً لدى المبحوثين وهذا بنسبة 79.68%.

ب. ساهمت مواقع الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي وتوجيهه صوب خدمة مصالح الثورة التونسية، لكنها لم تصنف الثورة التونسية وإنما ساهمت بشكل فعال و مباشر في إنجاحها.

ج. أكثر من ثلثي المبحوثين يرون أن المدونين قادرون على تغيير النظام وهذا ما نسبته 71.8%.

5. دراسة عابد (2012): بعنوان "دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي" هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور موقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى جمهور طلبة الجامعات الفلسطينية، واعتمدت على مدخل نظرية الاستخدامات والاشياء، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحث الوصفية التحليلية، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح لعينة من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، حيث قام الباحثان باختيار عينة عشوائية طبقية من الطلبة بلغ قوامها (500) مبحث، وأوضحت نتائج الدراسة:

1. تفوق البريد الإلكتروني على باقي مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام في المرتبة الأولى، وبنسبة (88.8%) يليه في المرتبة الثانية الفيس بوك، وبنسبة (79.8%).

2. وأظهرت نتائج الدراسة أن طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى في منازلهم، وبنسبة (89.6%)، وتتراوح مدة استخدامهم لها ما بين الساعة إلى أقل من 3 ساعات، وبنسبة (40.4%).

3. وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر لغات التواصل تداولاً لدى طلبة الجامعات الفلسطينية أثناء استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي هي اللغة العربية بنسبة (66.8%) وأنهم يتقنون بها وبالدور الذي تقوم به في تشكيل الرأي العام لديهم بدرجة متوسطة بلغت نسبتها (85.2%).

التعليق على الدراسات السابقة:

في ضوء اطلاع الباحثين على هذه الدراسات تبين ما يلي:

1. اتفقت الدراسة مع معظم الدراسات السابقة على أن شبكة "فيسبوك" هي الأكثر استخداماً من بين موقع التواصل الاجتماعي بينما اختلفت مع دراسة (عابد، 2012) التي توصلت إلى أن البريد الإلكتروني هو الأكثر تداولاً.
2. اتفقت الدراسة مع جميع الدراسات السابقة أن فئة الشباب - والتي تعد أهم فئات تركيبة المجتمع - تتفاعل بشكل كبير مع موقع التواصل الاجتماعي، مما أدى لسعي الباحثين للاستفادة من هذه الميزة والسعى للنهوض بمجتمعاتهم من خلال توعية شبابه وتعبئته الرأي العام عبر موقع التواصل الاجتماعي.
3. أجريت جميع الدراسات السابقة في الثلاث سنوات الأخيرة، مما يدل على أن موضوع الموقع الاجتماعية قد لفت انتباه الباحثين في المجتمع العربي والفلسطيني بسبب أن الدخول لموقع التواصل الاجتماعي أصبح من الطقوس اليومية التي يمارسها أغلب الشباب ليستقوا منها الأخبار وينمووا علاقاتهم وصداقاتهم.
4. أجمعت الدراسات السابقة على تتمامي دور موقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الرأي العام العربي والعالمي، حيث أدت وسائلها دوراً مهماً في إثراء المجال الإعلامي.
5. نتائج الدراسات السابقة أثبتت أن موقع التواصل الاجتماعي أصبح ذات مصداقية واعتمادية من قبل مرتداتها وأن تلك الواقع أصبحت مصدر حشد للمشاركة في الحراك السياسي والوطني، وأنها أدت دوراً كبيراً في الثورات العربية من خلال التسويق بين الناشطين.

الطريقة والإجراءات:**1. منهج الدراسة:**

استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على تقصي الحقائق من أجل وصف حالة الظواهر كما هي موجودة في الواقع دون تدخل الباحثين في مجرياتها.

2. مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعات النظامية في قطاع غزة، وهذه الجامعات هي (الجامعة الإسلامية، جامعة الأقصى، جامعة الأزهر) والبالغ عددهم (52459) طالب وطالبة، وفقاً للسجلات الرسمية لعمادات القبول والتسجيل في تلك الجامعات للعام 2014 موزعين حسب الجدول (1).

وتم استخدام أسلوب العينة العنقودية في اختيار عينة الدراسة لأنها الأسلوب المناسب في تمثيل عينة الدراسة وفقاً للجنس المبحوث والجامعة التي ينتمي إليها الطالب، وقد بلغ العدد المناسب وفقاً لقانون العينات 384 مفردة وتم زيادة العينة إلى 400 مفردة خشية عدم الاستجابة من قبل المبحوثين وهذا الحجم من المفردات مناسب لإجراء التحليل الإحصائي والجدول (1) يوضح توزيع أفراد العينة:

جدول 1 يوضح توزيع مجتمع الدراسة حسب الجنس وجامعة الدراسة						
جامعة الأقصى		جامعة الأزهر		الجامعة الإسلامية		الجنس
إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	
15427	6374	7068	6078	10720	6792	المجتمع
117	49	54	46	82	52	العينة

إحصائيات رسمية وفقاً للسجلات الرسمية لعمادات شؤون القبول والتسجيل للعام 2014

3. مصادر جمع المعلومات:

اعتمدت الدراسة على مصادرين لجمع المعلومات وهما:

- المصادر الثانوية: تم الرجوع إلى مصادر البيانات الثانوية لمعالجة الإطار النظري للبحث، والتي تتمثل في الكتب، والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات، والمقالات، والتقارير، والابحاث، والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث، والمطالعة في موقع الإنترنت المختلفة.
- المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث، تم جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأدلة رئيسة للبحث، صممت خصيصاً لهذا الغرض، وقد تم تفريغ وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي Statistical Package for the Social Sciences, SPSS".

4. الوصف الإحصائي لأفراد العينة وفق البيانات الأولية:

قام الباحث بعرض وصف لعينة الدراسة وفقاً للبيانات الأولية في الدراسة وقد كانت حسب الجدول التالي:

جدول 2 يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً للبيانات الأولية		
النسبة المئوية %	العدد	الجنس
36.75	147	ذكر
63.25	253	أنثى
جامعة الدراسة		
33.50	134	الجامعة الإسلامية
25.00	100	جامعة الأزهر
41.50	166	جامعة الأقصى
التخصص		
28.50	114	تخصص علمي
71.50	286	علوم إنسانية
امتلاك حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي		
95.25	381	نعم
4.75	19	لا
%100.0	400	المجموع

أ. توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

يبين جدول (2) أن ما نسبته (36.75%) من عينة الدراسة من طلبة الجامعات هم من الذكور، بينما ما نسبته (63.3%) هم من الطلبة الإناث، ويعزى ذلك إلى اهتمام الشعب الفلسطيني بالتعليم وعدم التفرقة بين الذكور والإإناث في الأسرة، حيث أن عدد الإناث في المجتمع الفلسطيني يفوق عدد الذكور، بالإضافة إلى صعوبة الوضع الحالي في القطاع مما يدفع الذكور الشاب أبناء العائلات المستورة إلى ترك قاعات الدراسة والاندفاع إلى ميادين العمل لمساعدة أسرهم ماديًّا، واتفقت الدراسة مع دراسة (أبو صلاح، 2014) في توزيع أفراد العينة

ويرجع السبب في ذلك إلى أن الدراستين تم إعدادهما في نفس الفترة الزمنية، وعلى نفس الجامعات النظامية بقطاع غزة، مما يدل على أن العينة المنتقاة هي بالفعل مجال اهتمام الباحثين بغزة ورأي هذه الشريحة المجتمعية يعكس رأي المجتمع الفلسطيني ككل.

ب. توزيع أفراد العينة حسب جامعة الدراسة:

يبين جدول (2) أن ما نسبته (33.50%) من عينة الدراسة هم من طلبة الجامعة الإسلامية، بينما ما نسبته (25.0%) هم من طلبة جامعة الأزهر، وما نسبته (41.50%) هم من طلبة جامعة الأقصى، ويرجع ذلك إلى كون جامعة الأقصى حكومية ورسومها أقل من الجامعات الخاصة بالإضافة إلى أن جامعة الأقصى نهضت خلال الأعوام القليلة الماضية نهضة علمية وأكademie كبيرة مما رغب الطلبة بالالتحاق بها، كما أن جامعتي الأقصى والإسلامية يمتلكان مقرات دائمة في المحافظات الجنوبية مما زاد من إقبال الطلبة والطالبات عليها.

ج. توزيع أفراد العينة حسب التخصص:

يبين جدول (2) أن ما نسبته (28.50%) من عينة الدراسة هم من الذين يدرسون في التخصصات العلمية، بينما ما نسبته (71.50%) هم من الذين يدرسون في تخصصات العلوم الإنسانية، ويرجع الباحثان النسبة المرتفعة لطلبة تخصص العلوم الإنسانية إلى أن تخصصات العلوم الإنسانية تشمل طلبة وطالبات كليات الصحافة والإعلام والحقوق والتجارة بأقسامها المختلفة مما أدى إلى تفاعل طلبة هذه الكليات واجذابهم نحو موضوع الرسالة الحالية مما زاد رغبتهم بالمشاركة في تعبئة الاستبانة بدقة وحرص.

د. توزيع أفراد العينة حسب امتلاك حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي:

يبين جدول (2) أن ما نسبته (95.25%) من عينة الدراسة هم من يمتلكون حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي، بينما ما نسبته (4.75%) هم من الذين لا يمتلكون حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي لم يكملوا تعبئة الاستبانة وسيتم استثناؤهم من تحليل البيانات في بقية الدراسة، ويلاحظ الباحثان أن نسبة الطلبة الذين يملكون حسابات على مواقع التواصل مرتفعة جداً مقارنةً مع زملائهم الذين لا يملكون حسابات على مواقع التواصل ويدل ذلك على انتشار ظاهرة موقع التواصل الاجتماعي وأنها أصبحت من الضروريات التي لا يستغني عنها أفراد المجتمع الفلسطيني ويؤكد هذه النسبة المرتفعة دراسة (أبو صلاح، 2014)، حيث كانت نسبة من يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي (90%)، وكذلك دراسة (حمودة، 2013) بينت أن نسبة من يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم (96.1%).

هـ. توزيع أفراد العينة حسب أي موقع التواصل الاجتماعي تفاعلاً معها:

يبين جدول (3) أن ما نسبته (98.20%) من عينة الدراسة هم من الذين يتفاعلون على موقع Facebook، بينما ما نسبته (35.40%) هم من الذين يتفاعلون على موقع Twitter، بينما ما نسبته (1.60%) هم من الذين يتفاعلون على موقع LinkedIn، بينما ما نسبته (44.90%) هم من الذين يتفاعلون على موقع Blogger، بينما ما نسبته (33.60%) هم من الذين يتفاعلون على موقع Google+، بينما ما نسبته (1.80%) هم من الذين يتفاعلون على موقع MySpace، بينما ما نسبته (2.90%) هم من الذين يتفاعلون على موقع Flicker.

ويتبين أن معظم الطلبة المبحوثين يستخدمون شبكة (فيسبوك) لما لهذه الشبكة من قبول عالمي - وليس فلسطيني فحسب - لدى الجماهير ناتجةً عن سهولة استخدامها وعصرية فكرة عملها وتلبيتها لاحتياجات الناس لغرض التواصل، وهذا يدل على أهمية وحساسية التعامل مع شبكة (فيسبوك) بالذات.

وتؤكّد هذه النتيجة معظم الدراسات التي تم سردها في الفصل الثاني من الدراسة مثل دراسة: (العقاد، 2013) حيث بينت الدراسة أن ما نسبته (95.3%) يستخدمون موقع (فيسبوك)، يليه موقع (يوتيوب).

وكذلك اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (زودة، 2012) التي أشارت إلى أن موقع (فيسبوك) هو الأكثر استخداماً بنسبة تصل إلى 79.68% من العينة الكلية.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (عابد، 2012) التي أشارت إلى أن البريد الإلكتروني هو أكثر المواقع تداولاً بنسبة 88.8%، يليه (فيسبوك) بنسبة 79.8% وهذه النتيجة ربما كانت منطقية في حينه بحيث أن معظم الشباب قبل ثلاث سنوات كانوا يعتمدون البريد الإلكتروني والماسنجرات للتواصل الاجتماعي ثم تحولوا تدريجياً إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي أغنتهم عن كل ما سواها.

جدول 3 توزيع أفراد العينة حسب أي موقع التواصل الاجتماعي تفاعل معها			
موقع التواصل الاجتماعي	العدد	النسبة المئوية%	النسبة المئوية من حجم العينة الأصلي
Facebook	374	44.10	98.20
Twitter	135	15.9	35.40
LinkedIn	6	0.70	1.60
Blogger	16	1.90	4.20
YouTube	171	20.20	44.90
Google+	128	15.10	33.60
MySpace	7	0.80	1.80
Flicker	11	1.30	2.90
المجموع	848	100.0	

5. أداة الدراسة:

الاستبانة هي أداة الدراسة الوحيدة حيث احتوت على (42) فقرة، وقد اعتمد الباحثان في تصميم الاستبانة على خبرتهمما وعلى الدراسات السابقة في مجال الدراسة، وقد قام الباحثان بعرض أداة الدراسة (الاستبانة) على مجموعة من المحكمين، وقد قام الباحثان بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة. وقد حدد الباحثان القيم (1، 2، 3، 4، 5، 6، 7، 8، 9، 10) كتقديرات لكل فقرة من فقرات الاستبانة، حيث يعتبر اختيار القيمة (1) عن الحد الأدنى من الرضا، و اختيار القيمة (10) للتعبير عن الحد الأقصى من الرضا.

6. صدق أداة الدراسة:

- **صدق المحكمين:** تم عرض الاستبانة على عدد (12) محكماً من ذوي الاختصاص للتأكد من سلامة الصياغة وانتفاء الفقرات لأبعاد الاستبانة، والتتأكد من مدى صلاحية هذه الأداة لقياس الأهداف المرتبطة بهذه الدراسة، وقد استجاب الباحثان لآراء المحكمين، وتم اعتماد الاستبانة بعد التعديل.
- **صدق الاتساق الداخلي:** تم حساب صدق الاتساق الداخلي من خلال إيجاد معاملات الارتباط لمجالات وفقرات الاستبانة، كما هو موضح في الجداول التالية:

نتائج الاتساق الداخلي للمجالات الدراسة:

يوضح جدول (4) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال والدرجة الكلية للمجال الذي تنتهي إليه، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) وبذلك تعتبر المجالات صادق لما وضع لقياسه.

جدول 4 معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال والدرجة الكلية للمجال الذي تنتهي

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون لارتباط	الفقرة	م
مدى تفاعل موقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية			
*0.000	0.834	حق القدس	-1
*0.000	0.892	حق عودة اللاجئين	-2
*0.000	0.801	حق المياه	-3
*0.000	0.869	حق تحرير الأسرى	-4
*0.000	0.818	حق ترسيم الحدود	-5
*0.000	0.920	حق إنهاء الاستيطان	-6
دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني			
*0.001	0.467	تعطي موقع التواصل الاجتماعي مساحة مفتوحة للجماهير للتعبير وإبداء الرأي.	-7
*0.002	0.431	تسهم موقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الشارع الفلسطيني.	-8
*0.000	0.517	يتتأثر الرأي العام بقضية ما من خلال كثافة تداولها على صفحات موقع التواصل الاجتماعي.	-9
*0.000	0.548	تسعى الفصائل الفلسطينية لاستقطاب الرأي العام من خلال صفحاتها على موقع التواصل الاجتماعي.	-10
*0.010	0.366	تستخدم الجهات المعادية موقع التواصل الاجتماعي لتضليل الرأي العام الفلسطيني.	-11
*0.001	0.462	آلية عمل موقع التواصل الاجتماعي تسهل مهمة "الغزو الفكري" للمجتمع الفلسطيني.	-12
*0.000	0.481	شنت العديد من الجهات المعادية للشعب الفلسطيني "حرباً نفسية" عليه عبر موقع التواصل الاجتماعي.	-13
*0.000	0.568	تستخدم بعض الجهات الوطنية موقع التواصل الاجتماعي لتوسيعه الرأي العام الفلسطيني بحقوقه.	-14
*0.000	0.648	تلعب موقع التواصل الاجتماعي دوراً في نشر الوعي السياسي بطرق المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية.	-15
*0.000	0.480	تمنح التجمعات الشبابية على موقع التواصل الاجتماعي فرصه لتشكيل لوبي شبابي حيال القضايا السياسية.	-16
*0.000	0.502	يتم تداول صور ومقاطع فيديو على موقع التواصل الاجتماعي تسهم في توسيعه الرأي العام الفلسطيني.	-17
*0.000	0.610	يسهم (الهاشتاق أو الوسم) التي يطلقها بعض الناشطين على موقع التواصل الاجتماعي في توسيعه الرأي العام الفلسطيني.	-18
*0.000	0.602	يساعد استخدام (الإنفوغرافيك): الذي يجمع بين الصور والمعلومات المكثفة في صورة واحدة رسومية) عبر صفحات موقع التواصل الاجتماعي في توضيح بعض الحقائق للرأي العام.	-19
*0.000	0.479	تستغل الجهات المعادية للفلسطينيين تقنيات موقع التواصل الاجتماعي بكفاءة أعلى من الجهات الوطنية للتأثير السلبي على الرأي العام الفلسطيني.	-20

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

"Structure Validity": الصدق البنائي:

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تزيد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة، وللحصول على الصدق البنائي تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة كما في جدول (5).

جدول 5 معامل الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة			
المقدمة الاحتمالية (sig)	معامل بيرسون للارتباط	المجال	م
*0.000	0.831	مدى تفاعل موقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية.	-1
*0.000	0.758	دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني.	-2

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

يتضح من جدول (5) أن جميع معاملات الارتباط في جميع مجالات الاستبانة دالة إحصائياً، وبدرجة قوية عند مستوى معنوية $\leq \alpha$ (0.05) وبذلك تعتبر جميع مجالات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

7. ثبات أداة الدراسة:

تحقق الباحثان من ثبات الاستبانة من خلال ما يلي:

الثبات بطريقة ألفا كرونباخ (Alpha):

لقد تم التأكيد من ثبات أداة الدراسة من خلال بطريقة "ألفا كرونباخ (Alpha)"، وباستخدام طريقة "التجزئة النصفية (Split-Half)" كما هو في الجدول التالي:

جدول 6 نتائج معاملات ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لمجالات الاستبانة				
معامل الارتباط المعدل	معامل الارتباط	معامل ألفا كرونباخ	المجال	م
0.923	0.858	0.926	مدى تفاعل موقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية	-1
0.737	0.584	0.752	دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني	-2
0.819	0.693	0.925	الدرجة الكلية للاستبانة	

يتضح من الجدول (6) أن معاملات ألفا كرونباخ لمجالات الاستبانة هي معاملات ثبات عالية لاقربها من الواحد الصحيح كما، وأن معاملات الارتباط لمجالات الاستبانة هي معاملات ثبات عالية، وتفي بأغراض الدراسة.

8. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

للإجابة على أسئلة الدراسة استخدم الباحثان الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) (المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الوزن النسبي، وقد تم استخدام مستوى الدلالة 0.05 للإجابة على تساولات البحث، وهي النسبة المناسبة لطبيعة الدراسة.

الإجابة عن السؤال الرئيسي للدراسة:

ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية؟

وللإجابة عن هذا التساؤل، تم استخدام المتوسط الحسابي، والوزن النسبي، واختبار T لعينة واحدة للتعرف على ما إذا كانت درجة استجابة المبحوثين تختلف عن الدرجة المتوسطة وهي (6) وتعتبر المعيار المناسب للمقياس المستخدم بحيث إذا تجاوز المتوسط الحسابي المعيار المحدد كان الدور كبيراً، وإذا كان المتوسط الحسابي أقل من المعيار دل على أن الدور قليلاً.

جدول 7 المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب لكل مجال من مجالات الدراسة				
المجال	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	القيمة الاحتمالية (.Sig)	*
ما مدى تفاعل موقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية؟	5.90	59.00	0.125	-1
ما دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني؟	7.32	73.20	0.000	-2

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

تبين من جدول (7) أن مدى تفاعل موقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية جاء بوزن نسبي قدره (59.00%) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.125) وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 ، وهي غير دالة إحصائية ، مما يشير على أن متوسط استجابة المبحوثين على مدى تفاعل موقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية لا يختلف عن الدرجة المتوسطة وهي (6) وبالتالي فإن التفاعل كان متواصلاً. وهذه النتيجة اتفقت مع نتيجة دراسة (حمودة، 2013) التي أشارت في نتائجها إلى أن "المبحوثين يعتقدون بعدم كفاية ما تناوله موقع التواصل الاجتماعي لنغطية القضايا المجتمعية"

أما بالنسبة لدور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني جاء بوزن نسبي قدره (73.20%) والقيمة الاحتمالية تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 مما يشير على أن متوسط استجابة المبحوثين على دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني يختلف عن الدرجة المتوسطة وهي (6) وبالتالي فإن الدور كان كبيراً.

وتفق هذه النتيجة مع دراسة (جلال، 2012) التي أثبتت أن "هناك تفوق واضح لموقع الاجتماع في تكوين آراء الجمهور نحو الثورات العربية" وكذلك اتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الفطاطنة، 2011) التي خلصت إلى أن "الجهد الفلسطيني استغل الإعلام الجديد لبناء رأي عام"

وتعزى هذه النتيجة لعدة أسباب منها:

- أن الشعب الفلسطيني يعتبر شعب المتعلّم وواع ومتقدّم ويتوافق مع مفرزات التكنولوجيا الحديثة أكثر من غيره من الشعوب العربية.
- أن الشعب الفلسطيني في طبيعة الشعوب العربية التي انتشر فيها استخدام موقع التواصل الاجتماعي بسبب تسارع الأحداث في المنطقة وتنتابعها مما أدى إلى شغف المواطن الفلسطيني بمتابعة كل ما هو جديد من الأخبار والمستجدات.

الشعب الفلسطيني تشتت في دول العالم بسبب الاحتلال الغاشم، وبالتالي فإن العديد من العائلات لها أبناء أو أقارب خارج فلسطين مما دفعها للتفاعل مع موقع التواصل وارتباطها بها لدرجة أنه أصبح استخدام تلك المواقع جزءاً من الأجندة اليومية للعائلة، واعتمدت كموقع صديقة يتوصلون من خلالها مع أبنائهم ويسئلون منها الأخبار وبالتالي سهل هذا الأمر التأثير الإيجابي على الرأي العام الفلسطيني.

أ. تحليل فقرات مجال مدى تفاعل موقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية:

تم استخدام المتوسط الحسابي، والوزن النسبي، واختبار T لعينة واحدة للتعرف على ما إذا كانت درجة التداول الحقوق ودرجة الاهتمام بدعمها يختلف عن الدرجة المتوسطة وهي (6) وتعتبر المعيار بحيث إذا تجاوز المتوسط الحسابي المعيار المحدد كان مدى التفاعل كبيراً، وإذا كان المتوسط الحسابي أقل من المعيار دل على أن مدى التفاعل قليلاً.

جدول 8 المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات المجال									
درجة اهتمامك بدعها				درجة التداول بفعالية				الحق الفلسطيني	م
الترتيب	القيمة الاحتمالية (.Sig)	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الترتيب	القيمة الاحتمالية (.Sig)	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي		
2	0.000	77.40	7.74	2	0.000	65.90	6.59	حق القدس	-1
4	0.000	67.30	6.73	4	0.000	48.10	4.81	حق عودة اللاجئين	-2
5	0.156	52.60	5.26	6	0.000	34.50	3.45	حق المياه	-3
1	0.000	78.20	7.82	1	0.000	67.20	6.72	حق تحرير الأسرى	-4
6	0.041	51.50	5.15	5	0.000	37.40	3.74	حق ترسيم الحدود	-5
3	0.000	71.50	7.15	3	0.172	57.20	5.72	حق إنهاء الاستيطان	-6

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

مجال درجة التداول بفعالية للحق الفلسطيني:

أعلى فقرتين في هذا المجال كانتا:

- الفقرة رقم (4) والتي نصت على: "حق تحرير الأسرى". احتلت المرتبة الأولى، بوزن نسبي قدره (67.20%). ويعزو الباحثان ذلك إلى الأسباب التالية:
 1. أن الأسرى الفلسطينيين هم جزء أصيل من الشعب وكل أسير لديه أقارب وإخوة وأبناء لا يتربكون وسيلة لتسليط الضوء على معاناتهم إلا واستخدموها، فوجدوا في موقع التواصل الاجتماعي منبراً حقيقياً لتعبئة الرأي العام الفلسطيني لاستحضار معاناتهم والحدث على إذكاء جذوة المطالبة بتحريرهم.
 2. الدعوات من خلال موقع التواصل الاجتماعي للاعتصامات المتكررة أمام الصليب الأحمر وغيره كانت من أهم الأسباب التي ساهمت في تفعيل تداول حق تحرير الأسرى.
 3. الأبناء التي تتوارد عن تمكן المقاومة من أسر جنود صهاينة بعد حرب غزة 2014 أثارت زخماً كبيراً لتداول موضوع تحرير أسرى فلسطينيين على غرار ما سمي بـ"صفقة شاليط".
- الفقرة رقم (1) والتي نصت على: "حق القدس" احتلت المرتبة الثانية، بوزن نسبي قدره (65.90%).

ويرى الباحثان أن هذه النسبة المرتفعة منطقية وتعود للأسباب التالية:

1. أن المدينة المقدسة محل إجماع الكل الفلسطيني، فهي في قلب كل فلسطيني حتى لو اختلف توجهه وانتماؤه وعمره ودينه، فمن المنطقي أن نجد الناشطين الفلسطينيين على مواقع التواصل الاجتماعي يتفاعلون بكثرة مع حق القدس.
 2. سكان مدينة القدس والمؤسسات التي تدعم حق القدس وجدوا ضالتهم في موقع التواصل الاجتماعي لحث إخوانهم في الدين وفي العروبة على التذكير بحقهم في القدس والحرص على ديمومة مناقشة قضيائهم من خلال موقع التواصل الاجتماعي.
 3. خلال فترة توزيع الاستبانة هب ما سمي "انتفاضة القدس" حيث استخدم المقدسيون أسلوب الدهس والطعن وغيرها من الوسائل للفت أنظار العالم لقضيتهم، وبحسب نتائج تحليل هذه الاستبانة فقد لاقت قولاً واضحاً لدى الرأي العام الفلسطيني.
- وأن أدنى فقرتين في هذا المجال كانتا:
- الفقرة رقم (3) والتي نصت على: "حق المياه" احتلت المرتبة الأخيرة، بوزن نسبي قدره (34.50%). وترجع هذه النسبة المنخفضة إلى عدة أسباب أهمها:

1. قصور واضح من المؤسسات المختصة في توضيح مشكلة المياه في فلسطين، بحيث أن الشعب الفلسطيني تنتظره في المستقبل القريب كارثة بسبب نقص حصة الفرد في المياه بسبب استنزاف الاحتلال الصهيوني للمياه الجوفية وسرقتها بشكل دوري.
 2. الهموم اليومية والحياتية المتلاحقة أشغلت الرأي العام الفلسطيني عن هذا الحق الأصيل الذي يعتبر البعض التفكير فيه ترفاً مقابل الأحداث المتلاحقة، مع أن العديد من الخبراء أكدوا أن الحروب القادمة في المنطقة ستكون على المياه.
- الفقرة رقم (5) والتي نصت على: "حق ترسيم الحدود" احتلت المرتبة الخامسة قبل الأخيرة بوزن نسبي قدره (37.40%). ويعزى ذلك إلى انقسام الرأي العام الفلسطيني حول آلية ترسيم الحدود، ففريق يعترض بإسرائيل ويقر بأن حدود فلسطين هي حدود عام 1967 فقط، والفريق الآخر لا يعترض بإسرائيل ولا يقر إلا بحدود دولة فلسطين التاريخية من البحر إلى النهر.
- وبشكل عام فقد تبين أن المتوسط الحسابي لتداول الحقوق السياسية الفلسطينية بفعالية (5.17%) وبوزن نسبي (51.7%) وهي أقل من الوزن النسبي المحايد مما يدل على أن تداول الحقوق السياسية الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي كان منخفضاً.
- وهذه النتيجة اتفقت مع نتيجة دراسة (حمودة، 2013) التي أشارت في نتائجها إلى أن "المبحوثين يعتقدون بعدم كفاية ما تناوله موقع التواصل الاجتماعي لتغطية القضية المجتمعية"

ويعزى الباحثان ذلك إلى:

- تتابع الأحداث والأخبار العاجلة في فلسطين وانشغال الإعلاميين الفلسطينيين بتغطيتها كان على حساب تغطية ودعم قضياء الكجرى وحقوقه المصيرية ومن هذا المنطلق تولدت فكرة هذه الدراسة لتعيد البوصلة إلى اتجاهها الصحيح وتقترح استراتيجية لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي.
 - ضعف دور المؤسسات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني والفصائل الفلسطينية في استغلال الإعلام الجديد لحشد الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه.
2. مجال الاهتمام والدعم للحقوق السياسية الفلسطينية.
- أعلى فقرتين في هذا المجال كانتا:
- الفقرة رقم (4) والتي نصت على: "حق تحرير الأسرى". احتلت المرتبة الأولى، بوزن نسبي قدره (78.20%). ويعزى هذا الأمر لعدة أسباب، منها:

1. أن الأسرى الفلسطينيين هم جزء أصيل من الشعب وكل أسير لديه أقارب وإخوة وأبناء لا يتركون وسيلة لتسلط الضوء على معاناتهم إلا واستخدموها، فوجدوا في موقع التواصل الاجتماعي منبراً حقيقياً لتعبئة الرأي العام الفلسطيني لاستحضار معاناتهم والحد على إذكاء جذوة المطالبة بتحريرهم.
 2. الدعوات من خلال موقع التواصل الاجتماعي للاعتصامات المتكررة أمام الصليب الأحمر وغيره كانت من أهم الأسباب التي ساهمت في تفعيل تداول حق تحرير الأسرى.
 3. الأباء التي تواردت عن تمكن المقاومة من أسر جنود صهاينة بعد حرب غزة 2014م أثارت زخماً كبيراً لتدول موضوع تحرير أسرى فلسطينيين على غرار ما سمي بـ"صفقة شاليط".
- الفقرة رقم (1) والتي نصت على: "حق القدس". احتلت المرتبة الثانية، بوزن نسيبي قدره (77.40%). ويدل ذلك على أن المدينة المقدسة محل إجماع الكل الفلسطيني، فهي في قلب كل فلسطيني حتى لو اختلف توجهه وانت茂ه وعمره وحتى دينه، فمن المنطق أن نجد موقع التواصل الاجتماعي ترعرع بالتفاعل مع حق الفلسطينيين في مدينتهم المقدسة "القدس". وأن أدنى فقرتين في هذا المجال كانتا:
- الفقرة رقم (5) والتي نصت على: "حق ترسيم الحدود". احتلت المرتبة الأخيرة، بوزن نسيبي قدره (51.50%)، ويعزو الباحثان ذلك إلى انقسام الرأي العام الفلسطيني حول كيفية ترسيم الحدود، ففريق يعترض بإسرائيل ويقر بأن حدود فلسطين هي حدود عام 1967م، والفريق الآخر لا يعترض بإسرائيل ولا يقر إلا بحدود دولة فلسطين التاريخية.
 - الفقرة رقم (3) والتي نصت على: "حق المياه" احتلت المرتبة الخامسة قبل الأخيرة بوزن نسيبي قدره (52.60%). ويعزى ذلك إلى قلة التداول الفعال لحق المياه على موقع التواصل الاجتماعي والذي ذكرنا أسبابه في الفقرة السابقة تؤدي بالضرورة إلى التأثير السلبي على التفاعل مع حق المياه بسبب نقص المعلومات التفصيلية لدى الرأي العام الفلسطيني.
- وبشكل عام فقد ثبت أن المتوسط الحسابي للاهتمام ودعم الحقوق السياسية الفلسطينية (6.64) وبوزن نسيبي (66.40%) وهي أكبر من الوزن النسيبي المحايد مما يدل أن الاهتمام ودعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي كان كبيراً، ويعزو الباحثان ذلك إلى أن المواطن الفلسطيني الذي قدم روحه وماله وحريته لاستعادة حقوقه المسلوبة بطبيعة الحال لن يتوانى في دعم حقوقه الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي إن اعتقد بأهمية هذه الآية.
- ب. هل تتابع صفحات تدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي؟
- يبين جدول (9) أن ما نسبته (48.80%) من عينة الدراسة هم من الذين يتبعون صفحات تدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي، بينما ما نسبته (9.50%) هم من الذين لا يتبعون صفحات تدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي، بينما ما نسبته (41.70%) هم من الذين أحياناً يتبعون صفحات تدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي، ويكون بذلك أن ما نسبته (90.50%) من المبحوثين يتبعون الحقوق السياسية الفلسطينية عبر موقع التواصل، وهذه نسبة مرتفعة جداً، وتعتبر مؤشراً هاماً إلى الدور الإيجابي الذي يقوم به الناشطون على صفحاتهم من إحياء لحقوق المشروعة وتركيز الأضواء عليها باستمرار.

جدول 9 يوضح العدد والنسبة المئوية		
النسبة المئوية %	العدد	المتابعة
48.80	186	نعم
9.50	36	لا
41.70	159	أحياناً
100.0	381	المجموع

ث. الإجراء الذي تتخذه عند استلامك منشورات تدعوك للمشاركة في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية:

يبين جدول (10) أن ما نسبته (44.10%) من عينة الدراسة هم من الذين يقومون بالمشاركة الفاعلة عند استلام منشورات في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية، بينما ما نسبته (51.20%) هم من الذين يقومون بالاطلاع فقط عند استلام منشورات في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية، بينما ما نسبته (4.70%) هم من الذين لا يهتمون عند استلام منشورات في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية، وبناءً على هذه النتيجة يتضح ضرورة تحفيز المدونين والمواطنين بضرورة النماذج مع المنشورات التي تدعم الحق الفلسطيني.

جدول 10 يوضح العدد والنسبة المئوية		
النسبة المئوية %	العدد	الإجراء
44.10	168	المشاركة بفاعلية
51.20	195	الاطلاع فقط
4.70	18	عدم الاهتمام
100.0	381	المجموع

ج. هل وجهت إليك دعوة من إحدى مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية:

يبين جدول (11) أن ما نسبته (49.60%) من عينة الدراسة هم من الذين تم توجيه لهم دعوة من إحدى مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية، بينما ما نسبته (50.40%) هم من الذين لم توجه لهم دعوة من إحدى مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية، ومن هنا يتضح حجم القصور من المؤسسات والهيئات العاملة في الشأن الفلسطيني بحيث أن نصف المبحوثين تقريباً لم تصلهم أي دعوة للمشاركة في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية.

جدول 11 يوضح العدد والنسبة المئوية		
النسبة المئوية %	العدد	توجيه دعوة
49.60	189	نعم
50.40	192	لا
100.0	381	المجموع

ثانياً) تحليل فقرات مجال دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني:

تم استخدام المتوسط الحسابي، والوزن النسبي، واختبار T لعينة واحدة للتعرف على ما إذا كانت دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني يختلف عن درجة الحياد وهي (6) ونعتبر المعيار لقياس دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني بحيث إذا تجاوز المتوسط الحسابي المحدد كان دور موقع التواصل الاجتماعي كبيراً، وإذا كان المتوسط الحسابي أقل من المعيار دل على أن دور موقع التواصل الاجتماعي قليلاً.

جدول 12 المتوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية (.Sig) لكل فقرة من فقرات المجال

الرتبة	القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الفقرة	م
2	0.000	20.406	78.20	7.82	تعطي موقع التواصل الاجتماعي مساحة مفتوحة للجماهير للتعبير وإبداء الرأي.	-1
7	0.000	17.584	74.00	7.40	تسهم موقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الشارع الفلسطيني.	-2
4	0.000	17.926	75.10	7.51	يتأثر الرأي العام بقضية ما من خلال كثافة تداولها على صفحات موقع التواصل الاجتماعي.	-3
13	0.000	10.756	68.80	6.88	تسعي الفصائل الفلسطينية لاستقطاب الرأي العام من خلال صفحاتها على موقع التواصل الاجتماعي.	-4
1	0.000	20.076	79.20	7.92	تستخدم الجهات المعادية موقع التواصل الاجتماعي لتضليل الرأي العام الفلسطيني.	-5
6	0.000	16.304	74.70	7.47	آلية عمل موقع التواصل الاجتماعي تسهل مهمة "الغزو الفكري" للمجتمع الفلسطيني.	-6
3	0.000	16.472	76.70	7.67	شنت العديد من الجهات المعادية للشعب الفلسطيني "حرباً نفسية" عليه عبر موقع التواصل الاجتماعي.	-7
9	0.000	16.238	73.20	7.32	تستخدم بعض الجهات الوطنية موقع التواصل الاجتماعي لترويعه الرأي العام الفلسطيني بحقوقه.	-8
11	0.000	14.116	71.20	7.12	تلعب موقع التواصل الاجتماعي دوراً في نشر الوعي السياسي بطرق المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية.	-9
14	0.000	6.666	63.30	6.33	تمنح التجمعات الشبابية على موقع التواصل الاجتماعي فرصه لتشكيل لobi شبابي حيال القضايا السياسية.	-10
8	0.000	15.373	73.90	7.39	يتم تداول صور ومقاطع فيديو على موقع التواصل الاجتماعي تسهم في توعية الرأي العام الفلسطيني.	-11
10	0.000	15.186	72.90	7.29	يسهم (الهاشتاق أو الوسوم) التي يطلقها بعض الناشطين على موقع التواصل الاجتماعي في توعية الرأي العام الفلسطيني.	-12

جدول 12 المتوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية (Sig.) لكل فقرة من فقرات المجال

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	قيمة الاختبار	الترتيب	القيمة الاحتمالية (.Sig)
-13	يساعد استخدام (الانفوجرافيك: الذي يجمع بين الصور والمعلومات المختلفة في صورة واحدة رسومية) عبر صفحات موقع التواصل الاجتماعي في توضيح بعض الحقائق للرأي العام.	6.91	69.10	11.733	12	0.000
-14	تستغل الجهات المعادية للفلسطينيين تقنيات موقع التواصل الاجتماعي بكفاءة أعلى من الجهات الوطنية للتأثير السلبي على الرأي العام الفلسطيني.	7.49	74.90	16.729	5	0.000

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

أعلى فقرتين في هذا المجال كانتا:

- الفقرة رقم (5) والتي نصت على: "تستخدم الجهات المعادية موقع التواصل الاجتماعي لتضليل الرأي العام الفلسطيني". احتلت المرتبة الأولى، بوزن نسبي قدره (79.20%). ويعزى ذلك إلى:
 - إدراك أغلبية المبحوثين أن الجهات المعادية الصهيونية والمخابراتية تستخدم موقع التواصل الاجتماعي لتضليل الرأي العام الفلسطيني من خلال استخدام أساليب الحرب النفسية من بث للشائعات واحتراق الأزمات وإثارة الرعب والغوضى في المجتمع الفلسطيني.
 - توارد قصص محاولات جهاز الشاباك الصهيوني استهداف الفتيات والشباب الفلسطيني لاسقاطهم في وحل العمالة وإغرائهم بالمال والنساء عبر محادثات موقع التواصل الاجتماعي.
 - استغلال تلك الجهات المعادية لموقع التواصل الاجتماعي لتغذية فكر الانقسام والخلاف بين أبناء الشعب الفلسطيني وتهيئة الأجواء لخلق عدو داخلي في نظر البعض هو أبغض من العدو الصهيوني.
- الفقرة رقم (1) والتي نصت على: "تعطي موقع التواصل الاجتماعي مساحة مفتوحة للجماهير للتعبير وإبداء الرأي". احتلت المرتبة الثانية، بوزن نسبي قدره (78.20%). ويعزو الباحثان ذلك إلى أن معظم المبحوثين تفاعلوا مع موقع التواصل الاجتماعي فوجدوا فيها ضالتهم للتعبير عن آرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم دون تقييد بعيداً عن تعقيدات وسائل الإعلام الأخرى التي تملّى عليهم ما يشاهدونه أو ما يقرؤونه.

وتفق هذه النتيجة مع دراسة (الطفاطنة، 2011) بحيث توصلت إلى أن "المجال التقني ساهم بتعزيز حرية التعبير وإعطائها متنفس". وكذلك اتفق هذه النتيجة مع دراسة (سحر وآخرون، 2012) التي بينت أن "إرادة الشعوب في التغيير تعززت بواسطة انتشار وسائل الإعلام الجديد" ويعزو الباحثان هذا الاتفاق إلى أن هذه النتيجة أصبحت على تواافق بين معظم الباحثين والمهتمين بمجال التواصل الاجتماعي لما لطبيعة تصميم تلك الموقع وسبب وجودها من توفير لحرية التعبير وحرية الرأي.

وأن أدنى فقرتين في هذا المجال كانتا:

- الفقرة رقم (10) والتي نصت على: "تمنح التجمعات الشبابية على موقع التواصل الاجتماعي فرصه لتشكيل لوبي شبابي حيال القضايا السياسية". احتلت المرتبة الأخيرة، بوزن نسبي قدره (63.30%)، ويرجع هذا إلى أن الشباب الفلسطيني بمعظمها منتمي لفصائل وتنظيمات تتبنى مواقف وأراء سياسية مسبقة، ويشكلون لهم الخلفية الفكرية وبالتالي فهم يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي للترويج لأفكارهم التي تزودوا بها عن طريق التنظيم، وبالتالي فإن التنظيم هو المرجعية الحقيقة لتشكيل لوبي شبابي حيال القضايا السياسية.
- الفقرة رقم (4) والتي نصت على: "تسعي الفصائل الفلسطينية لاستقطاب الرأي العام من خلال صفحاتها على موقع التواصل الاجتماعي". احتلت المرتبة الثالثة عشر قبل الأخيرة بوزن نسبي قدره (68.80%). ويعزو الباحثان ذلك إلى العديد من الأسباب أهمها:
 1. أن التحزب للفصائل الفلسطينية متغلغل في الشعب بشكل أعمق من أن تقتصر لغة التواصل بينهم عن طريق موقع التواصل الاجتماعي.
- 2. تكرار إغلاق الصفحات الخاصة بالتنظيمات الفلسطينية من قبل إدارة موقع التواصل الاجتماعي بدعوى نشر العنف وبث روح الكراهية في كل ما يتعلق بالتحريض على العدو الصهيوني.
- 3. قلة اهتمام بعض الإعلاميين الحربيين بالتحشيد للحقوق الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في الرأي العام الفلسطيني.

النتائج والتوصيات:

A. النتائج:

خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج رتبها الباحثان حسب محاور الاستبانة على النحو التالي:
أولاً: البيانات الشخصية:

1. أكدت الدراسة بأن ما نسبته (95.25%) من عينة الدراسة يمتلكون حساباً على أحد مواقع التواصل الاجتماعي.
2. بينت الدراسة أن موقع (Facebook) أكثر موقع التواصل الاجتماعي استخداماً وتفاعلًا وفقاً لوجهة نظر المبحوثين إذ جاءت في المرتبة الأولى بما نسبته (98.20%)، يليه في المرتبة الثانية موقع YouTube بما نسبته (44.90%)، يليه في المرتبة الثالثة موقع Twitter بما نسبته (35.40%)، ثم موقع Google+ بما نسبته (33.60%)، ثم موقع Blogger بما نسبته (4.20%)، ثم موقع Flicker بما نسبته (2.90%)، ثم موقع MySpace ما نسبته (1.80%)، وفي المرتبة الأخيرة ظهر موقع LinkedIn بما نسبته (1.60%).

ثانياً: مدى تفاعل موقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية:

3. بينت الدراسة أن تداول الحقوق السياسية الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي كان منخفضاً وليس كافياً وفقاً لوجهة نظر المبحوثين، بحيث كان الوزن النسبي لتداول الحقوق السياسية الفلسطينية على موقع التواصل الاجتماعي (51.7%)، وجاء ترتيب تداول الحقوق وفقاً للترتيب التالي: (حق تحرير الأسرى، حق القدس، حق إنهاء الاستيطان، حق عودة اللاجئين، حق ترسيم الحدود، حق المياه).
4. أثبتت الدراسة أن الاهتمام بدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي كان كبيراً بحيث كان الوزن النسبي (66.4%)، وجاء ترتيب الاهتمام بدعم الحقوق السياسية الفلسطينية وفقاً للترتيب التالي: (حق تحرير الأسرى، حق القدس، حق إنهاء الاستيطان، حق عودة اللاجئين، حق المياه، حق ترسيم الحدود).

5. بيّنت الدراسة أن ما نسبته (48.80%) من العينة فقط هم من يتبعون صفحات تدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر، وأن ما نسبته (41.70%) من العينة يتبعون صفحات تدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي أحياناً، بينما لا يتبع ما نسبته (9.50%) مثل هذه الصفحات.

6. وقد أكدت وأن ما نسبته (44.10%) من الذين يقومون بالمشاركة بفعالية عند استلام منشورات تسعى لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية، بينما ما نسبته (51.20%) من الذين يقومون بالاطلاع فقط و(4.70%) من الذين لا يتخذون أي إجراء عند استلام منشورات تطالب دعم الحقوق السياسية الفلسطينية.

ثالثاً: دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني:

7. أثبتت الدراسة أن موقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً إيجابياً كبيراً في تعبئة الرأي العام الفلسطيني بما نسبته (73.20%) حسب رأي عينة الدراسة.

8. أكدت الدراسة أن الجهات المعادية تستخدم موقع التواصل الاجتماعي لتضليل الرأي العام الفلسطيني، وأن موقع التواصل الاجتماعي تعطي مساحة مفتوحة للجماهير للتعبير وإبداء الرأي، وفي المقابل فقد أكدت الدراسة أن الفصائل الفلسطينية لا تسعى بجدية لاستقطاب الرأي العام من خلال صفحاتها على موقع التواصل الاجتماعي.

9. أشارت الدراسة إلى أن الرأي العام يتاثر بقضية ما من خلال كثافة تداولها على صفحات موقع التواصل الاجتماعي حسب رأي عينة الدراسة، وكذلك فإن ما نسبته (72.20%) أشاروا إلى أن بعض الجهات الوطنية تستخدم موقع التواصل الاجتماعي لتوسيعة الرأي العام الفلسطيني بحقوقه المنشورة.

10. يساعد استخدام تقنيات موقع التواصل الاجتماعي (الفيديو، والصور، الانفوجرافيك، والهاشتاق) في توضيح بعض الحقائق للرأي العام بينما - للأسف - تستغل الجهات المعادية للفلسطينيين هذه التقنيات بكفاءة أعلى من الجهات الوطنية لعرض التأثير السلبي على الرأي العام الفلسطيني.

ب. التوصيات:

في نهاية الدراسة يوصي الباحثان التالي:

1. تشكيل هيئة وطنية متخصصة من وزارة الإعلام ووزارة الداخلية ووزارة الثقافة وال منتخب السياسية والثقافية في الوطن لصد هجمات الحرب النفسية التي يتعرض لها المجتمع الفلسطيني وعدم الترد والتباين في الرد عليها وتتفيدوها، حيث أثبتت الدراسة أن أساليب الحرب النفسية - وبالأخص إثارة الشائعات، وافتعال الأزمات - هي الأكثر تأثيراً وتكويننا للرأي العام الفلسطيني عبر موقع التواصل الاجتماعي.

2. تدريب المؤسسات الشبابية والناشطين الشبابيين وقادرة الرأي الفلسطينيين على التقنيات والخوارزميات التي تتبعها موقع التواصل الاجتماعي لتطوير وتوسيع التفاعل مع موقع التواصل الاجتماعي.

3. حث الفصائل الفلسطينية على الاهتمام بموقع التواصل الاجتماعي والتعامل معها بجدية والأخذ بعين الاعتبار أن أكثر من 95% من الشباب الفلسطيني يتداولون هذه المواقع وتؤثر فيهم بدرجة كبيرة كما بينت الدراسة.

4. بناء صفحات الكترونية ومجموعات متخصصة في شرح وتوضيح الحقوق السياسية الفلسطينية على موقع التواصل الاجتماعي، مع ضرورة مراعاة ومجاراة التقنيات والخوارزميات التي تتبعها إدارة كل موقع لضمان وصول المنشورات إلى أكبر قدر ممكن من مرتادي الشبكة.

5. التركيز على دعم كل الحقوق السياسية الفلسطينية، وخصوصا تلك الحقوق التي لا يتبني دعمها الأفراد لكونها لا تمس مصالحهم الآتية، ولكنها تشكل خطراً حقيقياً على الأجيال اللاحقة، فقد أثبتت الدراسة أن "حق المياه" لا يكاد يتم تداوله على موقع التواصل الاجتماعي ولا يوجد وعي لدى المواطنين بأهميته أو بالنتائج الكارثية المترتبة على نهب العدو لحقنا فيه مستغلاً انشغال معظم الفلسطينيين بمتابعة الأحداث اليومية وغفلتهم عن تركيز الضوء على مثل تلك الحقوق.
6. تطبيق تقنيات الإعلام الجديد لدعم صفحات الحقوق السياسية الفلسطينية مثل بث الفيديوهات والصور وإنفوجرافيك والهاشتاق، ومراعاة شروط توسيع نطاق النشر (Edge Rank).
7. تشكيل لجان شبابية وتعتنقهم فكريًا بحقوقهم وإعدادهم للتعبير عن حقيقة ما بداخلهم على موقع التواصل الاجتماعي بشكل مؤثر.

المراجع:

- أولاً: المراجع العربية:**
- الأغا، إحسان والأستاذ، محمود. مقدمة في تصميم البحث التربوي. غزة، فلسطين: (د. ن)، 2004م.
- جلال، محمد أشرف. دور الواقع الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية: دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في مصر- تونس- ليبيا- سوريا- اليمن. ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الثامن عشر "الإعلام وبناء الدولة الحديثة" مصر: كلية الإعلام - جامعة القاهرة، (يوليو 2012).
- حمودة، أحمد. دور موقع التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية. رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات، كلية الإعلام، جمهورية مصر العربية، 2013م.
- زهير، عابد. دور موقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي. مجلة جامعة النجاح للأبحاث والعلوم الإنسانية. م(6). 2012م.
- زيات، السيد عبد الحليم. التنمية السياسية - دراسات في علم الاجتماع السياسي. ج 1. الإسكندرية: دار المعارف، 1986م.
- أبو زيد، الكامل. بحوث الإعلام والرأي العام، تصميماً لها وإجراؤها وتحليلها. القاهرة: دار النشر للجامعات، 2009م.
- أبو السعيد، أحمد. الإعلام الفلسطيني نشأته وتطوره. غزة: مكتبة الأمل، 2009م.
- سيد، عمر. البحث الإعلامي: مفهومه، إجراءاته، ومناهجه. ط 2. بيروت: مكتبة الفلاح، 1993م.
- الشرافي، رامي. دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، دراسات الشرق الأوسط، جامعة الأزهر، غزة، 2012م.
- صادق، عباس مصطفى. الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. ط 1. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2011م.
- أبو صلاح، صلاح. استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لموقع التواصل الاجتماعي والإشعارات المتحركة. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، 2014م.
- عبد الحميد، محمد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط 1. القاهرة: عالم الكتب، 2004م.
- عبد، عزيزة. الإعلام السياسي في الصحف المصرية اليومية ودوره في تشكيل الرأي العام. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، 2004م.

العقاد، علاء. دور موقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني. رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات، كلية الإعلام، جمهورية مصر العربية، 2013م.

غريب، عاطف، عدلي العبد. تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام- الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. القاهرة: دار الفكر العربي، 2000م.

فهمي، حسين حمدي. وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم. ط٢. بيروت: منشورات دار العلم، 2009م.

كحيل، محمود. ثورة المعلومات ووسائل الاتصال .. التأثيرات السياسية لتكنولوجيا الاتصال. مجلة السياسة الدولية. كانون الثاني، 1987م.

المجالي، فايز. استخدام الإنترن特 وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي. المغاربة. م(13). ع(7). 2007م.

مجذوب، محمد. الإنسان العربي وحقوق الإنسان. مجلة الفكر العربي - معهد الإنماء العربي. بيروت. العدد 65. 1991م.

معهد كودي الدولي. دليل المناصرة والتشبيك. كندا. 2003م.

يوسف، محمد. أقدار التغيير. مصر، القاهرة: مكتبة مدبولي، 1989م.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

Khamis, S., Gold, P. B., & Vaughn, K. **Beyond Egypt's "Face book Revolution" and Syria's "YouTube Uprising": Comparing Political Contexts, Actors and Communication Strategies.** *Arab Media Society*, No. 15, 2012. Online: <http://www.arabmediasociety.com/?article=791>.

Badge, H.L. et al. **Beyond marks: New tools to visualize student engagement via social networks.** *Research in Learning Technology*, Vol. 20, 2012. Online: <http://lra.le.ac.uk/handle/2381/10086>.

Bynumm, S. **Utilizing Social Media to increase Student Engagement.** Unpublished Master's Thesis, Calerifonia State University, USA, 2011.

Aren, K. **Face book and the technology revolution.** NY: Spectrum Publications, 2010.

Mechel, V. **Face book and the invasion of technological communities.** NY: Newyork, 2010.