

إقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق الفلسطينية عبر

مواقع التواصل الاجتماعي

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

كما أقر بحق أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا في حقوق النشر لهذه الرسالة وأنه لا يجوز النشر إلا بموافقة رسمية مكتوبة من الأكاديمية.

والله خير الشاهدين

DECLARATION

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any other degree or qualification.

It also acknowledged the right of the Academy of Management and Policy Studies in Higher copyright to this letter and it may not be publishing a formal written only with the consent of the academy.

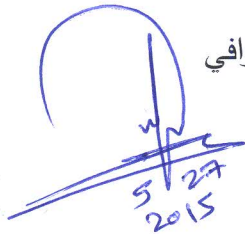
Allah and the good of the witnesses

Student's name:

Signature:

Date:

عبدالله جمعه شعبان وافي



٢٠١٥/٠٥/٢٧ م

اسم الطالب:

التوقيع:

التاريخ:



**برنامج الدراسات العليا المشترك بين أكاديمية الإدارة
والسياسة للدراسات العليا وجامعة الأقصر
برنامج القيادة والإدارة**



دراسة بعنوان:

**استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق
الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي**

إعداد الطالب
عبد الله جمعه وافي

إشراف
د. محمد إبراهيم المدهون

قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القيادة والإدارة

1436هـ - 2015م

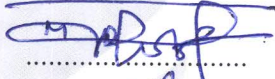


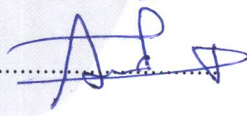
نتيجة الحكم على أطروحة الماجستير

بناءً على موافقة المجلس الأكاديمي بأكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث/ عبد الله جمعه شعبان وافي، لنيل درجة الماجستير في تخصص القيادة والإدارة، وموضوعها:

"استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي"

وبعد المناقشة التي تمت اليوم الثلاثاء 16 رجب 1436 هـ، الموافق 2015/05/05 م الساعة الثانية عشر ظهراً، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:


.....

.....

.....

مشرفاً ورئيساً

د. محمد إبراهيم المدهون

مناقشاً خارجياً

د. أمين منصور وافي

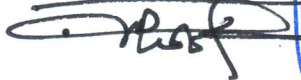
مناقشاً داخلياً

د. أحمد إبراهيم حماد

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في تخصص القيادة والإدارة.

واللجنة إذ تمنحه هذه الدرجة فإنها توصيه بتقوى الله ولزوم طاعته وأن يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق،،،

رئيس الأكاديمية

د. محمد إبراهيم المدهون


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ وَعَلَّمَكَ مَا لَمْ تَكُنْ تَعْلَمُ ۖ

وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا ۖ ﴾

(سورة النساء: آية 113)

الإهداء

إلى ... تاج الرأس ومصدر الفخر..

والدي الحبيب

إلى ... نبع الحنان وملاك الجنان..

أُمي الغالية

إلى سندي وعزوتي في دربي

إخواني الكرام وأخواتي الكريمات

إلى من امتلكت قلبي وأضاءت أنوار حياتي

زوجتي الحبيبة

إلى أبنائي فلذات كبدي

محمد و رزان

إلى فلسطين الغالية

بأبنائها وقادتها ومجاهديها وشهائها

أهدي هذا البحث المتواضع

شكر وتقدير

أشكر الله العلي القدير أولاً وأخيراً على توفيقه وكرمه لي بإنجاز هذا البحث، فهو عز وجل أحق بالشكر والثناء وأولى بهما، وانطلاقاً من قوله عليه الصلاة والسلام " لا يشكر الله من لا يشكر الناس " فإنني أتوجه بالشكر والتقدير لأستاذي الفاضل: سعادة الدكتور/ محمد إبراهيم المدهون، معالي وزير الثقافة والشباب والرياضة السابق، رئيس أكاديمية الإدارة والسياسة، على ما بذله من مجهود متواصل وعطاء مستمر امتد معي لأكثر من ست سنوات منذ تأسيس مؤسسة إبداع للاستشارات والتدريب وحتى تتويجه اليوم بإشرافه الكريم على إنجاز هذا البحث.

كما وأتقدم بالشكر والتقدير من الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة والحكم ممثلة بالدكتور الفاضل/ أمين منصور وافي، رئيس قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية مناقشاً خارجياً، والدكتور الفاضل/ أحمد إبراهيم حماد، عميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة الأقصى، مناقشاً داخلياً، على ما قدماء لي من ملاحظات قيمة ومعلومات متخصصة في مجال الإعلام أثرت البحث بشكل متميز.

كما ولا يسعني إلا وأن أشكر كل من ساهم في إنجاز هذا البحث المتواضع فالمقام لا يتسع لذكرهم، لا تعلمونهم الله يعلمهم وسيجزئهم أجرهم بإذن الله.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الإهداء
ب	الشكر والتقدير
ج	قائمة المحتويات
ح	قائمة الجداول
ي	قائمة الملاحق
ك	ملخص باللغة العربية
ل	ملخص باللغة الإنجليزية
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
3	المقدمة
4	1-1 مشكلة الدراسة
4	2-1 أسئلة الدراسة
5	3-1 أهمية الدراسة
5	4-1 أهداف الدراسة
6	5-1 حدود الدراسة
6	10-1 مصطلحات البحث
8	11-1 متغيرات الدراسة
الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
11	مقدمة
11	1-2 محور الدراسات العربية
20	التعليق على الدراسات العربية

21	2-2 دراسات أجنبية
25	التعليق على الدراسات الأجنبية
26	3-2 التعليق العام على الدراسات السابقة
27	4-2 موقف الدراسة من الدراسات السابقة
الفصل الثالث: الإطار النظري	
30	1-3 الاستراتيجية
31	3-1-1 مقدمة
31	3-1-2 تعريف الاستراتيجية
32	3-1-3 عناصر بناء الاستراتيجية
33	3-1-4 نتائج الإدارة الاستراتيجية
33	3-1-5 استراتيجيات الضغط والمناصرة
38	2-3 الرأي العام
39	3-2-1 مفهوم الرأي العام
40	3-2-2 مكونات الرأي العام
41	3-2-3 مراحل الرأي العام
42	3-2-4 طرق قياس الرأي العام
42	3-2-5 العوامل المؤثرة في تحديد توجهات الرأي العام الفلسطيني
43	3-2-6 الأساليب التقليدية والمستحدثة في تغيير الرأي العام
48	3-3 مواقع التواصل الاجتماعي
49	مقدمة
49	3-3-1 فكرة مواقع التواصل الاجتماعي
50	3-3-2 تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي
50	3-3-3 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

51	4-3-3 خوارزمية موقع التواصل الاجتماعي Facebook
51	5-3-3 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
53	6-3-3 أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
53	7-3-3 تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي
54	8-3-3 دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام
55	9-3-3 تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام
56	10-3-3 مؤثرات مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام
57	4-3 الحقوق السياسية الفلسطينية
58	مقدمة
58	1-4-3 التطور التاريخي للحقوق
59	2-4-3 تعريفات الحقوق
59	3-4-3 أسباب الاهتمام بالحقوق
61	4-4-3 الحقوق السياسية الفلسطينية المستمدة من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والاتفاقيات الدولية
61	1-4-4-3 حق ترسيم الحدود
61	2-4-4-3 حق القدس
63	3-4-4-3 حق إنهاء الاستيطان
65	4-4-4-3 حق عودة اللاجئين
65	5-4-4-3 حق المياه
68	خلاصة الفصل الثالث
الفصل الرابع: منهجية الدراسة	
72	تمهيد
72	1-4 منهج الدراسة

72	2-4 مجتمع الدراسة
73	3-4 عينة الدراسة
73	4-4 أداة الدراسة
74	5-4 خطوات بناء أداة الدراسة
75	6-4 صدق وثبات أداة الدراسة
82	7-4 الوصف الإحصائي لأفراد العينة وفق البيانات الأولية
82	1-7-4 توزيع أفراد العينة حسب الجنس
83	2-7-4 توزيع أفراد العينة حسب الجامعة
83	3-7-4 توزيع أفراد العينة حسب التخصص
84	4-7-4 توزيع أفراد العينة حسب امتلاك حساب على احد مواقع التواصل الاجتماعي
85	5-7-4 توزيع أفراد العينة حسب أي مواقع التواصل الاجتماعي تتفاعل معها
86	8-4 المعالجات الإحصائية المستخدمة في الدراسة
الفصل الخامس: الإجابة على أسئلة الدراسة ومناقشتها	
90	تمهيد
90	1-5 المحك المعتمد في الدراسة
90	2-5 الإجابة عن أسئلة الدراسة
91	1-2-5 الإجابة عن السؤال الأول من أسئلة الدراسة.
98	2-2-5 الإجابة عن السؤال الثاني من أسئلة الدراسة.
103	3-2-5 الإجابة عن السؤال الثالث من أسئلة الدراسة.
107	4-2-5 الإجابة عن السؤال الرابع من أسئلة الدراسة.
110	5-2-5 الإجابة عن السؤال الخامس من أسئلة الدراسة.
113	6-2-5 الإجابة عن السؤال السادس من أسئلة الدراسة.

الفصل السادس: النتائج والتوصيات	
122	6-1 نتائج الدراسة
128	6-2 توصيات الدراسة
131	6-3 استراتيجية مقترحة لتعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
134	6-4 دراسات مقترحة
135	المراجع
146	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	جدول
74	جدول (4-1): يوضح توزيع مجتمع وعينة الدراسة حسب الجنس وجامعة الدراسة
75	جدول (4-2) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية " والدرجة الكلية للمجال
76	جدول (4-3) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني " والدرجة الكلية للمجال
78	جدول (4-4) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية " والدرجة الكلية للمجال
79	جدول (4-5) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " درجة تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي " والدرجة الكلية للمجال
80	جدول (4-6) معامل الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة
81	جدول (4-7) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة
82	جدول (4-8) طريقة التجزئة النصفية لقياس ثبات الاستبانة
83	جدول (4-9) توزيع أفراد العينة حسب الجنس
83	جدول (4-10) توزيع أفراد العينة حسب جامعة الدراسة
84	جدول (4-11) توزيع أفراد العينة حسب التخصص
85	جدول (4-12) توزيع أفراد العينة حسب امتلاك حساب على احد مواقع التواصل الاجتماعي

86	جدول (4-13) توزيع أفراد العينة حسب أي مواقع التواصل الاجتماعي تتفاعل معها
91	جدول (5-1): المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات المجال
95	جدول (5-2): يوضح عدد ونسبة من يتابعون صفحات تدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
96	جدول (5-3): يوضح الإجراء الذي يتخذه المبحوثين عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية
96	جدول (5-4): يوضح العدد والنسبة المئوية لمن تمت توجيه دعوة لهم للمشاركة في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية
97	جدول (5-5): يوضح ترتيب الفائدة التي تعود على القضية الفلسطينية بعد توعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه المشروعة
98	جدول (5-7): المتوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية (Sig.) لكل فقرة من فقرات المجال
103	جدول (5-8): المتوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية (Sig.) لكل فقرة من فقرات المجال
107	جدول (5-9): المتوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية (Sig.) لكل فقرة من فقرات المجال
110	جدول (5-10): مقترحات وآليات تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية
114	جدول (5-11): نتائج اختبار " T - لعينتين مستقلتين " وفقا لمتغير " الجنس "
116	جدول (5-12): نتائج اختبار " تحليل التباين " وفقا لمتغير " الجامعة "
116	جدول (5-13): نتائج اختبار شفهي للمقارنات المتعددة
119	جدول (5-14): نتائج اختبار " T - لعينتين مستقلتين " وفقا لمتغير " التخصص "
132	جدول (6-1): الإستراتيجيات وآليات التنفيذ

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
147	الاستبانة الأولية	1
153	أسماء محكمي الاستبانة	2
154	التعديلات التي تمت على الاستبانة	3
155	الاستبانة بصورتها النهائية	4
161	ملخص تقرير "نظرة على وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين 2014م"	5

"استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي"

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى تصميم استراتيجية منهجية لتعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم ومناصرة قضاياها السياسية من خلال الاستغلال الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن هذه المواقع تكاد تصبح لغة العصر للتخاطب والتواصل مع مختلف فئات المجتمعات في الوقت الحالي، ولتحقيق هذا الغرض فقد بحثت الدراسة أساليب تكوين الرأي العام في المجتمع الفلسطيني من جهة، وكذلك بحثت مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها وآليات النشر والتأثير فيها من جهة أخرى، ومن ثم توصلت الدراسة إلى استراتيجية منهجية مقترحة مستمدة من استراتيجيات الضغط والمناصرة.

وقد استخدمت الدراسة لهذا الغرض المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة، كما استهدفت الدراسة عينة من طلبة الجامعات النظامية بقطاع غزة بعدد (400) طالباً وطالبة، وخلصت الدراسة إلى أن:

1. تداول الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان منخفضاً وليس كافياً وفقاً لوجهة نظر الباحثين، بحيث كان الوزن النسبي لتداول الحقوق السياسية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي (51.7%)، وجاء ترتيب تداول الحقوق السياسية وفقاً للترتيب التالي: (حق تحرير الأسرى، حق القدس، حق إنهاء الاستيطان، حق عودة اللاجئين، حق ترسيم الحدود، حق المياه).

2. مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً إيجابياً كبيراً في تعبئة الرأي العام الفلسطيني بما نسبته (73.20%).

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

4. درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية كانت كبيرة وبوزن نسبي (65.20%) حسب رأي عينة الدراسة.

5. أساليب "الحرب النفسية" المستحدثة لتكوين الرأي العام هي الأكثر تأثيراً في الرأي العام الفلسطيني، بحيث تصدر أسلوب إثارة الشائعات قائمة الأساليب المؤثرة بنسبة (75.60%)،

ويليه في المرتبة الثانية أسلوب إثارة الفوضى بنسبة (70.20%)، وفي المرتبة الرابعة أسلوب إثارة الرعب والفوضى بوزن نسبي قدره (69.80%)، وهذه الأساليب الثلاثة هي أساليب الحرب النفسية.

وقد أوصت هذه الدراسة بعدة توصيات، أهمها:

1. بناء خطة استراتيجية متكاملة تهدف إلى توعية الرأي العام بحقوقه المسلوبة وذلك لتحفيز المواطن الفلسطيني لدعم هذه الحقوق وتوضيحها للرأي العام الإقليمي والدولي.
2. تشكيل لجنة حكومية متخصصة من وزارة الإعلام ووزارة الداخلية ووزارة الثقافة لصد هجمات الحرب النفسية التي يتعرض لها المجتمع الفلسطيني وعدم التردد والتباطؤ في الرد عليها وتفنيدها.
3. تدريب المؤسسات الشبابية والناشطين الشبابيين وقادة الرأي الفلسطينيين على التقنيات والحوارزميات التي تتبعها مواقع التواصل الاجتماعي لتطوير وتوسيع التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي.
4. حث الفصائل الفلسطينية على الاهتمام بمواقع 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.

"Strategy of Mobilize the Palestinian Public Opinion to Support his Political Rights through Social Networking Sites"

Abstract

The study aimed to explore the role of social networks in the mobilization of Palestinian public opinion to support his political rights, as these sites are almost becoming a language of the age of communication and communication with the various communities categories at the moment, To this end, the study examined the formation of public opinion in the Palestinian society on the one hand methods, as well as discussed the kinds of social networking and dissemination mechanisms and influence positions on the other hand, the study and then come to the methodology proposed strategy derived from lobbying and advocacy strategies.

The study has been used for this purpose descriptive analytical method and adopted a major resolution of the study as a tool, as the study targeted a sample of the regular university students in the Gaza Strip the number of (400) students, the study concluded that:

1. trading of Palestinian political rights through social networking sites was low and not enough according to the point of view of respondents, so that the relative weight of the trading of the Palestinian political rights on social networking sites (51.7%), and was trading political rights arranged in the following order: (right to edit prisoners, the right of Jerusalem, the right to terminate the settlement, the right of return of refugees, the right of the demarcation of the border, the right to water).
2. Social networking sites play a major positive role in mobilizing public opinion, including the Palestinian rate (73.20%).
3. entities hostile used social networking sites to mislead the Palestinian public opinion, and that social networking sites give open space for fans to express and opinion, and in spite of that, the study confirmed that the Palestinian factions do not seek seriously to attract public opinion through their pages on social networking sites.
4. The degree of influence of social networking sites on the support of the Palestinian political rights were great and the relative weight (65.20%), according to the study sample opinion.
5. "psychological warfare" methods developed to form public opinion is the most influential in Palestinian public opinion, so that issued style stir rumors List influential methods by (75.60%), followed in second place create chaos method by (70.20%), and in fourth place style provoke horror and chaos relative weight of (69.80%), and these three methods are methods of psychological warfare.

-
-
- The study recommended a number of recommendations, including:
1. Building an integrated strategy aimed at raising public awareness of their rights usurped plan in order to stimulate the Palestinian citizen to support these rights and clarify the regional and international public opinion.
 2. formation of a government of a specialized committee of the Ministry of Information and the Ministry of the Interior and the Ministry of Culture of psychological warfare to repel attacks against the Palestinian society and do not hesitate slowdown in reply to, and refute.
 3. training youth organizations and youth workers activists and opinion leaders on the Palestinians techniques and algorithms followed by social networking sites to develop and expand interaction with social networking sites.
 4. urged Palestinian factions to pay attention to social networking sites and deal with it seriously and taking into account that more than 95% of Palestinian youth are trading these sites and affect them greatly as the study showed.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

المقدمة

1-1 مشكلة الدراسة

2-1 أهداف الدراسة

3-1 فرضيات الدراسة

4-1 أهمية الدراسة

5-1 حدود الدراسة

6-1 تعريف المصطلحات المستخدمة في الدراسة

7-1 متغيرات الدراسة

المقدمة:

يعتبر التغيير سنة حتمية في هذا الكون، وأن كل شئ يتغير على هذه الأرض ويتبدل، وأن الإنسان إن لم يعمل على إدارة التغيير فسيأتي يوم يعمل التغيير على إدارة الإنسان، لأن دوام الحال من المحال، فالكون كله يتغير ويتحرك، وعلى الإنسان أن يتفاعل ويواكب هذا التغيير، لأن الإنسان إن ظل ساكناً جامداً ستهب عليه رياح التغيير فتدفعه في اتجاهها مسلوب الإرادة. (يوسف، 1989: 159).

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، فمن المعلوم أن العصور تطورت من خلال طفرات، الأولى منها الزراعية، ثم الصناعية، والآن المعلوماتية، أو ما تتصف بعصر المجتمع ما بعد الصناعي، حيث شهدت المجتمعات الإنسانية خلال العقد الأخير من القرن الماضي، تطورات متسارعة ومتلاحقة لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، مما ساهم في تسهيل إمكانية التواصل الإنساني والحضاري، ولعل أهمها يتمثل في شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت" التي تُعدُّ أبرز ما توصل إليه العلم الحديث، ويعد كذلك من أهم الإنجازات البشرية في عصر المعلوماتية (المجالي، 2007: 8).

ونظراً لما تتميز به فلسطين من سخونة الأحداث على أرضها وزخمها الذي يستقطب اهتمام العالم بأسره، فإن الدور المتوقع لمواقع التواصل الاجتماعي يكون أكبر باعتبارها من أهم وسائل تعزيز تلك الحقوق السياسية الفلسطينية.

وقد تم اختيار موضوع استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إيماناً بما تشكله من أهمية بالغة على المستوى المحلي، أو الإقليمي، أو الدولي، فقد لاحظ الباحث أن هناك خلل ناتج عن فقدان استراتيجية واضحة تعمل على إيجاد آلية مناسبة لتعبئة الرأي العام لدعم ونصرة الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأما في البيئة الفلسطينية فلم يتوافر لدى الباحث سوى بعض الدراسات المحدودة في هذا الموضوع، لذا ارتأى القيام بدراسة وتقييم ذلك الواقع فجاءت هذه الدراسة لتقدم التفسيرات الموضوعية، ومن ثم رسم خطوط جديدة لها بما يتناسب مع التطورات المعاصرة في هذا المجال، وذلك أملاً منه أن تساعد الدراسة في الاستفادة من النتائج المترتبة على البحث، ولتطوير هذا المجال بما يتلاءم مع التطورات المعاصرة لدعم حقوق الشعب الفلسطيني.

1-1 مشكلة الدراسة:

شكلت وسائل الإعلام بفاعليتها وسطوتها إحدى أقوى أدوات المعرفة وتكوين الوعي في مختلف المجالات السياسية، والثقافية، والاقتصادية، والاجتماعية، إضافة إلى كونها أداة مؤثرة في صنع القرار الإعلامي وتوجيه الرأي العام وتعبئته، وتلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في إحداث التغييرات وتدعيم الاتجاهات وبناء الأفكار والتصورات حول مختلف القضايا، ولذلك لخص الباحث مشكلة الدراسة في النقاط التالية:

1. تتابع الأحداث والأخبار العاجلة في فلسطين وانشغال الإعلاميين الفلسطينيين بتغطيتها كان على حساب تغطية ودعم قضايا الكبرى وحقوقه المصيرية ومن هذا المنطلق تولدت فكرة هذه الدراسة.
2. حالة التضليل الإعلامي التي يتعرض لها الرأي العام الدولي نحو الحقوق السياسية الفلسطينية.
3. حالة التقصير الفلسطيني والعربي للسعي نحو تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية، مع وجود قابلية لذلك.

1-2 أسئلة الدراسة:

يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

- ما إمكانية اقتراح استراتيجية لتعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

ويتفرع من السؤال الرئيس الأسئلة التالية:

- 1- ما مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية؟
- 2- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني؟
- 3- كيف يمكن أن تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية؟
- 4- كيف يمكن تحديد الأساليب الإعلامية الفاعلة في تكوين الرأي العام الفلسطيني؟

5- ما أهم المقترحات والتصورات التي تسهم في زيادة وعي الرأي العام الفلسطيني بحقوقه عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

6- هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات المبحوثين حول (استراتيجية تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي) تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، الجامعة، التخصص)؟

1-3 أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من خلال كونها تناقش موضوعاً يخص القضية الفلسطينية التي هي قضية الشعوب الإسلامية والعربية الأولى وبالتالي تتعدد الجهات التي ستستفيد من هذا البحث من خلال الاستراتيجية العملية التي تقترحها الدراسة، وكذلك فإن أسباباً كثيرة دفعتني لاختيار الموضوع أذكر منها:

- 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 وفكرية باعتبارها تمثل استجابة حقيقية لإحدى أبرز القضايا والتحديات الرئيسة التي تواجه المواطن الفلسطيني.
- 2- أهمية استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لدعم الرأي العام لصالح الحقوق السياسية الفلسطينية.
- 3- إمكانية مشاركة ملايين الفلسطينيين والعرب في تطبيق الاستراتيجية المقترحة بطريقة بسيطة ودون الحاجة إلى صرف أموال طائلة.
- 4- سهولة الولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي وانتشار التعامل معها من قبل ملايين البشر حول العالم.

1-4 أهداف الدراسة:

سعت الدراسة إلى تحقيق العديد من الأهداف، أذكر منها ما يلي:

- 1- التعرف على كيفية تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني.
- 2- السعي لتفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية.
- 3- التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية.

- 4- التوصل لمقترحات وتوصيات تسهل تصميم استراتيجية مناسبة وواضحة تسهم في زيادة وعي الرأي العام الفلسطيني تجاه دعم حقوقه المشروعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5- التعرف على الأساليب العلمية المستخدمة في تكوين الرأي العام الفلسطيني.
- 6- التعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة حول استراتيجية تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغيرات (الجنس، الجامعة، التخصص).

1-5 حدود الدراسة:

الحد الموضوعي:

تتناول الدراسة مقترحاً لاستراتيجية تسهم في توعية الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية المشروعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الحد الزمني:

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

1-6 مصطلحات الدراسة:

1. الاستراتيجية: يعرفها (عبد الله، 23:1998) بأنها أسلوب تفكير إبداعي وابتكاري يدخل فيه

عامل التخطيط والتنفيذ معاً، في سبيل تحسين نوعية وجودة المنتج، وتنظم جهودها الرئيسة لتحقيق أغراضها، وهي صورة التوجه إلى ما يجب أن تكون عليه المنظمة مستقبلاً، حيث تمثل جوهر الاستراتيجية في الإتيان بالأساليب والإجراءات الهادفة بشكل مباشر إلى تغيير نقاط القوة للمنظمة مقارنة نسبياً بمنافسيها، والهدف النهائي للاستراتيجية هو المحاولة الجادة لإحداث حالة من التحكم في الظروف المحيطة لصالح متخذ القرار.

ويعرف الباحث الاستراتيجية : بأنها هي الطريقة التي يمكن من خلالها تحديد الأهداف وصنع القرارات بعيدة المدى بما يحقق رسالة المنظمة التي قامت من أجلها، أي أنها منظومة متكاملة تتضمن كلاً من رسالة المنظمة وأهدافها والسياسات اللازمة لتحقيقها، والطرق اللازمة لتنفيذ

ومتابعتها، بما يتلاءم مع التغيرات في البيئة المحيطة بالمنظمة بالاستناد إلى إمكانيات المنظمة الداخلية.

2. الرأي العام:

يعرفه (كحيل، 1987: 36) بأنه مجموع الآراء الفردية لجماعة من الأفراد ، بل هو ما يتم التوصل إليه جراء عمليات الإقناع والافتناع من الرأي، حيث يمثل الأغلبية الرأي العام. ويعرف الباحث 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 لأكثرية 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.

3. مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور (الشهران، 2003: 134).

كما يعرفها الباحث كمصطلح إجرائي لهذه الدراسة بأنها: عبارة عن مواقع 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.

4. الحرب النفسية:

وزارة الحربية الأمريكية عرفت الحرب النفسية في قاموس المصطلحات الحربية الذي أصدرته في مايو 1955 بأنها: استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة دول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية التي تستهدف جماعات معادية أو محايدة أو صديقة للتأثير على آرائها وعواطفها واتجاهاتها وسلوكها ، بطريقة تساعد على تحقيق سياسة الدولة أو الدول المستخدمة لها وأهدافها.

ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها: ممارسات إعلامية مخططة تمارس في أوقات السلم والحرب وتوجه ضد الشعوب الصديقة والمحايدة والعدو على حد سواء من أجل التأثير على اتجاهات الرأي العام عندهم، بغرض التأثير الإيجابي نحو انجاز هدف سياسي أو عسكري ضدهم.

5. الحقوق السياسية الفلسطينية:

الحقوق السياسية الفلسطينية تتبع من حقوق الإنسان المشروعة التي كفلتها الشرائع السماوية ونصت عليها الدساتير الأرضية، وهي كثيرة جداً، لذلك ارتأى الباحث أن يختص في هذه الدراسة بالحقوق السياسية الفلسطينية السياسية: والتي تتمثل في قضايا الحل النهائي التي تم تأجيلها في اتفاقية أوسلو وذلك كونها قضايا كبرى أمام الرأي العام الفلسطيني ومحل إجماع من معظم الفصائل الفلسطينية، وهذه الحقوق السياسية هي: (حق القدس - حق عودة اللاجئين - حق تحرير الأسرى - حق ترسيم الحدود - حق إنهاء الاستيطان - حق المياه).

7-1 متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل:

تعبئة الرأي العام الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير التابع:

دعم الحقوق السياسية الفلسطينية: ونركز في دراستنا هذه على قضايا الحل النهائي التي تم تأجيلها في اتفاق أوسلو وذلك كونها قضايا كبرى أمام الرأي العام الفلسطيني، وهذه الحقوق السياسية هي: (حق القدس - حق عودة اللاجئين - حق المياه - حق تحرير الأسرى - حق ترسيم الحدود - حق إنهاء الاستيطان).

الفصل الثاني

الدراسات السابقة

الفصل الثاني الدراسات السابقة

تمهيد

1-2 دراسات عربية

تعليق على الدراسات العربية

2-2 دراسات أجنبية

تعليق على الدراسات الأجنبية

3-2 التعليق العام على الدراسات السابقة

4-2 موقف الدراسة من الدراسات السابقة

تشكل الدراسات السابقة منطلقاً أساسياً للأبحاث التي تليها وقد قام الباحث بعرض بعض الدراسات التي رجع إليها في تحديد مشكلة الدراسة من خلال تقسيمه لهذه الدراسات إلى محورين للإيفاء بجوانب موضوع الدراسة حسب ما يتوفر من دراسات ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة بموضوع الدراسة.

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

المحور الأول: الدراسات العربية .

المحور الثاني: الدراسات الأجنبية.

2-1 محور الدراسات العربية:

1- دراسة أبو صلاح، صلاح (2014):

بعنوان "استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة".

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة، وتدرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، استخدم الباحث منهج الدراسات المسحية معتمداً على نظرية الاستخدامات والإشباع، واستخدم صحيفة الاستقصاء كأداة رئيسة لجمع البيانات من المبحوثين، والمقابلة كأداة ثانوية، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 390 مفردة موزعين على طلبة الجامعات الفلسطينية النظامية بقطاع غزة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

1. أن 90% من أفراد العينة المبحوثة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وبيّنت الدراسة أن

الفايس بوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماً بنسبة 95% من العينة.

2. وتصدر دافع التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج سبب استخدام شبكات

التواصل، تلاه دافع الحصول على المعلومات واكتساب خبرات.

3. وكشفت الدراسة عن وجود فروق في الاستخدام لصالح الذكور، كما كشفت عن فروق لصالح

طلبة جامعة الأزهر في الاستخدام.

4. وترى العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على متابعة وسائل الإعلام الأخرى.

وأوصت الدراسة بضرورة:

1. الاستفادة من إمكانيات مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها في خدمة القضية الفلسطينية بمختلف جوانبها في ظل الإقبال الكبير لدى الجمهور الفلسطيني عليها.
2. وجود تنظيم قانوني ومهني لمواقع التواصل الاجتماعي، ووضع ميثاق أخلاقي ينظم عمل مواقع التواصل الاجتماعي، للتغلب على انتهاك الخصوصية وسبولة المعلومات وزيادة عامل الثقة بمعلوماتها.

2- دراسة حمودة (2013):

بغنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"

تهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي، في تحفيز الشباب الفلسطيني للمشاركة في القضايا المجتمعية، وتستخدم هذه الدراسة منهج المسح الاجتماعي، يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جميع الشباب الفلسطيني من المرحلة العمرية (15) سنة إلى أقل من (35) من الذكور والإناث، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح لعينة من الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس الشريف، والتي بلغ قوامها (410) مبحوثاً، وأوضحت نتائج الدراسة:

1. أن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية إذ جاءت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم 96.1% ، وبلغت نسبة الذين يستخدمونها أحياناً 3.9% ، كما أن المبحوثين يتابعون القضايا المجتمعية على مواقع 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.
2. كما أشارت الدراسة إلى أن المبحوثين يعتقدون عدم كفاية ما تتناوله مواقع التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية جاءت بالترتيب حسب عدم الكفاية وفقاً للتالي:
(اللاجئين، تهويد القدس وضياع الهوية الفلسطينية، الاستيطان، الأسرى، المياه، البطالة، الانقسام والمصالحة الوطنية، ارتفاع الأسعار، قضية الوقود والكهرباء، الرواتب)، في حين أن درجة اهتمام المبحوثين وحرصهم على المشاركة بالقضايا التي دعت إليها مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بالترتيب حسب الأكثر أهمية فالأقل وفقاً للتالي: (تهويد القدس وضياع الهوية الفلسطينية،

الأسرى، اللاجئين، قضية الوقود والكهرباء، الانقسام والمصالحة الوطنية، البطالة، الاستيطان، ارتفاع الأسعار، الرواتب، المياه) .

3. بينت الدراسة أن شبكة (الفيس بوك) أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً وتفاعلاً.

واقترحت الدراسة:

1. وضع استراتيجية إعلامية ممنهجة متكاملة وشاملة تقوم على خطة مدروسة تهدف إلى إبراز القضايا المجتمعية الهامة والعمل على تفعيل تنمية مشاركة الشباب.

2. دعم ومساندة المجموعات الشبابية الناشطة على مواقع التواصل الاجتماعي وتنظيم عملها.

3- دراسة العقاد (2013):

بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني"

هدفت هذه الدراسة إلى توصيف دور مواقع 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، وأوضحت نتائج الدراسة ما يلي:

1. وجود إقبال كبير في أوساط الشباب الفلسطيني الجامعي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت تصل نسبتهم إلى 95%.

2. اتضح أن الفيس بوك Facebook كان أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بشكل عام من قبل هؤلاء الشباب وذلك بنسبة 15,3 % . ومن ثم اليوتيوب Youtube.

وأوصت الدراسة بما يلي:

1. التنوع في الأساليب المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي من صور واليوتيوب واستطلاعات الرأي والنقاشات الجماعية، والروابط المختلفة.

2. إجراء دراسات علمية للمضامين السياسية المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي بما يسمح بالتعرف على كيفية استخدام الجمهور الفلسطيني لهذه المواقع وآليات التواصل فيها.

3. إعداد خطة استراتيجية من قبل المسؤولين لتوضيح كيفية استغلال هذه الوسائل رسمياً وشعبياً لصالح تعزيز المشاركة السياسية، وزيادة التنسيق والتعاون بين الأفراد والمؤسسات المختلفة.

4- دراسة زودة (2012):

بعنوان " دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام - الثورة التونسية أنموذجاً "

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي لعبه الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وأوضحت نتائج الدراسة:

1. اعتبار موقع الفيسبوك الشبكة الأكثر استخداماً لدى المبحوثين وهذا بنسبة 79.68%.
2. ساهمت مواقع الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي وتوجيهه صوب خدمة مصالح الثورة التونسية، لكنها لم تصنع الثورة التونسية وإنما ساهمت بشكل فعال ومباشر في إنجاحها.
3. أكثر من ثلثي المبحوثين يرون أن المدونين قادرين على تغيير النظام وهذا ما نسبته 71.8%.

5- دراسة عابد (2012) :

بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي"

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى جمهور طلبة الجامعات الفلسطينية، واعتمدت على مدخل نظرية الاستخدامات والاشباع، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح لعينة من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، حيث قام الباحث باختيار عينة عشوائية طبقية من الطلبة بلغ قوامها (500) مبحوث، وأوضحت نتائج الدراسة تفوق البريد الإلكتروني على باقي مواقع شبكات الاجتماعي من حيث الاستخدام في المرتبة الأولى، وبنسبة (88.8%) يليه في المرتبة الثانية الفيس بوك، وبنسبة (79.8%). وأظهرت نتائج الدراسة (أن طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة يستخدمون مواقع 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%)، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر لغات التواصل تداولاً لدى طلبة الجامعات الفلسطينية أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي هي اللغة العربية بنسبة (66,8%) وأنهم يتقنون بها وبالدور الذي تقوم به في تشكيل الرأي العام لديهم بدرجة متوسطة بلغت نسبته (85.2%) .

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

6- دراسة الدحدوح (2012):

بعنوان " تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية (Face Book) في الجامعات الفلسطينية "

حيث هدفت الدراسة للكشف عن واقع استخدام إدارة الجامعات الفلسطينية للشبكة الاجتماعية فيسبوك، ووضع تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فيسبوك في الجامعات الفلسطينية، حيث استخدم الباحث وفقاً لطبيعة الدراسة، المنهج الوصفي التحليلي، حيث قام الباحث بتحليل محتوى الصفحات الرسمية لمواقع الجامعات الفلسطينية على الشبكة الاجتماعية وقام بتوزيع استبانة على الطلبة والهيئات التدريسية للتعرف على مدى نشاطهم وأنماط استخدامهم للشبكة الاجتماعية فيسبوك، وتكون مجتمع الدراسة من الجامعات الفلسطينية في محافظات غزة، والضفة الغربية، ويشمل الطلبة والهيئة الأكاديمية فيها، واختار الباحث عينة من طلبة الجامعات تمثلت في (٣٣٠) طالب من طلبة الجامعات الفلسطينية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها أن الطلبة والأكاديميين يفضلون استخدام الصفحات عن المجموعات والتطبيقات وأن الأكاديميين الفلسطينيين يستخدمون الشبكة الاجتماعية فيسبوك للتعلم أكثر من التعليم، وأن الطلبة أكثر نشاطاً من الأكاديميين، على الشبكة الاجتماعية فيسبوك.

7- دراسة المنصور (2012):

بعنوان " تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية (

حيث هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن شكل المواقع الاجتماعية" الفيس بوك نموذجاً "الخاص بقناة العربية، والمقارنة بين مضمون الموقع الالكتروني (العربية.نت) وبين مضمون الموقع الاجتماعي (الفيس بوك) لقناة العربية، واستخدمت منهج المسح الوصفي، وشملت عينة البحث الحدود المكانية الافتراضية لموقع العربية الالكتروني (العربية.نت) وموقع العربية الاجتماعي (الفيس بوك) على شبكة الانترنت، وحدد الباحث الفترة الزمنية من (2011-1-25م) لغاية (2011-2-11م) ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة المقارنة بين مضمون الموقع الالكتروني (العربية.نت) وبين مضمون الموقع

الاجتماعي (الفييس بوك) لقناة العربية، وتبين أن الموقعين الالكتروني والاجتماعي خصصا مساحة ليست بالقليلة للأخبار الثقافية، وإعطاء فسحة أكبر للحوار المفتوح وإبداء الرأي والتعليقات والردود، وفي الأول كانت بعض المواد التحريرية آراء لكتاب ومهتمين بالشأن الثقافي، وفي الثاني تعليقات القراء التي لم يرتق أغلبها إلى مستوى الخبر أو المادة المنشورة، أيضا أكد الموقعان الالكتروني والاجتماعي على إعطاء المحررين حق الاختيار لزوايا ثابتة وصفحات متخصصة، وأن اختيارات المحررين في الأول تناولت القضايا (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، والرياضية)، بينما اهتمت في الثاني بالقضايا الثقافية إرضاءً لأذواق محبي الموسيقى من الزوار الشباب على وجه الخصوص، أيضا اتفقت الصفحتان الرئيستان في الموقعين الالكتروني والاجتماعي على أهمية الصورة لما لها من تأثير إيجابي على المتلقي، إلا أنهما اختلفتا في أماكن وأعداد وأحجام الصور في الموقعين.

8- دراسة سحر وجولد وكاترن فون (2012):

بعنوان: "ما وراء ثورة (الفييس بوك) في مصر و(انتفاضة يوتيوب):مقارنة السياق السياسي واستراتيجيات الاتصال".

استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي وهدفت الدراسة إلى وصف كيفية استخدام النشطاء السياسيين لأشكال الاتصال الجديدة، خاصة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر والفييسبوك ومواقع تبادل الفيديو، كأدوات لتسليط الضوء على انتهاكات النظم السياسية ضد مواطنيها، وتشجيع صحافة المواطن وتشكيل الرأي العام وتنظيم وتعبئة المواطنين. كما حاولت الدراسة التعرف على الكيفية التي تم بها التكامل بين النشطاء الالكترونيين والنشطاء على أرض الواقع، وتوصلت لجملة من الملاحظات والدلائل وتشير النتائج في هذه الدراسة إلى أن التكنولوجيا لا تسبب التغيير السياسي، ولكنها تقدم وتفرز قدرات جديدة، بعبارة أخرى أن الجهات النشطة والفاعلة على المستوى السياسي هي التي تسبب التغيير السياسي الحقيقي حيث كانت إرادة الشعوب العربية وتصميمها على تحقيق التغيير في بلادها الدافع القوي والرئيس وراء الثورات العربية، وتعزيزت هذه الإرادة بواسطة انتشار وسائل الإعلام الجديد، والتي كانت بمثابة الحافز لعملية التعبئة والحشد للعمل السياسي على أرض الواقع.

وثبت وجود اتجاهين لتأثير وسائل الإعلام الجديد، يعبران عن علاقة التأثير بين السياسية والصحافة في سياق استمرار الثورات العربية . الاتجاه الأول: يعبر عن تأثير وسائل الإعلام الجديد على المشهد السياسي

في العالم العربي من خلال التحضير والإعداد والتعبئة والحشد والدعم والتضامن من أجل التغيير، أما الاتجاه الثاني: فيعبر عما أفضى إليه المشهد السياسي من تغييرات مؤثرة على وسائل الإعلام العربية، كما يختلف تأثير الإعلام الجديد على الدول العربية من حيث المدى والشكل والسرعة من دولة لأخرى ويعتمد ذلك على عوامل كثيرة.

9- دراسة الشرافي (2012):

بعنوان " دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني "

حيث هدفت الدراسة إلى الكشف عن دوافع استخدام الشباب الفلسطيني من طلبة الجامعات في قطاع غزة للإعلام التفاعلي، والتعرف على مدى الاستفادة من تنمية الثقافة السياسية التي تعود على الشباب الفلسطيني من استخدامه للإعلام التفاعلي، واستخدم الباحث المنهج المسحي للجمهور، من خلال عينة عشوائية طبقية، من طلبة الجامعات الفلسطينية استخدم المنهج التاريخي الذي تم من خلاله نشوء وتطور الإعلام التفاعلي، والثقافة السياسية، وبلغت عينة الدراسة (500) مبحوث، من طلاب وطالبات الجامعات الفلسطينية، واختار الباحث عينة عشوائية طبقية من طلبة الجامعات الفلسطينية المسجلة للفصل الدراسي الثاني 2011-2012م ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أن غالبية المبحوثين يستخدمون الإعلام التفاعلي بنسبة مرتفعة مقدارها (93.5%)، وأن نسبة قليلة لا تستخدم مواقع الإعلام التفاعلي لا تتجاوز (6.5%)، وكشفت نتائج الدراسة أن الطلبة يثقون بالإعلام التفاعلي للحصول على المعلومات، وبالدور الذي يقوم به في تشكيل ثقافتهم السياسية بنسبة تصل (70%)، وكشفت الدراسة أيضا أن طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في منازلهم بنسبة (91.6%).

10-دراسة محمد (2012):

بعنوان " دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية: دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في " مصر - تونس - ليبيا - سوريا - اليمن "

حيث اعتمدت هذه الدراسة على النموذج الوظيفي للشبكات الاجتماعية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، وكانت عينة الدراسة قوامها (٥٠٠) مبحوث . وهدفت الدراسة إلى الإجابة عن سؤال أساسي وهو ما طبيعة وحدود التأثير الذي قامت به الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام العربي نحو

الثورات العربية؟ وتحديد حجم وطبيعة التعرض والاستخدام للشبكات الاجتماعية، وقياس مستوى الاهتمام والانظام في عملية التعرض والاستخدام، وطبقت الدراسة خلال سبعة شهور بدءا من أكتوبر ٢٠١١ وحتى مايو ٢٠١٢، وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن إيجازها على النحو التالي:

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

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

11-دراسة الفطافطة (2011):

بعنوان " مدى علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين (الفيس بوك نموذجاً)"

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

12-دراسة عوض (2011):

بغنوان "أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب" تجربة مجلس شبابي عرار القدس نموذجا.

هدفت الدراسة إلى فحص أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب، وذلك من خلال تطبيق برنامج تدريبي على مجموعة من شباب مجلس شبابي عرار، ومن أجل تحقيق أغراض الدراسة قام الباحث بتطبيق البرنامج التدريبي على أفراد المجموعة التجريبية التي تم اختيارها بشكل مقصود من شباب مجلس شبابي عرار بلغ عددهم (18) شابًا وفتاة، ثم طبق عليهم مقياس المسؤولية الاجتماعية (القياس القبلي) الذي قام الباحث بتطويره، وتم التأكد من صدقه وثباته، أما محتوى البرنامج فقد تكون من هدف رئيس وعدد من الأهداف السلوكية التي انبثقت عنه، و تكون البرنامج من (5) لقاءات نفذت خلال خمسة أيام بمعدل (4) ساعات لكل لقاء، وقد حدد الباحث عدة أهداف لكل لقاء، كما حدد آلية التنفيذ والإجراءات، واستخدم الباحث الفنيات وأساليب التدريب المختلفة منها التعارف، التوضيح، تشكيل المجموعات، التدريب العملي، التساؤل والاستفسار، الإنهاء والتقييم، المحاضرة والمناقشة الجماعية والألعاب التنشيطية، كما استخدم الباحث وسائل متعددة في إنجاح البرنامج منها أقلام والعرض التقديمي (L.CD) تسجيلية، ورق مقوى، لوح قلاب، جهاز العرض البروجيكتور باستخدام برنامج البور بوينت، وقد وضع الباحث بعد تطبيق البرنامج الخطوات التي اتبعها في عملية التطبيق وصولاً إلى نهاية البرنامج التدريبي، وقد أظهرت الدراسة النتائج التالية:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح بعد تطبيق البرنامج التدريبي .

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط درجات الذكور والإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج.

التعليق على الدراسات العربية:

في ضوء اطلاع الباحث على هذه الدراسات العربية تبين ما يلي:

1- اتفقت الدراسة مع معظم الدراسات السابقة على أن شبكة "فيسبوك" هي الأكثر استخداماً من بين مواقع التواصل الاجتماعي بينما اختلفت مع دراسة (عابد، 2012) التي توصلت إلى أن البريد الإلكتروني هو الأكثر تداولاً.

2- أكدت دراسة (الفطافطة، 2011) أن الجهد الفلسطيني استغل الإعلام الجديد لبناء رأي عام لكنه لم يستطع تجاوز طرق العمل التقليدية في الأداء الفلسطيني في كافة حقوله، وهذا يؤيد وجهة نظر الدراسة بحيث أشار الباحث لهذه النقطة وكانت أحد أسباب اختيار العنوان لوضع استراتيجية متكاملة يتبناها الكل الفلسطيني.

3- أجريت أغلب الدراسات في الثلاث سنوات الأخيرة، مما يدل على أن موضوع المواقع الاجتماعية قد لفت انتباه الباحثين في المجتمع العربي والفلسطيني بسبب أن الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي أصبح من الطقوس اليومية التي يمارسها الفرد حول العالم ليستقي منها أخباره وأفكاره وينمي علاقاته وصدقاته.

4- كل ثورات الربيع العربي انطلقت شرارتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر ويوتيوب) مما ولد شغفا لدى الباحثين أن يدرسوا تلك الظاهرة التي أسهمت في بث الحياة في مجتمعات كان يغلب الظن على أنها استسلمت للواقع ولن تنهض (تحتضر).

5- أظهرت جميع الدراسات السابقة أن فئة الشباب -والتي تعد أهم فئات تركيبة المجتمع- هي التي تتفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي، مما أدى لسعي الباحثين للاستفادة من هذه الميزة والسعي للنهوض بمجتمعاتهم من خلال توعية شبابه وتعبئة الرأي العام من ذلك الوجه المحبب لهم والذي يدعى "فيسبوك وتويتر".

ثانياً: دراسات أجنبية:

1. دراسة باج وآخرون (Badge et al (2012) .

بعنوان "أدوات جديدة لتصوير مشاركة الطلاب عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي".

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

2. دراسة بينم (Bynum, (2011).

بعنوان "استثمار الوسائط الاجتماعية من أجل زيادة فرص مشاركة الطلاب".

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

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

3. دراسة أرين كاربنسكي (2010) Aren Karbnsky

بغنوان "أثر استخدام موقع فيس بوك على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات"

وقد طبقت الدراسة على (٢١٩) طالباً جامعياً، حيث أظهرت النتائج أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على شبكة الانترنت وتصفح موقع " فيس بوك " أكبر الشبكات الاجتماعية على الانترنت أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، كما أظهرت النتائج أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع كلما تدنت درجاته في الامتحانات.

كما بينت النتائج أن الأشخاص الذين يقضون وقتاً أطول على الإنترنت يخصصون وقتاً أقصر للدراسة مشيراً إلى أن لكل جيل اهتمامات تجذبه " ، وأن هذا الموقع يتيح للمستخدم " الدردشة " وحل الفواير، وإبداء رأيه في كثير من الأمور والبحث عن أصدقاء جدد أو قدامى، وبينت النتائج أن (79%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن لإدمانهم على موقع " الفيس بوك " أثراً سلبياً على تحصيلهم الدراسي.

4. دراسة ميشيل فانسون (2010) Meshel :

بغنوان "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية"

هدفت هذه الدراسة للتعرف على، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح، وقد طبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها (١٦٠٠) شاب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في بريطانيا، وقد أظهرت أهم نتائج

هذه الدراسة أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها (الفايس بوك وبيبو وويتوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون أوقات أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم. وأظهرت الدراسة أيضاً أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف، ولا يشاهدون التلفاز كثيراً، ويلعبون عدداً أقل من ألعاب الكمبيوتر، ويرسلون كمية من الرسائل النصية وكذلك البريدية، وقد بينت الدراسة أن نحو (53%) من الذين شاركوا في الدراسة المسحية (قد تسببت مواقع التواصل الاجتماعي بالفعل في تغيير أنماط حياتهم، وكشفت الدراسة عن أن نصف مستخدمي الإنترنت في بريطانيا هم أعضاء في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنة ب (27%) فقط في فرنسا، و (33%) في اليابان، و (44%) في الولايات المتحدة.

5. دراسة ريكا هايس (2009) Rebecca A.Hayes

بغنوان: "وسائل الإعلام الحديثة والسياسات الجديدة: كفاءة التعليم السياسي واختبار استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية في المشاركة السياسية".

وهي عبارة عن دراسة ميدانية اعتمدت على مسح عينة ممثلة من (٦٢٥) مبحوثاً تتراوح أعمارهم بين (١٨-٢٥) عاماً في الولايات المتحدة الأمريكية، وهدفت لاختبار تأثيرات استخدام الشبكات الاجتماعية على كفاءة التعلم السياسي والمعرفة السياسية والمشاركة السياسية، ومن أهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لأهداف سياسية يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على كفاءة التعلم السياسي وعلى المعرفة والمشاركة السياسية. وأن التأثير على المشاركة السياسية من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية أثناء الانتخابات ٢٠٠٨ كان أقل مقارنةً بتأثير وسائل الإعلام الإخبارية . وأن المصادر الالكترونية للأخبار والمعلومات السياسية ليست هي المصادر المعلوماتية المفضلة لدى الفئة العمرية التي تهتم بها الدراسة بل كانت وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والأخبار التلفزيونية أكثر تفضيلاً .

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

6. دراسة شركة Eversave (2009) :

فقد أظهرت نتائجها أن (85 %) من النساء يتعرضن لمضايقات على الفيس بوك، كما أظهرت النتائج كذلك أن (80 %) من النساء تأثرن بعادات المستخدمين على الفيس بوك وتجاربهن، وأن (85 %) من النساء اللواتي مثلن عينة الدراسة أعربن عن شعورهن بالضيق من أصدقائهن وصديقاتهن على " الفيس بوك "، وتعددت أوجه الضيق وتفاوتت بالنسبة لكل منهن، فجاءت الشكوى على الدوام كأحد أكثر الأمور التي تزعج المستخدمين على الفيس بوك من صديقاتهم وأصدقائهم بنسبة (63%) ، ثم تبادل الآراء السياسية بنسبة (42%) ، ثم التفاخر والادعاء بعيش حياة هادئة ومثالية بنسبة (32%) كما كشفت الدراسة أن (91%) من النساء عبرن عن تقديرهن الكبير للدور الاجتماعي الكبير الذي يلعبه الفيس بوك في حياتهن وتحديداً إمكانية تبادل ومشاركة الفيديوهات والصور الخاصة بأصدقائهن، فيما عبرت (76%) من هؤلاء بالإعجاب بقدرة " الفيس بوك " على لم شمل الأصدقاء وبخاصة الذين لم يتقابلوا أو يجتمعوا منذ مدة طويلة.

ثانياً: التعليق على الدراسات الأجنبية:

1. معظم أبحاث الدراسات الأجنبية التي تم الاطلاع عليها هدفت إلى الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، بينما الدراسات العربية تعول أكثر من ذلك على مواقع التواصل الاجتماعي فتهدف إلى المشاركة السياسية ورفع وعي الرأي العام لدى المواطنين، بحيث أن بدايات انتشار تلك المواقع ارتبط ارتباطاً وثيقاً في العقلية العربية بالثورات العربية، أما الباحثون الغربيون فلا ينظرون لهذه المواقع بهذه الطريقة.
2. بينت نتائج دراسة أرين كارينسكي (2010) Aren Karbnsky أن الأشخاص الذين يقضون وقتاً أطول على الإنترنت يخصصون وقتاً أقصر للدراسة مشيراً إلى أن لكل جيل اهتمامات تجذبه.
3. اتفقت أهداف الدراسة مع أهداف دراسة ريبيكا هيس (2009) Rebecca A.Hayes التي أثبتت أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لأهداف سياسية يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على كفاءة التعلم السياسي وعلى المعرفة والمشاركة السياسية

التعليق العام على الدراسات السابقة:

وقد توصل الباحث بعد الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع هذه الدراسة إلى العديد من الاستنتاجات:

1. إن معظم الدراسات السابقة أثبتت أن موقع شبكة الاتصال الاجتماعي "فيسبوك" هو الأكثر استخداماً فيما بين الشباب، وأن الناشطين السياسيين هم الأكثر استخداماً لموقع الفيس بوك.
2. تعد مواقع التواصل الاجتماعي امتداداً للصدقات والاهتمامات الواقعية، حيث أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يكون للتواصل مع الأصدقاء والمدرسين وزملاء الدراسة.
3. تبين للباحث أن هناك حاجة لمزيد من هذه الدراسات لكي تقنع الرأي العام الفلسطيني بالدور الملقى على عاتقه بضرورة مشاركته في دعم حقوقه من خلال التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
4. أجمعت الدراسات السابقة على تنامي دور مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الرأي العام العربي والعالم، حيث أدت وسائلها دوراً مهماً في إثراء المجال الإعلامي.
5. نتائج الدراسات السابقة أثبتت أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت ذات مصداقية واعتمادية من قبل مرتاديها وأن تلك المواقع أصبحت مصدر حشد للمشاركة في الحراك السياسي والوطني، وأنها أدت دوراً كبيراً في الثورات العربية من خلال التنسيق بين الناشطين.
6. أغلب الدراسات السابقة اعتمدت فئة طلبة الجامعات في عينتها العشوائية باعتبارها الفئة الأكثر استخداماً لمواقع الشبكات الاجتماعية.
7. أظهرت جميع الدراسات السابقة أن فئة الشباب -والتي تعد أهم فئات تركيبة المجتمع- هي التي تتفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي، مما أدى لسعي الباحثين للاستفادة من هذه الميزة والسعي للنهوض بمجتمعاتهم من خلال توعية شبابه وتعبئة الرأي العام من ذلك الوجه المحبب لهم والذي يدعى "فيسبوك وتويتر".
8. أظهرت جميع الدراسات السابقة أن فئة الشباب -والتي تعد أهم فئات تركيبة المجتمع- هي التي تتفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

1. الدراسات السابقة ساعدت الباحث على تحديد عنوان الرسالة وتساؤلات الدراسة وفروضها، وساعدت الباحث كذلك على صياغة المشكلة البحثية للدراسة، والتعرف على متغيرات الدراسة وأهدافها.
2. ساعدت الدراسات السابقة على إثراء وصياغة استبانة الدراسة.
3. أفادت هذه الدراسات على تحديد الإطار النظري لموضوع الدراسة.
4. الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة والعمل على ربطها بالدراسة الحالية بما يثريها ويعزز من أهميتها.

ولقد تميزت هذه الدراسة عن جميع الدراسات السابقة بما يلي:

1. أنها توصلت إلى استراتيجية علمية وعملية وواضحة وقابلة للتطبيق تهدف إلى تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
2. أنها الدراسة الأولى في فلسطين التي بحثت الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام، ووضحت مدى تأثيرها على المجتمع الفلسطيني.
3. أثبتت الدراسة أن أساليب الحرب النفسية هي الأكثر تأثيراً في الرأي العام الفلسطيني.
4. أن الدراسة زاجت ما بين تخصص القيادة وتخصص الإعلام، حيث أن الإعلام أصبح أهم وسائل التأثير على الآخرين وتوجيه الرأي العام، والقيادة هي فن التأثير على الآخرين وتوجيههم نحو تحقيق الهدف.
5. لم تكن الدراسة بالوصف النظري للمشكلة وإنما وضعت استراتيجية تعتمد على استراتيجيات الضغط والمناصرة (Advocacy and Lopping).

الفصل الثالث

الإطار النظري

الفصل الثالث

تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

1-3 الإستراتيجية

2-3 الرأي العام

3-3 مواقع التواصل الاجتماعي

4-3 الحقوق السياسية الفلسطينية

خلاصة الفصل الثالث

المبحث الأول

الاستراتيجية

1-1-3 مقدمة

2-1-3 تعريف الإستراتيجية

3-1-3 عناصر بناء الإستراتيجية

4-1-3 نتائج الإدارة الإستراتيجية

5-1-3 استراتيجيات الضغط والمناصرة

المبحث الأول

3-1-1 مقدمة

إن الإستراتيجية وسيلة تحقيق تماسك التنظيم داخلياً وتحديد وجهته خارجياً مع تدعيم علاقته بمتغيرات البيئة المختلفة، وتزداد أهمية التحليل والتنبؤ الاستراتيجي للوقوف على عناصر القوة والضعف وأبعاد الفرص والمخاطر بما يُمكن من سد الفجوة الإستراتيجية ، حيث تؤثر نوعية المنظمة وأنشطتها الحالية والمتوقعة مستقبلاً على عمليات التخطيط الاستراتيجي. (المغربي، 1999: 36)

إن الإستراتيجية اهتمت في البداية بالأمور التشغيلية مع قدر ضئيل من التنبؤ بحركة المستقبل بفرصه ومخاطره مع استخدام الميزانيات التقديرية في عملية التخطيط والرقابة، ثم انتقلت إلى طور التخطيط الاستراتيجي الذي ركز على استخدام أدوات التحليل الاقتصادي والتكنولوجي من أجل تحسين عملية التنبؤ بالمستقبل غير أن اضطلاع المستشارين الخارجيين بمهمة التخطيط من جهة وتركيز ذلك التخطيط على بعض المجالات قلل من فائدة التخطيط الاستراتيجي، الأمر الذي أُنقِع المنظمات في مرحلة تالية بتبني الإدارة الإستراتيجية (البريدي، 2006: 5).

3-1-2 تعريف الاستراتيجية

يعرفها (عبد الله، 1998: 23) بأنها أسلوب تفكير إبداعي وابتكاري يدخل فيه عامل التخطيط والتنفيذ معاً، في سبيل تحسين نوعية وجودة المنتج، وتنظم جهودها الرئيسة لتحقيق أغراضها، وهي صورة التوجه إلى ما يجب أن تكون عليه المنظمة مستقبلاً، حيث تمثل جوهر الاستراتيجية في الإتيان بالأساليب والإجراءات الهادفة بشكل مباشر إلى تغيير نقاط القوة للمنظمة مقارنةً بنسبياً بمنافسيها، والهدف النهائي للاستراتيجية هو المحاولة الجادة لإحداث حالة من التحكم في الظروف المحيطة لصالح متخذ القرار.

ويعرف الباحث الاستراتيجية : بأنها هي الطريقة التي يمكن من خلالها تحديد الأهداف وصنع القرارات بعيدة المدى بما يحقق رسالة المنظمة التي قامت من أجلها، أي أنها منظومة متكاملة تتضمن كلاً من رسالة المنظمة وأهدافها والسياسات اللازمة لتحقيقها، والطرق اللازمة لتنفيذ ومتابعتها، بما يتلاءم مع التغيرات في البيئة المحيطة بالمنظمة بالاستناد إلى إمكانيات المنظمة الداخلية.

3-1-3 عناصر بناء الاستراتيجية :

يتطلب تطبيق منهجية الإدارة الاستراتيجية وجود بناء استراتيجي متكامل يضم العناصر الرئيسية التالية: (السلمي، 2003: 69).

1-آلية واضحة لتحديد الأهداف والنتائج المرغوبة ومتابعة تحقيقها وتعديلها وتطويرها في ضوء المتغيرات الداخلية والخارجية.

2-آلية مرنة لإعداد وتفعيل مجموعة السياسات التي ترشد وتوجه العمل في مختلف المجالات، وتوفير قواعد للاحتكام و اتخاذ القرارات، وتضمن حالة من التناسق والتناغم بين متخذي القرارات في جميع قطاعات المنظمة.

3-هيكل تنظيمي يتميز بالبساطة والفعالية والتوافق مع مقتضى الحال في المنظمة، يوضح الأدوار والمهام الأساسية ويرسم العلاقات التنظيمية في ضوء تدفقات العمليات وتداخلاتها.

4-نظم وإجراءات تنفيذية لتوجيه الأداء في مختلف العمليات تتسم بالمرونة والفعالية، وتستهدف تحقيق النتائج.

5-أفراد تم اختيارهم بعناية، يتمتعون بالصفات والقدرات المناسبة لأنواع العمل، وعلى استعداد لقبول التغيير أي من أهم صفاتهم المرونة وصلاحيات محددة جيدا، وموزعة بين الأفراد بما يتناسب ومسؤولياتهم مع وضوح معايير المحاسبة والمساءلة وتقييم الأداء والثواب والعقاب.

6-نظم وإجراءات ومعايير لاتخاذ القرارات تتناسب مع أهميه المشاكل وتتطور مع تغير الأوضاع.

7-نظم لاستثمار وتنمية طاقات الموارد البشرية وتوجيه العلاقات الوظيفية تتناسب مع نوعية المورد البشري ومستواه الفكري ومدى الندرة فيه، كما تتوافق مع الظروف العامة الخارجية وتتسم بالمرونة.

8-نظم المعلومات وقنوات الاتصال الفعال تحقق التواصل بين أجزاء المنظمة وفيما بينها وبين العالم الخارجي وتحقق المعرفة الآتية لمجريات الأداء والظروف المحيطة.

9- تجهيزات ومعدات وموارد مادية تم اختيارها وتوظيفها بعناية لتحقيق أقصى عائد ممكن منها في ظل الظروف السائدة والمتوقعة.

3-1-4 نتائج الاستراتيجية (المنيف، 2001: 24).

1- تكوين ثقافة جديدة في الشركة مبنية على الصراحة والصدق وعدم التحيز.

2- خلق جو عمل جديد.

3- تشجيع المبادرة الفردية.

4- القضاء على البيروقراطية عن طريق تفويض الصلاحيات إلى الإدارة المتوسطة الإشرافية.

5- ارتفاع الإنتاجية ثلاث أضعاف نتيجة تغيير الهيكل التنظيمي.

3-1-5 استخدام استراتيجيات حملات الضغط والمناصرة لتعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

يتطلب تصميم وتطوير استراتيجية تعبئة الرأي العام في فلسطين العمل مع الشركاء المحتملين على المستوى الوطني، سواء كانوا منظمات أهلية أو مؤسسات شبابية أو أحزاب فلسطينية، أو مع جمهور عريض من الناشطين والحقوقيين الفلسطينيين الراغبين بنصرة حقوقهم وكشف زيف مغتصبها، وبالتالي تحقيق هذه الغاية الكبرى يتطلب تطوير أدوات واستراتيجيات عمل بشكل مستمر بالتعاون بين الكل الفلسطيني، بحيث تسهم في تطوير الوسائل والآليات اللازمة. وبعد الاطلاع والبحث فقد ارتأى الباحث أن أهم الاستراتيجيات التي تحقق هدف الدراسة "استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي" هي استراتيجيات الضغط والمناصرة بمفهومها المدرج أدناه.

3-1-5-1 مفهوم الضغط والمناصرة:

الضغط والمناصرة تعبير عن عملية متواصلة من التعبئة والتشديد والتحريك بهدف إحداث التغيير في المجتمع بالمعنى الوطني أو الديمقراطي. وهذه العملية تعتمد أساساً على درجة نضوج وقدرة العامل الذاتي على الفعل في السياق الموضوعي للتأثير فيه وتغييره. (الصندوق الاجتماعي للتنمية، 2011) يستند الباحث في تطوير هذا المفهوم، إلى المواد النظرية والعملية التي درسها بأكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا بالإضافة إلى نتائج هذه الدراسة التي سيتم مناقشتها في الفصل السادس من البحث الذي بين أيديكم.

إن استراتيجية الضغط والمناصرة تأتي في سياق المساهمة في تفعيل العناصر الكامنة اجتماعياً واقتصادياً وسياسياً للمشاركة الفاعلة في تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه المشروعة والمساهمة في رفع إمكاناتهم ليصبحوا مواطنين مدركين لمسؤولياتهم وحقوقهم وواجباتهم بشكل أكبر، ملتزمين بقيم حقوق الإنسان التي كفلتها جميع الشرائع السماوية والدساتير الأرضية والصعود بهم إلى مراحل العمل الفعلي من خلال تنفيذ حملات تعبئة ومناصرة وضغط بخطواتها المختلفة. والانتقال بالأفراد والمنظمات وبالمجتمع لمقدرة أكبر لمساعدة أنفسهم في استعادة جزء من حقوقهم من خلال بناء القدرات والتنمية المحفزة للمناداة (الضغط والمناصرة) بعيون واعية ناقدة قادرة على التغيير بشكل جماعي.

3-5-1-2 أهداف عملية الضغط والمناصرة:

عملية الضغط والمناصرة تستهدف تحقيق جملة من الأهداف العامة، تشكل أساساً لمختلف الأهداف الأكثر تحديداً في سياق عملية التغيير، ومنها: (الصندوق الاجتماعي للتنمية، 2011)

- التوعية بالحقوق الاقتصادية الاجتماعية، السياسية والثقافية.
- بناء أدوات عمل جماهيرية وقطاعية تستند لمفهوم تشاركي ديمقراطي.
- تخطيط، تنسيق، وتنظيم عملية الفعل والتحريك الأهلي والجماهيري، بمختلف مركباته ومستوياته.
- تقييم مستمر والاستفادة من التجربة ودروسها.

3-5-1-3 وسائل وأدوات ضمن استراتيجية الضغط والمناصرة: (معهد كودي الدولي، 2003)

تنظيم الحملات : وهي متعددة الأشكال والمضامين، وتتضمن خطوات أساسية لبنائها وتنفيذها:

1. التوعية والإرشاد

بهدف ترسيخ الفهم المعمق للوصول إلى تغيير سلوك أو سياسات معينة ضمن الموضوع المحدد للحملة.

2. التشبيك والعلاقات العامة

عمل مشترك بين المؤسسات الشريكة تجاه تحقيق أهداف مشتركة، وتوسيع دائرة المناذاة والنشاطات إلى المؤسسات والقطاعات الشبيهة في التوجه والانتماء، سواء من المؤسسات التشريعية، البرلمان، المؤسسات الحكومية، الاتحادات والنقابات، مؤسسات المجتمع المدني، القطاع الخاص، المؤسسات الدولية، الهيئات المحلية (البلديات والمجالس).

3. تنظيم الفئات والشركاء

بناء قدرات أفراد المنظمات والمجتمع المحلي بما يتلاءم ويخدم أهداف البرنامج والحملات.

4. بناء فريق الحملة بلجانها المختلفة

- تعيين منسق للحملة من المنظمات الشريكة وفق معايير وقبول من الطرفين.
- تأسيس لجان متخصصة خاصة بالحملة لجنة البحث وجمع المعلومات، لجنة الإعلام، لجنة العلاقات العامة ولجنة التوثيق).

5. تحديد الاستراتيجية والخطة (وفق معايير متفق عليها مسبقاً)

- اختيار القضية الأساسية.
- تحديد الأشخاص المستهدفين من الحملات (ليس المؤسسات) وتجنيب الأعضاء.
- تحديد الهدف والأثر والرسالة الأساسية .ومستوى التحرك في كل حملة (الإطار الزمني، الموازنة، والمتابعة والتقييم).
- تحديد المناصرين والمعارضين، لاستقطابهم وتحبيدهم.
- تحديد الأدوار (توفير التحليلات، علاقات، بناء قدرات، والضغوطون).
- تحديد الأنشطة المطلوبة، وتخطيط التحركات (توفير برنامج مرحلي للحملة بنشاطاتها المختلفة حتى يتسنى للأعضاء والمناصرين معرفة مواعيد الفعاليات والمشاركة بها).

6. إعلامياً:

- إعداد استراتيجية إعلامية.
- إحراز التغطية الإعلامية.
- نشر نشاطات الحملات ومذكراتها وأخبارها وصورها على موقع خاص (بالوحدة /المشروع /الحملة).

7. الرقابة الذاتية والتقييم المرحلي

متابعة إنجاز كل مرحلة أولاً بأول، وتذليل العقبات، وعمل تقييم مرحلي لأداء طاقم الحملة وسير العمل، إضافة إلى التقييم البعدي (بعد الانتهاء من الحملة).

8. الشركاء المحتملون:

نعني بالشركاء، الجهات والمؤسسات الأهلية والقاعدية، والقوى الاجتماعية والسياسية، التي نقاطع معها بالرؤية النقدية، ويمكن أن نلتقي معها في قيادة وتطوير برامج تنموية بديلة تستهدف إحداث التغيير، ومن بين هذه الجهات:

- مؤسسات أهلية على المستوى الوطني، أو المحلي تبعاً للموضوع والمدى الزمني والموارد المتاحة.

- فعاليات وقوى وأحزاب.
- منظمات قاعدية ولجان متعددة، على اختلاف أشكالها وموضوعات عملها على المستوى المحلي.
- أطر طلابية واتحادات نقابية وقطاعية ومجالس محلية.

3-1-5-4 استراتيجيات المناصرة: (برغوت، 2010)

كثيراً ما يستخدم المواطنون ومؤسساتهم تشكيلة من الاستراتيجيات المتنوعة من أجل تحقيق أهدافهم في مجال المناصرة وبشكل عام يمكن تجميع استراتيجيات المناصرة والتمكين هذه في فئات ست على أساس غاياتها الرئيسة أو أنشطتها الجوهرية على النحو التالي:

1. استراتيجية التعاون:

بناء علاقات التعاون بين المجموعات ذات العلاقة بموضوع القضية.

2. الاستراتيجية التعليمية:

زيادة الوعي ورفع مستويات الوعي الناقد وتتضمن هذه الاستراتيجيات تعزيز قدرة المؤسسات الأهلية والمنظمات الشعبية للتعبير عن نفسها وتوفير معلومات أو التعاون في جمع وتحليل البيانات والمعلومات وتطوير سياسات بديلة.

3. استراتيجية الإقناع:

وهدفها الرئيس استخدام المعلومات والتحليل وحشد المواطنين بغية المطالبة بإحداث التغيير، وكثيراً ما تتضمن اللجوء إلى مجموعات الضغط واستخدام وسائل الإعلام للتأثير على صانعي القرار وعلى الرأي العام .

إن توفر مهارات اتصال وتواصل وتفاوض واستخدام الأرقام والإحصائيات لتوضيح الأهداف هو مفتاح نجاح استخدام هذه الاستراتيجية .

4. استراتيجية التقاضي:

والهدف الرئيس منها هو النهوض بالتغيرات الاجتماعية والاقتصادية عبر استخدام نظام المحاكم لاختبار القوانين.

5. استراتيجية المواجهة:

استخدام العمل المباشر لتحدي السياسات السلبية ولجذب الاهتمام إليها ولحشد قدر أكبر من الضغط مقارنة باستراتيجيات أخرى من أجل إحداث تغيير سياسي .ويمكن لهذه الإستراتيجية أن تتضمن اتباع طرق عنيفة أو غير عنيفة لتوجيه العمل.

ويمكننا دمج أكثر من استراتيجية من المذكور أعلاه ولكن ينصح بتحديد استراتيجية رئيسة لحملة المناصرة مع تحديد استراتيجيات ثانوية تساعد على ذلك، ويجب الأخذ بالاعتبار أن بعض الاستراتيجيات قد تتضارب سلباً ولا ينصح بدمجها، فعلى سبيل المثال قد يكون من الصعب استخدام استراتيجية التعاون في نفس الوقت الذي تستخدم فيه استراتيجية التفاوض.

2-3 الرأي العام

مقدمة

1-2-3 مفهوم الرأي العام

2-2-3 مكونات الرأي العام

3-2-3 مراحل الرأي العام

4-2-3 طرق قياس الرأي العام

5-2-3 العوامل المؤثرة في تحديد توجهات الرأي العام الفلسطيني

6-2-3 الأساليب التقليدية والمستحدثة في تغيير الرأي العام

مقدمة

بدأ عصر وسائل الإعلام في مستهل القرن العشرين بظهور وانتشار الفيلم والراديو والتلفزيون بين عدد كبير من الناس . وكانت وسائل الإعلام هي التي جمعت بين الصورة والحركة التي بدأت مرحلة الانتقال إلى الجماهير الغفيرة وتركت أثراً بالغاً في نفوسهم (ديفلز وبول، 2003: 6).

وتشمل وسائل الإعلام (أو وسائط الاتصال) أشكالاً مختلفة ومتراكمة تاريخياً، فعلى الرغم من أن الحديث عن الوسائط لم يبدأ إلا في عشرينيات القرن العشرين، إلا أن الإهتمام بتلك الوسائط كان أقدم من ذلك بكثير بداية بفن البلاغة الذي مارسه اليونان والرومان القدماء (راجح، 2004: 94)

تلعب وسائل الإعلام دوراً في توجيه أولويات الرأي العام وتحديد ما يتوافق مع توجهات النخب الحاكمة، وتقوم وسائل الإعلام بتوفير قاعدة واسعة من المعلومات عن توجهات الرأي العام للنخب الحاكمة وأرائهم ولترسم هذه النخب خططها وتطلعاتها مستعينة بهذه القاعدة الواسعة من المعلومات (مجاهد، 2004: 195).

كما ويلعب الإعلام دوراً في الارتقاء بالرأي العام، عن طريق تنفيذ أهدافه ووظائفه بصورة دقيقة وصادقة وموضوعية تخدم المجتمع بالفعل، وهذا يؤدي إلى محاولة تحقيق الكسب المعنوي أكثر من المادي، وبذلك يمكن للإعلام أن يرفع طبقة الرأي العام المنقاد من كونها طبقة منقادة إلى طبقة المستنيرين، كما يرفع طبقة المستنيرين إلى طبقات الصفوة ولو بدرجة من درجاتها. (كحيل، 1987: 140)

3-2-1 مفهوم الرأي العام:

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)

لقد 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

الالكترونية مجالاً رحباً لخلق رأي عام ملموس، وأصبحت المواقع الالكترونية تتيح للمشاركين فرصة المشاركة وإبداء الرأي، والوصول السهل إلى المعلومات والاطلاع على الآراء المتناقضة وعرض ما لديهم من آراء للنقاش والتداول. (العبد، 64، 2000)

وتوصل الباحث 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 لأكثرية المجتمع في قضية معينة، أو موقف معين، ينتج نتيجة الحراك الديناميكي والتفاعلي بين الأفراد ، يتشكل على أساسه هذا الاتجاه ويكون بشكل فعال كلما ارتفعت نسبة الوعي السياسي لدى المجتمع.

3-2-2 مكونات الرأي العام (طافش، 1995: 111)

ظاهرة الرأي العام معقدة للغاية فضلاً عن أن أسلوب تكوينها، أو تتابعها المرحلي، يتميز بالتكامل الشديد بحيث يصعب وضع حد فاصل بين مرحلة وأخرى، ولتكوين الرأي العام كحكم تصل إليه الجماعة في قضية ما لابد أن تكون القضية هامة وتمس مصالح الجمهور، وأن تتوفر مناقشات حرة ووافية لهذه القضية، وأن تكون جميع حقائق القضية مثارة ومطروحة للرأي العام، وأن يكون اتجاه الجماعة في هذه القضية منسقاً مع القيم والأفكار العامة للناس.

إن عملية تكوين الرأي العام ومراحلها تكاد تتشابه في نظر العديد من الباحثين والمفكرين وتتم غالبيتها في مرحلة نشأة المشكلة أو القضية أو موضوع خلافي على أن يكون موضوع اهتمام مجموعة كبيرة من المجتمع إن لم يكن غالبية المجتمع، ومن ثم مناقشة أبعاد هذه المشكلة، والمرحلة الثالثة وهي مرحلة الوصول إلى اتفاق وهي الصورة النهائية المتكاملة للرأي العام.

إن عملية تكوين الرأي العام تتم على النحو التالي (عبد الحميد، 1997: 108)

- **دور الجماعات الأولية:** في التجمعات الإنسانية نجد واحداً أو أكثر يحتضن فكرة من الأفكار، تعتبر النواة التي تنمو حتى تغطي المساحة الكاملة للمجتمع.
- **ظهور الزعامة والقيادة:** قيادات تعمل على تبسيط الفكرة الأصلية التي حازت اهتمام جماعات صغيرة، وصياغة هذه الأفكار وتقديمها للجمهور والتأثير على مواقف الآخرين وسلوكهم.
- **اتساع دائرة الاتصالات:** وهي المرحلة التي تتسع فيها دائرة النقاش ويشترك فيها عدد كبير من الناس لا يعرف بعضهم بعضاً، وخلال هذه المرحلة يبرز فريقان من الناس فريق لا يهتم بهذه

- الأفكار وفريق يتخذ منها موقفاً رافضاً لأنها لا تتفق مع أفكارهم، وفي مرحلة الانقسام لا تتضح ظاهرة الرأي العام لأن فرصة ظهوره يتطلب قبول الفكرة من عدد كافٍ من الأفراد .
- **موافقة الآخرين وسلوكياتهم:** وتأتي هذه المرحلة بعد مناقشات واسعة ومشاركة عامة مما يجعل عدداً كبيراً من الناس يتقبلون هذه الأفكار فتعمد الجماعات السلبية في المجتمع إلى السير في الركاب، ويجد المعارضون لهذه الأفكار حرجاً في مخالفة الأغلبية فيميلون إلى الصمت، وحين يحدث هذا التوافق أو التعديل السلوكي للقوى السلبية والمعارضة يكون الرأي قد تكون.
- **مرحلة التفكك والاختفاء:** الرأي العام ظاهرة وقتية تختفي باختفاء القضية المثارة وقد يستبدل برأي عام آخر كما قد يتحول إلى رأي عام كامن حين يواجه بالقوة .

3-2-3 مراحل الرأي العام: (عبده، 2004: 91)

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 طريقاً للإصلاح، وربما لأنه يشعر بوازع ديني مقرون 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 ويبدأ في السؤال عن حقوقه وواجباته، وتحسم مرحلة الصراع هذه إما بالمفاوضة 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 بحكم بواسطة الرأي العام.

يرى الباحث أن العوامل التي تؤثر في تكوين الرأي العام هي نفسها العوامل التي تؤدي إلى تغييره وتعديله، فالرأي العام لا يبقى ثابتاً بل يتغير وفقاً لتغير العوامل المكونة للرأي، ونتيجة لتوافر معلومات جديدة عن القضية المثيرة للجدل، أو نتيجة الشائعات والحملات المضادة ضد أي مؤسسة معينة، ويجب أن يستند تغيير الرأي العام إلى الصدق والأمانة في نقل المعلومات وتفسير هذه المعلومات من قبل وسائل الاتصال وذلك حتى مصداقيتها أمام الجماهير وتكون أساليبها فعالة في الوصول إلى الجماهير وإقناعها.

3-2-4 طرق قياس الرأي العام:

تعرف الموسوعة الاجتماعية طريقة قياس الرأي العام على أنها تلك العملية التي يتم من خلالها التعرف إلى ردود أفعال الناس وتوجهاتهم تجاه عبارات وأسئلة مصاغة بشكل واضح، وذلك من خلال المقابلات والمحاولات، وتنقسم طرق قياس الرأي العام إلى نوعين هما: (عجوة، 2004: 94)

- **طرق كمية:** تستخدم لقياس الاتجاهات الظاهرة لعينة ممثلة للجمهور حيث تتحدد نسبة توزيع الاتجاهات بين هذا الجمهور، من خلال الاستعانة بعدة وسائل لجمع البيانات كالاستبانة أو الاستفتاء الذي قد يكون بطريق البريد أو عن طريق المقابلة المباشرة.

- **طرق كيفية:** تستخدم للكشف عن مدى قوة اتجاهات الرأي العام وكذلك معرفة أسباب تكوين هذه الاتجاهات ومعرفة العوائق التي تقف في سبيل تكوينها، ويمكن تقسيم الرأي العام إلى ثلاثة أنواع رئيسية: النوع الأول: استطلاع الرأي العام للتعرف السريع والفوري للرأي العام حول قضية أو قضايا معينة، والنوع الثاني: قياس اتجاهات الرأي العام لمحاولة تحديد اتجاه الرأي العام نحو قضايا معينة وهو أدق من النوع الأول، أما النوع الثالث دراسات التسويق للتعرف إلى آراء الناس واتجاهاتهم، وتتسق ظاهرة الرأي العام وجوداً وعدماً مع دوامه وفعاليته.

3-2-5 العوامل المؤثرة في تحديد توجهات الرأي العام الفلسطيني:

فقد استطاع الرأي العام أن يترك أثراً واضحاً في زيادة الاقتدار السياسي لدى الجماهير الفلسطينية، الذي يعني امتلاك الفرد للقدرة التأثيرية على النظام السياسي القائم، حيث يمكن التعبير عن الاقتدار السياسي من خلال العديد من الصيغ، من خلال 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 قادراً على التأثير في عملية صنع القرار السياسي، وإحداث تغييرات حقيقية في النظام السياسي تخدم مصالحه وتطلعاته، وتجعله على الدوام رقيباً على صناع القرار وتوجهاتهم المختلفة.

وتؤثر العديد من العوامل على ملامح الرأي العام الفلسطيني وآليات تشكيله وتوجهاته، **هذه العوامل هي:** (غريب، 2011: 68)

1- **الثقافة السياسية:** تعرف على أنها مجموعة التوجهات والمواقف والتصرفات 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.

2- القيم والمورث الفلسطيني: لهذه القيم دوراً بارزاً في جعل الرأي العام الفلسطيني أكثر تقبلاً للسياسات غير الديمقراطية، وأكثر بعداً عن الثقة في عملية التغيير السياسي والتحول الديمقراطية، وتقف هذه القيم في وجه أي محاولة لنشر القيم الديمقراطية في الحياة الفلسطينية بكافة جوانبها. إن الثقافة السياسية الفلسطينية تتميز بالتحول المستمر باتجاه الثقافة السياسية، ويظهر ذلك عبر التحولات داخل النظام السياسي الفلسطيني، فعملية التحول تشهد تقدماً نحو نظام وحياة أكثر ديمقراطية ومشاركة.

3-2-6 الأساليب التقليدية والمستحدثة في تغيير الرأي العام: (التهامي، 2011، 109)

أولاً: الأساليب التقليدية لتغيير الرأي العام:

نعرض أولاً لطائفة من الأساليب التقليدية التي استخدمت عبر التاريخ في محاولات تغيير الرأي العام والتي مازالت مستخدمة حتى يومنا هذا وإن أضيفت إليها أساليب أخرى جديدة يطلق عليها اسم الحرب النفسية.

وقبل أن نخوض في حديث الأساليب التقليدية يجدر بنا أن نلفت النظر إلى الظاهرتين التاليتين:

أولاً: أنه يكاد يكون من أصعب الأمور تغيير الآراء الراسخة .

ثانياً: أن مضمون الإعلام ورسالته تكون أكثر يسراً وفعالية إذا كان متعلقاً بموضوعات جديدة أو مسائل لم يسبق تكوين آراء أو اتجاهات حيالها.

ثالثاً: إن وصول الحقائق أو المعلومات إلى الجمهور مسألة بالغة الأهمية، فقد لوحظ أن الجمهور المطلع المتابع للأحداث يكون دائماً أسرع إلى تكوين آراء محددة ذات طابع متزن، بعكس الجمهور غير المطلع البعيد عن متابعة الأحداث.

فهذا الصنف الأخير من الناس يكون عادة أبطأ في تكوين رأيه ، مذبذباً في اتجاهاته ، فريسة للإشاعات والانحرافات ويتسم رأيه في النهاية بالتطرف والنظرة السطحية للأمور وتغليب الانفعال الطارئ على التفكير السليم.

الأساليب التقليدية المستخدمة لتغيير الرأي العام:

أولاً: أسلوب التكرار والملاحقة: يعتقد البعض أن أسلوب التكرار، لا الجدل ولا المناقشة، هو أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام. وكانت الدعاية الألمانية تعتقد هذا الأسلوب ، وتؤمن بأنه الأسلوب المثالي لمخاطبة الجماهير وقد وصف (جوبلز) هذا الأسلوب الدعائي فقال: "إن سر الدعاية الفعالة يكمن لا في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء ولكن في التركيز على بضع حقائق فقط ، وتوجيه آذان الناس وأبصارهم إليها مراراً وتكراراً".

والحقيقة أن أسلوب التكرار في مخاطبة الجماهير أحد الأساليب الشائعة التي تستخدمها الدعاية في كل مكان وزمان. وخاصة حين تتجه المخاطبة إلى إثارة العواطف والمشاعر لا إلى العقل وكلنا يذكر الأسلوب التكراري الذي اتبعته الدعاية الصهيونية بعد حرب 1967 لترويج مفاهيم وأفكار مهنية عن الشخصية العربية مقارنة بالشخصية الإسرائيلية، وذلك في محاولتها قهر العرب نفسياً وتثبيت صورة نمطية سيئة ومختلفة عنهم في أذهان شعوب العالم .

ثانياً: أسلوب الإثارة العاطفية:

يستخدم أسلوب الإثارة العاطفية لرفع الروح المعنوية للشعوب عن طريق تذكيرها بإنجازاتها التاريخية والمعاصرة وهذا هو الاستخدام السليم، أو للكذب على الشعوب والنفخ الكاذب فيها وإثارتها للإقدام على أعمال عدوانية، وكان (هتلر) يعتقد أن الجماهير فيها الكثير من خصائص النساء، وأن استجابة الرأي العام تكون دائماً استجابة عاطفية أكثر مما هي عقلية.

ثالثاً: أسلوب عرض الحقائق: يطلق على هذا اللون من الدعاية عادة لفظ الإعلام، ذلك أن هذا الأسلوب يعتمد أساساً على وصول الحقائق إلى أكبر عدد ممكن من الناس على أساس أن الحقائق الملموسة أقوى أثراً وأبقى على الزمن من الأكاذيب والتهاويل والشائعات.

ويذكر لتشرشل رئيس وزراء بريطانيا خلال الحرب العالمية الثانية نجاحه الكبير في قيادة الرأي العام البريطاني والإقناع ومصارحة الشعب بالحقائق حماية له من الحرب النفسية .

ومن العوامل التي تحقق نجاح هذا الأسلوب التربية السياسية الواعية للناس عن طريق المصارحة والشرح والمناقشة والإقناع .

رابعاً: أسلوب تحويل انتباه الرأي العام:

قد يصعب في أحيان كثيرة معارضة الرأي السائد بين الناس بالنسبة لمسألة أو موضوع معين ، ذلك أن معارضة تيار جارف من الرأي العام بعد تكوينه لا تأتي بنتيجة ما حتى لو كان الرأي العام على خطأ . والأسلوب الذي يتبعه السياسيون وأجهزة الدعاية في مثل هذه الأحوال هو تحويل انتباه الناس إلى موضوع آخر في مثل أهمية الموضوع المثار أو أكثر .

خامساً: أسلوب البرامج الإيجابية المحددة:

للبرامج والتصريحات الإيجابية المحددة أثرها البالغ وسحرها الكبير على الرأي العام يعكس البرامج غير المحددة والكلمات الجوفاء والتذبذب والسلبية ويسوق البعض نموذجاً لذلك الديانات بما تعرضه من عقوبات وجزاءات محددة للتدليل على مدى نجاح هذا الأسلوب في مخاطبة البشر . ويدرك رجال السياسة تمام الإدراك مزايا البرامج المحددة في تغيير اتجاهات الرأي العام ولذلك يحرص معظمهم على التقدم إلى الناخبين ببرامج من هذا القبيل . وكلما كانت هذه البرامج متسمة بالإيمان بالمستقبل والتفاؤل به، كلما تضاعف تأثيرها ذلك أن الناس بطبيعة الحال يكرهون الروح المتشائمة لما تحمله في طياتها من سلبية وهدم . ومع ذلك فإن البرامج والوعود الإيجابية المتفائلة تفقد قيمتها ويتلاشى أثرها وينقلب إلى تأثير عكسي ما لم يتبعها العمل والتنفيذ.

سادساً: أسلوب التزوير والخداع باستخدام العلم وتطبيقاته

وتمثل الإحصائيات الإسرائيلية صورا صارخة لذلك سواء للترويج لسياساتها العامة بالنسبة للصراع العربي الإسرائيلي أو لحقيقة عدد ضحايا النازية من اليهود أو لأغراض دعائية أخرى ترغب في استمالة الرأي العام لها بالاستتكار أو التأييد، ومن الأمثلة التي فضحها الرأي العام الإسرائيلي نفسه قيام جهاز الدعاية الإسرائيلي بتزوير بعض الأفلام التسجيلية الخاصة بحرب 1967 ونسبتها لأحداث حرب 1973 لإظهار انتصارات إسرائيلية مزعومة.

سابعاً: أسلوب التضخيم والتلفيق:

وهذا الأسلوب الدعائي تستخدمه الدعاية الصهيونية والإسرائيلية بكثرة إما لاختبار مواقف معينة أو لإضفاء الأهمية عليها رغم ضحالتها أو للدس والوقية بين شعوب أو دول أو جماعات مستهدفه أو للتمكين لبعض العملاء من اتخاذ قرارات لصالحها باستخدام الأكاذيب الملفقة المذاعة.

ثانياً: الدعاية والأساليب المستحدثة (الحرب النفسية): (التهامي، 2011، 121)

الأساليب الحديثة التي تلجأ إليها أجهزة المخابرات العالمية بصفة خاصة لإثارة الرأي العام وتقليبه، هي الأساليب التي عرفت حديثاً باسم الحرب النفسية.

ولقد حرصت وزارة الحربية الأمريكية على أن تبرز هذا الطابع التخطيطي في التعريف الذي أوردته للحرب النفسية في قاموس المصطلحات الحربية الذي أصدرته في مايو 1955 إذ جاء فيه ما يلي:

"الحرب النفسية: هي استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة دول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية التي تستهدف جماعات معادية أو محايدة أو صديقة للتأثير على آرائها وعواطفها واتجاهاتها وسلوكها ، بطريقة تساعد على تحقيق سياسة الدولة أو الدول المستخدمة لها وأهدافها".

والحرب النفسية تقوم على عناصر ثلاثة رئيسة هي:

1- بث الإشاعات 2- افتعال الأزمات 3- إثارة الرعب والفوضى.

بث الإشاعات:

الإشاعات هي الترويج لخبر مختلق، لا أساس له من الواقع، أو تعتمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو النوعي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول ، أو النطاق العالمي بأجمعه .

افتعال الأزمات:

ولعل أبرز أمثلة افتعال الأزمات للتأثير في الرأي العام ما أقدمت عليه جريدة (الديلي ميل) الإنجليزية في انتخابات عام 1924 في إنجلترا ، حين نشرت في صدر صفحتها الأولى صبيحة يوم الانتخابات صورة فوتوغرافية لخطاب زعمت أنه صادر من (زينوفيف) الذي كان يشرف في ذلك الوقت على الكومنترن ، وكان الخطاب يحض على قلب نظام الحكم في بريطانيا وكانت النتيجة المباشرة لنشر تلك

الوثيقة المزيفة تأزم الموقف بالنسبة لحكومة حزب العمال التي كانت قد اعترفت بنظام الحكم القائم في روسيا وبطبيعة الحال سقطت حكومة العمال ، إذ لم يكن أمامها أية فرصة لمواجهة هذه الأزمة المدبرة التي فاجأتها في صبيحة يوم الانتخاب وكان لها تأثيرها القوي في تغيير اتجاهات الناخبين البريطانيين . ومن أمثلة افتعال الأزمات أيضاً محاولة الصهاينة عام 1948 اغتيال لورد موين في القاهرة وتفجير بعض المنشآت الأمريكية للوقية بين الحكومة وكل من بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية .

إثارة الرعب والفوضى:

برعت المخابرات النازية بصفة خاصة في استغلال دوافع الأمان لدى الإنسان بإثارة الخوف والفرع لإرهاب الشعوب وإخضاعها من خلال الحرب النفسية ، وكانت أقاصيص الرعب التي أشاعتها قبل اجتياح فرنسا بصفة خاصة عاملاً أساسياً في هزيمة فرنسا وإتمام احتلالها في زمن قياسي (17 يوماً) رغم وجود خط ماجينو القوي التحصين .

وكلنا في العالم العربي يذكر مذبحه كفر قاسم عام 1948 على يد العصابات لإرهاب المواطنين الفلسطينيين العرب المسالمين ودفعهم تحت تأثير الرعب إلى ترك أراضيهم وهجرة وطنهم. ومع ذلك فإن استغلال عامل الخوف قد يأتي بنتيجة مضادة تماماً فالخوف قد يدفع أحياناً إلى استخدام العقل، أو بمعنى آخر إلى الرجوع إلى العقل.

وخلاصة القول أن الحرب النفسية سلاح خطير حقاً ، ولكنه مع ذلك سلاح ذو حدين، والحقيقة أن أساليب المخابرات العالمية في تأليب الرأي العام وإثارته لا تعرف حداً تقف عنده فهي لا تتورع في سبيل تحقيق أهدافها عن القتل والخطف والرشوة والإساءة إلى سمعة الأفراد والجماعات ، والالتجاء إلى التخريب والتدمير والتزوير والخداع وإثارة التذمر والتعصب والفرقة ونشر الخوف والذعر والإرهاب ، بل وإشعال الفتن والحروب .

المبحث الثالث

3-3 مواقع التواصل الاجتماعي

مقدمة

3-3-1 فكرة مواقع التواصل الاجتماعي

3-3-2 تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي

3-3-3 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

3-3-4 خوارزمية شبكة التواصل الاجتماعي "Facebook"

3-3-5 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

3-3-6 أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

3-3-7 تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي

3-3-8 دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام

3-3-9 تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام

3-3-10 مؤشرات مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام

مقدمة

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الإنجازات العلمية التي شهدها القرن الحالي، وذلك لما أحدثته من ثورة في تكنولوجيا الاتصال جعلت من عالمنا المعاصر مدينةً واحدةً لا تعترف بحدود الزمان والمكان، وتضم مواقع 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.

لقد أوجدت التكنولوجيا الحديثة الكثير من التقنيات التي سهلت لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية الحصول على المعلومات ونقلها ونشرها بتكلفة مالية ووقت قليلين، وكان لانطلاق المواقع الإخبارية الإلكترونية والمواقع الاجتماعية دور بارز في إعطاء المستخدمين فرصة للتعبير عن آرائهم وإثارة أي قضية للنقاش والتعليق على ما يرغبون من القضايا المتاحة والتفاعل معها، مما خلق بيئة جديدة للمشاركين لبلورة أفكار وتبني وجهات نظر والدفاع عن هذه القنوات والقضايا. (قلحي، 2005: 68)

فقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي تقدماً كبيراً في ظل التطورات الاتصالية الهائلة التي يعيشها العالم، حيث أصبحت ظاهرة واسعة الانتشار، ووسيلة اتصال وإعلام تكنولوجية تتميز بالاستقلالية، واللامركزية، وترتبط سكان العالم ببعضهم البعض بسرعة فائقة، وقدرة استيعابية واسعة، حتى باتت جزءاً مهماً في حياة الأفراد والمؤسسات لما تقدمه من خدمات نظراً للتطورات المتلاحقة في تطبيقاتها بفعل تقدم تكنولوجيا الاتصال. (أحاجي، 2002: 94)

3-3-1 فكرة مواقع التواصل الاجتماعي:

تقوم الفكرة الرئيسية للمواقع الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء في الشبكة ويتم نشرها علناً على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور، اعتماداً على صلاحيات الخصوصية التي تمنحها للزوار، وتعمل شبكة المواقع الاجتماعية على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم، وكما وتعتمد هذه المواقع على توفير مجموعة متنوعة من الطرق للتفاعل بين

المستخدمين مثل: المحادثة، والرسائل، والبريد، والفيديو، والمحادثة الصوتية، وتبادل الملفات، والمدونات، والمناقشات الجماعية. (ريان، 2011: 94)

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (مواقع التواصل الاجتماعي)، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وأهمها: (الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب). (قبيعة، 2012: 65)

3-3-2 تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرفها (المديني، 2009: 34) بأنها مجموعة من شبكات الكمبيوتر الحاسب الآلي من جميع أنحاء العالم التي تتيح للمستخدمين الاتصال بمصادر مختلفة من المعلومات والخدمات الإنترنت .

يعرفها (حسن، 2009: 38) بأنها مجموعة من الحاسبات المرتبطة بعضها ببعض في أنحاء العالم المختلفة يمكن بواسطتها تناقل وتبادل المعلومات سواء أكانت هذه المعلومات كلاماً منطوقاً، أو نصوفاً مكتوبة، أو صور مرئية ثابتة، أو متحركة أو حتى إشارات رمزية، أو بها جميعاً.

ويعرف (صادق، 2011: 9) الإعلام الجديد بأنه: نوع من أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته. ويرى الباحث أنها عبارة عن مواقع 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.

3-3-3 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

بدأت مواقع التواصل الاجتماعي في 4 فبراير سنة 2004 م من طرف "مارك زك ربرغ" وهو طالب في جامعة هارفارد الأمريكية، بهدف إنشاء شبكة للتعرف بين طلاب البكالوريوس في جامعة هارفارد ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وأرائهم، ونظراً للإقبال الشديد من قبل الطلاب قرر مارك توسيع قاعدة من يحق

لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى وطلبة الثانوية الذين يسعون إلى التعرف إلى الحياة الجامعية، وفي سبتمبر 2006 قرر مارك أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وقد حقق الموقع طفرة في عدد المشتركين حيث تجاوز (200) مليون مشترك. (عامر، 2011: 205)

وتحتل مواقع التواصل الاجتماعي حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (جوجل ومايكروسوفت)، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص، وأصبح مؤسس الفيس بوك أصغر ملياردير في العالم، وهو في السادسة والعشرين من عمره.

3-3-4 خوارزمية موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك": (أبو عطية، 2012: 66)

1-التقارب أو الانسجام: يستند هذا المتغير على نوع العلاقة لدى المستخدم مع الصفحة أو العلامة التجارية (وليس العكس)، والتي تقيس شدة تلك العلاقة، فإذا ارتبط مستخدم مع محتوى كبير من صفحة أو علامة تجارية معينة، فإنّ الخوارزمية ستعمل على إعادة ترتيب موقع المنشور من تلك الصفحة ووضعها في قائمة أعلى الأولويات، فضلاً عن صفحة ما كان تفاعل المستخدم فيها قليلاً أو معدوماً، ويقاس ذلك من خلال: (الإعجاب، أو التعليقات، أو المشاركات).

2-الثقل أو الأهمية: هو نظام التقييم الذي يسمح بزيادة أو إنقاص قيمة عمليات معينة داخل موقع الفيس بوك. حيث تعبّر التعليقات عن درجة معينة من التفاعل مع المنشور (Post)، ولهذا السبب يحمل التعليق درجة من الأهمية أكبر من "الإعجاب".

3-زمن الاضمحلال: يقيس هذا الزمن مدى قدم المنشور، ووفقاً لذلك يقوم بإسناد القيمة، هذا يعني أنّه من الضروري باستمرار إعادة وضع المنشور ووضع منشورات جديدة لصفحتك أو شركتك في آخر الأخبار، حتى تضمن المزيد من النمو والشهرة لصفحتك.

3-3-5 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتشترك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها، ومن أبرز تلك الخصائص: (بخيت، 2013: 34)

1-الملفات الشخصية والصفحات الشخصية: ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة

الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، و يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسة للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً، ومن هم أصدقاؤه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات.

2-الأصدقاء/ العلاقات: وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، فالشبكات الاجتماعية تُطلق مسمى صديق "على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى " اتصال" أو "علاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك.

3-إرسال الرسائل وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

4-اللبومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها.

5-المجموعات: تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحةً أشبه ما تكون بمنندى حوار مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين.

6-الصفحات: ابتدعت هذه الفكرة الفيس بوك، واستخدمتها تجارياً بطريقة فعالة حيث تعمل حالياً على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين وتقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.

3-3-6 أهمية مواقع التواصل الاجتماعي: (زيد، 2012: 127)

1- **تتيح أفكار جديدة:** تبرز أهمية المواقع الاجتماعية في أنها توفر حالة من الغنى بالمعلومات تمنح المستخدمين فرصة لتبني أفكار جديدة، وكذلك عرض أفكاره على الآخرين، كما أنه في إطار الثورة المعلوماتية وفرت المواقع الاجتماعية التفاعلية للشباب فرصة للتواصل والحصول على المعلومات بسهولة، وتبادل الأفكار وإعادة الدور للشباب بعد أن فقدوه لفترة طويلة في إطار انحسار المعلومات لدى النخبة، وانحسار التحرك العام لدى قادة الرأي العام في المجتمع، حيث أعادت مواقع التواصل الاجتماعي للشباب إمكانية العودة إلى الحياة الاجتماعية بقوة .

2- **لغة العصر،** وجزء من التطور العقلي والتقني والنفسي للعصر الذي نعيش فيه، وبالتالي التعاطي بلغة العصر ضرورة لاستمرار الحياة.

3- **إدارة الوقت بشكل أفضل،** حيث تخترق حدود المكان والزمان، بالإضافة إلى أنها وفرت إمكانية الوصول لعدد هائل من البشر، وكذلك خلق قيادات جديدة من خلال البحث عن الطرق الأكثر تأثيراً لطرح الأفكار وجذب الآخرين اتجاهها.

4- **أصبحت حقيقة واقعة،** يزورها الجميع للاطلاع على ما تنتشره من موضوعات وأخبار تهتم الجمهور في ظل القصور والخلل في المواقع الإلكترونية الإخبارية، التي أصبحت حزبية بامتياز، كما فتحت الآفاق أمام الشخص للكتابة بكل الموضوعات التي تجول بخاطره، والتعبير عن رأيه بكل حرية.

3-3-7 تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك العديد من أصناف الشبكات الاجتماعية نذكر منها: (عامر، 2009: 62)

1- **الشخصية:** ويعتمد هذا الصنف من الشبكات الاجتماعية على فتح ملف شخصي لكل مستخدم يوفر له خدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة مستخدمي هذه المواقع فيما بينهم بتبادل العديد من الصور والملفات المرئية والروابط، وهو الصنف الأكثر شهرة.

2- **عامة:** ويعتمد هذا الصنف من الشبكات الاجتماعية على ربط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب الأعمال والشركات بعضهم ببعض، ويمكنهم من تبادل الملفات الشخصية للمستخدمين التي تتضمن سيرتهم الذاتية وخبرتهم.

3-3-8 دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام:

وفرت مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة أمام الأفراد المشتركين في هذه المواقع لبناء قاعدة أساسية للانطلاق باتجاه أهداف لتحقيقها، انطلاقاً من الإيمان العميق بدورهم في الحياة المجتمعية وبضرورة الارتقاء بالمجتمع، من خلال فتح المجال أمام المشتركين والتعبير عنها والمشاركة بنقاشات حول كل ما يثار من قضايا، وأصبح بإمكان أي مشترك أن يطلع على كل ما ينشره زملاؤه في المواقع الاجتماعية، وهذا بحد ذاته عمق مفهوم المشاركة المجتمعية مع جيل الشباب الصاعد المثقف والواعي لما يدور حوله، وزاد من حجم الاهتمام بالقضايا العامة داخل المجتمعات (أبو عطية، 2012: 96)

ويمكن التركيز على دور مواقع التواصل الاجتماعي من خلال النقاط التالية: (أبو زهير، 2011: 69)

1- **بلورة المشكلات ومناقشة الآراء والمقترحات:** تتبع أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام وبلورة المشكلات ومناقشة الآراء والمقترحات من خلال ما ينتج عنها من سعة الأفق لدى الأفراد وتنمية الوعي السياسي والثقافي لديهم.

2- **نقل الخبرات:** كما أنها تنقل إليهم الخبرات والتراث والمعلومات، وبالتالي فإنها تفيدهم في تقليب وجهات النظر، ومناقشة الموضوعات، وكذلك تعرض على أفراد الجماعة آراء القادة والصفوة، فتجعل بعض الأفراد يتنازلون عن آرائهم في آراء الزعماء والصفوة، كما قد يقتنع البعض بآراء أخرى غير آرائهم وتكون النتيجة في النهاية تأييد الأغلبية للرأي العام الذي يحقق الصالح العام.

3- **التركيز على القضايا والأحداث الهامة:** إن مواقع التواصل الاجتماعي قادرة على تصوير القضايا والأحداث والأشخاص على خلاف الواقع الفعلي، وتقديم تلك التصورات للجمهور على أنها تمثل الصورة الحقيقية، وذلك من خلال توظيف مفهوم الصورة الذهنية، حيث تعرض وسائل مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً من الصورة الحقيقية عن قضية ما، وتُركز عليه، وتُقدمها للجمهور على أنها تمثل الصورة الحقيقية بكامل أجزائها، ومن خلال تعرض المُتلقي المُستمر لمواقع التواصل الاجتماعي تتكون لديه صور ذهنية متعددة عن جملة من القضايا أو الأحداث بناءً على الاتجاهات السياسية والفكرية والثقافية لتلك الوسائل.

4- **التأثير على الرأي العام:** بهذا يتضح الدور الكبير الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام، وتشكيل توجهاته واتجاهاته، أو تعبئته باتجاه أهداف أو قضايا معينة، وتستخدم كوسيلة للتأثير وتغيير الاتجاهات وخلق توجهات واتجاهات.

5- إمكانية ضبط الرأي العام: مواقع التواصل الاجتماعي من وسائل الضبط الاجتماعي المهمة في أي مجتمع كان، حيث تعمل على التوجيه، وغرس قيم وممارسات اجتماعية حديثة تتحول إلى تغيرات في المفاهيم و السلوك الفردي والمجتمعي من خلال خدمات وميزات تساهم في توجيه الرأي العام وتكوينه، إلا أن العلاقة ما بينهما لا زالت معقدة، حيث إنه لا توجد إمكانية انضباط للرأي العام بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري انضباطاً كاملاً، أو تحكم هذه الوسائل في الرأي العام واحتكارها له احتكاراً كلياً، هو ادعاء مضلل، إذ إن هناك مجموعة عوامل أو قوى تقوم بدورها في الرأي العام وترتبط بالجمهور ذاته أشد الارتباط في نفس الوقت الذي تعتبر فيه مستقلة تماماً عن وسائل الاتصال، بل إنها تتجه أحياناً اتجاهات مضادة للآراء التي تنشرها هذه الوسائل أو تعلنها وتؤكد عليها.

3-3-9 تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام:

1- تشكيل النخب السياسية: تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من العوامل الأساسية في عملية تشكيل الرأي العام وبنائه، إذ تقوم بدور هام وجوهري على كلا الاتجاهين، فهي تؤثر وتتأثر بكل من الجماهير، والرأي العام والنخب السياسية الحاكمة، وتكون وسائل مواقع التواصل الاجتماعي أكثر ديمقراطية مادامت تعبر عن وجهة نظر الجماهير، وتبتعد هذه الوسائل عن الديمقراطية كلما كانت مرتبطة أكثر بالنخب السياسية الحاكمة، كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي في الكثير من دول العالم أداة في يد السلطة الحاكمة لتكوين رأي عام يتوافق مع تطلعات النخب الحاكمة ورغباتها، وتعمل على الدعاية والترويج لتوجهات تلك النخب الحاكمة لدى الجماهير. (جلال، 2012: 91)

2- بناء قاعدة واسعة من المعلومات: تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بتحديد برنامج من الأفكار والمواضيع الساخنة التي تشغل بالجماهير، وبما يتوافق مع توجهات النخب الحاكمة، كما وتقوم مواقع التواصل الاجتماعي بتوفير قاعدة واسعة من المعلومات التي تعبر عن توجهات الرأي العام للنخب الحاكمة وآرائهم، وترسم لهذه النخب خططها ويعتبرها الزعماء السياسيون صانعة للرأي العام (سراج، 2009: 32)

3- تعاظم الدور السياسي: إن الأهمية النسبية لاختلاف نتائج هذه التأثيرات تخضع لمعايير الأهمية النسبية للحدث، وحجم المعلومات التي تبث حول هذا الحدث، ومعرفة الجمهور لهذا الحدث، ويمكن أن تستخدم وسائل الإعلام استخداماً مقصوداً كقوى إقناع لتشكيل الرأي العام وصناعته، فالمعروف أن وسائل

الإعلام تؤثر تدريجياً وتعمل على تعديل الاتجاهات، وأحياناً أخرى تعمل على تغييرها إذا تطلب الأمر ذلك وهذا من خلال كسب الإعلام لثقة الجماهير (عبد، 2007:140)

ويرى الباحث أن الرأي العام في العصر الحديث يتبلور 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 عاملاً رئيساً من العوامل والمؤثرات 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 المواقع الاجتماعية للمستخدمين ميزات مكنتهم من المشاركة بأرائهم والتعليق على القضايا المثارة والمطروحة أو حتى طرح قضايا جديدة للنقاش ولخلق رأي عام تجاهها، إلى جانب أنها دمجت جماعات كثيرة جديدة لم تكن لتشارك من قبل في تكوين الرأي العام.

3-3-10 مؤثرات مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام (مراد، 2011: 184)

1- **بعث الاستقرار:** تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على الحفاظ على الوضع القائم وإبقائه على حاله، ويرجع السبب في ذلك إلى أن الإعلاميين يتأثرون بالمواقف والأفكار والتوقعات السائدة في المجتمع ولذلك يأتي نتائجهم متأثرة بالأفكار السائدة وعاكساً لها.

2- **تغيير الرأي:** تستطيع مواقع التواصل الاجتماعي أن تغير أراء الجمهور باختيار نوع الأخبار التي يعرضها، وتغيير الاتجاهات بشكل معاكس أو المحافظة عليها كما هي.

3- **تحديد الأولويات:** إبراز موضوعات وتجاهل موضوعات وتضخيم ومبالغة وتهوين.

4- **تحديد الخيارات المطروحة:** تختار مواقع التواصل الاجتماعي ما تراه هي مناسباً للجمهور وتطرح من خلاله فكرها وفلسفتها وأجندتها ورؤيتها للأحداث.

المبحث الرابع

3-4 الحقوق السياسية الفلسطينية

مقدمة

3-4-1 التطور التاريخي للحقوق

3-4-2 تعريفات الحقوق

3-4-3 أسباب الاهتمام بالحقوق

3-4-4 الحقوق السياسية الفلسطينية المستمدة من الإعلان العالمي للحقوق والاتفاقيات الدولية

3-4-4-1 حق ترسيم الحدود

3-4-4-2 حق القدس

3-4-4-3 حق إنهاء الاستيطان

3-4-4-4 حق عودة اللاجئين

3-4-4-5 حق المياه

مقدمة

إن الحقوق موجودة مع وجود الخليفة على وجه الأرض حيث كانت موجودة في العصور القديمة ولكنها كانت عشوائية وبرزت هذه الأيام، لأن الإنسان له مشاعر وله أحاسيس منذ أن خلقه الله تعالى، فتارةً يحس الإنسان بالظلم وتارةً أخرى يحس بالكرامة، وبين هذا وذاك كانت الحقوق الإنسانية توهب أو تصدر وتنتهك، وذلك حسب نظام الحكم السائد وقوانينه، وعرف المجتمع الإغريقي نظام الطبقات والملكيات الكبيرة حيث منحت لفئة محدودة من الناس، وكان عامة الناس من الفلاحين، يعيشون ظلم وفقير مدقع، وصدر قانون دراكون يعزز نظام الظلم الاجتماعي .

3-4-1 التطور التاريخي للحقوق . (الرشيدي، 2003: 56)

أولاً: العهد الروماني: فكان الوضع لا يختلف عنه عند الإغريق قبل صدور قانون صولون عندما سادت الطبقات والظلم واحتكار أصحاب الأملاك الكبيرة، بل منعت الطبقات الدنيا من تولي المناصب، أو الزواج من طبقة الأشراف، وصدر قانون الألواح الإثني عشر روما، والذي أقر بالوضع السائد، وكان عبارة عن قانون بربري يتسم بالقسوة، وهكذا بقي انتهاك حقوق الإنسان سائداً في الدولة الرومانية حتى زوال الدولة الرومانية الغربية

ثانياً: في الصين: وأما الحضارة الصينية القديمة والمعروفة بالكونفوشية، فكانت تقوم على تعاليم الفيلسوف كونفوشيوس، و قد كانت تحرص على احترام حقوق الإنسان من خلال إعلاء قيم العدل والإخاء، والأمن والسلام بين الناس جميعاً، وتقوم أيضاً على رفع الظلم، ورفض السخرة، والمساواة بين الناس

ثالثاً: في الهند: أما الحضارة الهندية القديمة الهندوسية والمنسوبة إلى الإله براهما - فقامت في جوهرها على التمييز في المعاملة بين البشر، استناداً إلى منشأهم الطبقي، فاعتقاد الهندوس أن الطبقة الأولى وهي التي خلقها إلههم براهما من فمه يتمتعون بكامل الحقوق، والطبقة الثانية حسب اعتقادهم خلقها إلههم براهما من يده أقل حقوقاً من الأولى، ثم الطبقة الثالثة وهي حسب اعتقادهم خلقها إلههم براهما من رجله حقوقها قليلة وتسمى طبقة المنبوذين.

رابعاً: في العهد الجاهلي: و في الجزيرة العربية في العصر الجاهلي كان القوي يأكل الضعيف، وكان الحكم للنظام القبلي، وكانت المرأة مهانة الجانب، وكان الرق والاستعباد، وكان ابن الأمة لا يعترف بنسبه، كما كانت ظاهرة وأد البنات، وقتل الأبناء خشية الفقر منتشرة.

خامساً: في العهد الإسلامي: إن الإسلام لم يترك كبيرةً ولا صغيرةً إلا تحدث عنها سواء مجال حقوق الإنسان وحقوق الأطفال وجميع المجالات حيث أكد الإسلام على جميع الحقوق البشرية، وإن حقوق الإنسان في الإسلام تتميز بأنها حقوق من جانب واجبات وضرورات مطلوب إنفاذها والحفاظ عليها، والمجاهدة في سبيل تحقيقها من جانب آخر، فهي حقوق وواجبات معا، فحق الحياة ليس حقا ممنوحا مستباحا يحق للإنسان التصرف فيه على هواه، وإنما واجب على الإنسان الحفاظ عليه لذلك حرم الإسلام إزهاق الروح والاعتداء على الجنين قبل الولادة، وحرم الانتحار، وجعل من مقاصد الجهاد الدفاع عن حق الحياة، ورفع الذل والاستضعاف، وتحقير حرية الاختيار.

3-4-2 تعريفات الحقوق:

أما مفهوم الحقوق فقد اتخذ منذ ظهوره أشكال متعددة بسبب ارتباطه وتأثره بالأنساق الفكرية والتنظيمات الاجتماعية والأنماط السياسية السائدة فترة معينة، ولقد توسعت فكرة حقوق الإنسان لتشمل الحريات المطلقة، كالعدالة، والمساواة، وحرية السلوك، وحرية المرأة، وحقوق الطفل، ويتفق كافة علماء القانون والسياسة والاجتماع والدين على أنها الحقوق المتأصلة في طبيعتنا والتي تعنى الحفاظ على كرامة الإنسان بأشكالها المختلفة (الفراء، 2010: 58)

لغة: يعرفها (الفراء، 2010: 91) بأنها ضد الباطل وهو بمعنى الثابت والواجب المقتضى، والجمع حقوق ، والفعل منه حق بمعنى ثبت ووجب، يقال هو أحق به بمعنى أجدر، كذلك في اللغة العربية يرتبط مفهوم الحق بمفهوم الواجب ارتباطا متناوبا وتلازما ولا يتخصص معنى أي منهما إلا بحرف الجر وهكذا فالفعل "الحق له" يعنى "وجب له" وأغلب ما ورد في القرآن من فعل حق جاء متعديا بحرف على يد ثبوت الشيء ولزومه

اصطلاحاً:

يعرفها (رضوان، 2005: 4) والحق هو كل ما يستطيع الفرد القيام به في حدود الشرعية التي يمنحها له القانون، فهو تمكين أو سلطة يسندها القانون إلى شخص معين، يستطيع بمقتضاها أن يصبح صاحب سلطة على شيء أو يقتضي أداء معيناً من قبل شخص آخر

يعرفها (محمددين، 2006: 40) بأنها تلك الرخص والصلاحيات والحريات التي ينبغي أن يتمتع بها الإنسان أينما كان وتؤدي إلى إشباع حاجاته الخاصة وتسهم دون شك في إفادة وتطوير المجتمع الذي يحيا فيه.

ويعرفها (البسيوني، 2005:140) تلك الحقوق التي يشترك فيها كافة البشر من حيث كونهم ولدوا أحراراً ومتساويين في الكرامة وفي كافة الحقوق، وحدود الحقوق للأفراد تقاس بالعلاقة بين الحقوق والحريات التي يمنحها الفرد لنفسه و لحقوق الحريات التي يمنحها نفس الفرد لغيره .

وفي ضوء التعريفات السابقة يرى الباحث أن الحقوق هي مجموعة الحقوق التي كفلها الشرع أو القانون والتي تهدف إلى حماية الإنسان وتأكيد حريته وحقه في الحياة الكريمة، مع وجود ضمانات قانونية، للأفراد والجماعات من انتهاكات بعض الحكومات التي تمس حرية الإنسان وكرامته والتي تهدف لبناء القيم الإنسانية الكاملة للشخصية.

وهذا يعني أن مفاهيم حقوق الإنسان عبارة عن مجموعة الامتيازات التي تتصل طبيعياً بكل كائن بشري يتمتع بها الإنسان ويضمنها القانون ويحميها، وتشكل نقطة ارتكاز تحتاج إليها أجيالنا القادمة، لتوظيفها في حياتهم العملية، لأنهم بحاجة إلى وازع ذاتي يحرس حرياتهم، ويؤكد حقوقهم، ولا شك أن هذه المفاهيم تسهم في تطوير المجتمعات، وتعزز قيم التسامح والتضامن والتعاون بين البشر لتورث حياة أفضل للشعوب تسودها الحرية والعدالة والكرامة والمساواة ومنع الصراعات وانتهاكات الحقوق، ودعم عمليات المشاركة الديمقراطية بقصد إقامة مجتمعات تحظى بها جميع حقوق الإنسان بالتقدير والاحترام.

3-4-3 أسباب الاهتمام بالحقوق:

يعود الاهتمام بالحقوق في السنوات الأخيرة من القرن العشرين إلى أسباب متعددة من أهمها ما أشار إليها (المجذوب، 1991: 66) وهي:

- 1- الحقوق لم تعد مسألة فردية تعالج في نطاق الأنظمة والقوانين، بل أصبحت قضية عالمية إنسانية تهم كل إنسان، فالإنسان هو محور كل الحقوق.
- 2- عظمة الدولة تقاس اليوم بمدى احترامها لحقوق الإنسان والتزامها بها، حتى غدت مقياساً لكل حضارة.
- 3- ازدهار الحضارة في أي قطر من الأقطار منوط بفضل الحرية الفكرية.
- 4- احترام الحقوق في المجتمعات يؤدي إلى رفع قدراتها على تنمية مهارات الإبداع عند أفرادها.
- 5- العودة إلى الحقوق والتمسك بها تؤدي إلى رفع مستوى المجتمعات اقتصادياً وفكرياً وعلمياً.

3-4-4 الحقوق السياسية الفلسطينية المستمدة من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والاتفاقيات

الدولية:

بالعودة إلى بعض الوثائق الأممية و المصادر 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، وقد شملت هذه الحقوق حقوق سياسية مدنية واقتصادية واجتماعية وثقافية.

3-4-4-1 حق ترسيم الحدود:

تعتبر قضية حدود الدولة الفلسطينية هي أساس المفاوضات مع الاحتلال وهي التي ستقرر استدامة الدولة وقابليتها للحياة. وفي حين أن الموقف الفلسطيني يستند إلى الشرعية الدولية بضرورة اعتبار حدود 67 هي حدود الدولة الفلسطينية إلا أن الطرح الإسرائيلي هو أن العودة إلى حدود 67 هو أمر مستبعد ولذلك فقد أشار رئيس الوزراء الإسرائيلي في خطابه في مؤتمر انابوليس إلى رسالة الرئيس بوش إلى رئيس الوزراء الإسرائيلي السابق شارون بشأن عدم واقعية الحل على أساس حدود 67 وذلك رداً على رسالة شارون إلى الرئيس الأمريكي والذي طالب فيها بالموافقة الأمريكية على احتفاظ إسرائيل بالتجمعات الاستيطانية الكبيرة في أي تسوية متوقعة مع الفلسطينيين

لقد شكلت فكرة ترسيم الحدود في العقيدة والفكر الصهيوني أولوية في كافة مراحل الصراع العربي الصهيوني بعد ذلك، إضافة إلى أعمال القتل والاعتقال ومصادرة الأراضي، والاستيطان الإسرائيلي، إضافة إلى العديد من الجرائم التي ارتكبت بحق السكان الفلسطينيين.

لم يجمع الصهاينة على شيء مثل إجماعهم على طرد الفلسطينيين من بلادهم تنفيذاً لمقولة "أرض بلا شعب". كتب هرتزل في 1895/6/12: " سنحاول طرد المعدمين خارج الحدود بتدبير عمل لهم هناك، وفي نفس الوقت نمنعهم من العمل في بلدنا ". وفي نيسان 1905 قال إسرائيل زانغويل: "يجب أن نستعد لطرده القبائل العربية بالسيف مثل أجدادنا ". (الصالح، 2001: 55)

3-4-4-2 حق القدس:

تعتبر سياسة تهجير الفلسطينيين من مدينة القدس أحد الوسائل المعتمدة لدى دولة الاحتلال الإسرائيلي من أجل خلق واقع جديد يكون فيه اليهود النسبة الغالبة في مدينة القدس، وقد وضعت الحكومات المتعاقبة لدولة الاحتلال مخططات شريرة من أجل ذلك، نتبين ذلك من خلال التصريحات التي أعلنها

رئيس الوزراء السابق (أريئيل شارون) بمناسبة الذكرى الثامنة والثلاثين لاحتلال القدس عام 1967م، والتي واصل فيها أكاذيبه بالإعلان عن أن القدس ملك لإسرائيل وأنها لن تكون بعد اليوم ملكاً للأجانب. فقد قرر مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية المنعقد في كوالالامبور في ماليزيا في 25 يونيو 1974 المزمع تنفيذها في القدس أولوية في صندوق التضامن الإسلامي كوسيلة لمقاومة تهويد المدينة بالوسائل التالية:

- 1- دعم صمود سكان القدس وإبقائها عربية إسلامية وترميم المسجد الأقصى والمسجد الإبراهيمي والحرمين المحيطين بهما، والمساجد والأبنية الأثرية والإسلامية في فلسطين.
- 2- شراء الأراضي والبيوت المستهدفة للبيع وجعلها وقفاً على المسلمين لمنع التصرف بها.
- 3- تعمير الأحياء العربية وإقامة المشروعات الإنمائية والسكنية لأبناء القدس: ونلاحظ أن المنظمة اهتمت بالجانب الاقتصادي وطلب المساعدات وتقديمها لسكان القدس ولكن هل وصلت أم لا فذلك يعود للمضايقات الإسرائيلية، وقوة نفوذ وصلاحيات الدول الأعضاء في المنظمة ورغبتهم الحقيقية للدفاع عن الأماكن المقدسة. (البلعاوي، 2011: 15)

أهمية مدينة القدس في مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد حظي تعزيز مفهوم مدينة القدس باهتمام كبير من قبل الباحثين في مجالات عدة، وبشكل كبير واتسع هذا التطور ليشمل جوانب عديدة منها السياسية والثقافية، والاجتماعية، والترفيهية، ولكن من الملاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أكثر بروزاً وفعالية وذلك من خلال التطور التقني العاصف في مجال الاتصال، ونقل المعلومات، وبروز الدور الإعلامي، لهذه الوسائل، الأمر الذي لفت انتباه الإعلاميين إلى هذه الوسائل وجذبهم إليها، والسعي الدائب إلى برمجة وسائل الإعلام غير النظامية مع الحرص في الوقت ذاته على احترام طبيعتها وخصائصها (رشاد، 2000، 62)

-إن الدور الهام في مواقع التواصل الاجتماعي يتمثل في تعزيز المعلومات والحقائق حول مدينة القدس والقضايا الإعلامية الفلسطينية، إضافة إلى دورها الرئيس في الشرح والتوجيه والتفسير والتحليل حول مدينة القدس حتى يتمكن الجمهور الإعلامي من فهمها والتفاعل معها ومواكبة تطوراتها، ونظراً لما يتميز به مجتمعنا الفلسطيني من سخونة الأحداث على المدينة التي تستقطب اهتمام العالم بأسره، ومن خلال التنسيق بين مؤسسات الإعلام يفرض علينا الاهتمام بالإعلام كأحدى الوسائل غير المقصودة والتي تساهم في عملية التكيف والتطبيع وتبرز ضرورة التعاون والتنسيق بين مؤسسات الإعلامية.

(البلعوي، 2011: 33)

موضوع القدس يعتبر محور الصراع الفلسطيني الإسرائيلي وفي نفس الوقت يكتسب هذا الموضوع بعداً عالمياً بسبب ارتباط القدس الوثيق بالأديان السماوية الثلاث غير أن إسرائيل استطاعت خلال الأعوام الأربعين الماضية من خلال خطواتها الأحادية وسياساتها الاستيطانية من فرض الوقائع على الأرض للحيلولة دون التوصل إلى تسوية هذا الموضوع، والوضع الحالي في القدس يشير إلى وجود 258 ألف مواطن فلسطيني في القدس الشرقية و 200 ألف مستوطن ونتيجة لعدم توفر أمان السكن الملائم للفلسطينيين فإن أكثر من 60,000 مقدسي يسكن حالياً خارج حدود بلدية القدس في العيزرية وأبو ديس والرام والعيسوية ومع إقامة الجدار فإن إسرائيل ستعمل من خلال ترتيبات إدارية وتنظيمية إلى سلخ مواطنيهم.

3-4-4-3 حق إنهاء الاستيطان:

يعتبر موضوع المستوطنات الإسرائيلية في الضفة الغربية أكثر الموضوعات التفاوضية صعوبةً بسبب ارتباطه بالأرض والحدود والقدس والأمن حيث قامت إسرائيل منذ الأسابيع الأولى بعد هذا العرض فانه من الملائم الإشارة إلى الموضوعات المتعلقة بالمستوطنات.

اعتبرت خطة "الانطواء" الإسرائيلية أن الهدف الأساسي الذي تسعى إلى تحقيقه هو الحفاظ والإبقاء على دولة إسرائيلية ذات أغلبية يهودية بغض النظر عن الوسائل المتبعة لتحقيق هذا الهدف المنشود. هذا ويعتبر الجدار الفاصل أحد البنود المكملة للتأكيد على الهوية اليهودية لدولة إسرائيل، فبالإضافة إلى ما تسعى خطة الجدار إلى تحقيقه بنهب أراضي الضفة الغربية المحتلة وضمها لإسرائيل، سيقوم الجدار بضم أكبر التجمعات الاستيطانية في الضفة الغربية إلى الجانب الإسرائيلي

الخطوط العريضة لإستراتيجية إسرائيل بشأن المستوطنات:

لقد أضحت إستراتيجية الدولة الإسرائيلية واضحة أمام الفلسطينيين والعالم فهي لم تسع يوماً لتحقيق السلام العادل وإرجاع الحقوق لأصحابها بل عمدت إلى تغيير معطيات الصراع لتتوافق ورؤيتها الاستراتيجية و التي يمكن تلخيصها بالنقاط التالية:

- **قواعد الصراع الفلسطيني** تغيير قواعد الصراع الفلسطيني - الإسرائيلي من مفهوم الحل الشامل إلى إدارة الصراع بما يتناسب مع مطامعها و أهدافها.

- مبدأ التفاوض اعتماد مفهوم العمل من جانب واحد حيث قامت إسرائيل بتنفيذ العديد من خططها الاستراتيجية بمعزل عن مبدأ التفاوض متعللة بعدم وجود شريك مناسب وقادر على التفاوض وتحقيق السلام من وجهة نظرها.
- سياسة "فرض الوقائع" الاستمرار في سياسة "فرض الوقائع على الأرض" حيث دأبت إسرائيل بتنفيذ مخططاتها الاستيطانية من بناء وتوسيع للمستوطنات الإسرائيلية في الأراضي الفلسطينية المحتلة وتغيير المعالم الموجودة على الأرض وتحديداً في الجزء الشرقي المحتل من مدينة القدس وذلك بخلاف ما نصت عليه الاتفاقيات الموقعة ما بين إسرائيل ومنظمة التحرير الفلسطينية والتي نصت على عدم قيام أي من طرفي النزاع بفرض وقائع على الأرض بهدف تغيير نتائج ومحاور الصراع بما في ذلك في مدينة القدس الشرقية.
- السعي المستمر من قبل إسرائيل لإضفاء شرعية دولية على ما تخطط و تقوم به ميدانياً رغم مخالفتها وعدم تتأغمها مع الاتفاقيات الموقعة مع الفلسطينيين ومثال على ذلك الانسحاب الإسرائيلي الأحادي الجانب من قطاع غزة وبناء الجدار الفاصل وضم الكتل الاستيطانية الكبرى وغيرها.
- صياغة الحلم الفلسطيني سعي إسرائيل إلى إعادة صياغة الحلم الفلسطيني بإيجاد دولة فلسطينية مستقلة مترابطة وقابلة للحياة بما يتناسب ورؤيتها لحل الصراع واستبدال الحلم الفلسطيني والاستعاضة عنه بتجمعات سكانية في الضفة الغربية تتمتع بحكم ذاتي وبدون اتصال جغرافي فيما بينها، وما بينها وبين قطاع غزة إلا من خلال مناطق واقعة تحت السيطرة الأمنية الإسرائيلية.
- سعي إسرائيل للعمل على التخلص و التهرب من التزاماتها وواجباتها وذلك من خلال رفضها الاعتراف بقرارات مجلس الأمن :منها 242 للعام 1967 والقرار 338 للعام 1973 والقرار 478 للعام 1980 والتي أكدت أن احتلال إسرائيل للضفة الغربية وقطاع وضم مدينة القدس أمراً مخالفاً للقانون والشرعية الدولية.
- التأكيد على إبقاء سيطرتها الكاملة على الاقتصاد الفلسطيني بما في ذلك موارده الطبيعية وذلك من خلال سيطرتها على الحدود البرية، البحرية والجوية وإخضاع السوق الفلسطيني للقوانين

والإجراءات التعسفية الإسرائيلية من ضرائب وجمارك وقيود من شأنها تقييد حرية الاقتصاد الفلسطيني ليكون تابعا للسيطرة الإسرائيلية.

(تقرير في المفاوضات الإسرائيلية الفلسطينية، معهد أريج للدراسات، 2008).

3-4-4-4 حق عودة اللاجئين:

تعتبر قضية اللاجئين الفلسطينيين من أكثر قضايا اللاجئين صعوبة، وأطولها مدةً ورغم أن هناك قرارات عديدة صادرة عن الأمم المتحدة، والعديد من الاتفاقيات الدولية تؤكد حق الفلسطينيين في العودة إلى ديارهم وممتلكاتهم كحق شخصي وجماعي وقانوني وتاريخي وإنساني، ورغم تأكيد الجمعية العامة لحق العودة والقرار ١٩٤ الصادر عنها عام ١٩٤٨ عشرات المرات، إلا أن أحداً من اللاجئين الفلسطينيين لم يعد إلى وطنه. ولهذا يتحمل المجتمع الدولي ممثلاً بالأمم المتحدة، والاتحاد الأوروبي والمنظمات الإقليمية الأخرى مسؤولية سياسية وقانونية وأخلاقية عن جريمة الإبعاد القسري التي تعرض لها الشعب الفلسطيني بعد عامي 1948 و١٩٦٧م و وعدم إجبار إسرائيل على تنفيذ القرارات الدولية الخاصة بالقضية الفلسطينية، كما يتحملون مسؤولية عن مساعدة اللاجئين الفلسطينيين وتقديم العون الإنساني لهم لحين عودتهم إلى مدنهم وقراهم.

يشكل الفلسطينيون أكبر مجموعة لجوء في العالم وبالأخص بالدول العربية، ولكن لم تذكر حقوقهم في الوقت ذاته في المبادرات السلمية التي جاءت بهدف إنهاء الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي، لكن لم تضع أي منها مرجعية واضحة لحقوقهم في العودة واستعادة الممتلكات. (البعاوي، 2001: 55)

لقد نشأت قضية اللاجئين الفلسطينيين مع نشأة الكيان الصهيوني، وتزامنت نكبتهم مع نكبة فلسطين الكبرى بالاحتلال الصهيوني الغاشم، فقد حدد المشروع الصهيوني بدعم غربي عدداً من الدول العربية المجاورة لفلسطين لتكون مكاناً لتوطين الشعب الفلسطيني، بعد طرده من دياره حتى تملأ الأراضي الفلسطينية للصهاينة، وكانت سوريا ولبنان والأردن هي أهم تلك الدول التي رُشحت لاستقبال الفلسطينيين ودمجهم في أراضيهم.

3-4-4-5 حق المياه:

ظهرت فكرة الاستيلاء على المياه العربية منذ نشأة إسرائيل، ونفذت السياسة المتعلقة بذلك جنباً إلى جنب مع سياسة احتلال الأراضي، وقد اتجهت إسرائيل منذ بداية الاحتلال إلى السيطرة على مصادر المياه في الأراضي الفلسطينية، واتخذت العديد من القرارات التي تؤكد على ملكيتها لتلك المياه، وتعتمد إسرائيل إلى

إلقاء عبء المشكلة المائية في الضفة الغربية وقطاع غزة على عاتق الدول العربية المجاورة، وتتغاضى عمداً عن استنزافها المستمر لموارد الضفة الغربية وقطاع غزة. (وشاح، 2006: 94)

وقد شكلت الممارسات الإسرائيلية العامل الأبرز الذي خلق أزمة في المياه في المناطق الفلسطينية المختلفة. فإلى جانب السيطرة الإسرائيلية الكاملة على مصادر المياه في فلسطين، عملت سلطات الاحتلال على الحد من الأذونات الممنوحة للفلسطينيين لحفر آبار جديدة، أو إقامة شبكات مياه داخلية، وفرضت قيوداً كبيرة على الهيئات المحلية في مجال تطوير مصادر المياه الخاصة. كما قامت سلطات الاحتلال ببناء المستوطنات في مناطق توفر المياه العذبة، وبناء السدود لحبس المياه السطحية، هذا إضافة إلى عدم تصريف المياه العادمة للمستوطنات وفق الطرق السليمة. (زيادة، 1998: 58)

تعتبر السيطرة على مياه الضفة الغربية وقطاع غزة هدفاً مهماً من أهداف إسرائيل التوسعية، وخاصة أن حاجاتها المائية في تزايد مستمر، إذ ترتبط تلك الحاجات بتقدمها الصناعي، ونموها السكاني السريع المتأني من استقدام عشرات الآلاف من اليهود إضافة إلى النمو الطبيعي في هذا المجال، والتوسع الاستيطاني في الأراضي العربية المحتلة، وقد شهدت عملية استغلال المصادر المائية تطوراً سريعاً في الحجم، وتقدماً في الوسائل، وذلك تلبية للضرورة الملحة الناجمة عن النمو الكبير في حجم السكان المرتبط مباشرة بالهجرة، وما ترتب على ذلك من تطور سريع في استغلال الأراضي الزراعية بعد الاستيلاء عليها، ذلك التطور الذي واكبه توسع في المؤسسات والمشاريع الاقتصادية المختلفة. (الجابري، 1993: 61)

تعاني الأراضي الفلسطينية بشكل عام من شح المياه العذبة ويعود السبب في ذلك إلى سيطرة إسرائيل على مصادر المياه وليس إلى قلة المصادر حيث تتوفر المياه العذبة في الضفة الغربية وقطاع غزة من مصدرين أساسيين هما المياه السطحية المتمثلة في نهر الأردن والمياه الجوفية. ومنذ احتلال المناطق الفلسطينية أصبحت المياه الجوفية هي المصدر الأساسي والوحيد للمياه في الضفة الغربية وقطاع غزة، وذلك في ظل السيطرة الإسرائيلية الكاملة على مياه نهر الأردن وحرمان الفلسطينيين من حقهم الطبيعي في استغلاله.

تشكل كمية المياه المستهلكة في الضفة الغربية من قبل السكان الفلسطينيين حوالي 17% من المياه المتجددة سنوياً في أحواض المياه الجوفية بينما تقوم إسرائيل باستنزاف ما يقارب 82% من هذه الكمية المتجددة وذلك لسد ريع احتياجات الإسرائيليين المائية. أما إن هذه الهيمنة الإسرائيلية على مصادر المياه

الفلسطينية تتضح أيضاً من خلال الإخلال بالاتفاقيات الموقعة بين الجانبين الفلسطيني والإسرائيلي . فبموجب اتفاقية أوسلو الثانية، تم الاتفاق على تزويد الفلسطينيين بكمية من المياه الصالحة للشرب تقدر بحوالي 28,6 مليون م³ ، غير أن إسرائيل لم تف بالتزاماتها.

سياسة إسرائيل المائية هذه يبلغ استهلاك الفلسطينيون الذين يقيمون في الضفة الغربية وقطاع غزة 246 مليون م³ سنوياً في حين أن استهلاك الإسرائيليين فيبلغ 1959 مليون م³ في السنة، وبالتالي نجد أن معدل نصيب الفرد الفلسطيني من المياه لجميع الاستخدامات لا يتعدى 82 م³ في السنة بينما معدل نصيب نظيره الإسرائيلي 340 م³ في السنة ولا يزال أكثر من 220 تجمع سكني فلسطيني يفتقر إلى شبكة مياه أما وإن تلك التي تخدمها شبكة المياه تأثرت ما تتعرض إلى انقطاع متواصل في تزويد المياه، مما يؤدي إلى تردي الأوضاع الصحية، وبالنسبة للجدار فلقد تم من خلاله عزل العديد من آبار المياه الفلسطينية والينابيع التي تستخدم من أجل أغراض منزلية وزراعية، الأمر الذي سيحول دود استخدامها من قبل المواطنين الفلسطينيين أو على الأقل فرض قيود صارمة على استخدامها . ففي الجزء الشمالي الغربي من الضفة الغربية تم عزل 31 بئر ارتوازي غربي الجدار حيث يبلغ التصريف السنوي لهذه الآبار 5.5 مليون م³ . أما في الشريحة الأمنية الشرقية فيوجد 165 بئر ارتوازي و 53 نبع تستخدم من قبل المواطنين الفلسطينيين الذين يقيمون في التجمعات السكانية الواقعة ضمن هذه المنطقة حيث يبلغ التصريف السنوي لهذه الآبار والينابيع ما مجموعه 55 مليون متر مكعب. (تقرير معهد أريج للدراسات، 2008)

الاستراتيجية الإسرائيلية المتوقعة حول المياه:

- رفض بحث موضوع حقوق المياه والاستعاضة عنه بالاستعداد ببحث احتياجات الفلسطينيين للمياه.
- إسرائيل تستغل حالياً المصادر المائية المتوفرة لديها وبالتالي عدم إمكانية منح "الفلسطينيين أي من المياه واستعداد إسرائيل للعمل مع الفلسطينيين على إيجاد مصادر مائية خارجية.
- محاولة الحيلولة دون أي سيادة فلسطينية على نهر الأردن لمنع مطالباتهم بحقوقها في مياهه .
- سوء الإدارة الفلسطينية للمياه لتجنب تسليم الفلسطينيين أي سيادة على إدارة الموارد المائية وإبقاء الوضع الراهن.

التركيز على الاستعمال التاريخي للمياه الجوفية عنصر أساسي في تحديد المحاصصة المائية بين إسرائيل وفلسطين. (تقرير معهد أريج للدراسات، 2008)

خلاصة الفصل الثالث:

تناول الإطار النظري لهذه الدراسة مكونات عنوان البحث، بحيث في المبحث الأول تم مناقشة موضوع الاستراتيجية بشكل مفصل وتابع التطور التاريخي لظهور علم الاستراتيجية ، ومن ثم تم سرد تعريفاتها المتنوعة والتي تعود إلى اختلاف الزوايا التي يقصدها الباحثين من وجهة نظرهم، وتطرق المبحث كذلك إلى مفهوم الإدارة الاستراتيجية لارتباطها الوثيق بمجال تخصص البحث، ولم تهمل الدراسة أن تذكر اختلاف المدارس الفكرية حول مفهوم الاستراتيجية والعقبات التي تواجه استخدام الإدارة الاستراتيجية ، وبعد الاستفادة من جميع ما سبق فقد استطاعت الدراسة أن توضح للباحث آلية تصميم استراتيجية مقترحة والتي وردت في الفصل السادس من هذه الدراسة.

وقد اتضح للباحث أن المكتبة العربية بحاجة إلى مزيد من الأبحاث التي تناقش موضوع الاستراتيجية وتزودها بمراجع عربية ومراجع مترجمة عن الكتب الأجنبية في هذا المجال.

وفي المبحث الثاني تناولت الدراسة موضوع الرأي العام بإسهاب حيث ضرورة التعرف على مفاهيم وتعريفات ومكونات الرأي العام، بحيث وجدنا أن تعريفات الرأي العام تختلف وتتعدد باختلاف طبيعة الباحث، وأشار المبحث إلى طرق قياس الرأي العام حيث الطرق الكمية والكيفية، كما وتقررت هذه الدراسة ببحت الأساليب المكونة للرأي العام التي ذكرها د. مختار التهامي وغيره من المختصين في هذا المجال، بحيث تم تحديد سؤال من أسئلة الدراسة خاص لدراسة تلك الأساليب، وبالفعل تم اعتماد الإجابة عليه من خلال الاستبانة التي تم توزيعها كأداة رئيسة في الدراسة، وقد وضعت نتائج الإجابة على السؤال في الفصل السادس من الدراسة.

المبحث الثالث تطرق فيه البحث إلى دراسة مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعد لب البحث، حيث أنها الأداة التي من خلالها سيتم تنفيذ الاستراتيجية المقترحة لتعبئة الرأي العام من أجل دعم الحقوق السياسية الفلسطينية، وناقش المبحث فكرة عمل مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها وتاريخها، ثم تطرق لشرح خصائصها والمميزات التي تميز كل موقع عن الآخر، كما ركز على توثيق تأثير تلك المواقع على الرأي العام، وبالرغم من شح المصادر والمراجع إلا أن الأفكار الرئيسية موجودة وحاضرة في هذا المبحث.

وفي المبحث الأخير تم مناقشة الحقوق السياسية الفلسطينية، وبسبب تعدد الحقوق السياسية الفلسطينية وأهميتها الكبيرة، فقد اعتمد الباحث الحقوق السياسية التي عرفت في اتفاقية أوسلو بقضايا الحل النهائي في المفاوضات مع العدو الصهيوني وهذه الحقوق هي: حق القدس، حق العودة، حق إنهاء الاستيطان، حق تحرير الأسرى، حق المياه.

ومن الجدير بالذكر أن اعتماد هذه الحقوق للمناقشة في الدراسة لا ينم عن رأي الباحث في تأييد أو رفض بنود اتفاقية أوسلو، وإنما تم اعتمادها لأن الحقوق المذكورة موثقة في اتفاقيات دولية ويوجد لها مراجع موثقة تسهل على الباحث توخي الدقة والموضوعية في مناقشة الحقوق السياسية الفلسطينية. ولأغراض التأكيد على ضرورة موضوعية الباحث عند كتابة بحثه جرى التنويه للأمر.

الفصل الرابع

منهجية الدراسة

الفصل الرابع

منهجية الدراسة

تمهيد

1-4 منهج الدراسة

2-4 مجتمع الدراسة

3-4 عينة الدراسة

4-4 أدوات الدراسة

1-4-4 مكونات الاستبانة

2-4-4 خطوات بناء الاستبانة

3-4-4 صدق الاستبانة

1-3-4-4 صدق المحكمين "الصدق الظاهري"

2-3-4-4 صدق المقياس

3-3-4-4 ثبات الاستبانة

5-4 المعالجات الإحصائية المستخدمة

تقديم:

يتناول هذا الفصل وصفاً للإجراءات التي اتبعت في تنفيذ الدراسة، من خلال بيان منهجها، ووصف مجتمعها، وتحديد عينتها، ومن ثم إعداد الأداة المستخدمة (الاستبانة)، وكيفية بنائها، وتطويرها، كما يتناول إجراءات التحقق من صدق الأداة وثباتها، والمعالجات الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل البيانات، واستخلاص النتائج، وفيما يأتي وصف لهذه الإجراءات:

4-1 منهج الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث يعرف بأنه: "المنهج الذي من خلاله يمكن وصف الظاهرة موضوع الدراسة، وتحليل بياناتها، وبيان العلاقات بين مكوناتها، والآراء التي تطرح حولها، والعمليات التي تتضمنها، والآثار التي تحدثها. (أبو حطب وصادق، 2010: 105-104)

وقد تم استخدام مصدرين رئيسيين من مصادر المعلومات:

- **المصادر الثانوية:** تم الرجوع إلى مصادر البيانات الثانوية لمعالجة الإطار النظري للبحث، والتي تتمثل في الكتب، والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات، والمقالات، والتقارير، والأبحاث، والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث، والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.

- **المصادر الأولية:** لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث، تم جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسة للبحث، صممت خصيصاً لهذا الغرض، وقد تم تفرغ وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي "Statistical Package for the Social Sciences, SPSS".

4-2 مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلاب وطالبات الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة والبالغ عددهم (52459) طالب وطالبة، وفقاً للسجلات الرسمية لعمادات القبول والتسجيل في تلك الجامعات للعام 2014م موزعين على الجامعة الإسلامية (17512)، جامعة الأقصى (21801)، جامعة الأزهر (13146).

4-3 عينة الدراسة:

1- عينة الدراسة الاستطلاعية :

تكوّنت عينة الدراسة الاستطلاعية من (50) مفردة من الطلبة، حيث تم اختيارهم بطريقة عشوائية بغرض تقنين أداة الدراسة، والتحقق من صلاحيتها للتطبيق على العينة الأصلية، وقد تم احتسابهم ضمن عينة الدراسة التي تم التطبيق عليها، وذلك لعدم وجود مشاكل في العينة الاستطلاعية، حيث كانت نتائجها متوافقة مع اختبارات الصدق والثبات.

2- عينة الدراسة الأصلية:

تم 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 رقم (4-1) يوضح توزيع أفراد العينة:

جدول (4-1): يوضح توزيع مجتمع وعينة الدراسة حسب الجنس وجامعة الدراسة

الجنس إحصائيات	الجامعة الإسلامية		جامعة الأزهر		جامعة الأقصى	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث
المجتمع	6792	10720	6078	7068	6374	15427
العينة	52	82	46	54	49	117

• إحصائيات رسمية وفقاً للسجلات الرسمية لعمادات شؤون القبول والتسجيل للعام 2014م

4-4 أداة الدراسة:

تعد الاستبانة أكثر وسائل الحصول على البيانات من الأفراد استخداماً وانتشاراً، وتعرف الاستبانة بأنها: "أداة ذات أبعاد، وبنود تستخدم للحصول على معلومات أو آراء يقوم بالاستجابة لها المفحوص نفسه، وهي كتابية تحريرية" (الأغا والأستاذ، 2004: 116)، وقد تم استخدام الاستبانة لقياس "استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي".

4-5 خطوات بناء أداة الدراسة:

- 1- الاطلاع على الأدب التربوي والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء الاستبانة، وصياغة فقراتها.
- 2- تحديد المجالات الرئيسة التي شملتها الاستبانة.
- 3- تحديد الفقرات التي تقع تحت كل مجال.
- 4- تم تصميم استبانة لقياس استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تكونت من (60) فقرة في صورتها الأولية موزعة على (4) مجالات، انظر ملحق رقم (1).
- 5- تم عرض الاستبانة على المشرف، والأخذ بمقترحاته وتعديلاته الأولية.
- 6- تم عرض الاستبانة على (12) محكمًا من الإعلاميين، والأكاديميين في كليات الإعلام، والتجارة والمتخصصين في الإحصاء، في الجامعة الإسلامية، وجامعة الأزهر، وجامعة الأقصى، والملحق رقم (2) يبين أسماء أعضاء لجنة التحكيم.
- 7- في ضوء آراء المحكمين تم تعديل بعض فقرات الاستبانة من حيث الحذف، أو الإضافة والتعديل؛ لتستقر فقرات الاستبانة في صورتها النهائية على (42) فقرة. انظر ملحق (3).

وقد قسمت أداة الدراسة إلى قسمين:

القسم الأول: عبارة عن البيانات الشخصية للمستجيب (الجنس، الجامعة، التخصص، امتلاك حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي، أي المواقع التي يتم التفاعل معها)

القسم الثاني: عبارة عن مجالات الاستبانة، وتتكون من (42) فقرة، موزع على (4) مجالات:

المجال الأول: مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية، ويتكون من (6) فقرات.

المجال الثاني: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني، ويتكون من (14) فقرة.

المجال الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية، ويتكون من (12) فقرة.

المجال الرابع: درجة تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويتكون من (10) فقرات.

أولاً: صدق وثبات الاستبانة

صدق الاستبانة:

يقصد بصدق مقياس: "التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه"، كما يقصد بالصدق: "شمول الاستقصاء لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها، ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها" (عبيدات وآخرون، 2001: 44) وقد تم التأكد من صدق المقياس بطريقتين:

1- صدق المحكمين "الصدق الظاهري":

تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية (ملحق رقم 1) على مجموعة من المحكمين، تألفت من (12) محكماً من المتخصصين في التربية، والإحصاء، وقد تمت الاستجابة لآراء المحكمين من حيث الحذف والتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج المقياس في صورته النهائية.

2- صدق الاتساق الداخلي "Internal Validity"

يقصد بصدق الاتساق الداخلي: "مدى اتساق كل فقرة من فقرات المقياس مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد تم حساب الاتساق الداخلي للمقياس، وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجالات المقياس، والدرجة الكلية للمجال نفسه.

نتائج الاتساق الداخلي للمجال الأول: "مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية".

يوضح جدول (2-4) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول (4-2): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية " والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية			
1-	حق القدس	0.834	*0.000
2-	حق عودة اللاجئين	0.892	*0.000
3-	حق المياه	0.801	*0.000
4-	حق تحرير الأسرى	0.869	*0.000
5-	حق ترسيم الحدود	0.818	*0.000
6-	حق إنهاء الاستيطان	0.920	*0.000

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

نتائج الاتساق الداخلي للمجال الثاني: " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني "

يوضح جدول (4-3) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني " والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول (4-3): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني" والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني			
1-	تغطي مواقع التواصل الاجتماعي مساحة مفتوحة للجماهير للتعبير وإبداء الرأي	0.467	*0.001
2-	تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الشارع الفلسطيني	0.431	*0.002

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
3-	يتأثر الرأي العام بقضية ما من خلال كثافة تداولها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي	0.517	*0.000
4-	تسعى الفصائل الفلسطينية لاستقطاب الرأي العام من خلال صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي	0.548	*0.000
5-	تستخدم الجهات المعادية مواقع التواصل الاجتماعي لتضليل الرأي العام الفلسطيني	0.366	*0.010
6-	آلية عمل مواقع التواصل الاجتماعي تسهل مهمة "الغزو الفكري" للمجتمع الفلسطيني	0.462	*0.001
7-	شنت العديد من الجهات المعادية للشعب الفلسطيني "حرباً نفسية" عليه عبر مواقع التواصل الاجتماعي	0.481	*0.000
8-	تستخدم بعض الجهات الوطنية مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه	0.568	*0.000
9-	تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في نشر الوعي السياسي بطرق المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية	0.648	*0.000
10-	تمنح التجمعات الشبابية على مواقع التواصل الاجتماعي فرصة لتشكيل لوبي شبابي حيال القضايا السياسية	0.480	*0.000
11-	يتم تداول صور ومقاطع فيديو على مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في توعية الرأي العام الفلسطيني	0.502	*0.000
12-	يسهم (الهاشتاق أو الوسوم) التي يطلقها بعض الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الرأي العام الفلسطيني	0.610	*0.000
13-	يساعد استخدام (الانفوجرافيك: الذي يجمع بين الصور والمعلومات المكثفة في صورة واحدة رسومية) عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي في توضيح بعض الحقائق للرأي العام	0.602	*0.000
14-	تستغل الجهات المعادية للفلسطينيين تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي بكفاءة أعلى من الجهات الوطنية للتأثير السلبي على الرأي العام الفلسطيني	0.479	*0.000

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

نتائج الاتساق الداخلي للمجال الثالث: " تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية."

يوضح جدول (4-4) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية." والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول (4-4): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية " والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية			
1-	تحتوي مواقع التواصل الاجتماعي صفحات متخصصة لتوعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه	0.749	*0.000
2--	تدفع مواقع التواصل الاجتماعي المواطنين للمشاركة في الفعاليات المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية	0.669	*0.000
3-	تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية حول الحقوق السياسية الفلسطينية	0.769	*0.000
4-	مواقع التواصل الاجتماعي تشنت جهود الناشطين في مجالات عدة على حساب دعم الحقوق السياسية الفلسطينية	0.538	*0.000
5-	تستغل الجهات المعادية مواقع التواصل الاجتماعي لتزوير الحقائق وإثبات حقها المزعوم في فلسطين	0.444	*0.000
6-	تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز شخصيات جديدة نشطة سياسياً في إطار المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية	0.500	*0.000
7-	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي ترتبت على تهجير المواطنين الفلسطينيين من أراضيهم	0.642	*0.000
8-	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر المحدقة بمدينة القدس منذ الاحتلال الصهيوني لها	0.552	*0.000
9-	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي تهدد الأمن المائي في فلسطين نتيجة نهب الاحتلال للثروة المائية	0.646	*0.000

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
10-	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي تهدد الفلسطينيين نتيجة مشاريع الاستيطان التوسعية على حساب أراضي المواطنين	0.730	*0.000
11-	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي تهدد الأمن القومي الفلسطيني نتيجة عدم ترسيم حدود الدولة	0.591	*0.000
12-	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر المترتبة على الأسرى نتيجة استمرار الاعتقالات السياسية والعشوائية بحق أبناء الشعب الفلسطيني	0.649	*0.000

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

نتائج الاتساق الداخلي للمجال الرابع: " درجة تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي."

يوضح جدول (4-5) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " درجة تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي. " والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول (4-5): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " درجة تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي " والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
درجة تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي			
1-	أسلوب التكرار والملاحقة	0.665	*0.000
2-	أسلوب الإثارة العاطفية	0.709	*0.000
3-	أسلوب عرض الحقائق	0.609	*0.000
4-	أسلوب تحويل انتباه الرأي العام	0.701	*0.000

م	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
-5	أسلوب البرامج الإيجابية المحددة	0.652	*0.000
-6	أسلوب التعقيم والتعويض الإعلامي	0.578	*0.000
-7	أسلوب التزوير والخداع باستخدام العلم وتطبيقاته	0.652	*0.000
-8	أسلوب الشائعات	0.658	*0.000
-9	أسلوب افتعال الأزمات	0.841	*0.000
-10	أسلوب إثارة الرعب والفوضى	0.704	*0.000

• 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 تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة، وللتحقق من الصدق البنائي تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة كما في جدول (4-6).

جدول (4-6): معامل الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة

م	المجال	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (sig)
-1	مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية	0.831	*0.000
-2	دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني	0.758	*0.000
-3	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية	0.808	*0.000
-4	تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي	0.768	*0.000

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

يتضح من جدول (4-6) أن جميع معاملات الارتباط في جميع مجالات الاستبانة دالة إحصائياً، وبدرجة قوية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) وبذلك تعتبر جميع مجالات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

ثبات الاستبانة: "Reliability"

يشير الثبات إلى: "مدى اتساق نتائج المقياس، فإذا حصلنا على درجات متشابهة عند تطبيق نفس الاختبار على نفس المجموعة مرتين مختلفتين، فإننا نستدل على ثباتها" (علام، 2010: 466). ويعرف أيضاً: "إلى أي درجة يعطي المقياس قراءات متقاربة عند كل مرة يستخدم فيها، أو ما هي درجة اتساقه، وانسجامه، واستمراريته عند تكرار استخدامه في أوقات مختلفة". (القحطاني، 2002: 76). وقد تم التحقق من ثبات استبانة الدراسة من خلال طريقتين وذلك كما يلي:

أ- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha Coefficient)

تم استخدام طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة، وتشير النتائج الموضحة في جدول (4-12) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة حيث كانت تتراوح قيمتها لجميع المجالات ما بين (0.752-0.926)، بينما بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ للدرجة الكلية للاستبانة (0.925) وهذا يدل على أن الثبات مرتفع ودال إحصائياً.

جدول (4-7): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

م	المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
1-	مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية	6	0.926
2-	دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني	14	0.752
3-	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية	12	0.853
4-	"تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي"	10	0.869

م	المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
	الدرجة الكلية للاستبانة	42	0.925

ب- طريقة التجزئة النصفية (Split Half Method):

حيث تم تجزئة فقرات الاختبار إلى جزأين (الأسئلة ذات الأرقام الفردية، والأسئلة ذات الأرقام الزوجية)، ثم تم حساب معامل الارتباط بين درجات الأسئلة الفردية، ودرجات الأسئلة الزوجية، وبعد ذلك تم تصحيح معامل

الارتباط بمعادلة سبيرمان براون = معامل الارتباط المعدل وفقاً للمعادلة التالية: $R = \frac{2R}{1+R}$ ، حيث

R معامل الارتباط بين درجات الأسئلة الفردية ودرجات الأسئلة الزوجية، وتم الحصول على النتائج الموضحة

في جدول (8-4).

جدول (8-4): طريقة التجزئة النصفية لقياس ثبات الاستبانة

م	المجال	معامل الارتباط	معامل الارتباط المعدل
1-	مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية	0.858	0.923
2-	دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني	0.584	0.737
3-	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية	0.590	0.743
4-	تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي	0.772	0.871
	الدرجة الكلية للاستبانة	0.693	0.819

واضح من النتائج الموضحة في جدول (8-4) أن قيمة معامل الارتباط المعدل (سبيرمان براون)

(Spearman Brown) مرتفع ودال إحصائياً، بذلك يكون المقياس في صورته النهائية كما هي في

الملحق (2) قابلة للتوزيع، ويكون الباحث قد تأكد من صدق وثبات استبانة الدراسة، مما يجعله على ثقة تامة بصحة الاستبانة، وصلاحياتها لتحليل النتائج، والإجابة عن أسئلة الدراسة، واختبار فرضياتها.

4-6 الوصف الإحصائي لأفراد العينة وفق البيانات الأولية:

1- توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

يبين جدول (4-9) 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 والإناث في الأسرة، حيث أن عدد الإناث في المجتمع الفلسطيني يفوق عدد الذكور، بالإضافة إلى صعوبة الوضع الحالي في القطاع مما يدفع الذكور الشباب أبناء العائلات المستورة إلى ترك قاعات الدراسة والاندفاع إلى ميادين العمل لمساعدة أسرهم مادياً.

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.

جدول (4-9): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة النسبة المئوية %	العدد	الجنس
36.75	147	ذكر
63.25	253	أنثى
100.0	400	المجموع

2- توزيع أفراد العينة حسب جامعة الدراسة:

يبين جدول (4-10) 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 وأكاديمية كبيرة مما رغب الطلبة بالالتحاق بها، كما أن جامعتي الأقصى والإسلامية يمتلكان مقرات دائمة في المحافظات الجنوبية مما زاد من إقبال الطلبة والطالبات عليها.

جدول (4-10): توزيع أفراد العينة حسب جامعة الدراسة

الجامعة الدراسة	العدد	النسبة النسبة المئوية %
الجامعة الإسلامية	134	33.50
جامعة الأزهر	100	25.00
جامعة الأقصى	166	41.50
المجموع	400	100.0

3- توزيع أفراد العينة حسب التخصص:

يبين جدول (4-11) 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 الباحث 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 وانجذابهم نحو موضوع الرسالة الحالية مما زاد رغبتهم بالمشاركة في تعبئة الاستبانة بدقة وحرص.

جدول (4-11): توزيع أفراد العينة حسب التخصص

النسبة المئوية %	العدد	التخصص
28.50	114	تخصص علمي
71.50	286	علوم إنسانية
100.0	400	المجموع

4- توزيع أفراد العينة حسب امتلاك حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي:

يبين جدول (4-12) أن ما نسبته (95.25%) من عينة الدراسة هم ممن 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 استثنائهم من تحليل البيانات في بقية الدراسة، ويلاحظ الباحث 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 مواقع التواصل الاجتماعي وأنها أصبحت من الضرورات التي لا يستغني عنها أفراد المجتمع الفلسطيني ويؤكد هذه النسبة المرتفعة دراسة (أبو صلاح، 2014)، حيث كانت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (90%)، وكذلك دراسة (حمودة، 2013) بينت أن نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم (96.1%)، وكذلك دراسة (الشرافي، 2012) بينت أن نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (93.5%).

جدول (4-12): توزيع أفراد العينة حسب امتلاك حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	العدد	امتلاك حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي
95.25	381	نعم
4.75	19	لا
100.0	400	المجموع

5- توزيع أفراد العينة حسب أي مواقع التواصل الاجتماعي تتفاعل معها :

يبين جدول (4-13) 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 (4.20%) هم من الذين يتفاعلون على موقع Blogger، بينما ما نسبته (44.90%) هم من الذين يتفاعلون على موقع YouTube، 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 Flickr.

ويتضح أن معظم الطلبة المبحوثين يستخدمون شبكة (فيسبوك) لما لهذه الشبكة من قبول عالمي وليس فلسطيني فحسب_ لدى الجماهير ناتجة عن سهولة استخدامها وعبقورية فكرة عملها وتلبية احتياجات الناس لغرض التواصل، وهذا يدل على أهمية وحساسية التعامل مع شبكة (فيسبوك) بالذات. وتؤكد 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 والمانسجرات للتواصل الاجتماعي ثم تحولوا تدريجياً إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي أغنتهم عن كل ما سواها.

جدول (4-13): توزيع أفراد العينة حسب أي مواقع التواصل الاجتماعي تتفاعل معها

مواقع 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

44.90	20.20	171	YouTube
33.60	15.10	128	Google+
1.80	0.80	7	MySpace
2.90	1.30	11	Flicker
	100.0	848	المجموع

4-7 المعالجات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم تفريغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي "Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)".

تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- النسب المئوية، والتكرارات، والوزن النسبي: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما، وتتم الاستفادة منها في وصف عينة الدراسة المبحوثة .
- اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) وكذلك اختبار التجزئة النصفية؛ لمعرفة ثبات فقرات المقياس.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)؛ لقياس درجة الارتباط، ويقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين، وقد تم استخدامه لحساب الاتساق الداخلي، والصدق البنائي للمقياس، والعلاقة بين المتغيرات.
- اختبار T في حالة عينة واحدة (T-Test) لمعرفة ما إذا كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى الدرجة المتوسطة وهو (3)، أم زاد أو قل عن ذلك، ولقد تم استخدامه للتأكد من دلالة المتوسط لكل فقرة من فقرات المقياس .
- اختبار T في حالة عينتين (Independent Samples T-Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات المستقلة.
- اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Analysis of Variance - ANOVA) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات، أو أكثر من البيانات.
- اختبار شففيه للمقارنات المتعددة scheffe Test.

الفصل الخامس

الإجابة على أسئلة الدراسة ومناقشتها

الفصل الخامس

نتائج الدراسة ومناقشتها

تمهيد

1-5 المحك المعتمد في الدراسة

2-5 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة وتفسيرها.

- 1-2-5 الإجابة عن السؤال الأول من أسئلة الدراسة.
- 2-2-5 الإجابة عن السؤال الثاني من أسئلة الدراسة.
- 3-2-5 الإجابة عن السؤال الثالث من أسئلة الدراسة.
- 4-2-5 الإجابة عن السؤال الرابع من أسئلة الدراسة.
- 5-2-5 الإجابة عن السؤال الخامس من أسئلة الدراسة.
- 6-2-5 الإجابة عن السؤال السادس من أسئلة الدراسة.

تمهيد:

يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة، وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة وفرضياتها واستعراض أبرز نتائج المقياس التي تم التوصل إليها من خلال تحليل فقراتها، بهدف التعرف إلى: "استراتيجية تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، والوقوف على متغيرات الدراسة التي اشتملت (الجنس، الجامعة، التخصص، امتلاك حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي، أي المواقع يتم التفاعل معها) لذا تم إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات المتجمعة من مقياس الدراسة، إذ تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية "Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)" للحصول على نتائج الدراسة التي سيتم عرضها وتحليلها في هذا الفصل.

5-1 المحك المعتمد في الدراسة:

لتحديد المحك المعتمد في الدراسة، تم استخدام مقياس درجة الاستجابة المنصف إلى عشرة واحدة رقمية من (1 إلى 10) فحين أن (1) تعني أقل درجة موافقة و(10) تعني أعلى درجة موافقة وبالتالي تكون القيمة المتوسط للمقياس هي (5.5) بوزن نسبي (55.00%) وبالتالي الاستجابات التي تفوق الوزن النسبي المعتمد تدل على أن هناك موافقة عليها من أفراد العينة (التميمي، 2004: 42). ولتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمد الباحث على ترتيب المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للأداة ككل، ومستوى الفقرات في كل مجال، وقد حدد الباحث درجة الموافقة حسب المحك المعتمد للدراسة.

5-2 الإجابة عن أسئلة الدراسة:

سيقوم الباحث بالإجابة عن أسئلة الدراسة من خلال تحليل البيانات، والتركيز على أعلى فقرتين وأدنى فقرتين، وتفسير نتائجهما ومقارنتها بالدراسات السابقة.

إجابة السؤال الرئيس:

- ما إمكانية اقتراح استراتيجية لتعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ ويتفرع منه ستة من التساؤلات وهم كالتالي:

5-2-1 الإجابة عن السؤال الأول:

ما مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية؟
 أولاً: هل الحقوق الفلسطينية يتم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي؟ وما درجة الاهتمام بدعمها؟
 وللإجابة عن هذا التساؤل، تم استخدام المتوسط الحسابي، والوزن النسبي، واختبار T لعينة واحدة.
 جدول (5-1): المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات المجال

م	الحق الفلسطيني	درجة التداول بفعالية			درجة اهتمامك بدعمها		
		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	القيمة الاحتمالية (.Sig)	الترتيب	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
1-	حق القدس	6.59	65.90	0.000	2	7.74	77.40
2-	حق عودة اللاجئين	4.81	48.10	0.000	4	6.73	67.30
3-	حق المياه	3.45	34.50	0.000	6	5.26	52.60
4-	حق تحرير الأسرى	6.72	67.20	0.000	1	7.82	78.20
5-	حق ترسيم الحدود	3.74	37.40	0.000	5	5.15	51.50
6-	حق إنهاء الاستيطان	5.72	57.20	0.172	3	7.15	71.50
	الدرجة الكلية	5.17	51.70	0.000		6.64	66.40

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

1. 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 الباحث ذلك إلى الأسباب التالية:

1. أن الأسرى الفلسطينيين هم جزء أصيل من الشعب وكل أسير لديه أقارب وإخوة وأبناء لا يتركون وسيلة لتسليط الضوء على معاناتهم إلا واستخدموها، فوجدوا في مواقع التواصل الاجتماعي منبراً

حقيقيا لتعبئة الرأي العام الفلسطيني لاستحضار معاناتهم والحث على إذكاء جذوة المطالبة بتحريرهم.

2. الدعوات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي للاعتصامات المتكررة أمام الصليب الأحمر وغيره كانت من أهم الأسباب التي ساهمت في تفعيل تداول حق تحرير الأسرى.

3. الأنباء التي تتوارد عن تمكن المقاومة من أسر جنود صهيانية بعد حرب غزة 2014م أتاحت 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 الباحث 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 وانتماءه 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 مواقع التواصل الاجتماعي لحث إخوانهم في الدين وفي العروبة على التذكير بحقهم في القدس والحرص على ديمومة مناقشة قضاياهم من خلال مواقع 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 قبولاً واضحاً لدى الرأي العام الفلسطيني.

وأن أدنى فئتين 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 يعترف بإسرائيل ويقر بأن حدود فلسطين هي حدود عام 1967م فقط، والفريق الآخر لا يعترف 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) ووزن نسبي (51.7%) وهي أقل من الوزن النسبي المحايد مما يدل على أن تداول الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان منخفضاً.

وهذه النتيجة اتفقت مع نتيجة دراسة (حمودة، 2013) التي أشارت في نتائجها إلى أن "المبحوثين يعتقدون بعدم كفاية ما تتناوله مواقع التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية" ويعزو الباحث ذلك إلى:

• تتابع الأحداث والأخبار العاجلة في فلسطين وانشغال الإعلاميين الفلسطينيين بتغطيتها كان على حساب تغطية ودعم قضاياها الكبرى وحقوقه المصيرية ومن هذا المنطلق تولدت فكرة هذه الدراسة لتعيد البوصلة إلى اتجاهها الصحيح وتقترح استراتيجية لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع 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 الفلسطينية

أعلى فئتين 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 لتسليط الضوء على معاناتهم إلا واستخدموها، فوجدوا في مواقع التواصل الاجتماعي منبراً حقيقياً لتعبئة الرأي العام الفلسطيني لاستحضار معاناتهم والحث على إذكاء جذوة المطالبة بتحريرهم.

2. الدعوات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي للاعتصامات المتكررة أمام الصليب الأحمر وغيره كانت من أهم الأسباب التي ساهمت في تفعيل تداول حق تحرير الأسرى.

3. الأنباء التي تواردت عن تمكن المقاومة من أسر جنود صهيانية بعد حرب غزة 2014م أتاحت 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 (77.40%). ويدل ذلك على أن المدينة المقدسة محل إجماع الكل الفلسطيني، فهي في قلب كل فلسطيني حتى لو اختلف توجهه وانتمائه وعمره وحتى دينه، فمن المنطقي أن نجد مواقع التواصل الاجتماعي تزخر 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 نسبي قدره (51.50%)، ويعزو الباحث ذلك إلى انقسام الرأي العام الفلسطيني حول كيفية ترسيم الحدود، ففريق يعترف بإسرائيل ويقر بأن حدود فلسطين هي حدود عام 1967م، والفريق الآخر لا يعترف بإسرائيل ولا يقر إلا بحدود دولة فلسطين التاريخية.

- الفقرة رقم (3) والتي نصت على: "حق المياه". احتلت المرتبة الخامسة قبل الأخيرة بوزن نسبي قدره (52.60%). ويعزى ذلك إلى قلة التداول الفعال لحق المياه على مواقع 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 تبين أن المتوسط الحسابي للاهتمام ودعم الحقوق السياسية الفلسطينية (6.64) ووزن نسبي (66.40%) وهي أكبر من الوزن النسبي المحايد مما يدل أن الاهتمام ودعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان كبيراً، ويعزو الباحث ذلك إلى أن المواطن الفلسطيني

الذي قدم روحه وماله وحرية لاستعادة حقوقه المسلوبة بطبيعة الحال لن يتوانى في دعم حقوقه الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إن اعتقد بأهمية هذه الآلية.

ثانياً: هل تتابع صفحات تدعم الحقوق الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

يبين جدول (2-5) أن ما نسبته (48.80%) من عينة الدراسة هم من الذين يتابعون صفحات تدعم الحقوق الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما ما نسبته (9.50%) هم من الذين لا يتابعون صفحات تدعم الحقوق الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما ما نسبته (41.70%) هم من الذين أحياناً يتابعون صفحات تدعم الحقوق الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويكون بذلك أن ما نسبته (90.50%) من المبحوثين يتابعون الحقوق الفلسطينية عبر مواقع التواصل، وهذه نسبة مرتفعة جداً، وتعتبر مؤشراً هاماً إلى الدور الإيجابي الذي يقوم به الناشطون على صفحاتهم من إحياء للحقوق المشروعة وتركيز الأضواء عليها باستمرار.

جدول (2-5):

يوضح عدد ونسبة من يتابعون صفحات تدعم الحقوق الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

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

ثالثاً: الإجراء الذي تتخذه عند استلامك منشورات تدعوك للمشاركة في دعم الحقوق الفلسطينية

يبين جدول (3-5) أن ما نسبته (44.10%) من عينة الدراسة هم من الذين يقومون بالمشاركة الفاعلة عند استلام منشورات في دعم الحقوق الفلسطينية، بينما ما نسبته (51.20%) هم من الذين يقومون بالاطلاع فقط عند استلام منشورات في دعم الحقوق 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 التفاعل مع المنشورات التي تدعم الحق الفلسطيني.

جدول (3-5): يوضح الإجراء الذي يتخذه المبحوثين عند استلامك منشورات تدعوك للمشاركة في دعم

الحقوق الفلسطينية

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

رابعاً: هل وجهت إليك دعوة من إحدى مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في دعم الحقوق الفلسطينية

يبين جدول (4-5) أن ما نسبته (49.60%) من عينة الدراسة هم من الذين تم توجيه لهم دعوة من إحدى مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في دعم الحقوق 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 (4-5): يوضح العدد والنسبة المئوية لمن تمت توجيه دعوة لهم للمشاركة في دعم الحقوق

الفلسطينية

النسبة المئوية %	العدد	توجيه دعوة
49.60	189	نعم
50.40	192	لا
100.0	381	المجموع

خامساً: الفائدة التي تعود على القضية الفلسطينية بعد توعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه المشروعة

يبين جدول (5-5) أن ما نسبته (54.90%) من عينة الدراسة هم من الذين يعتبرون بأن الفائدة التي تعود على القضية الفلسطينية بعد توعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه المشروعة هي زيادة الدعم المالي والتبرعات لفلسطين، بينما ما نسبته (23.60%) هم من الذين يعتبرون أن الفائدة هي تشكيل لوبي دولي لاستعادة الحقوق المسلوبة، بينما ما نسبته (53.00%) هم من الذين يعتبرون الفائدة أن يتم تشكيل فرق قانونية للدفاع عن الحقوق السياسية الفلسطينية أمام المحاكم الدولية، بينما ما نسبته (53.30%) هم من الذين يعتبرون أن الفائدة هي تنظيم مظاهرات ثورية للمطالبة بإنهاء الاحتلال، بينما ما نسبته (46.50%) هم من الذين يعتبرون أن الفائدة هي زيادة إقبال المواطنين على الانضمام لتنظيمات المقاومة المسلحة، بينما ما نسبته (28.10%) هم من الذين يعتبرون أن الفائدة تكمن في كونه ورقة قوة للمفاوض الفلسطيني في المفاوضات مع الجانب الإسرائيلي، بينما ما نسبته (49.10%) هم من الذين يعتبرون أن الفائدة كونه ورقة ضغط على المجتمع الدولي تسهم في إنهاء الاحتلال، بينما ما نسبته (5.00%) هم من الذين يعتبرون أن هناك فوائد أخرى .

جدول (5-5): يوضح الفائدة التي تعود على القضية الفلسطينية بعد توعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه

الفائدة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %	النسبة المئوية من حجم العينة الأصلي
زيادة الدعم المالي والتبرعات لفلسطين	209	17.50	54.90
تشكيل لوبي دولي لاستعادة الحقوق المسلوبة	90	7.50	23.60
تشكيل فرق قانونية للدفاع عن الحقوق السياسية الفلسطينية أمام المحاكم الدولية	202	16.90	53.00
تنظيم مظاهرات ثورية للمطالبة بإنهاء الاحتلال	203	17.00	53.30
زيادة إقبال المواطنين على الانضمام لتنظيمات المقاومة المسلحة	177	14.80	46.50
ورقة قوة للمفاوض الفلسطيني في المفاوضات مع الجانب الإسرائيلي	107	9.00	28.10
ورقة ضغط على المجتمع الدولي تسهم في إنهاء الاحتلال	187	15.70	49.10
أخرى	19	1.60	5.00
المجموع	1194	100.0	

• الإجابات اختيار من متعدد

5-2-2 إجابة السؤال الثاني: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني؟

وللإجابة عن هذا التساؤل، تم استخدام المتوسط الحسابي، والوزن النسبي، واختبار T لعينة واحدة.

جدول (5-7): المتوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية (Sig.) لكل فقرة من فقرات المجال

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الترتيب
1-	تعطي مواقع التواصل الاجتماعي مساحة مفتوحة للجماهير للتعبير وإبداء الرأي	7.82	78.20	20.406	0.000	2
2-	تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الشارع الفلسطيني	7.40	74.00	17.584	0.000	7
3-	يتأثر الرأي العام بقضية ما من خلال كثافة تداولها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي	7.51	75.10	17.926	0.000	4
4-	تسعى الفصائل الفلسطينية لاستقطاب الرأي العام من خلال صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي	6.88	68.80	10.756	0.000	13
5-	تستخدم الجهات المعادية مواقع التواصل الاجتماعي لتضليل الرأي العام الفلسطيني	7.92	79.20	20.076	0.000	1
6-	آلية عمل مواقع التواصل الاجتماعي تسهل مهمة "الغزو الفكري" للمجتمع الفلسطيني	7.47	74.70	16.304	0.000	6
7-	شنت العديد من الجهات المعادية للشعب الفلسطيني "حرباً نفسية" عليه عبر مواقع التواصل الاجتماعي	7.67	76.70	16.472	0.000	3
8-	تستخدم بعض الجهات الوطنية مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه	7.32	73.20	16.238	0.000	9
9-	تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في نشر الوعي السياسي بطرق المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية	7.12	71.20	14.116	0.000	11
10-	تمنح التجمعات الشبابية على مواقع التواصل	6.33	63.30	6.666	0.000	14

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الترتيب
	الاجتماعي فرصة لتشكيل لوبي شبابي حيال القضايا السياسية					
11-	يتم تداول صور ومقاطع فيديو على مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في توعية الرأي العام الفلسطيني	7.39	73.90	15.373	0.000	8
12-	يسهم (الهاشتاق أو الوسوم) التي يطلقها بعض الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الرأي العام الفلسطيني	7.29	72.90	15.186	0.000	10
13-	يساعد استخدام (الانفوجرافيك: الذي يجمع بين الصور والمعلومات المكثفة في صورة واحدة رسومية) عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي في توضيح بعض الحقائق للرأي العام	6.91	69.10	11.733	0.000	12
14-	تستغل الجهات المعادية للفلسطينيين تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي بكفاءة أعلى من الجهات الوطنية للتأثير السلبي على الرأي العام الفلسطيني	7.49	74.90	16.729	0.000	5
	الدرجة الكلية	7.32	73.20	27.862	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 مواقع 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 مواقع التواصل الاجتماعي لتضليل الرأي العام الفلسطيني من خلال استخدام أساليب الحرب

النفسية من بث للشائعات واختلاق الأزمات وإثارة الرعب والفوضى في المجتمع الفلسطيني.

- توارد قصص محاولات جهاز الشاباك الصهيوني استهداف الفتيات والشباب الفلسطيني لإسقاطهم في وحل العمالة وإغرائهم بالمال والنساء عبر محادثات مواقع التواصل الاجتماعي.

- استغلال تلك الجهات المعادية لمواقع 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 مواقع التواصل الاجتماعي مساحة مفتوحة للجماهير للتعبير وإبداء الرأي." احتلت المرتبة الثانية، بوزن نسبي قدره (78.20%). ويعزو الباحث ذلك إلى أن معظم المبحوثين تفاعلوا مع مواقع التواصل الاجتماعي فوجدوا فيها ضالتهم للتعبير عن آرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم دون تقييد بعيداً عن تعقيدات وسائل الإعلام الأخرى التي تملّي عليهم ما يشاهدونه أو ما يقرؤونه.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الفطافطة، 2011) بحيث توصلت إلى أن "المجال التقني ساهم بتعزيز حرية التعبير وإعطائها متنفس". وكذلك اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (سحر وآخرون، 2012) التي بينت أن "إرادة الشعوب في التغيير تعززت بواسطة انتشار وسائل الإعلام الجديد" ويعزو الباحث هذا الاتفاق إلى أن هذه النتيجة أصبحت عليها توافق بين معظم الباحثين والمهتمين بمجال التواصل الاجتماعي لما لطبيعة تصميم تلك المواقع 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 مواقع التواصل الاجتماعي فرصة لتشكيل لوبي شبابي حيال القضايا السياسية." احتلت المرتبة الأخيرة، بوزن نسبي قدره (63.30%)، ويرجع هذا إلى أن الشباب الفلسطيني بمعظمه منتمي لفصائل وتنظيمات تتبنى مواقف وأراء سياسية مسبقة، ويشكلون لهم الخلفية الفكرية وبالتالي فهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي

للترويج لأفكارهم التي تزودوا بها عن طريق التنظيم، وبالتالي فإن التنظيم هو المرجعية الحقيقية لتشكيل لوبي شبابي حيال القضايا السياسية.

- الفقرة رقم (4) والتي نصت على: " تسعى الفصائل الفلسطينية لاستقطاب الرأي العام من خلال صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي." احتلت المرتبة الثالثة عشر قبل الأخيرة بوزن نسبي قدره (68.80%). ويعزو الباحث ذلك إلى العديد من الأسباب أهمها:

1. أن التحزب للفصائل الفلسطينية متغلغل في الشعب بشكل أعمق من أن تقتصر لغة التواصل بينهم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

2. تكرار إغلاق الصفحات الخاصة بالتنظيمات الفلسطينية من قبل إدارة مواقع التواصل الاجتماعي بدعوى نشر العنف وبث روح الكراهية في كل ما يتعلق بالتحريض على العدو الصهيوني.

3. قلة اهتمام بعض الإعلاميين الحزبيين بالتحشيد للحقوق الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في الرأي العام الفلسطيني.

وبشكل عام فقد تبين أن المتوسط الحسابي لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني (7.32) ووزن نسبي (73.20%) وهي أكبر من الوزن النسبي المحايد مما يدل على أن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني كان كبيراً.

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

وتعزى هذه النتيجة لعدة أسباب منها:

1. أن الشعب الفلسطيني يعتبر شعب متعلم وواع ومثقف ويتواكب مع مفرزات التكنولوجيا الحديثة أكثر من غيره من الشعوب العربية.

2. أن الشعب الفلسطيني في طليعة الشعوب العربية التي انتشر فيها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بسبب تسارع الأحداث في المنطقة وتتابعها مما أدى إلى شغل المواطن الفلسطيني بمتابعة كل ما هو جديد من الأخبار والمستجدات.

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

نتيجة السؤال الثاني:

مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور كبير في تعبئة الرأي العام الفلسطيني، وبوزن نسبي (73.20%)

5-2-3 إجابة السؤال الثالث: إلى أي درجة يمكن أن تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية؟

وللإجابة عن هذا التساؤل، تم استخدام المتوسط الحسابي، والوزن النسبي، واختبار T لعينة واحدة.

جدول (5-8): المتوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية (Sig.) لكل فقرة من فقرات المجال

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الترتيب
1-	تحتوي مواقع التواصل الاجتماعي صفحات متخصصة لتوعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه	6.99	69.90	12.265	0.000	5
2-	تدفع مواقع التواصل الاجتماعي المواطنين للمشاركة في الفعاليات المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية	6.77	67.70	10.834	0.000	6
3-	تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية حول الحقوق السياسية الفلسطينية	6.74	67.40	10.862	0.000	7
4-	مواقع التواصل الاجتماعي تشنت جهود الناشطين في مجالات عدة على حساب دعم الحقوق السياسية الفلسطينية	5.93	59.30	3.380	0.001	10
5-	تستغل الجهات المعادية مواقع التواصل الاجتماعي لتزوير الحقائق وإثبات حقها المزعوم في فلسطين	7.54	75.40	17.843	0.000	1
6-	تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز شخصيات جديدة نشطة سياسياً في إطار المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية	7.05	70.50	13.841	0.000	4
7-	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي ترتبت على تهجير المواطنين الفلسطينيين من أراضيهم	6.50	65.00	8.353	0.000	8
8-	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر	7.09	70.90	12.747	0.000	3

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الترتيب
	المحدقة بمدينة القدس منذ الاحتلال الصهيوني لها					
-9	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي تهدد الأمن المائي في فلسطين نتيجة نهب الاحتلال للثروة المائية	5.05	50.50	-3.354	0.001	12
-10	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي تهدد الفلسطينيين نتيجة مشاريع الاستيطان التوسعية على حساب أراضي المواطنين	6.13	61.30	4.899	0.000	9
-11	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي تهدد الأمن القومي الفلسطيني نتيجة عدم ترسيم حدود الدولة	5.21	52.10	-2.070	0.039	11
-12	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر المترتبة على الأسرى نتيجة استمرار الاعتقالات السياسية والعشوائية بحق أبناء الشعب الفلسطيني	7.22	72.20	13.592	0.000	2
	الدرجة الكلية	6.52	65.20	13.903	0.000	

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

أعلى فقرتين في هذا المجال كانتا:

- الفقرة رقم (5) والتي نصت على: " تستغل الجهات المعادية مواقع التواصل الاجتماعي لتزوير الحقائق وإثبات حقها المزعوم في فلسطين". احتلت المرتبة الأولى، بوزن نسبي قدره (75.40%). ويعزى ذلك إلى وعي الفئة المستهدفة لاستغلال تلك الجهات المعادية لمواقع التواصل ومحاولة بث الغزو الفكري لتزوير الحقائق التاريخية لتشويه حقوق الفلسطينيين وإثبات حقهم في فلسطين دون مرجعية تاريخية حقيقية تثبت ذلك.

- الفقرة رقم (12) والتي نصت على: " تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر المترتبة على الأسرى نتيجة استمرار الاعتقالات السياسية والعشوائية بحق أبناء الشعب الفلسطيني." احتلت المرتبة الثانية، بوزن نسبي قدره (72.20%). ويعزو الباحث ذلك إلى اهتمام الرأي العام الفلسطيني بأسره المناضلين وإحياء قضيتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي في كل المناسبات عبر إطلاق الحملات الخاصة بالأسرى أو عبر الأوسمة "الهاشتاق" ويعود الفضل في إحياء قضية الأسرى على مواقع التواصل الاجتماعي بعد الله عز وجل إلى الجمعيات والمؤسسات التي تختص بشئون الأسرى بحيث تعتمد مثل هذه الأساليب لتفعيل قضية الأسرى، وهذه النتيجة منطقية ومتوافقة مع نتيجة البند الذي أظهر أن حق الأسرى هو أكثر بند يتم تداوله على مواقع التواصل الاجتماعي خلال هذه الدراسة.

وأن أدنى فقرتين في هذا المجال كانتا:

- الفقرة رقم (9) والتي نصت على: " تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي تهدد الأمن المائي في فلسطين نتيجة نهب الاحتلال للثروة المائية " احتلت المرتبة الأخيرة، بوزن نسبي قدره (50.50%).

ويعزو الباحث ذلك إلى الأسباب التالية:

1. عدم تداول قضية المياه عبر مواقع التواصل الاجتماعي _ كما أشارت نتيجة البند رقم (9) في هذه الاستبانة_ أدت إلى عدم إبراز أهمية هذا الحق الأصيل من حقوق شعبنا الفلسطيني وتأتي هذه النتيجة منطقية ومتوافقة مع نتائج الفقرة الأولى من هذه الاستبانة.
2. قلة اهتمام المؤسسات المختصة بإبراز حقنا في المياه أثر سلباً على وعي الرأي العام الفلسطيني بالمخاطر التي تهدد الأمن المائي في فلسطين نتيجة نهب الاحتلال للثروة المائية.
3. تتابع الأحداث والمستجدات في الساحة الفلسطينية أشغل الرأي العام بالأمور اليومية عن بعض الحقوق الثابتة للشعب الفلسطيني.
4. اتفاقية "أوسلو" أجلت قضية المياه إلى قضايا الحل النهائي ولم تلزم الطرف "الإسرائيلي" بأي التزامات، مما أدى إلى تغول العدو الصهيوني على حقنا في المياه.

- الفقرة رقم (11) والتي نصت على: " تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي تهدد الأمن القومي الفلسطيني نتيجة عدم ترسيم حدود الدولة." احتلت المرتبة الحادية عشر قبل الأخيرة بوزن نسبي قدره (52.10%). ويعزى ذلك إلى الأسباب التالية:

1. تغول الاحتلال "الصهيوني" على حقوق الشعب الفلسطيني وعدم السماح بإقامة دولة فلسطينية كاملة السيادة على حدود 1967م حسب ما نص عليه قرارات الأمم المتحدة المتعاقبة.
2. قلة تداول قضية ترسيم الحدود من قبل الناشطين السياسيين والجهات المختصة على مواقع التواصل الاجتماعي كانت سبباً رئيساً في ضعف إبراز المخاطر التي تهدد الأمن القومي الفلسطيني نتيجة عدم ترسيم حدود الدولة.

وبشكل عام فقد تبين أن المتوسط الحسابي لدرجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية يساوي (6.52) وبوزن نسبي (65.20%) وهي أكبر من الوزن النسبي المحايد مما يدل على أن درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية كانت متوسطة.

وتقاربت هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت لها دراسة (حمودة، 2013) والتي أشارت إلى أن "المبحوثين يعتقدون بعدم كفاية ما تتناوله مواقع التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية جاءت بالترتيب حسب عدم الكفاية وفقاً للتالي أهمها: اللاجئين، تهويد القدس، الاستيطان، الأسرى، المياه" ويعزو الباحث ذلك إلى:

1. انشغال المدونين والناشطين بالقضايا والمستجدات اليومية ومتابعة الجمهور الفلسطيني لها.
2. عدالة القضية الفلسطينية ودعم أحرار العالم لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
3. وجود القابلية لدى الناشطين الفلسطينيين لدعم حقوقهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي رغم عدم التوصل إلى استراتيجية واضحة لتحقيق هذا الهدف النبيل.

نتيجة السؤال الثالث:

درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية متوسطة، وبوزن نسبي (65.20%)

5-2-4 إجابة السؤال الرابع: كيف يمكن تحديد الأساليب الإعلامية الفاعلة في تكوين الرأي العام الفلسطيني؟

وللإجابة عن هذا التساؤل، تم استخدام المتوسط الحسابي، والوزن النسبي، واختبار T لعينة واحدة

جدول (5-9): المتوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية (Sig.) لكل فقرة من فقرات المجال

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الترتيب
1-	أسلوب التكرار والملاحقة	6.92	69.20	11.992	0.000	5
2-	أسلوب الإثارة العاطفية	7.01	70.10	12.839	0.000	3
3-	أسلوب عرض الحقائق	6.87	68.70	11.512	0.000	6
4-	أسلوب تحويل انتباه الرأي العام	6.54	65.40	8.916	0.000	9
5-	أسلوب البرامج الإيجابية المحددة	6.41	64.10	8.176	0.000	10
6-	أسلوب التعقيم والتمويه الإعلامي	6.56	65.60	8.243	0.000	8
7-	أسلوب التزوير والخداع باستخدام العلم وتطبيقاته	6.83	68.30	10.008	0.000	7
8-	أسلوب الشائعات	7.56	75.60	15.523	0.000	1
9-	أسلوب افتعال الأزمات	7.02	70.20	11.215	0.000	2
10-	أسلوب إثارة الرعب والفوضى	6.98	69.80	10.5220	0.000	4
	الدرجة الكلية	6.87	68.70	18.008	0.000	

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

أعلى فقرتين في هذا المجال كانتا:

- الفقرة رقم (8) والتي نصت على: " أسلوب الشائعات." احتلت المرتبة الأولى، بوزن نسبي قدره (75.60%). ويعزو الباحث ذلك إلى أن أسلوب نشر الشائعات هو أحد أساليب "الحرب النفسية" التي تسهم في تكوين الرأي العام، وبحسب رأي المبحوثين فإن هذا الأسلوب هو الأكثر تأثيراً من بين كل الأساليب العلمية الأخرى، بحيث يسهم المتصلون بمواقع التواصل الاجتماعي في نشره، ومشاركته مع الآخرين.

- الفقرة رقم (9) والتي نصت على: " أسلوب افتعال الأزيمات " احتلت المرتبة الثانية، بوزن نسبي قدره (70.20%). ويشير الباحث إلى أن أسلوب افتعال الأزيمات هو أيضاً أحد أساليب "الحرب النفسية" التي تسهم في تكوين الرأي العام، وبحسب رأي المبحوثين فإن هذا الأسلوب يأتي في الدرجة الثانية من حيث قوة التأثير من بين كل الأساليب العلمية الأخرى، وذلك بسبب طبيعة تصميم مواقع التواصل الاجتماعي بحيث يصعب التحقق من المعلومات التي يتم تداولها على الشبكة فتتطلق التصريحات والتحليلات والنقاشات التي ربما تكون كلها مبنية على معلومات مغلوطة وبالتالي تتطور الخلافات إلى أزيمات مفتعلة ربما يقف خلفها جهة استخبارية ما، أو جهاز أمني.

وأن أدنى فقرتين في هذا المجال كانتا:

- الفقرة رقم (5) والتي نصت على: "أسلوب البرامج الإيجابية المحددة" احتلت المرتبة الأخيرة، بوزن نسبي قدره (64.10%). ويعزو الباحث ذلك إلى سهولة تشويهها والسخرية منها وكشف عيوبها وثغراتها، بالإضافة إلى إحاطتها بهالة من الشائعات التي قد تطفئ بريقها وتنفّر الرأي العام منها، ومثال ذلك ما حصل مع "مشروع النهضة" الذي تقدم به المرشح الرئاسي "محمد مرسي" في الانتخابات المصرية عام 2012م

- الفقرة رقم (4) والتي نصت على: " أسلوب تحويل انتباه الرأي العام." احتلت المرتبة التاسعة قبل الأخيرة بوزن نسبي قدره (65.40%). ويعزو الباحث ذلك إلى أنه في عصر السرعة وعصر الانفتاح على الجميع لم يعد هذا الأسلوب ذا تأثير كاف على الرأي العام بسبب وعي المواطن وقدرته على الحصول على المعلومة من أكثر من مصدر.

وبشكل عام فقد تبين أن المتوسط الحسابي لدرجة تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساوي (6.87) وبوزن نسبي (68.70%) وهي أكبر من الوزن النسبي المحايد مما يدل أن درجة تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت كبيرة، وبحسب اطلاع ومتابعة الباحث والأساتذة المشرفين الذين تكرموا بتحكيم الاستبانة فإن هذه الدراسة تفردت بإخضاع أساليب تكوين الرأي العام التي أوردها (التهامي، 2005) في كتابه بعنوان "الرأي العام وطرق قياسه" للدراسة والبحث، ولذلك لم يجد الباحث دراسات سابقة تؤكد أو تختلف مع نتائج الدراسة في هذا المحور.

وتعزى درجة تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت كبيرة بسبب وعي المبحوثين بأهمية هذه الأساليب لتكوين الرأي العام وبالذات أساليب الحرب النفسية التي يتضح استخدامها في مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير، بحيث أظهرت الدراسة أن أكثر أسلوب مؤثر على تكوين الرأي العام هو أسلوب إثارة الشائعات ويليه أسلوب افتعال الأزمات وفي الدرجة الرابعة يأتي أسلوب إثارة الرعب والفوضى وهذه الأساليب جميعها هي أساليب الحرب النفسية.

نتيجة السؤال الرابع:

درجة تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي كبيرة، وبوزن نسبي (68.70%)

5-2-5 إجابة السؤال الخامس: ما أهم المقترحات التي تسهم في زيادة وعي الرأي العام الفلسطيني بحقوقه السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

وللإجابة عن هذا التساؤل، قام الباحث بتجميع المقترحات المتشابهة تحت صيغة واحدة ومن ثم حساب عدد التكرارات لكل مقترح، والنسبة المئوية لعدد التكرارات ثم النسبة المئوية من العينة الأصلية الكلية، ثم العمل على ترتيب المقترحات حسب الأكثر تكراراً وترتيبها وفق هذا الأساس.

جدول (5-10): مقترحات وآليات تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية

م	الفقرة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %	النسبة المئوية من العينة الأصلية	الترتيب
1.	تصميم صفحات ممولة مخصصة لإبراز الحقوق السياسية الفلسطينية هدفها توعية الرأي العام المحلي والمجتمع الدولي بعدالة القضية الفلسطينية، ودعمها والتفاعل معها من الناشطين والفصائل والمؤسسات المختصة	250	19.17	65.45	1
2.	تطبيق تقنيات الإعلام الجديد لدعم صفحات الحقوق السياسية الفلسطينية مثل بث الفيديوها والصور والانفوجرافيك والهاشتاق، ومراعاة شروط توسيع نطاق النشر (Rank Edge)	220	16.87	57.59	2
3.	تشكيل لجان شبابية وتعبئتهم فكرياً بحقوقهم وإعدادهم للتعبير عن حقيقة ما بداخلهم على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مؤثر	213	16.33	55.76	3
4.	عمل هاشتاق موحد لكل حق من الحقوق السياسية الفلسطينية وحث جميع الناشطين والمؤسسات الحقوقية للنشر فيه بهدف توعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه	179	13.73	46.86	4
5.	عمل دورات ثقافية ذات العلاقة بالقضية الفلسطينية والحرص على تشكيل مجموعات فكرية قادرة على تحمل أعباء العمل الوطني	87	6.67	22.77	5
6.	تشكيل تحالفات شبابية مختلفة فلسطينية وعربية وأوروبية وأمريكية لتكوين لوبي ضاغط قادر على لفت انتباه إعلامهم لحقوق الفلسطينيين	61	4.68	15.97	6
7.	إنشاء صفحات خاصة من الطلبة الجامعيين يناقشون ويطرحون القضايا الحقوقية للشعب الفلسطيني	57	4.37	14.92	7

8	12.83	3.76	49	استمرار نشر بوستات مؤيدة وداعمة للحق الفلسطيني	8
9	10.99	3.22	42	العمل على تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة التي تولدت لدى العرب والغرب نتيجة الحملات الصهيونية الداعية الظالمة بحق الفلسطينيين	9
10	9.69	2.84	37	التنسيق والتواصل مع المجموعات والصفحات المشهورة بهدف نشر معلومات حول القضايا الفلسطينية	10
11	8.38	2.45	32	تدعيم المناهج الفلسطينية في مراحلها المختلفة وخصوصاً الأساسية- بمفاهيم الحقوق السياسية الفلسطينية	11
12	5.76	1.69	22	التوثيق التاريخي للقضايا والحقوق السياسية الفلسطينية وتعمد استخدام النزاهة والصدق في طرح القضايا	12
13	5.24	1.53	20	بث مقاطع الفيديو التي تكشف جرائم للاحتلال اتجاه سكان القدس	13
14	4.45	1.3	17	العمل على تغيير نمط التفكير لدى المجتمع الفلسطيني في تنمية قدراته على ابتكار وسائل مقاومة المحتل عبر مواقع التواصل الاجتماعي	14
15	3.4	1	13	تشكيل مراكز توعوية ولجان شبابية من الداخل والشباب تستطيع مخاطبة العالم بلغاته المختلفة لإبراز حقوق الشعب الفلسطيني المسلوبة	15
16	1.31	0.38	5	تنظيم فعاليات ومظاهرات للشباب الفلسطيني للتنكير بالقضايا الفلسطينية	16

أعلى مقترحين في هذا المجال كانا:

- المقترح الأول رقم (1) والذي يلخص في: " تصميم صفحات ممولة مخصصة لإبراز الحقوق السياسية الفلسطينية هدفها توعية الرأي العام المحلي والمجتمع الدولي بعدالة القضية الفلسطينية، ودعمها والتفاعل معها من الناشطين والفصائل والمؤسسات المختصة" احتل المرتبة الأولى، بعدد تكرارات 250 تكرار، ونسبة تقارب (65.45 %) من حجم العينة الأصلية، وتعكس هذه النسبة المرتفعة إيمان المبحوثين بأن مواقع التواصل الاجتماعي ربحية وتتعامل بتميز مع الصفحات التي تدفع مبالغ مالية لإدارة الموقع على منشوراتها مقابل أن تضمن توصيلها إلى نطاق أوسع وأبعد وعدد أكبر من المتابعين.

- المقترح رقم (2) والتي نص على: " تطبيق تقنيات الإعلام الجديد لدعم صفحات الحقوق السياسية الفلسطينية مثل بث الفيديوها والصور والانفوجرافيك والهاشتاق، ومراعاة شروط توسيع نطاق النشر (Rank Edge)" احتلت المرتبة الثانية، بعدد 220 تكراراً، ووزن نسبي قدره (57.59%). وهذه النتيجة تشير إلى أهمية أن تعقد دورات تدريبية للناشطين في مجالات حقوق الشعب الفلسطيني والمؤسسات الشبابية والجامعات حتى يتم الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي على أوسع نطاق.

وأن أدنى فقرتين في هذا المجال كانتا:

- المقترح رقم (16) والذي نص على: " تنظيم فعاليات ومظاهرات للشباب الفلسطيني للتذكير بالقضايا الفلسطينية " احتلت المرتبة الأخيرة من بين عدد المقترحات بعدد 5 تكرارات، ووزن نسبي قدره (1.31%). وبالرغم من أهمية تنظيم المسيرات الوطنية لهذا الغرض، إلا أن النسبة المنخفضة تعكس أن توجه التفكير لدى المبحوثين كان مركزاً في استغلال مواقع التواصل الاجتماعي من داخلها حسب ما طلبت الاستبانة منهم.
- المقترح رقم (15) والذي نص على: " تشكيل مراكز توعوية ولجان شبابية من الداخل والشتات تستطيع مخاطبة العالم بلغاته المختلفة لإبراز حقوق الشعب الفلسطيني المسلوبة " احتلت المرتبة الخامسة عشر قبل الأخيرة بعدد 13 تكراراً، ووزن نسبي قدره (3.40 %)، وهذه النسبة المنخفضة ناتجة عن أن تشكيل المراكز واللجان بحاجة إلى كثير من التمويل والميزانيات بالإضافة إلى صعوبة إدارة أي مركز أو لجان إن كانت تضم خليطاً من شباب الداخل المحتل ومخيمات الشتات، وكذلك بسبب وجود العديد من المراكز الحقوقية والوطنية المتخصصة، مثل جمعية الأسرى وجمعيات حقوق العودة وجمعيات القدس وغيرهم.

5-2-6 الإجابة على السؤال السادس:

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات آراء أفراد العينة حول استراتيجية تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيرات الدراسة (الجنس، الجامعة، التخصص) ؟

للإجابة عن هذا التساؤل تم تقسيم السؤال السادس إلى ثلاث فقرات:

1- الفقرة الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات آراء أفراد العينة حول استراتيجية تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس .

للإجابة عن هذه الفقرة تم استخدام اختبار " T - لعينتين مستقلتين " .

من النتائج الموضحة في جدول (5-11) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " T - لعينتين مستقلتين " أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدرجة الكلية، وبذلك يمكن استنتاج أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات آراء أفراد العينة حول استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس ومن خلال مقارنة المتوسطات فقد تبين أن الفروق لصالح الطالبات الإناث باستثناء ما يتعلق في مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية فقد تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) له أكبر من مستوى دلالة 0.05 بذلك يمكن استنتاج أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات آراء أفراد العينة حول استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس.

وقد اختلفت نتائج هذه الفقرة مع دراسة (أبو زيد، 2013) التي بينت أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الطلبة الذكور فقام بتفسير نتيجته بأنها العادات والتقاليد التي يعيشها المجتمع الفلسطيني والتي لا تزال تمنع الكثير من الطالبات المشاركة في مثل هذه المواقع والإنترنت بشكل عام.

وتعزى هذه النتيجة إلى أن الحقوق السياسية الفلسطينية تهم الكل الفلسطيني بأطيافه المختلفة ذكوراً وإناثاً شباباً وشيباً، ومن الطبيعي أن يشارك جميع أبناء وبنات الوطن بدعم حقوقه المشروعة بكل الوسائل وخصوصاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (5-11): نتائج اختبار " T - لعينتين مستقلتين " وفقاً لمتغير " الجنس "

القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	المتوسطات		المجال
		أنثى	ذكر	
0.145	-1.460	6.93	6.59	مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية
0.037	-2.095	7.80	7.41	دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني
0.008	-2.678	7.31	6.77	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية
0.000	-3.528	7.22	6.50	تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.001	-3.492	7.32	6.82	الدرجة الكلية للاستبانة

• الفروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

نتيجة الفقرة الأولى من السؤال السادس:

لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات آراء أفراد العينة حول استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس

2- الفقرة الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات آراء أفراد العينة حول استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجامعة.

للإجابة عن هذه الفقرة تم استخدام اختبار " تحليل التباين ".

من النتائج الموضحة في جدول (5-12) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "تحليل التباين" أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدرجة الكلية، وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات آراء أفراد العينة حول استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجامعة، باستثناء فيما يتعلق بتأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي فكانت القيمة الاحتمالية (Sig.) له أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وبذلك يمكن استنتاج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقدير أفراد عينة الدراسة حول تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجامعة، ومن خلال مقارنة المتوسطات كانت الفروق لصالح طلبة جامعة الأزهر وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار شفيه للمقارنات المتعددة الموجود في جدول رقم (5-10). ويعزو الباحث ذلك إلى: المرجعيات الفكرية المحتملة لطلبة الجامعات، بحيث يسود الاعتقاد لدى الباحث بأن طلبة جامعة الأزهر يميل معظمهم للتيار الليبرالي الذي يؤمن إيماناً كبيراً بالديمقراطية وآليات استجواب أصوات الآخرين فيفضل ويحبذ استخدام أساليب علمية مؤثرة ومكونة للرأي العام، بينما العديد من طلبة جامعة الأقصى ومعظم طلبة الجامعة الإسلامية يميلون للتيار الإسلامي والمرجعية الفكرية الدينية التي تفضل أسلوب "طرح البرامج المحددة" والأفكار كما هي ودعوة الآخرين لها، ولا تفضل اتباع أساليب أخرى للتأثير على الرأي العام.

جدول (5-12): نتائج اختبار "تحليل التباين" وفقاً لمتغير "الجامعة"

القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	المتوسطات			المجال
		جامعة الأقصى	جامعة الأزهر	الجامعة الإسلامية	
0.097	2.350	6.81	7.15	6.52	مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية
0.092	2.405	7.42	7.83	7.81	دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني
0.626	0.469	7.17	7.17	6.97	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية
0.005	5.334	7.15	7.21	6.49	تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.098	2.340	7.14	7.34	6.95	الدرجة الكلية للاستبانة

• الفروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

جدول (5-13): نتائج اختبار شففيه للمقارنات المتعددة

القيمة الاحتمالية (.Sig)	الفرق بين المتوسطات	المتوسط (i)	المتوسط (i)	المجال
*0.022	-0.72229	جامعة الأزهر	الجامعة الإسلامية	تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع
*0.017	-0.66306	جامعة الأقصى	الجامعة الإسلامية	التواصل الاجتماعي
0.972	0.05992	جامعة الأقصى	جامعة الأزهر	

• الفروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

نتيجة الفقرة الثانية من السؤال السادس:

1. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات آراء أفراد العينة حول استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجامعة.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقدير أفراد عينة الدراسة حول تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجامعة، وكانت الفروق لصالح طلبة جامعة الأزهر.

3- الفقرة الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات آراء أفراد العينة حول استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التخصص.

للإجابة عن هذه الفقرة تم استخدام اختبار " T - لعينتين مستقلتين ".

من النتائج الموضحة في جدول (5-11) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " T - لعينتين مستقلتين " أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدرجة الكلية، وبذلك يمكن استنتاج أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات آراء أفراد العينة حول استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التخصص باستثناء ما يتعلق في مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية فقد تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) له أقل من مستوى دلالة 0.05 بذلك يمكن استنتاج أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات آراء أفراد العينة حول استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التخصص ومن خلال مقارنة المتوسطات فقد تبين أن الفروق لصالح طلبة التخصص الإنساني.

وبعزى ذلك إلى أن التخصصات الإنسانية تشمل تخصصات الصحافة والإعلام، الحقوق، والإدارة وبالتالي فإن طلبة تخصصات العلوم الإنسانية أكثر متابعة واهتماماً بالدراسات التي تناقش الرأي العام وطرق تكوينه وكذلك بمجال الحقوق السياسية الفلسطينية وأنواعها واستراتيجيات دعمها.

جدول (5-14):

نتائج اختبار " T - لعينتين مستقلتين " وفقا لمتغير " التخصص "

القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	المتوسطات		المجال
		تخصص إنساني	تخصص علمي	
0.007	-2.694	6.99	6.33	مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية
0.703	-0.381	7.68	7.60	دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني
0.983	0.022	7.10	7.11	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية
0.267	1.113	6.88	7.12	تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.431	-0.789	7.16	7.04	الدرجة الكلية للاستبانة

• الفروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

نتيجة الفقرة الثالثة من السؤال السادس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات آراء أفراد العينة حول استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التخصص، وتبين أن الفروق لصالح طلبة التخصص الإنساني.

الفصل السادس

النتائج والتوصيات

الفصل السادس

النتائج والتوصيات والاستراتيجية المقترحة

1-6 نتائج الدراسة

2-6 توصيات الدراسة

3-6 استراتيجية مقترحة لتعبئة الرأي العام لمناصرة الحقوق السياسية الفلسطينية

1-3-6 مفهوم الضغط والمناصرة

2-3-6 وسائل وأدوات ضمن استراتيجية الضغط والمناصرة

3-3-6 استراتيجيات الضغط والمناصرة

4-3-6 خطوات بناء الاستراتيجية التي تقترحها الدراسة

4-6 دراسات مقترحة

6-1 نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج رتبها الباحث 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 مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً وتفاعلاً 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 Flickr بما نسبته (2.90%)، ثم موقع MySpace ما نسبته (1.80%)، وفي المرتبة الأخيرة ظهر موقع LinkedIn بما نسبته (1.60%).

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

3. بينت الدراسة أن تداول الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان منخفضاً وليس كافياً وفقاً لوجهة نظر المبحوثين، بحيث كان الوزن النسبي لتداول الحقوق السياسية الفلسطينية على مواقع 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 مواقع 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. بينت الدراسة أن ما نسبته (48.80%) من العينة فقط هم من يتابعون صفحات تدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر، وأن ما نسبته (41.70%) من

العينة يتابعون صفحات تدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، بينما لا يتابع ما نسبته (9.50%) مثل هذه الصفحات.

6. 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.

7. بحسب رأي المبحوثين فإن الفائدة التي تعود على القضية الفلسطينية نتيجة توعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه المشروعة كانت حسب الترتيب التالي:

- زيادة الدعم المالي والتبرعات لفلسطين.
- تنظيم مظاهرات ثورية للمطالبة بإنهاء الاحتلال.
- تشكيل فرق قانونية للدفاع عن الحقوق السياسية الفلسطينية أمام المحاكم الدولية.
- ورقة ضغط على المجتمع الدولي تسهم في إنهاء الاحتلال.
- زيادة إقبال المواطنين على الانضمام لتنظيمات المقاومة المسلحة.
- ورقة قوة للمفاوض الفلسطيني في المفاوضات مع الجانب الإسرائيلي.
- تشكيل لوبي دولي لاستعادة الحقوق المسلوقة.
- بينما تبقى ما نسبته (5%) يعتبرون أن هناك فوائد أخرى.

ثانياً: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني:

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

9. أكدت الدراسة أن الجهات المعادية تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتضليل الرأي العام الفلسطيني، وأن مواقع 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 مواقع التواصل الاجتماعي.

10. أشارت الدراسة إلى أن الرأي العام يتأثر بقضية ما من خلال كثافة تداولها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي حسب رأي (75.10%) من عينة الدراسة، وكذلك فإن ما نسبته (72.20%) أشاروا إلى أن بعض الجهات الوطنية تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه المشروعة.

11. يساعد استخدام تقنيات مواقع 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 لغرض التأثير السلبي على الرأي العام الفلسطيني.

ثالثاً: درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية:

12. أثبتت الدراسة أن درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية كانت كبيرة وبوزن نسبي (65.20%) حسب رأي عينة الدراسة.

13. كشفت الدراسة أن الجهات المعادية تستغل مواقع التواصل الاجتماعي لتزوير الحقائق وإثبات حقها المزعوم في فلسطين.

14. أكدت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أبرزت المخاطر التي تترتب على سلب الحقوق السياسية الفلسطينية حسب الترتيب: (حق تحرير الأسرى، حق القدس، حق عودة اللاجئين، حق إنهاء الاستيطان، حق ترسيم الحدود، حق المياه).

15. أشارت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تشتت جهود الناشطين في مجالات أخرى على حساب جهودهم في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية.

رابعاً: درجة تأثير استخدام أساليب تكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

16. أثبتت الدراسة أن أساليب "الحرب النفسية" المستحدثة لتكوين الرأي العام هي الأكثر تأثيراً في الرأي العام الفلسطيني من بين الأساليب العشرة المكونة للرأي العام من وجهة نظر المبحوثين، بحيث تصدر أسلوب إثارة الشائعات قائمة الأساليب المؤثرة بوزن نسبي قدره (75.60%)، ويليه في المرتبة الثانية أسلوب إثارة الفوضى بوزن نسبي قدره (70.20%)، وفي المرتبة الرابعة أسلوب إثارة الرعب والفوضى بوزن نسبي قدره (69.80%)، وهذه الأساليب الثلاثة هي أساليب الحرب النفسية.
17. أشارت الدراسة إلى ترتيب تأثير أساليب تكوين الرأي العام وفقاً للترتيب التالي:

1. أسلوب الشائعات.
2. أسلوب افتعال الأزمات.
3. أسلوب الإثارة العاطفية.
4. أسلوب إثارة الرعب والفوضى.
5. أسلوب التكرار والملاحقة.
6. أسلوب عرض الحقائق.
7. أسلوب التزوير والخداع باستخدام العلم وتطبيقاته.
8. أسلوب التعتيم والتمويه الإعلامي.
9. أسلوب تحويل انتباه الرأي العام.

خامساً: مقترحات وآليات تعبئة الرأي العام لدعم حقوقه السياسية عبر موقع التواصل الاجتماعي:

قدم الطلبة المبحوثون العديد من المقترحات والآليات التي تسهم في تعبئة الرأي العام لدعم حقوقه السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتم ترتيبها حسب المقترح الأكثر تكراراً كما يلي:

18. تصميم صفحات ممولة مخصصة لإبراز الحقوق السياسية الفلسطينية هدفها توعية الرأي العام

المحلي والمجتمع الدولي بعدالة القضية الفلسطينية، ودعمها والتفاعل معها من قبل الناشطين

والفصائل والمؤسسات المختصة.

19. تطبيق تقنيات الإعلام الجديد لدعم صفحات الحقوق السياسية الفلسطينية مثل بث الفيديوهات

والصور والإنفوجرافيك والهاشتاق، ومراعاة شروط توسيع نطاق النشر (Edge Rank).

20. تشكيل لجان شبابية وتعبئتهم فكرياً بحقوقهم وإعدادهم للتعبير عن حقيقة ما بداخلهم على مواقع

التواصل الاجتماعي بشكل مؤثر.

21. عمل هاشتاق موحد لكل حق من الحقوق السياسية الفلسطينية وحث جميع الناشطين والمؤسسات

الحقوقية للنشر فيه بهدف توعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه.

22. عمل دورات ثقافية ذات علاقة بالقضية الفلسطينية والحرص على تشكيل مجموعات فكرية قادرة

على تحمل أعباء العمل الوطني.

23. تشكيل تحالفات شبابية مختلفة فلسطينية وعربية وأوروبية وأمريكية لتكوين لوبي ضاغط قادر

على لفت انتباه إعلامهم لحقوق الفلسطينيين.

24. إنشاء صفحات خاصة من قبل الطلبة الجامعيين لمناقشة وطرح القضايا الحقوقية للشعب

الفلسطيني.

25. استمرار نشر بوستات مؤيدة وداعمة للحق الفلسطيني.

26. العمل على تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة التي تولدت لدى العرب والغرب نتيجة الحملات

الصهيونية الدعائية الظالمة بحق الفلسطينيين.

27. التنسيق والتواصل مع المجموعات والصفحات المشهورة بهدف نشر معلومات حول القضايا

الفلسطينية.

28. تدعيم المناهج الفلسطينية في مراحلها المختلفة وخصوصا-الأساسية- بمفاهيم الحقوق السياسية الفلسطينية.
29. التوثيق التاريخي للقضايا والحقوق السياسية الفلسطينية وتعتمد استخدام النزاهة والصدق في طرح القضايا.
30. بث مقاطع الفيديو التي تكشف جرائم للاحتلال تجاه سكان القدس.
31. العمل على تغيير نمط التفكير لدى المجتمع الفلسطيني في تنمية قدراته على ابتكار وسائل مقاومة المحتل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
32. تشكيل مراكز توعوية ولجان شبابية من الداخل والشتات تستطيع مخاطبة العالم بلغاته المختلفة لإبراز حقوق الشعب الفلسطيني المسلوبة.
33. تنظيم فعاليات ومظاهرات للشباب الفلسطيني للتذكير بالقضايا الفلسطينية.

6-2 توصيات الدراسة:

في نهاية الدراسة يوصي الباحث بالتالي:

1. تبني الاستراتيجية المقترحة والتي تهدف إلى توعية الرأي العام بحقوقه المسلوبة وذلك لتحفيز المواطن الفلسطيني لدعم هذه الحقوق وتوضيحها للرأي العام الإقليمي والدولي.
2. تشكيل هيئة وطنية متخصصة من وزارة الإعلام ووزارة الداخلية ووزارة الثقافة والنخب السياسية والثقافية في الوطن لصد هجمات الحرب النفسية التي يتعرض لها المجتمع الفلسطيني وعدم التردد والتباطؤ في الرد عليها وتنفيذها، حيث أثبتت الدراسة أن أساليب الحرب النفسية وبالأخص إثارة الشائعات، وافتعال الأزمات- هي الأكثر تأثيراً وتكونا للرأي العام الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
3. تدريب المؤسسات الشبابية والناشطين الشبابيين وقادة الرأي الفلسطينيين على التقنيات والخوارزميات التي تتبعها مواقع التواصل الاجتماعي لتطوير وتوسيع التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي.
4. حث الفصائل الفلسطينية على الاهتمام بمواقع 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.
5. السعي على تدويل القضية الفلسطينية من خلال الاستفادة من تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي وانتشارها حول العالم.
6. الحرص على التوظيف الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي، وما تملكه من إمكانيات وقدرات فاعلة وحيوية في سبيل توعية الرأي العام الفلسطيني بضرورة دعم حقوقه.
7. بناء صفحات الكترونية ومجموعات متخصصة في شرح وتوضيح الحقوق السياسية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي، مع ضرورة مراعاة ومجارة التقنيات والخوارزميات التي تتبعها إدارة كل موقع لضمان وصول المنشورات إلى أكبر قدر ممكن من مرتادي الشبكة.
8. التركيز على دعم كل الحقوق السياسية الفلسطينية، وخصوصاً تلك الحقوق التي لا يتبنى دعمها الأفراد لكونها لا تمس مصالحهم الآنية، ولكنها تشكل خطراً حقيقياً على الأجيال اللاحقة، فقد أثبتت الدراسة أن "حق المياه" لا يكاد يتم تداوله على مواقع 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.
9. الاستعانة بالله أولاً ثم بأبناء الجاليات الفلسطينية بالخارج للترويج لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية ونشرها باللغات الأجنبية في الدول التي يقيمون فيها لضمان انتشار الوعي بالحقوق الفلسطيني ووصول المنشورات الداعمة له إلى أعرض شرائح المجتمع.
10. يوصي الباحث باعتماد أهم المقترحات والآليات التي اقترحها الطلبة المبحوثون التي تسهم في تعبئة الرأي العام لدعم حقوقه السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وسيوردها في النقاط التالية.
11. تصميم صفحات ممولة مخصصة لإبراز الحقوق السياسية الفلسطينية هدفها توعية الرأي العام المحلي والمجتمع الدولي بعدالة القضية الفلسطينية، ودعمها والتفاعل معها من قبل الناشطين والفصائل والمؤسسات المختصة.
12. تطبيق تقنيات الإعلام الجديد لدعم صفحات الحقوق السياسية الفلسطينية مثل بث الفيديوهات والصور والإنفوجرافيك والهاشتاق، ومراعاة شروط توسيع نطاق النشر (Rank Edge).
13. تشكيل لجان شبابية وتعبئتهم فكرياً بحقوقهم وإعدادهم للتعبير عن حقيقة ما بداخلهم على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مؤثر.
14. عمل هاشتاق موحد لكل حق من الحقوق السياسية الفلسطينية وحث جميع الناشطين والمؤسسات الحقوقية للنشر فيه بهدف توعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه.
15. عمل دورات ثقافية ذات علاقة بالقضية الفلسطينية والحرص على تشكيل مجموعات فكرية قادرة على تحمل أعباء العمل الوطني.
16. تشكيل تحالفات شبابية مختلفة فلسطينية وعربية وأوروبية وأمريكية لتكوين لوبي ضاغط قادر على لفت انتباه إعلامهم لحقوق الفلسطينيين.
17. العمل على تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة التي تولدت لدى العرب والغرب نتيجة الحملات الصهيونية الدعائية الظالمة بحق الفلسطينيين.
18. التنسيق والتواصل مع المجموعات والصفحات المشهورة بهدف نشر معلومات حول القضايا الفلسطينية.

19. تدعيم المناهج الفلسطينية في مراحلها المختلفة وخصوصا-الأساسية- بمفاهيم الحقوق السياسية الفلسطينية.

20. التوثيق التاريخي للقضايا والحقوق السياسية الفلسطينية وتعتمد استخدام النزاهة والصدق في طرح القضايا.

6-3 خطوات بناء الاستراتيجية التي تقترحها الدراسة:

أولاً: تحديد الأهداف والنتائج بعيدة المدى لحملة المناصرة

• الهدف العام:

تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

• الأهداف الجزئية:

1. توعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه.
2. تفعيل دور الناشطين السياسيين والأحزاب ومنظمات المجتمع المدني في مناصرة الحقوق السياسية للشعب الفلسطيني.

ثانياً: تحديد الفئة المستهدفة حسب الحقوق السياسية الفلسطينية:

أ) فئات عامة لمناصرة جميع الحقوق:

1. الناشطون السياسيون الفلسطينيون.
2. الحكومة الفلسطينية.
3. الأحزاب والفصائل الفلسطينية.
4. أعضاء المجلس التشريعي.
5. المؤسسات الحقوقية.
6. المدونون والمراكز الشبابية.
7. المراكز والجمعيات المختصة التابعة لمنظمة التحرير.
8. دائرة المفاوضات في منظمة التحرير الفلسطينية.

ب) فئات متخصصة:

1. حق القدس: أهالي القدس، جمعيات الدفاع عن القدس.
2. حق تحرير الأسرى: أهالي الأسرى، وزارة الأسرى، جمعية واعد وبقية الجمعيات المشابهة.
3. حق عودة اللاجئين: هيئة شئون اللاجئين، وكالة غوث وتشغيل اللاجئين UNRWA.
4. حق إنهاء الاستيطان: منظمة التحرير الفلسطينية، لجنة مقاومة الجدار والاستيطان، وسكان الضفة الغربية.

5. حق المياه: وزارة الزراعة، مصلحة مياه الساحل، جمعية الإغاثة الزراعية والجمعيات المشابهة.

ثالثاً: صياغة رسالة الحملة:
حقوقنا لا تسقط بالتقادم.

رابعاً: تحديد استراتيجيات مناصرة الحقوق السياسية الفلسطينية:
استخدمت الدراسة مجموعة من استراتيجيات الضغط والمناصرة التي أوردناها سابقاً، للوصول لبناء استراتيجية مناصرة تدعم الحقوق السياسية الفلسطينية حيث أن هذه الاستراتيجيات الأقرب إلى موضوع الرسالة، تم تلخيصها في الجدول التالي:

جدول رقم (6-1): الإستراتيجيات وآليات التنفيذ

الاستراتيجية	الهدف	آليات التنفيذ
استراتيجية التوعية والتعلم	• توعية شركاء العمل بآليات العمل لمناصرة الحقوق. • تعلم وسائل التأثير الفعال في الرأي العام.	• عقد اجتماعات مع ناشطين وإعلاميين ورؤساء الهيئات المستقلة وممثلين عن الأحزاب. • تنفيذ دورات متخصصة للتدريب على تقنيات الإعلام الجديد. • عقد ندوات ومؤتمرات شبابية.
استراتيجية التنسيق والتعاون	• توحيد الجهود بين القوى العاملة في مجال مناصرة الحقوق السياسية الفلسطينية	• تشبيك (Networking) مع منظمات المجتمع المدني • تشكيل لوبي شبابي (Lopping) لتنسيق الأنشطة والعمل الميداني • تكوين مجموعات وعلاقات مع مديري الصفحات الإخبارية
استراتيجية التحالفات الجديدة	• تدويل قضايا حقوق الشعب الفلسطيني والاستفادة من الخبرات الدولية في تنفيذ استراتيجيات الضغط والمناصرة	• تشكيل تحالفات مع مؤسسات دولية حقوقية مثل: (Human Rights, Amnesty,..) • تشكيل تحالفات مع شخصيات بارزة دولية وعلماء وفنانين عرب وأجانب • تشكيل تحالفات مع المجموعات والصفحات المشهورة على مواقع التواصل الاجتماعي.
استراتيجية الإقناع	• استخدام المعلومات والتحليل وحشد الرأي العام لمناصرة حقوقه المشروعة	• اللجوء إلى مجموعات الضغط واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على صانعي القرار وعلى الرأي العام.

• محاولة الضغط بكافة الأشكال على تيار المفاوض الفلسطيني وإقناعه بأن الحقوق السياسية الفلسطينية خط أحمر لا يمكن التنازل عنها. • توفير مهارات اتصال وتواصل وتفاوض واستخدام الأرقام والإحصائيات لتوضيح الأهداف		
• استمرار رفع القضايا في المحاكم الدولية ضد الاحتلال الصهيوني. • العمل على توثيق جرائم الاحتلال الناتجة عن سلب الحقوق وتزويد الجهات القضائية والهيئات المستقلة بالنتائج باستمرار. • تكوين مجموعات وصفحات الكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي تدار من قبل حقوقيين لتبادل الخبرات في تفعيل استراتيجية التقاضي.	• تفعيل دور القضاء والمحاكم الدولية وإظهار المظالم الفلسطينية في كل المحافل والمناسبات الدولية ما أمكن.	استراتيجية التقاضي
• ترويج ثقافة مقاومة المحتل بالطرق العنيفة أو غير العنيفة، وأن ما أخذ بالقوة لا يسترد إلا بالقوة. • رصد انتهاكات العدو الصهيوني وترجمتها إلى لغات العالم والحرص على نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي. • التصدي لهجمات الحرب النفسية التي يشنها العدو الصهيوني خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وفضح ممارساته وأكاذيبه.	• الإصرار والعزم على استعادة الحقوق بقدر المستطاع.	استراتيجية المواجهة

4-6 بحوث ودراسات مقترحة:

1. دراسة متخصصة في آليات تصميم الاستراتيجيات، وحصر النماذج والطرق والمراجع العربية والأجنبية التي تعين الباحثين في مجال وضع الاستراتيجيات المتكاملة لموضوع حيوي مثل موضوع هذه الدراسة.
2. دراسة تعمل على تنفيذ الاستراتيجية التي اقترحها الباحث في هذا البحث، وقياس جدوى الاعتماد على استراتيجيات الضغط والمناصرة في القضايا الوطنية الكبرى، وكذلك قياس جدوى تطبيق أساليب تكوين الرأي العام على المجتمع الفلسطيني.
3. دراسات وأبحاث حديثة وعلمية تقيس وتصنف الرأي العام الفلسطيني بشكل عام وكيفية التعامل معه والتأثير فيه وتكوين آرائه السياسية وتوجهاته الفكرية من خلال الاستعانة بخبراء اجتماعيين وعلماء نفس متخصصين، وعدم ترك هذا المضمار الهام لأجهزة مخابرات العدو الصهيوني وأذنايه في المنطقة.
4. دراسة علمية مختصة في أساليب الحرب النفسية التي يتعرض لها الشعب الفلسطيني في مختلف مناحي الحياة، وبالذات في مجال الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، تهدف إلى توعية المجتمع الفلسطيني بما يحاك ضده بحيث أوصلتنا تلك الأساليب إلى الانقسام البغيض بكل إفرازاته.
5. دراسة معمقة ومتخصصة في الحقوق السياسية الفلسطينية، ومحاولة التوصل إلى توزيع المسؤوليات والأدوار لآليات دعمها ومناصرتها، والملاحقة القانونية والإعلامية للمتسببين في التفريط بها من جهة، والمسؤولين عن سلبها من جهة أخرى وعلى رأسهم العدو الصهيوني.
6. دراسات علمية وفنية متخصصة في دراسة طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية عملها وتصميمها بما يضمن الاستفادة الحقيقية من تلك المواقع، ووضع البرامج والخطط لتدريب المؤسسات والناشطين على التعامل المنتج معها.

المراجع

أولاً/ المراجع العربية

- ابن منظور، محمد بن مكرم. (1990) لسان العرب، ط ٥، دار الفكر، بيروت، لبنان.
- أبو السعيد، أحمد (2009) الإعلام الفلسطيني نشأته و تطوره، غزة، مكتبة الأمل فهمي، حسين حمدي: وسائل الاتصال و التكنولوجيا في التعليم، ط ٢، بيروت، منشورات دار العلم، 2009
- أبو ربيع صلاح (2010) إتاحة المعلومات ودورها في تفعيل مشاركة المجتمع المدني، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر إتاحة المعلومات "المعلومات حق لكل مواطن"، الإسكندرية، مكتبة ٩ فبراير الإسكندرية ٧
- أبو زيد، الكامل (2009) بحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها وإجرائها وتحليلها، القاهرة، دار النشر للجامعات .
- أبو شمالة، أيمن (2004) دور برامج التلفزيون الفلسطيني في تنمية الثقافة و السياسة من منظور طلبة الجامعات الفلسطينية في محافظات غزة. رسالة ماجستير، كلية التربية والبرنامج المشترك، غزة، جامعة الأقصى
- أبو طالب، حسن (2012). رغم التضيق والقمع.. الانترنت العربي يتحول إلى فاعل سياسي واجتماعي، الشبكة الإعلامية العالمية جنيف.
- أبو عطية، محمد (2012) علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتغيير في فلسطين، الفيس بوك نموذجاً، 2012 م.
- أبو عيطة، سهام (2012) فعالية شبكة التواصل الاجتماعي الويكي في تنمية مفاهيم التكنولوجيا ومهارات الانترنت لدى طالبات الصف التاسع الأساسي بغزة"، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة الجامعة الإسلامية، كلية التربية، قسم المناهج وطرق التدريس،
- احميدان عبد الفتاح (2009) أثر وسائل الإعلام على الطفل، القاهرة، مطبعة دار الشروق
- أسعد عمر (2011) العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع مواقع التواصل الاجتماعي وقيمهم المجتمعية. دراسة على موقعي رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- الأصفهاني محمد (1990). الإعلام وتحليل المضمون الإعلامي، ط2، دار علاء الدين، دمشق
- الأغا، إحسان والأستاذ، محمود (2004): مقدمة في تصميم البحث التربوي، غزة، فلسطين
- إمام، إبراهيم (1969). الإعلام والاتصال بال جماهير، ط 1 ، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة،

- بخيت، عمر (2013) وسائل الإعلام وعملية وضع السياسات، منشور في كتاب ثورة المعلومات والاتصالات وتأثيرها في الدولة والمجتمع بالوطن العربي، ط1 ، أبو ظبي :مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية.
- برغوت، علي (2008) "العلاقات العامة أسس نظرية ومفاهيم عصرية"، ط2، الوفاء للطباعة والنشر، غزة.
- بسيوني عبد الحليم(2005):دور وسائل الاتصال في صناعة القرارات، دراسة تطبيقية على صانعي القرارات في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام.
- البلعاوي، سيف الدين. (2011). التربية على حقوق الإنسان واقع وآفاق، بحث منشور، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الأول العدد الأول، الجزء الأول. غزة.
- التميمي، فواز (2004). فاعلية استخدام نظام إدارة الجودة (أيزو - 9001) في تطوير أداء الوحدات الإدارية في وزارة التربية والتعليم في الأردن من وجهة نظر العاملين فيها ودرجة رضاهم عن هذا النظام، رسالة دكتوراه، جامعة عمان، الأردن.
- التهامي، مختار(1973).الرأي العام والحرب النفسية، ط2 ، دار المعارف، القاهرة.
- الجرباوي، علي (1993).البيان في تعليم حقوق الإنسان، القدس، دائرة التربية والتعليم، الأونروا.
- الجوهري، شريف درويش (1982) تكنولوجيا النشر الصحفي:الاتجاهات الحديثة، ط1 ، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر.
- حاجي، محمد (2002) .الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، ط1 ، القاهرة: عالم الكتب
- حاجي، محمد(2002).الانترنت ايجابياته وسلبياته، ط1 ، دار المكتبي، دمشق
- حجازي، عبد الوهاب.(1989) .الانترنت والأحداث، دراسة متعمقة على أثر الانترنت انحراف الأحداث، دار الفكر الجامعي،مصر .
- حسن، محمد (2009) .حقوق الإنسان في ظل متغيرات العصر، مجلة التربية - قطر، ع ١٦١ .
- حسن، محمد و العفيف، عصام الدين (2009) الرهان على المعرفة حول القضايا تعليم ونشر ثقافة حقوق الإنسان، من منشورات مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة.
- حطاب، عبد الحميد وموسي حامد (2004) التعليم وحقوق الإنسان في مصر، القاهرة، مركز الدراسات والمعلومات القانونية لحقوق الإنسان.

- خضر، نرمين .(2009). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، دراسة مقدمة للمؤتمر 17 فبراير 2009 العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر جامعة القاهرة كلية الإعلام، الجزء الثاني، 15 .
- الدليمي، عبد الرزاق.(2011م). الإعلام العربي ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل، ط1، دار المسرة للتوزيع والنشر، عمان.
- الدناني، عبد الله (2013). الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت .ط. بيروت :دار الراتب الجامعية.
- ديلفر، ديول وآخرين (2003) الاتصال والمجتمع اليوم وغدا، ط1 ، الجزائر :الشركة الوطنية راجح، محمد (2004) تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام العربية، أبو ظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية.
- رشاد، عزت (2000) حماية حقوق الإنسان في ظل التنظيم الدولي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الحقوق
- رشيدي، أحمد (2013) حقوق الإنسان دراسة مقارنة في النظرية والتطبيق، الدولية، ط1 ، القاهرة، مكتبة الشروق
- رضوان، زيادة (2005) الإسلاميون وحقوق الإنسان إشكالية الخصوصية والعالمية، سلسلة كتب المستقبل العربي، حقوق الإنسان الرؤى العالمية والإسلامية والعربية بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية
- زطة، حسني محمد (2009) الإنترنت والإعلام الصحافة الإلكترونية، ط1 ، القاهرة :مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع
- زهير، عابد (2012) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي مجلة 6 .، نابلس، فلسطين، جامعة النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية مجلد 26
- زيات، السيد عبد الحليم(1986). التنمية السياسية – دراسات في علم الاجتماع السياسي، الجزء الأول، الإسكندرية، دار المعارف.
- زيادة، رضوان (1998) الإسلاميون وحقوق الإنسان – إشكالية الخصوصية والعالمية، سلسلة كتب المستقبل العربي (41) حقوق الإنسان الرؤى العالمية والإسلامية والعربية" ، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية

- سراج، ألاء (2007). دور الإذاعات المحلية في تكوين اتجاهات طلاب الجامعات الفلسطينية نحو تكوين حكومة وحدة وطنية فلسطينية . بحث تخرج غزة، جامعة الأزهر، قسم اللغة العربية – إعلام.
- سراج، سعيد (1986). الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
- سيد، عمر. (1993) البحث الإعلامي: مفهومه، إجراءاته، ومناهجه، ط2، مكتبة الفلاح، بيروت.
- سيد، مصطفى كمال (1993) التربية على حقوق الإنسان والديمقراطية من خلال المنظمات العربية غير الحكومية، حقوق الإنسان الثقافة العربية والنظام العالمي، دراسات مختارة قام بتحريرها مركز اتحاد المحامين العرب للبحوث والدراسات القانونية، القاهرة.
- الشروق للنشر والتوزيع .
- شريف، رضوان (2009) اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ٢٥ يناير، "المؤتمر العلمي – دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، إريد.
- شطاح، محمد (1984). دور وسائل الإعلام في التنمية في العالم الثالث، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الإعلام .
- شيخاني، سميرة (2010) الإعلام الجديد في عصر المعلومات، دراسة علمية منشورة مجلة دمشق، المجلد - 26 العدد الأول والثاني، قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة دمشق، سوريا، 2010
- صادق، آمال وفؤاد أبو حطب (2010): مناهج البحث وطرق التحليل الإحصائي: في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية: القاهرة، مصر.
- صادق، عباس مصطفى. (2011). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1 ، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- صالح، محمد. (2001) .حقوق الإنسان في عصر النبوة، ط(1) ، مجلد(1) ، أكاديمية نايف العربية للعلوم، ندوة حقوق الإنسان بين الشريعة و القانون الوضعي، الرياض.
- الصندوق الاجتماعي للتنمية (2011): "دليل المدرب في مجال المناصرة"، مجلس الوزراء، اليمن.
- طافش، عبد القادر (1995). الإعلام و قضايا الواقع الإسلامي، الرياض، العبيكان.

- الطعيمات، هاني (2009) "حقوق الإنسان وحياته الأساسية"، دار الشروق، عمان ط
- عبد الحميد، محمد. (1997).الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1 ، القاهرة :عالم الكتب
- عبد الحميد، محمد.(2004) البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة،
- عبد الرحمن محمود (1997) حقوق الإنسان في الإسلام بين الخصوصية والعالمية، بحوث الندوة عقدت في الرباط، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، مطبعة فضالة المحمدية، المغرب.
- عبد الرحمن، عوض (2012).مقالة بعنوان: الآراء والحقائق الأحدث حول «المستوطنات» الإسرائيلية.
- عبد العظيم، ريم أحمد (2010) الحوار الإعلامي .. برنامج تدريبي لتنمية مهاراته، ط1 عمان :دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة
- عبد العظيم، جمال.(2010).دور الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي العام على انتخابات مجلس الشعب عام 2000م، مجلة بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الأول.
- عبد الله، محمد .(2010). دور قناة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي (الثورة المصرية نموذجًا). رسالة ماجستير غير منشورة جامعة النجاح، نابلس.
- عبد الله، محمد. (2002) .سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، ط1 ، الإسكندرية :دار المعرفة الجامعية.
- عبد المجيد، ليلى(1986).سياسات الاتصال في العالم الثالث، القاهرة، الطباعة العربي.
- عبد الوهاب، محمد(1989)علم الاجتماع السياسي:النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة، ط1، دار النهضة العربية، بيروت.
- عبد عاطف(2000) الرأي العام وطرق قياسه -الأسس النظرية والجوانب المنهجية والنماذج التطبيقية والتدريبات العملية، ط٣، القاهرة، دار الفكر العربي.
- عبدالله، رباب.(1998).الإعلام والإصلاح السياسي في مصر، ط1،دار العالم العربي، القاهرة.
- عبد، عزيزة(2004)الإعلام السياسي في الصحف المصرية اليومية و دوره في تشكيل الرأي العام، رسالة دكتوراه، القاهرة.
- عجوة، علي(2004) .الإعلام و قضايا التنمية، القاهرة، عالم الكتب.

- عطوة، أحمد (2014) حقوق الإنسان دراسة مقارنة في النظرية والتطبيق، الدولية، ط1، القاهرة، . مكتبة الشروق.
- علام، رجاء (2010): مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، دار النشر للجامعات: القاهرة، مصر.
- غريب، مجد هاشم (2011) الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، ط1 ، عمان :دار المناهج للنشر والتوزيع.
- غريب، عاطف، عدلي العبد(2011). تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام -الأسس النظرية والنماذج التطبيقي، القاهرة، دار الفكر العربي،
- فبيعة، سامي (2012) واقع المشاركة الشعبية وآفاقها في فلسطين، مركز الشهدة نبيلة برير للتنمية.
- الفرا، إياد (2010) دور المواقع الإلكترونية الفلسطينية في نشر ثقافة حقوق الإنسان " ، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات الإعلامية، القاهرة، مصر
- فهمي، خالد (2009) حرية الرأي والتعبير، ط1 ، الإسكندرية :دار الفكر الجامعي
- فهمي، نورهان(2009). القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، دار المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية
- قبيعة، محمد أحمد (2012). تطبيقات الإنترنت، مشروع كامل ونماذج عملية، ط1 ، القاهرة الدار العربية للعلوم والثقافة.
- قلجي، محمد. (2005). النشر الإلكتروني :الطباعة والصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة، ط1، عمان دار المناهج للنشر والتوزيع
- كحيل، محمود (1987)، ثورة المعلومات ووسائل الاتصال .. التأثيرات السياسية لتكنولوجيا الاتصال، مجلة السياسة الدولية، كانون الثاني
- للنشر والتوزيع.
- مجنوب، محمد (1991). الإنسان العربي وحقوق الإنسان، مجلة الفكر العربي يصدرها معهد الإنماء العربي، بيروت، العدد ٦٥، ص ص

- محمدين، سيد (2006) (حقوق الإنسان والرعاية اللاحقة وأثرها في البيئة الاجتماعية، دراسات عربية في رعاية أسر السجناء المفرج عنهم، الناشر الوكالة العربية للصحافة والنشر والإعلان، افروست، القاهرة، مصر
- المدني، أسامة (2009) استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الالكترونية والإشباع المتحققة منها، مجلة كلية الآداب، العدد ٢٦، جامعة حلوان، يوليو
- مراد، كامل (2011). مدخل إلى الرأي العام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1
- مسلمي، إبراهيم (2005). نشأة وسائل الإعلام وتطورها، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة،
- معهد كودي الدولي (2003) "دليل المناصرة والتشبيك"
- منصور، محمد (2012) تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، الدانمرك كلية الآداب والتربية، قسم الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمرك
- مهنأ، فريال. (2002). علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، بيروت: دار الفكر المعاصر
- موسي، حسين حمدي (2005). وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، ط٢، بيروت، منشورات دار العلم.
- نصار، الصادق (2008) الإعلام والتكنولوجيات الحديثة، ط1، العين: دار الكتاب الجامعي
- نصيف، بسمة (2011) موقع الفيس بوك ودوره في تطوير مجال النحت والتعلم عبر الانترنت في ضوء متطلبات عصر المعرفة، بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي العربي السادس -الدولي الثالث لتطوير برامج التعليم العالي في مصر والوطن العربي في ضوء متطلبات عصر المعرفة، كلية التربية النوعية، المنصورة ٢٠١١ م.
- الهاشمي، مجد (2006) الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، ط1، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان.
- المجالي، فايز، (2007): "استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي"، المنارة، المجلد 13، العدد 7.
- يوسف، محمد (1989)، "أقدار التغيير"، مصر، القاهرة: مكتبة مدبولي.
- (قراءة في المفاوضات الإسرائيلية الفلسطينية حول الحل الدائم، معهد أريج للدراسات، 2008)

ثانياً: البحوث والدراسات:

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

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

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

زهير، عابد " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي"، (مجلة 6)، نابلس، فلسطين، (2012) جامعة النجاح للأبحاث والعلوم الإنسانية علاء، الدحوح، "تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية، Face Book في الجامعات الفلسطينية"، رسالة ماجستير (غير منشورة)، غزة، الجامعة الإسلامية، كلية التربية، قسم المناهج وطرق التدريس، ٢٠١٢.

المجالي، فايز، "استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية"، مجلة المنارة، المجلد 13، العدد 7، 2007م.

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

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

ثالثاً: البحوث والدراسات الأجنبية:

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

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

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

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

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

رابعاً/ المواقع الالكترونية:

- تاريخ الدخول (2015/03/25)

- Concepts Technologies

[/http://concepts.ps/portfolio/social-media-in-palestine-2014-an-overview-report](http://concepts.ps/portfolio/social-media-in-palestine-2014-an-overview-report)

- آخر الدخول (2015/03/22)

- صحيفة الرسالة

<http://alresalah.ps/ar/post/110031>

- تاريخ الدخول (2014/10/04)

- جامعة القدس المفتوحة

[\(http://pulpit.alwatanvoice.com/content-5136.html](http://pulpit.alwatanvoice.com/content-5136.html)

- آخر الدخول (2015/03/22)

- موقع Facebook

[/https://www.facebook.com](https://www.facebook.com)

- آخر الدخول (2015/03/22)

- موقع Twitter

<https://twitter.com>

- آخر الدخول (2015/03/22)

- موقع Google+

<https://plus.google.com>

- آخر الدخول (2015/03/22)

- موقع linkedin

<https://www.linkedin.com/arabic>

- آخر الدخول (2015/03/22)

- موقع youtube

<https://www.youtube.com>

- آخر الدخول (2015/03/22)

- موقع flickr

<https://www.flickr.com>

الملاحق

الملحق رقم (1) شكل الاستبانة الأولى



برنامج الدراسات العليا المشترك بين
أكاديمية الإدارة والسياسة وجامعة الأقصى
برنامج القيادة والإدارة



أسئلة الاستبانة

"رأيك يزيدنا من جودة الأداء"

حفظكم الله ورعاكم،،،

الأخ/ ت الفاضل/ ة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

بداية أهديك عاطر تحياتي، ويطيب لي أن أضع بين يديك الاستبانة التي تم تصميمها بهدف جمع المعلومات اللازمة للوصول إلى "استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، وذلك استكمالاً لمتطلب الحصول على درجة الماجستير في برنامج القيادة والإدارة من برنامج الدراسات العليا المشترك بين أكاديمية الإدارة والسياسة وجامعة الأقصى.

لما لرأيكم من أهمية في هذا المجال، أرجو من حضرتكم التكرم بقراءة بنود المحاور والإجابة عليها في المحور الأول بوضع علامة (√) أمام الإجابة التي تعبر عن وجهة نظركم، وفي المحورين الثاني والثالث أرجو وضع درجة موافقتك بدقة أمام كل فقرة، علماً بأن الحد الأدنى (1)=(10%) من الموافقة، و (10) = (100%) وهي الحد الأقصى من الموافقة.

وسيتعامل الباحث مع إجاباتكم بكل عناية للخلوص بنتائج يصل بها لتصميم استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مع العلم بأن المعلومات التي ستدلون بها ستكون محل اهتمام الباحث وعنايته وستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكراً ومقدراً تعاونكم وحرصكم

وتقبلوا خالص التقدير والاحترام،،،

الباحث/

عبد الله جمعه وافي

0595927474

المجموعة الأولى: البيانات الشخصية.

1. الجنس ☐ ذكر ☐ أنثى
2. الجامع ☐ الجامعة الإسلامية ☐ الأزهر ☐ الأقصى
3. التخصص ☐ صحافة وإعلام ☐ علوم سياسية ☐ تكنولوجيا المعلومات ☐ حقوق
4. هل تمتلك حساباً على أحد مواقع التواصل الاجتماعي: ☐ نعم ☐ لا
(إذا كانت إجابة هذه الفقرة "لا" فأرجو عدم إكمال الاستبانة مشكوراً...)

5. متوسط عدد الساعات التي تقضيها على الانترنت في اليوم تقريباً:

- ☐ أقل من ساعة ☐ من 1 - 2 ساعة ☐ من 2 - 4 ساعة ☐ أكثر من 4 ساعات

6. أيّاً من الحقوق السياسية الفلسطينية يتم تداولها بفعالية على مواقع التواصل الاجتماعي: (يسمح باختيار أكثر من بديل)

- ☐ حق القدس ☐ حق عودة اللاجئين ☐ حق المياه ☐ حق ترسيم الحدود ☐ حق تحرير الأسرى ☐ حق إنهاء الاستيطان ☐ حقوق أخرى اذكرها _____

7. أيّاً من مواقع التواصل الاجتماعي التالية تتفاعل معها: (يسمح باختيار أكثر من بديل)

- ☐ Facebook ☐ Twitter ☐ LinkedIn ☐ Blogger ☐ YouTube ☐ Google+ ☐ MySpace ☐ Flickr

المحور الأول: مدى التفاعل مع الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

1. هل تتابع الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ☐ نعم ☐ أحياناً ☐ لا
2. الإجراء الذي تتخذه عند استلامك منشورات تدعوك للمشاركة في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية هو؟

- ☐ المشاركة بفاعلية ☐ الاطلاع فقط ☐ عدم الاهتمام ☐ الحذف والحظر
3. هل وجهت إليك دعوة من إحدى مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية؟

- ☐ نعم ☐ لا

4. من بين ما يلي ، حدد أهم الحقوق التي تهتمك وتحرص على دعمها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

الحق الفلسطيني	مهمة	مهمة إلى حد ما	غير مهمة
حق القدس			
حق عودة اللاجئين			

حق المياه			
حق تحرير الأسرى			
حق ترسيم الحدود			
حق إنهاء الاستيطان			

5. من بين ما يلي ، ما مدى كفاية ما تناوله مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه المشروعة؟

الحق الفلسطيني	كافية	كافية إلى حد ما	غير كافية
حق القدس			
حق عودة اللاجئين			
حق المياه			
حق تحرير الأسرى			
حق ترسيم الحدود			
حق إنهاء الاستيطان			

6. الفائدة التي تعود على القضية الفلسطينية بعد توعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه المشروعة:

(يسمح باختيار أكثر من بديل)

- ☐ زيادة الدعم المالي والتبرعات لفلسطين
- ☐ تشكيل لوبي دولي لاستعادة الحقوق المسلوقة
- ☐ تشكيل فرق قانونية للدفاع عن الحقوق السياسية الفلسطينية أمام المحاكم الدولية
- ☐ تنظيم مظاهرات ثورية للمطالبة بإنهاء الاحتلال
- ☐ زيادة إقبال المواطنين على الانضمام لجماعات المقاومة المسلحة
- ☐ ورقة قوة للمفاوض الفلسطيني في المفاوضات مع الجانب الإسرائيلي
- ☐ ورقة ضغط على المجتمع الدولي تسهم في إنهاء الاحتلال
- ☐ أخرى _____

المحور الثاني/ دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني

م	الفقرة	درجة الموافقة (تصاعدا من 1 إلى 10)
1	تعد مواقع التواصل الاجتماعي مساحة للتعبير وإبداء الرأي	
2	تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام	

3	يتأثر الرأي العام حول قضية معينة بكثافة تداولها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي
4	تحاول الفصائل الفلسطينية التأثير على الرأي العام من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
5	تعتقد أن بعض الجهات المعادية تستخدم استراتيجية علمية لتشكيل الرأي العام
6	تعتقد أن بعض الجهات الوطنية تستخدم استراتيجية علمية لتشكيل الرأي العام
7	يُعد التفاعل والانضمام لمجموعات ضمن مواقع التواصل الاجتماعي مقياساً للرأي العام حول أفكار تلك المجموعة
8	أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة أمام أي مستخدم لطرح أي قضية على الرأي العام
9	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على زيادة الوعي السياسي
10	حافظت مواقع التواصل الاجتماعي على زخم المطالبة الفاعلة بالحقوق السياسية الفلسطينية
11	وحدت مواقع التواصل الاجتماعي توجهات الجماهير المحتجة نحو الحفاظ على الحقوق السياسية الفلسطينية
12	أدت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في تعبئة الجماهير
13	أدت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في تحقيق التضامن الاجتماعي بين جموع الشعب الفلسطيني نحو حقوقه
14	أزالت مواقع التواصل الاجتماعي الفوارق الاجتماعية بين الجماهير المطالبة بحقوقها الثابتة
15	لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في نشر الوعي السياسي بطرق المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية
16	لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في تعزيز المشاركة السياسية
17	أدت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً فاعلاً في صناعة الحدث السياسي المرتبط بالحقوق السياسية الفلسطينية
18	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تقريب وجهات النظر حول القضايا المختلفة
19	اعتمد المهتمون بالحقوق السياسية الفلسطينية على المعلومات والإخبار التي تنقلها مواقع التواصل الاجتماعي من تلك التي تناقلتها وسائل الإعلام الأخرى
20	تمنح التجمعات الشبابية على مواقع التواصل الاجتماعي فرصة لتشكيل لوبي شبابي حيال القضايا السياسية
21	هناك تأثيرات للرأي العام في المجتمع الفلسطيني
22	أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام الفلسطيني
23	تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي قنوات اتصالية فعالة لتشكيل رأيي الخاص

24	تعزز مواقع التواصل الاجتماعي قدراتي على إدارة النقاش مع الآخرين في الموضوعات العامة
25	برز تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام الفلسطيني خلال العدوان على غزة 2014م
26	تم تداول صور ومقاطع فيديو على مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في توعية الرأي العام الفلسطيني خلال العدوان على غزة عام 2014م
27	قمت بنشر مقاطع فيديو أو صور أو منشورات على صفحتك لتوعية الرأي العام الفلسطيني بما يدور خلال العدوان على غزة عام 2014م
28	أسهم (الهاشتاق) أو الأوسمة التي أطلقها بعض الناشطون على مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الرأي العام بطبيعة العدوان على غزة عام 2014م
29	تفضل اعتماد استراتيجية علمية لتعبئة الرأي العام
30	يمكن زيادة التحكم بمستوى تعبئة الرأي العام إذا اتبعنا استراتيجية علمية لذلك

المحور الثالث/ تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية

م	الفقرة	درجة الموافقة (تصاعدياً من 1 إلى 10)
1	تحتوي مواقع التواصل الاجتماعي صفحات متخصصة لتوعية الرأي العام الفلسطيني بالحقوق السياسية الفلسطينية	
2	الحكومة الفلسطينية خصصت صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه	
3	منظمة التحرير خصصت صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه	
4	المنظمات الفلسطينية خصصت صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه	
5	تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المشاركات الكتابية للمستخدمين في الموضوعات السياسية الخاصة بالحقوق السياسية الفلسطينية	
6	المواد الإعلامية التي وفرتها مواقع التواصل الاجتماعي حفزت الجماهير للمشاركة في المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية	
7	مواقع التواصل الاجتماعي فرصة لممارسة النقد السياسي في إطار المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية	

8	تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في اتجاهات صناع القرار في للمطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية
9	دفعات مواقع التواصل الاجتماعي المواطنين الفلسطينيين للمشاركة في الفعاليات الوطنية حول المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية
10	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية حول الحقوق السياسية الفلسطينية
11	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز شخصيات جديدة نشطة سياسياً في إطار المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية
12	وفرت مواقع التواصل الاجتماعي قنوات اتصال مباشرة بصناع القرار للاطلاع على الجهود المرتبطة بالحقوق السياسية الفلسطينية
13	تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في الحملات الانتخابية لأي انتخابات فلسطينية قادمة وتظهر البرامج المتفقة مع الحقوق السياسية الفلسطينية
14	وفرت مواقع التواصل الاجتماعي فرصاً عديدة للناشطين السياسيين الشباب ليساهموا في الحراك السياسي في إطار الحقوق السياسية الفلسطينية
15	أدرك المخاطر التي ترتبت على تهجير المواطنين الفلسطينيين من أراضيهم عام 1948م
16	أدرك المخاطر المحدقة بمدينة القدس منذ الاحتلال الصهيوني للمدينة عام 1967م
17	أدرك المخاطر التي تهدد الأمن المائي في فلسطين نتيجة نهب الاحتلال للثروة المائية
18	أدرك المخاطر التي تهدد الفلسطينيين نتيجة مشاريع الاستيطان التوسعية على حساب أراضي المواطنين
19	أدرك المخاطر التي تهدد الأمن القومي الفلسطيني نتيجة عدم ترسيم حدود الدولة
20	أدرك المخاطر المترتبة على الأسرى نتيجة استمرار الاعتقالات السياسية والعشوائية بحق أبناء الشعب الفلسطيني

الملحق رقم (2) أسماء محكمي الاستبانة

قام الباحث بعرض الاستبانة على عدد من المحكمين وهم على النحو التالي:

- 1- د. زهير عابد عميد كلية الإعلام بجامعة الأقصى.
- 2- د. أمين وافي رئيس قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية.
- 3- د. سمير صافي رئيس قسم العلوم الاقتصادية بالجامعة الإسلامية.
- 4- د. إبراهيم حبيب النائب الأكاديمي بكلية الرباط الجامعية.
- 5- د. حسن أبو حشيش محاضر قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية.
- 6- د. عدنان أبو عامر رئيس قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأمة.
- 7- د. مأمون أبو عامر محاضر قسم علوم سياسية بجامعة الأمة.
- 8- د. ماجد تربان محاضر مادة الرأي العام بكلية الإعلام - جامعة الأقصى
- 9- د. سامي أبو الروس محاضر بكلية التجارة بالجامعة الإسلامية.
- 10- د. رفيق أبو هاني عميد القبول والتسجيل بكلية الرباط الجامعية.
- 11- د. خالد الدهليز رئيس قسم الدراسات والبحث العلمي بالجامعة الإسلامية.
- 12- د. رشدي وادي محاضر بكلية التجارة بالجامعة الإسلامية.

الملحق رقم (3) التعديلات على الاستبانة بناءً على رأي المحكمين

بعد مقابلة المحكمين وعرض الاستبانة عليهم اعتمد الباحث التعديلات التالية:

- 1- ترقيم الفقرات بشكل منفصل لكل محور حتى لا يمل المبحوثين أثناء التعبئة.
- 2- توزيع محاور الاستبانة لتجيب على أسئلة الدراسة.
- 3- توسيع مجال الحقوق السياسية الفلسطينية لتشمل قضايا الحل النهائي التي تم تأجيلها في اتفاقية أوسلو وهي: (حق القدس - حق عودة اللاجئين - حق المياه - حق تحرير الأسرى - حق ترسيم الحدود - حق إنهاء الاستيطان) وذلك بدلاً من (حق القدس - حق عودة اللاجئين - حق المياه) فقط.
- 4- إضافة محور جديد يقيس تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام.
- 5- إضافة محور جديد يسمح للمبحوثين بإضافة مقترحات وآليات تسهم في تصميم استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 6- إضافة جمل سلبية في المحاور وعدم الاكتفاء بالجمال الايجابية لتوخي الدقة والموضوعية.
- 7- تخفيض عدد الفقرات من 60 فقرة إلى 42 فقرة.
- 8- تعديل أسماء مواقع التواصل الاجتماعي وحذف التطبيقات مثل (skype, WhatsApp,..).

الملحق رقم (4) شكل الاستبانة النهائي



برنامج الدراسات العليا المشترك بين
أكاديمية الإدارة والسياسة وجامعة الأقصى
برنامج القيادة والإدارة



أسئلة الاستبانة

الأخ/ات الفاضل/ة: _____ حفظكم الله ورعاكم،،،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

بداية أهديك عاطر تحياتي، ويطيب لي أن أضع بين يديك الاستبانة التي تم تصميمها بهدف جمع المعلومات اللازمة للوصول إلى "استراتيجية تعبئة الرأي العام لدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، وذلك استكمالاً لمتطلب الحصول على درجة الماجستير في برنامج القيادة والإدارة من برنامج الدراسات العليا المشترك بين أكاديمية الإدارة والسياسة وجامعة الأقصى.

أرجو من حضرتكم التكرم بقراءة بنود المحاور والإجابة عليها في المحور الأول بوضع علامة (√) أمام الإجابة التي تعبر عن وجهة نظركم، وفي المحاور المتبقية أرجو وضع درجة موافقتك على كل فقرة بالتدرج التصاعدي من 1 وحتى 10 بحيث: (1 الأقل موافقة، و 10 الأكثر موافقة) كما يلي:

م	الفقرة	درجة الموافقة (تصاعدياً من 1 إلى 10)
1.	الفقرة الأولى	7
2.	الفقرة الثانية	3

مع العلم بأن المعلومات التي ستدلون بها ستكون محل اهتمام الباحث وعنايته وستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكراً ومقدراً تعاونكم وحرصكم

وتفضلوا بقبول خالص التقدير والاحترام،،،

الباحث/

عبد الله جمعه وافي

المحور الأول: البيانات الشخصية.

1. الجنس ☐ ذكر ☐ أنثى
2. الجامعة ☐ الجامعة الإسلامية ☐ الأزهر ☐ الأقصى
3. التخصص : ☐ تخصص علمي ☐ علوم إنسانية ☐ أخرى اذكرها _____
4. هل تمتلك حساباً على أحد مواقع التواصل الاجتماعي: ☐ نعم ☐ لا
(إذا كانت إجابة هذه الفقرة "لا" فأرجو عدم إكمال الاستبانة مشكوراً...)

5. أيا من مواقع التواصل الاجتماعي التالية تتفاعل معها: (يسمح باختيار أكثر من بديل)

- ☐ Facebook ☐ Twitter ☐ LinkedIn
☐ blogger ☐ YouTube ☐ Google+
☐ MySpace ☐ Flickr

المحور الثاني: مدى تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع الحقوق السياسية الفلسطينية

1. هل الحقوق السياسية الفلسطينية يتم تداولها بفعالية على مواقع التواصل الاجتماعي؟ وما درجة اهتمامك بدعمها؟

م	الحق الفلسطيني	درجة التداول بفعالية (تصاعدياً من 1 إلى 10)	درجة اهتمامك بدعمها (تصاعدياً من 1 إلى 10)
6.	حق القدس		
7.	حق عودة اللاجئين		
8.	حق المياه		
9.	حق تحرير الأسرى		
10.	حق ترسيم الحدود		
11.	حق إنهاء الاستيطان		

2. هل تتابع صفحات تدعم الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐ نعم ☐ لا ☐ أحياناً

3. الإجراء الذي تتخذه عند استلامك منشورات تدعوك للمشاركة في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية؟

☐ المشاركة بفعالية ☐ الاطلاع فقط ☐ عدم الاهتمام ☐ الحذف والحظر
 4. هل وجهت إليك دعوة من إحدى مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في دعم الحقوق السياسية الفلسطينية؟

☐ نعم ☐ لا

5. الفائدة التي تعود على القضية الفلسطينية بعد توعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه المشروعة:

(يسمح باختيار أكثر من بديل)

☐ زيادة الدعم المالي والتبرعات لفلسطين

- ☐ تشكيل لوبي دولي لاستعادة الحقوق المسلوبة
- ☐ تشكيل فرق قانونية للدفاع عن الحقوق السياسية الفلسطينية أمام المحاكم الدولية
- ☐ تنظيم مظاهرات ثورية للمطالبة بإنهاء الاحتلال
- ☐ زيادة إقبال المواطنين على الانضمام لتنظيمات المقاومة المسلحة
- ☐ ورقة قوة للمفاوض الفلسطيني في المفاوضات مع الجانب الإسرائيلي
- ☐ ورقة ضغط على المجتمع الدولي تسهم في إنهاء الاحتلال
- ☐ أخرى _____

المحور الثالث/ دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني

م	الفقرة	درجة الموافقة (تصاعدياً من 1 إلى 10)
1.	تعطي مواقع التواصل الاجتماعي مساحة مفتوحة للجماهير للتعبير وإبداء الرأي	
2.	تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الشارع الفلسطيني	
3.	يتأثر الرأي العام بقضية ما من خلال كثافة تداولها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي	
4.	تسعى الفصائل الفلسطينية لاستقطاب الرأي العام من خلال صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي	
5.	تستخدم الجهات المعادية مواقع التواصل الاجتماعي لتضليل الرأي العام الفلسطيني	
6.	آلية عمل مواقع التواصل الاجتماعي تسهل مهمة "الغزو الفكري" للمجتمع الفلسطيني	
7.	شنت العديد من الجهات المعادية للشعب الفلسطيني "حرباً نفسية" عليه عبر مواقع التواصل الاجتماعي	
8.	تستخدم بعض الجهات الوطنية مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه	
9.	تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في نشر الوعي السياسي بطرق المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية	
10.	تمنح التجمعات الشبابية على مواقع التواصل الاجتماعي فرصة لتشكيل لوبي شبابي حيال القضايا السياسية	
11.	يتم تداول صور ومقاطع فيديو على مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في توعية الرأي العام	

	الفلسطيني	
12.	يسهم (الهاشتاق أو الوسوم) التي يطلقها بعض الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الرأي العام الفلسطيني	
13.	يساعد استخدام (الانفوجرافيك: الذي يجمع بين الصور والمعلومات المكثفة في صورة واحدة رسومية) عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي في توضيح بعض الحقائق للرأي العام	
14.	تستغل الجهات المعادية للفلسطينيين تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي بكفاءة أعلى من الجهات الوطنية للتأثير السلبي على الرأي العام الفلسطيني	

المحور الرابع/ تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على دعم الحقوق السياسية الفلسطينية

م	الفقرة	درجة الموافقة (تصاعدياً من 1 إلى 10)
1.	تحتوي مواقع التواصل الاجتماعي صفحات متخصصة لتوعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه	
2.	تدفع مواقع التواصل الاجتماعي المواطنين للمشاركة في الفعاليات المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية	
3.	تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية حول الحقوق السياسية الفلسطينية	
4.	مواقع التواصل الاجتماعي تشتت جهود الناشطين في مجالات عدة على حساب دعم الحقوق السياسية الفلسطينية	
5.	تستغل الجهات المعادية مواقع التواصل الاجتماعي لتزوير الحقائق وإثبات حقها المزعوم في فلسطين	
6.	تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز شخصيات جديدة نشطة سياسياً في إطار المطالبة بالحقوق السياسية الفلسطينية	
7.	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي ترتبت على تهجير المواطنين الفلسطينيين من أراضيهم	
8.	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر المحدقة بمدينة القدس منذ الاحتلال الصهيوني لها	
9.	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي تهدد الأمن المائي في فلسطين نتيجة نهب الاحتلال للثروة المائية	
10.	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي تهدد الفلسطينيين نتيجة مشاريع الاستيطان	

	التوسعية على حساب أراضي المواطنين	
11.	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر التي تهدد الأمن القومي الفلسطيني نتيجة عدم ترسيم حدود الدولة	
12.	تبرز مواقع التواصل الاجتماعي المخاطر المترتبة على الأسرى نتيجة استمرار الاعتقالات السياسية والعشوائية بحق أبناء الشعب الفلسطيني	

المحور الخامس/ درجة تأثير استخدام الأساليب العلمية لتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي

م	الأسلوب/ شرحه	درجة التأثير (تصاعدياً من 1 إلى 10)
1.	أسلوب التكرار والملاحقة/ التركيز على بضع حقائق فقط، وتوجيه آذان الناس وأبصارهم إليها مراراً وتكراراً	
2.	أسلوب الإثارة العاطفية/ مثل بث روح الاستعلاء والتعصب لدى بعض الشعوب بهدف إثارتها	
3.	أسلوب عرض الحقائق/ على أساس أن الحقائق الملموسة أقوى أثراً من الأكاذيب والتهويل	
4.	أسلوب تحويل انتباه الرأي العام/ إلى موضوع آخر في مثل أهمية الموضوع المثار أو أكثر أهمية	
5.	أسلوب البرامج الإيجابية المحددة/ بعكس البرامج غير المحددة والكلمات الجوفاء والتذبذب والسلبية	
6.	أسلوب التعتيم والتمويه الإعلامي/ ويقوم على فرض واختيار ما يذاع وينشر من أحداث ووقائع	
7.	أسلوب التزوير والخداع باستخدام العلم وتطبيقاته/ ما تلجأ إليه أحياناً الحكومات من نشر بيانات إحصائية مزورة لخداع جماهيرها، أو بث صور معالجة ببرنامج الفوتوشوب لتعظيم عدد المؤيدين	
8.	أسلوب الشائعات	
9.	أسلوب افتعال الأزمات	
10.	أسلوب إثارة الرعب والفوضى	

المحور السادس/ اذكر مقترحات وآليات تسهم في توعية الرأي العام الفلسطيني بحقوقه عبر مواقع التواصل الاجتماعي

(1)

(2)

(3)

(4)

انتهت أسئلة الاستبانة شكرا لتعاونك معنا،،،



نظرة على وسائل التواصل
الاجتماعي في فلسطين
2014

www.socialstudio.me

التعداد السكاني في الضفة الغربية وقطاع غزة

57% منهم يسكنون في الضفة الغربية
43% منهم يسكنون في قطاع غزة

4.1
مليون نسمة

عدد السكان المتصلين بالإنترنت
في الضفة الغربية وقطاع غزة

2.0
مليون نسمة

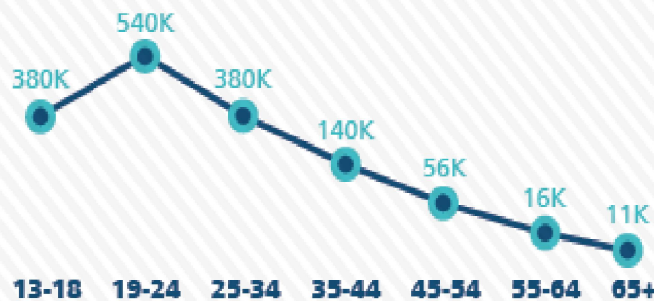


الرقم 4.1 مليون هو لسكان الضفة وغزة فقط دون القدس

إن فلسطين بالنسبة للفيس بوك هي الضفة وغزة فقط دون القدس



الفئات العمرية لمستخدمي الفيس بوك



توزيع مستخدمي الفيس بوك جغرافياً في فلسطين



القدس 140.000

عدد مستخدمي الفيس بوك في القدس الشرقية والذين إختاروا اللغة العربية أو اللغة الإنجليزية كلفة الإستخدام في حسابهم الشخصي
 علماً بأن عدد السكان الفلسطينيين في القدس يساوي 411.640
 حسب جهاز الإحصاء المركزي لعام 2014

460.000 ألف

عدد مستخدمي الفيس بوك في مناطق الداخل والذين إختاروا اللغة العربية كلفة الإستخدام في حسابهم الشخصي

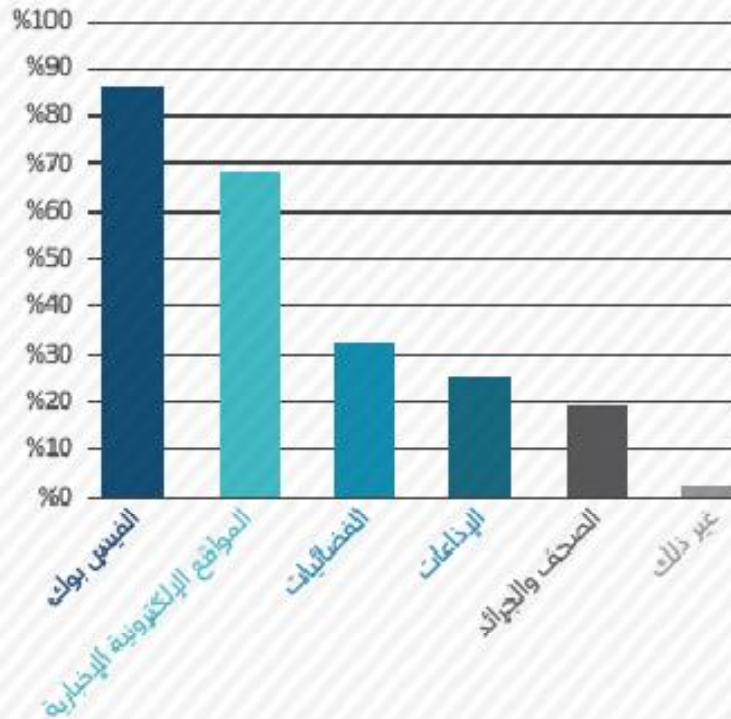
تُعدّ بأن عدد السكان الفلسطينيين داخل الخط الأخضر يساوي 1.460.000 حسب جهاز الإحصاء المركزي لعام 2014

الأجهزة المستخدمة في تصفح الفيس بوك



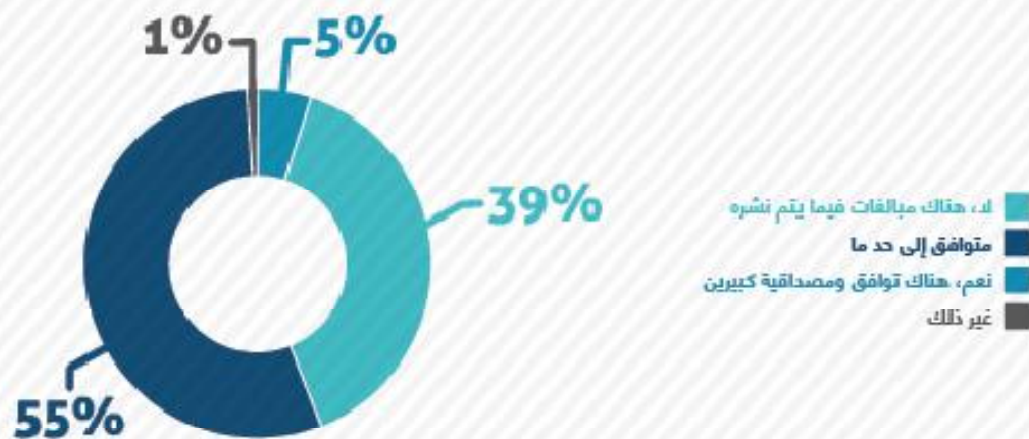
مصادر الأخبار حسب ترتيب الجمهور الفلسطيني*

*بناءً على إجابات عينة البحث



هل يتوافق الواقع مع ما يتم نشره على وسائل التواصل الاجتماعي؟*

*بناءً على إجابات عينة البحث



الصفحات المحلية الأكثر إعجاباً من قبل الفلسطينيين

تم ترتيب الصفحات حسب عدد المعجبين في كل من الضفة الغربية وقطاع غزة وفلسطين 48



Jawwal



LOCAL: 830,231
TOTAL: 1,017,572



Mohammed Assaf
محمد عساف



LOCAL: 730,379
TOTAL: 5,227,286



القدس - alquds



LOCAL: 698,991
TOTAL: 4,051,069



شبكة قدس الإخبارية



LOCAL: 678,880
TOTAL: 2,665,700



Shehab News Agency
(شهاب)



LOCAL: 636,527
TOTAL: 2,264,707



Palestine tv
تلفزيون فلسطين



LOCAL: 634,319
TOTAL: 2,290,286



PalTel



LOCAL: 578,977
TOTAL: 696,974



فلسطين أون لاين



LOCAL: 487,974
TOTAL: 2,168,544



Wataniya Mobile Palestine



LOCAL: 472,710
TOTAL: 530,031



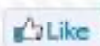
Rosalinda
مركز روزاليندا لبدل العرائس



LOCAL: 399,080
TOTAL: 821,053



Raya FM



LOCAL: 398,683
TOTAL: 714,032



palweather
طقس فلسطين



LOCAL: 398,034
TOTAL: 456,172



أيام التوجيهي



LOCAL: 367,001
TOTAL: 1,947,620



وكالة وطن للأنباء



LOCAL: 358,844
TOTAL: 898,221

الصفحات غير المحلية الأكثر إعجاباً من قبل الفلسطينيين

تم ترتيب الصفحات حسب عدد المعجبين في كل من الضفة الغربية وقطاع غزة وفلسطين 48



01

ثقف نفسك



LOCAL: 848,560
TOTAL: 23,416,264



02

Nancy Ajram



LOCAL: 633,845
TOTAL: 15,306,581



03

Arab Idol



LOCAL: 582,575
TOTAL: 8,834,547



04

الصفحة الرسمية
للشيخ د. محمد العريفي



LOCAL: 555,217
TOTAL: 15,630,162



05

Ahmad AlShugairi
أحمد الشقيري



LOCAL: 543,998
TOTAL: 10,264,320



06

خواطر - Khawatir



LOCAL: 541,916
TOTAL: 12,640,567



07

MBC1



LOCAL: 540,104
TOTAL: 9,823,824



08

Najwa Karam



LOCAL: 535,051
TOTAL: 8,908,021



09

Elissa



LOCAL: 509,794
TOTAL: 14,878,361



10

Amr Khaled



LOCAL: 471,128
TOTAL: 14,665,445



11

Wael Jassar - وائل جassar



LOCAL: 467,138
TOTAL: 12,449,944



12

Tamer Hosny



LOCAL: 464,627
TOTAL: 15,081,518



13

Maher Zain



LOCAL: 464,453
TOTAL: 22,882,737



14

Green Apple
التفاح الأخضر



LOCAL: 456,744
TOTAL: 8,677,721

شخصيات عامة

الاعتماد على الواقع السياسي الفلسطيني بقوة على وسائل التواصل الاجتماعي، وحاول السياسيون تحديدًا استغلال هذه الوسائل بقوة للوصول إلى الجمهور بشكل مباشر، وقد برز من بين السياسيين الفلسطينيين د. سلام فياض الذي يملك أكبر عدد متابعين بين الشخصيات الفلسطينية العامة. وفي حين نجد صفحات أخرى نشطة تمثل شخصيات فلسطينية من عدة أحزاب رئيسية بما فيها الرئيس محمود عباس، ويُلاحظ غياب القيادات من حركة حماس والجهاد نظراً لحذف القيس البوك العديد من هذه الحسابات.



Dr. Salam Fayyad

LOCAL: 248,909
TOTAL: 843,294



President Mahmoud Abbas

LOCAL: 139,512
TOTAL: 233,386



Mohammad Dahlan محمد دحلان

LOCAL: 224,028
TOTAL: 406,025



د. ناصر اللحام

LOCAL: 244,854
TOTAL: 354,897



Dr. Hani Hamdallah د. هاني الحمد الله

LOCAL: 82,790
TOTAL: 104,199



موسى أبو مرزوق

LOCAL: 13,348
TOTAL: 40,186



Nabil Amr

LOCAL: 27,667
TOTAL: 31,208



اللواء الوزير توفيق الطيراوي

LOCAL: 40,481
TOTAL: 54,326



اللواء جبريل الرجوب

LOCAL: 59,571
TOTAL: 74,969



Husein Al Sheikh حسين الشيخ

LOCAL: 25,882
TOTAL: 23,846



Munib al-Masri منيب المصري

LOCAL: 16,726
TOTAL: 23,141



جمال نزال

LOCAL: 63,664
TOTAL: 86,525



اصدقاء د. ليلى غنام

LOCAL: 24,904
TOTAL: 77,493



Ibrahim Hamami ابراهيم حمامي

LOCAL: 42,363
TOTAL: 64,387



صبري صيدم

LOCAL: 20,663
TOTAL: 22,250



عبد الباري عطوان

LOCAL: 23,453
TOTAL: 254,904



Fadi Elsalameen (فادي السلامين)

LOCAL: 43,209
TOTAL: 59,776

مؤثرون

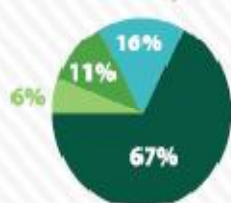
استطاع العديد من الشباب الفلسطيني خلق قاعدة واسعة من المتابعين على الفيس بوك. من خلال نشر محتوى نال إعجاب الكثيرين، من صور وأخبار ونصوص، وتسمى هذه الفئة عالمياً بالمؤثرين (influencers). نظراً لقدرتهم على التأثير على عدد كبير من متابعي وسائل التواصل الاجتماعي، ويتم استغلال نفوذهم في مجالات عدة منها إعلامية وإعلانية، وتجارية، وسياسية، واجتماعية.

Arine Rinawi - PHOTOJOURNALIST



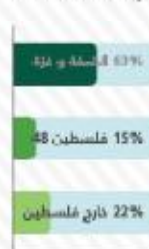
LOCAL: 68,378
TOTAL: 87,183

نوعية المنشورات
جميع المنشورات 2118



■ صورة ■ فيديو ■ رابط ■ نص

توزيع المعجبين جغرافياً

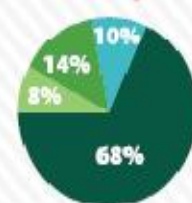


Fadi Aroui



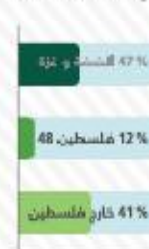
LOCAL: 41,384
TOTAL: 70,594

نوعية المنشورات
جميع المنشورات 131



■ صورة ■ فيديو ■ رابط ■ نص

توزيع المعجبين جغرافياً



الزيادة في عدد المعجبين من الضفة وغزة لعام 2014



محمد قريقع

LOCAL: 19,769
TOTAL: 53,148



Atta jabr Photography- Palestine

LOCAL: 18,447
TOTAL: 49,019



Mohamd nail jabareen محمد ناقل جبارين

LOCAL: 2,592
TOTAL: 59,857



جمال عمواسي

LOCAL: 17,860
TOTAL: 65,987



Abdulrahman Thahr

9,507 Followers متابع



Ehab Al-Jariri | إيهاب الجريري

LOCAL: 10,925
TOTAL: 13,798



Janna Jihad

LOCAL: 11,073
TOTAL: 14,728



Tamim Al Barghouti

LOCAL: 39,155
TOTAL: 133,014



Mohammed al-Dairi محمد الديري

LOCAL: 12,782
TOTAL: 23,810



علي دار علي

LOCAL: 26,855
TOTAL: 40,737



الإعلامية ... هدى فضل تعيم

LOCAL: 38,789
TOTAL: 58,491

صفحات اخرى



صفحات أخرى

Lara Abu Ramadan 8,700 Follower	إسماعيل هنية 242,000 Follower	Guess What 189,000 Follower
Khaled Safi خالد صافي 36,600 Follower	PACBI 12,800 Follower	عاصم النبيه - غزة 136,000 Follower
Yassir Ashour 13,100 Follower	BDS Movement 38,400 Follower	عبد الباري عطوان 607,000 Follower



She'rab | شعراب
1,362,125 Followers



Jawwal - جوال 8,633 Subscriber	anasheedy 20,164 Subscriber	Alfalstiniah Ch 16,792 Subscriber
Nashaz Production 11,559 Subscriber	قناة الأقصى الفضائية 33,078 Subscriber	Quds N 17,870 Subscriber
وطن غ وتر 128,160 Subscriber	3aBalata 6,682 Subscriber	Nicolas Antar 13,534 Subscriber
Mohammed Assaf 24,155 Subscriber	وكالة وطن للانباء Wattan News Agency 9,937 Subscriber	FenjanALbalad 28,140 Subscriber



مبادرات وحملات فلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي



كردوره وصوره:

مبادرة تقوم على جمع الشباب الفلسطيني في مختلف المناطق للقيام بجولات والتقاط الصور للمناظر المصادفة، قامت هذه المبادرة بالعديد من الجولات منذ انطلاقتها سواء في أراضي الضفة الغربية او الدنيل الستل أو قطاع غزة.

<https://www.facebook.com/kazdora>

مستمرة منذ سنة : 2012



حملة صدق لنفخ الأسعار:

مبادرة طلقها مركز الحريات - فلسطين، للدعوة لخفض أسعار السلع والضغط على الحكومة من أجل التدخل، نجحت المبادرة في جمع ما يقارب 70 ألف توقيع الكتروني وقامت بإرسال رسالة مؤثرة إلى الرئيس الفلسطيني، الرئيس محمود عباس.

<https://www.facebook.com/FFP.org>

التاريخ: 9-10 / 2014



حملة بنت البلد:

مبادرة انطلقت من مؤسسة تغيير للإعلام المجتمعي، تهدف هذه المبادرة للضغط على صناع القرار من أجل ريادة المواهب التي تحمي حقوق المرأة وتمنع الاعتداء عليها مهما اختلفت الأسباب.

<https://www.facebook.com/TaqhyeerSM>

مستمرة منذ 10/2014

حملة لو فلسطين مش محتلة:

حملة انطلقت من قبل ناشطة اجتماعية فلسطينية وكانت هذه الحملة عبارة عن فعالية "حدث" تنظم على الفيسبوك للتعبير عن الحياة اليومية التي من الممكن ان تكون موجودة أفي حال كانت فلسطين غير محتلة. انتشرت هذه الحملة كثيراً في أوساط الشباب الفلسطيني.

شهر 10 - شهر 12 لسنة 2013



ياص المدونين:

أحد مشاريع مؤسسة تغيير للإعلام المجتمعي، يهدف الى تشكيل شبكة للمدونين الفلسطينيين "مدونين، نشطاء الإعلام المجتمعي، صحافيي الإعلام المجتمعي، الصحفيين الشعبين" وتدريبهم على طرق الاستخدام الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي لبناء حملات مناصرة ودعم إبداعية.

<https://www.facebook.com/blogbus>



Events in Palestine

مبادرة شبابية على شبكات التواصل الاجتماعي لتوثيق كافة الفعاليات والأنشطة التي تحدث في فلسطين والاعلان عنها لمن يرغب بالمشاركة فيها وحضورها.



قوارب:

مبادرة شبابية انطلقت من الضفة الغربية لتقديم المساعدة والدعم لسكان قطاع غزة، وقد نشطت الحملة بشكل واضح خلال الحرب الأخيرة وقامت بتسيير العديد من القوافل الخيرية من مختلف محافظات الضفة الغربية.

<https://www.facebook.com/Qawarib>

هاشتاغ:

هو الكلمة التي تأتي بعد إشارة السلم أو المربع (#)، وتستخدم لتصنيف المنشورات إلى موضوع محدد تُسهّل عملية البحث والوصول إلى هذه المنشورات. الترجمة الأقرب إلى كلمة هاشتاغ في اللغة العربية هي "وسم" أي العلامة أو الإشارة التي يُعرف بها الشيء. وعقد استخدام الهاشتاغ، يتحول النص إلى لون مختلف يمكن عندها الضغط عليه للحصول على كل المنشورات التي نشرت باستخدام هذا الهاشتاغ. لتجربة عملية، حاولوا الكتابة في خانة البحث في فيسبوك أو تويتر على كلمة بعد إشارة الهاشتاغ مباشرة #، مثلاً: #القدس أو #Gaza

هاشتاغ:

#عيد_شهيد:

مبادرة وهاشتاغ انطلق في أواخر شهر رمضان المبارك وتضمن دعوة الى استبدال تحية العيد المعتادة بين المسلمين من عيد سعيد الى عيد شهيد تضامناً مع غزة والتي كانت تعاني من ويلات الحرب في تلك الفترة. تضمنت هذه المبادرة العديد من الفعاليات من ضمنها صفحات على وسائل التواصل الاجتماعي، وقد انعكس أيضاً على أرض الواقع بطباعة العديد من اللوحات والملابس التي تتضمن شعار التضامن هذا.

#معي_وملح:

انطلق لدعم الأسرى الفلسطينيين في صمودهم المستمر داخل السجون الإسرائيلية وقد كان تعبيراً عن الإضرابات التي يخوضها الأسرى في سجون الاحتلال، والتي اقتصر طعامهم فيها على الماء والملح.

#بالفلسطيني_أحلى:

وهو هاشتاغ شبابي أطلقه شباب غزيون ليصف كل ما هو بالفلسطيني أجمل، من صور مدن أو مقاومة الشباب و حتى عادات فلسطينية متداولة

#غزة_حقها_تعيش:

استخدم هاشتاغ #غزة_حقها_تعيش في الحرب الأخيرة للإبلاغ عن أماكن القصف والاصابات وإنطلاق الصواريخ من القطاع.

#إذا_تصالحو:

انطلق ليعكس حالة الخيبة واليأس المستمرين لدى الفلسطينيين من التوصل الى مصالحة حقيقية بين حركتي فتح وحماس.

#عداد_المصالحة:

حاول المخردون من خلال هذا الهاشتاغ مراقبة تنفيذ المصالحة الفلسطينية ومتابعة عدد الأيام المتبقية لتشكيل حكومة «الكفاءات» الفلسطينية.

#القدس_عربية:

انطلق هذا الهاشتاغ من قبل الفلسطينيين سواء في الضفة الغربية او الداخل المحتل لتدون حالة القدس اليومية بالتزامن مع تشييع جثمان الشهيد معتز حجازي، وقد استخدم هذا الهاشتاغ لفضح سياسة الاحتلال في مدينة القدس وكشف اعتداءاته بحق المواطنين، والمعتدسات الإسلامية في المدينة.

#داعس:

اطلق المخردون هذا الهاشتاغ لرصد عمليات دهن المستوطنين وجنود الاحتلال الإسرائيلي، ولقد عبر المخردون عن دعمهم وتأييدهم لهذه العمليات ودعوا للمزيد منها.

#الوزير_الله:

انطلق حال ورود انباء عن استشهاد الوزير الفلسطيني زياد أبو عين أثناء مسيرة مناهضة لمصادرة الأراضي في قرية ترمسعيا قرب رام الله، ولقد عبر المخردون في هذا الهاشتاغ عن تقديرهم لما قدمه الوزير خلال حياته النضالية طيلة العقود المنصرمة.

هاشتاغ حرب غزة:

خلال حرب غزة انطلقت العديد من الهاشتاغات لدعم قطاع غزة المحاصر، منها ما جاء كرد على الحملات الإسرائيلية المتواصلة على وسائل التواصل الاجتماعي، ومنها ما كان على شكل مبادرات من مختلف أنحاء العالم. وقد استخدمت استخدمت هذه الهاشتاغات لفضح جرائم الكيان الصهيوني خلال الحرب ولايصال الجرائم التي نان يرتكبها بحق أهل غزة المحاصرين، نذكر أهمها:

GazaUnderAttack#

كان هذا الهاشتاغ رداً على هاشتاغ اسراييلي بعنوان IsraelUnderAttack#

GazaUnderFire#

رداً على هاشتاغ اسراييلي بعنوان IsraelUnderFire#

#غزة_تقاوم

icc4israel#

استخدم هذا الهاشتاغ كوسيلة لطلب محاكمة اسرائيل دولياً بتهمة ارتكاب جرائم حرب في غزة وقد شارك به العديد من الفلسطينيين والمتضامنين لنقل صور ودمار الحرب في غزة.

#غزة_تحت_القصف

رداً على هاشتاغ اسراييلي بعنوان IsraelUnderAttack#

PrayForGaza#

وبالتزامن مع استخدام الهاشتاغ كوسيلة لايصال رسالة الشعب الفلسطيني للعالم، ظهر بعض الهاشتاغات خلال فترة الحرب وبعدها تعبير عن مدى اعتزاز الشعب العربي والفلسطيني بشكل خاص بانجازات المقاومة الفلسطينية في تصديها للكيان الصهيوني، من أهم هذه الهاشتاغات:

#عره_سصر

#غزة_تقاوم

#العصف_المأكول

اسم المعرنة التي اطلقتها كتائب القسام على حرب غزة

#البنيان_المرصوص

اسم المعرنة التي اطلقتها سرايا القدس على حرب غزة

#مسافة_الصفر:

انطلق هذا الهاشتاغ بعد عملية الاقتحام التي قامت بها كتائب القسام لموقع نحال عوز العسكري الإسرائيلي.

ومن ناحية أخرى فلقد استغل نشطاء وسائل التواصل الاجتماعي انتشار بعض الهاشتاغات الإسرائيلية وقاموا بايصال رسالة الشعب الفلسطيني من خلالها، ولعل أشهر هذه الأمثلة هو هاشتاغ:

BringBackOurBoys#

ولقد أطلقه نشطاء إسرائيليون وقت الإعلان عن اختطاف ثلاثة جنود إسرائيليين، وقد استخدموا هذا الهاشتاغ كوسيلة لابهام العالم بالظلم الواقع على الجنود والدعوة للمشاركة في الضغط لإطلاق سراحهم. وقد تمكن العديد من نشطاء وسائل التواصل الاجتماعي من "انقراق" هذا الهاشتاغ وايصال رسالة الأسرى الفلسطينيين المحتجزين في السجون الإسرائيلية منذ عشرات السنين، وقد تجاوب العديد ممن تابعوا هذا الهاشتاغ مع الحملة المعاكسة بصورة أكبر من تجاوبهم مع حملة الكيان الصهيوني في الترويج لنفسه.