

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة العربي التبسي - تبسة  
Larbi Tebessi University - Tebessa  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
Faculty of Humanities and Social Sciences



قسم علوم الاعلام والاتصال  
تخصص اتصال تنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

الصورة الذهنية للقضية الفلسطينية عبر مواقع  
التواصل الاجتماعي  
دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي التبسي  
- تبسة -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذ:

• علي سلطاني

من إعداد الطلبة

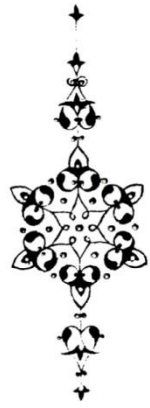
- جميلة عبيد
- حدة أشرف

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
منير طبي	أستاذ محاضر (أ)	رئيسا
علي سلطاني	أستاذ تعليم عالي	مشرفا ومقرا
نعيمة عطوي	أستاذ محاضر (ب)	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية 2021 / 2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



## الشكر و العرفان

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه، الحمد لله الذي وفقنا و يسر لنا الطريق

نحو طلب العلم.

نتقدم بجزيل الشكر و العرفان لكل من درسنا و علمنا و لم يبخل علينا

بما وفقه الله إليه من علم إلى أساتذتنا الأفاضل كل باسمه نفع الله بكم و بعلمكم. كل من أرادته  
و من سعى إليه.

و نخص بالذكر الأستاذ المشرف "الدكتور علي سلطاني" لحسن إشرافه على إعداد هذه  
المذكرة، و تشجيعه لنا، كما نتوجه بالشكر "للدكتورة نعيمة عطوي" و "الدكتور منير طبي"  
الذان هما ضمن لجنة المناقشة لهاته المذكرة.

كما و نخص بالذكر "الدكتور أكرم بوطورة" عرفانا منا بما قدمه لنا من وقت و دعم و  
نصائح مكننتنا من الاستمرار..

إلى كل من حملناه معنا مشقة.. في سبيل اعداد هذه الدراسة.

نتمنى أن نكون قد وفقنا في تقديم إضافة في مجال البحث العلمي

و أن يكون علما منتفعا به لكل من أرادته و سعى إليه.



# فهرس المحتويات

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
أب	مقدمة
الفصل الاول: الإطار المنهجي للدراسة	
أولاً- اشكالية الدراسة واجراءاتها المنهجية	
4	1- إشكالية الدراسة.
5	2- التساؤلات الفرعية
5	3- أسباب اختيار الموضوع.
5	4- أهداف الدراسة.
6	5- أهمية الدراسة.
6	6- تحديد المفاهيم.
9	7- الدراسات السابقة.
ثانياً- المدخل النظري للدراسة.	
15	1- نظريات الدراسة
18	2-مجالات الدراسة
19	3-منهج الدراسة.
20	4-عينة الدراسة.
21	5-أدوات جمع البيانات.
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي	
26-46	
26	1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.
27	2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.
29	3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.
31	4- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي.
32	5- خدمات مواقع التواصل الاجتماعي.

## فهرس المحتويات

33	6- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.
35	7- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي.
36	8- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي.
37	9- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.
38	10- دور مواقع التواصل الاجتماعي.
39	11- أشهر مواقع التواصل الاجتماعي.
56-48	<b>ثانيا: الصورة الذهنية</b>
48	1- تعريف الصورة الذهنية.
49	2- تطور مفهوم الصورة الذهنية.
50	3- خصائص و سمات الصورة الذهنية.
52	4- أنواع الصورة الذهنية.
52	5- مكونات الصورة الذهنية.
53	6- مصادر تكوين الصورة الذهنية.
54	7- وظائف الصورة الذهنية.
56	8- أهمية تشكيل الصورة الذهنية.
62-57	<b>ثالثا: القضية الفلسطينية و بروزها عبر مواقع التواصل الإجتماعي</b>
57	1- تعريف القضية.
57	2- مفهوم القضية الفلسطينية.
58	3- مفاهيم مرتبطة بالقضية الفلسطينية.
58	أ- الصهيونية.
58	ب- استعمار استيطاني.
58	ج- التطبيع.
59	4- نشأة القضية الفلسطينية.
61	5- تطورات القضية الفلسطينية 2012-2021.
61	6- مواقع التواصل كآلية لبناء صورة القضية الفلسطينية.
<b>الفصل الثالث: الدراسة الميدانية و نتائجها</b>	
65	أولا: عرض و تحليل البيانات.

## فهرس المحتويات

95	ثانيا: النتائج الجزئية للدراسة.
98	ثالثا: نتائج التساؤلات الفرعية.
99	رابعا: النتائج العامة للدراسة.
101	الخاتمة.
	قائمة المراجع
	الملاحق
	الملخص

## فهرس المحتويات

### فهرس الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	يوضح توزيع المبحوثين من حيث متغير النوع.	65
2	يوضح توزيع المبحوثين من حيث الفئة العمرية.	65
3	يوضح توزيع المبحوثين حسب المستوى الجامعي.	66
4	يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص الجامعي.	66
5	يوضح عدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين.	67
6	يوضح موقع التواصل المفضل بالنسبة للمبحوثين.	67
7	يوضح الميزة التي تحدد أفضلية موقع مقارنة بالآخر حسب رأي المبحوثين.	68
8	يوضح فترة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.	69
9	يوضح عدد الساعات التي يستغرقها المبحوثين في تصفح مواقع التواصل يوميا.	70
10	يبين أهداف المبحوثين من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.	71
11	يوضح رأي المبحوثين حول مواقع التواصل الاجتماعي كمنبر للديمقراطية الإلكترونية.	72
12	يوضح مدى ثقة المبحوثين بما يشارك عبر منصات التواصل الاجتماعي.	73
13	يوضح رأي المبحوثين في مواقع التواصل كمصدر لتشكيل تصوراتهم الذهنية حول قضايا معينة، مؤسسات، أشخاص، دول ...	74
14	يبين رأي المستخدمين من عينة الدراسة في كون مواقع التواصل قد غيرت من تصوراتهم الذهنية السابقة عن قضايا، أشخاص، دول، مؤسسات...	75
15	يوضح كيفية تشكل التصورات الذهنية عن القضايا و الأحداث المهمة من خلال مواقع التواصل لدى المبحوثين.	76
16	يوضح رأي المبحوثين في التفاعل و التداول الواسع كألية لتحديد أهمية المواضيع عبر مواقع التواصل.	77



## فهرس المحتويات

78	يوضح أولوية تحديد اهتمامات الباحثين حول المواضيع المتداولة عبر منصات التواصل .	17
79	الجدول يوضح رأي الباحثين فيما إذا كان هناك جانب من التضليل للرأي العام في القضايا المتداولة عبر منصات التواصل.	18
79	يوضح رأي الباحثين في مصدر التضليل عبر منصات التواصل الاجتماعي.	19
81	يوضح مدى تعرض الباحثين للتعليقات أو المنشورات المضللة عبر منصات التواصل.	20
81	يوضح تقييم الباحثين لدور مواقع التواصل في تشكيل التصورات الذهنية .	21
82	يوضح درجة اعتماد الباحثين على مواقع التواصل لمتابعة أحداث القضية الفلسطينية.	22
83	يوضح مصدر حصول الباحثين على معلومات حول القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل.	23
84	يوضح المظاهر الأكثر تداولاً حول القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل حسب رأي الباحثين.	24
85	يظهر طريقة الباحثين في التعبير عن المعاني الذهنية الخاصة بهم حول القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل الاجتماعي.	25
86	يوضح كيفية إسهام الباحثين في تشكيل المعاني الذهنية لبقية المستخدمين حول القضية الفلسطينية .	26
87	يوضح مدى تعرض الباحثين لمظهر من مظاهر التطبيع مع الكيان عبر منصات التواصل.	27
87	يوضح رأي الباحثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لإقناع بعض الشعوب لتقبل سياسة التطبيع .	28
88	يوضح مدى تأثير التصورات الذهنية للباحثين من خلال المنشورات المتداولة حول التطبيع.	29
89	يوضح مدى تأثير الرأي المعلن للمشاهير عبر منصات التواصل و الداعم للقضية الفلسطينية على تصورات الباحثين حولهم.	30

## فهرس المحتويات

89	يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كان إعلان المشاهير لموقفهم الداعم للقضية الفلسطينية يؤثر على اتجاهات متابعيهم.	31
90	يوضح مدى تأثير الرأي المحايد و السلبي المعلن من قبل المؤثرين على المستخدمين من عينة الدراسة.	32
91	يوضح رد فعل (سلوك) المبحوثين تجاه المشاهير الذين يعلنون موقف سلبي او محايد تجاه القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل.	33
91	يبين تأثيرات مظاهر الممارسات الاستيطانية و التهجير ضد الفلسطينيين على الصورة الذهنية ل .	34
92	يبين ملامح الصورة الذهنية الإيجابية التي ترسمها مظاهر المقاومة حول الشعب الفلسطيني.	35
93	يبرز مدى إسهام مواقع التواصل في تعزيز التصورات الذهنية السابقة لأفراد العينة فيما يتعلق بالقضية الفلسطينية.	36

# المقدمة

# المقدمة

## مقدمة

سيطرت وسائل الإعلام لعقود مضت على المشهد التمثيلي للتصورات الذهنية لدى الجماهير غير أن التطور التكنولوجي الذي مس وسائل الاتصال غير كثيرا في قواعد التأثير على جمهور هاته الوسائل، و لقد أصبحت الأنترنت و مواقع التواصل الاجتماعي بدائل لتشكيل التصورات الذهنية لدى المستخدمين في قضايا تهمهم... و ظهرت بذلك الأنترنت و مواقع التواصل خاصة كوسيلة تعتمدھا المؤسسات و حتى الأشخاص... و غيرهم لتشكيل صورة ايجابية عنهم، فتصفحك مثلا لصفحة مؤسسة خدمية عبر منصات التواصل سيكون لديك صورة ايجابية عنها في الغالب لترغب في التوجه المباشر لها للاستفادة من خدماتها وفق ما طرحته عبر صفحاتها على مواقع التواصل و هنا مساهمة في تشكيل التصورات الذهنية، لتتأكد تصوراتك الايجابية أو تتحول إلى تصور سلبي بذهابك في الواقع لهذه المؤسسة... .

في حين و أنه في القضايا المهمة التي شكلت محور نقاش عبر منصات التواصل يساهم المستخدمون في تشكيل تصورات ذهنية لبعضهم من خلال تفاعلهم و مشاركتهم للمنشورات و التعليق... فتتشكل لدى المستخدم تصورات ذهنية عن باقي المستخدمين عن آرائهم و اهتماماتهم... و عن القضية أو الحدث محور النقاش القائم.

و كانت القضية الفلسطينية قد برزت بأحداث مهمة على منصات التواصل تداولها المستخدمون و عرفت تفاعلا عالميا كإنتزاع 06 أسرى فلسطينيين حريتهم من سجن جلبوع عبر نفق الحرية 2021م، و قتل الصحفية شيرين أبو عاقلة على يد جنود الاحتلال الصهيوني 2022م، و قد صنع هذا التداول و التفاعل الواسع مع هاته الأحداث تغييرا واضحا(داعما للفلسطينيين مجرما لممارسات الكيان الصهيوني) في مواقف عديد المستخدمين و قد عبروا عن ذلك من خلال منصات التواصل من بينهم مشاهير عالميين... و هذا ما يعبر عن التغيير الكبير في الصورة الذهنية التي أصبح يحملها مستخدموا منصات التواصل الاجتماعي عن القضية الفلسطينية على المستوى العالمي..

في حين كان تأثير مظاهر التطبيع التي تداول حولها المستخدمون مقاطع فيديو مصورة و منشورات.. هو الأبرز بالنسبة لمن يحملون تصورات ايجابية عن القضية الفلسطينية سلبية عن الكيان الصهيوني، فقد غيرت هذه الأحداث من تصوراتهم الذهنية حول شعوب عربية تقبلت التطبيع و حكوماتها التي أعلنت ذلك... .

## المقدمة

و ارتبط بناء التصورات الذهنية حول القضية الفلسطينية بكثافة ما يشارك حولها من منشورات و متابعة مكثفة و مستمرة لأحداثها...و نظرا لأن أحداثها و منذ إنتزاع أسرى سجن جلبوع حريتهم عبر نفق الحرية كما سبق و أشرنا قد تخطت حدود العالم العربي بفضل منصات التواصل فإن صناعة الصورة الذهنية حول القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل كان جديرا بالدراسة.

و لقد تناولنا في دراستنا هذه أهم ما قد أثرت به مواقع التواصل و اليات هذا التأثير على التصورات السابقة لمبحوثي العينة المستهدفة و ما قد صنعت هاته المواقع من تصورات ذهنية لديهم حول القضية الفلسطينية وكل ما يرتبط بها لنؤكد دورها بهذا الخصوص، و رأينا أن نقسم دراستنا لثلاث فصول جاءت كما يلي:

### الفصل الأول : تناولنا من خلاله الجانب المنهجي للدراسة .

**الفصل الثاني:** قدمنا من خلاله بعض المعلومات النظرية حول متغيرات الدراسة الأساسية من خلال مدخل حول مواقع التواصل الاجتماعي، مدخل حول الصورة الذهنية إضافة إلى القضية الفلسطينية و بروزها على منصات التواصل.

و أخيرا **الفصل الثالث:** و الذي تناولنا فيه الدراسة الميدانية و جاء فيه تحليل الجداول و التعليق عليها و تفسيرها ، النتائج الجزئية و النتائج العامة.

و سنستعرض فيما يلي فصول الدراسة.

# الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

## أولاً: الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة.
- 2- التساؤلات الفرعية.
- 3- أسباب إختيار الموضوع.
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أهمية الدراسة.
- 6- تحديد المفاهيم.
- 7- الدراسات السابقة.

## ثانياً: المدخل النظري للدراسة

- 1- نظريات الدراسة
- 2- مجالات الدراسة.
- 3- منهج الدراسة.
- 4- عينة الدراسة.
- 5- أدوات جمع البيانات.

أولاً: اشكالية الدراسة واجراءاتها المنهجية:

### 1- إشكالية الدراسة.

لقد تميزت الحقب الزمنية الماضية بتطورات تكنولوجية هائلة مست جميع المجالات، و كانت الثورة التكنولوجية قد غيرت الكثير في مجال الاتصال، فظهرت أجهزة الإتصال الالكترونية التي مكنت الأفراد من التواصل بشكل فوري و ألغت حاجزي الزمان و المكان فجعلت من العالم قرية صغيرة، و إنتهت هاته التطورات اليوم إلى عالم الوسائط الإلكترونية، الأنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي.

و لقد أصبح الإعتماد على مواقع التواصل الإجتماعي أمراً حتمياً، ففي عالم سريع التغيير تتسارع أحداثه أصبح ولا بد من مشاركة الاهتمامات والتفاعل بعمق مع القضايا بعيداً عن وجهة النظر التي يتبناها المستخدم، و بهذا فقد نشأ مجال عام إفتراضي يخوض فيه المستخدمون في مختلف القضايا و يعبرون عن آراءهم.

و لقد سمحت مواقع التواصل الاجتماعي بإظهار العديد من القضايا التي كانت بعيدة عن مجال التداول في الفضاء العام الواقعي، فيما اطلق عليها الديمقراطية الإلكترونية، فدورها لم يعد مقتصرًا على كونها مجالاً يسمح للمستخدمين بالمشاركة و التفاعل مع ما ينشر عبر فضائها الاتصالي، بل تعداه إلى صنع القضايا و القرار، و القدرة على تكوين أو تغيير المواقف و إثارة الجمهور.

و في ظل ما يشهده العالم العربي اليوم من تشتت فرضته موجة التطبيع مع الكيان الصهيوني لعدة دول عربية، و التي إنتهت إلى الإعتراف بدولة الاحتلال و التخلي عن قضية التحرر الفلسطيني فقد عادت القضية الفلسطينية للتداول عبر منصات التواصل الاجتماعي بصورة مكثفة، أبدى من خلاله المستخدمون آراءهم و إنطباعاتهم التي يحملونها حول هاته الأحداث، و تباينت الآراء بين مؤيد ومعارض.

ونظراً لما تعرفه القضية الفلسطينية من تطورات مستمرة و أحداث متسارعة تدعو المستخدمين في كل مرة لاسترجاع ما مضى من تصوراتهم حولها، و بناء تصورات جديدة عن كل ما له علاقة بها، و ما من الممكن أن تؤول إليه أحداثها، فقد تناولنا بالدراسة الصورة الذهنية للقضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و طرحنا لذلك التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي تماثلات الصورة الذهنية حول القضية الفلسطينية لدى المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

و خدمة لأهداف الدراسة و الوصول إلى إجابة عن التساؤل الرئيسي قمنا بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية كما يلي:

### 2-التساؤلات الفرعية.

- ما هي الاشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لعينة الدراسة ؟
- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في رسم صورة ذهنية حول القضية الفلسطينية و الأحداث المرتبطة بها لدى المستخدمين من عينة الدراسة ؟ و كيف يتم ذلك؟
- كيف يسهم مستخدموا مواقع التواصل من عينة الدراسة في تكوين تصورات ذهنية حول القضية الفلسطينية لدى بقية المستخدمين؟
- هل تتماثل التصورات الذهنية المكتسبة من خلال الخبرة الشخصية ومن خلال وسائل الاتصال الجماهيري مع التصورات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل لدى العينة؟

### 3- أسباب اختيار الموضوع:

#### أ- الأسباب الذاتية:

- الرغبة الذاتية في دراسة هذا النوع من الموضوعات المرتبط بمواقع التواصل الاجتماعي.
- الاهتمام الذاتي بدراسة دور مواقع التواصل في بناء المعاني الذهنية.
- الرغبة في إثراء مجال البحث العلمي حول صورة القضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

#### ب- الأسباب الموضوعية:

- توفر المراجع النظرية حول متغيرات الدراسة.
- جودة الموضوع و الاهتمام المتزايد بأبحاث الصورة الذهنية ومواقع التواصل الاجتماعي.

و أيضا:

- حتمية التواجد عبر منصات التواصل الاجتماعي وذلك كونها مصدرا للمعلومات.
- الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء رقمي سلس للنشر الإلكتروني.
- الاهتمام بالمشاركة والتفاعل مع القضايا المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي.



### 4- أهداف الدراسة:

- معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في بناء التصورات الذهنية حول القضايا ذات الأهمية بالنسبة للمستخدمين.
- الوقوف على دور مواقع التواصل في التعريف بالقضية الفلسطينية و نشرها.
- كشف معالم الصورة التي يكونها مستخدموا مواقع التواصل الاجتماعي من عينة الدراسة حول القضية الفلسطينية.
- معرفة مدى التوافق بين التصورات المتكونة نتيجة لاستخدام مواقع التواصل وغيرها من المصادر.

### 5- أهمية الموضوع:

تتلخص أهمية الموضوع في النقاط التالية:

- تعتبر القضية الفلسطينية قضية تحرر وطني، و لا تزال هاته القضية تحتل مكانة مركزية في الرأي العام العربي.
- مواقع التواصل الاجتماعي احتلت مكانة وسائل الإعلام كمصدر أساسي للمعلومات و التأثير، و أصبحت محرك للرأي العام وصانعا للقضايا.

### 6- تحديد المفاهيم:

نقدم فيما يلي المفاهيم (التعريفات) الإجرائية لمتغيرات الدراسة:

#### أ- تعريف مواقع التواصل:

هي منصات إلكترونية تفاعلية، تقدم خدمات أهمها التواصل من خلال ( عن طريق) إرسال و إستقبال الرسائل، الصور و الفيديوهات، و إنشاء المحتوى و المنشورات مع جمهور الشبكة، و هي أنواع أكثرها استخداما ( فايسبوك 2,85 مليار مستخدم نشط يليه اليوتيوب 2,29 مليار مستخدم نشط شهريا، و الواتساب ب 2,00 مليار مستخدم نشط شهريا).<sup>1</sup>

<sup>1</sup>رماح الدلقموني: "وسائل التواصل الاجتماعي حقائق و أرقام"، <https://www.google.com/amp/s/www.aljazeera.net/amp/news/scienceandtechnology/2021/10/06>.

، تم التصفح بتاريخ 2022/02/09 م، على الساعة 11:00 صباحا.

و يمكن تعريفها أيضا على أنها: منصات إلكترونية تفاعلية تربط مستخدميها حول العالم في شبكة تواصلية آنية، ضمن نظام خاص (محدد) كنظام الصداقات، التعليم، هوايات مشتركة، أعمال، إنشاء و مشاركة المحتوى، إهتمامات تجارية و ثقافية و سياسية و إجتماعية، و هي أنواع: الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، أنستغرام... .

كما يمكن تعريفها على أنها: منصات إلكترونية تفاعلية إفتراضية تربط مستخدميها حول العالم في شبكة تواصلية آنية لتبادل و مشاركة المعلومات و مناقشة الأحداث في فضاء يتيح للمستخدم التعبير عن رأيه حول القضايا المتداولة، عن طريق مشاركة المحتوى و التعليق و غيرها من أشكال التفاعل، حيث يصنع رأيه صورة ذهنية عنه و عن القضية لدى بقية المستخدمين.

### ب- تعريف الصورة الذهنية.

هي مجموعة من الانطباعات و المعاني الذهنية التي تكونت لدى مستخدم منصات التواصل الإجتماعي، حول القضايا المتداولة و القضايا ذات الأهمية بالنسبة له، و التي تتبادر إلى ذهنه عند مشاهدة منشورات بمحتوى يتعلق بهذه القضية.

هي مجموعة من الانطباعات و المعاني الذهنية ( المدركات الذهنية) التي تتكون

(تتطبع\_تتشكل) لدى مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، و ذلك من خلال ما ينشر و يشارك عبر هاته المنصات من محتوى يخص القضايا المتداولة و القضايا ذات الأهمية بالنسبة للمستخدم.

### ج- القضية الفلسطينية.

القضية الفلسطينية هي قضية تحرر وطني و قضية هوية عربية إسلامية.

مسألة تطرح الخلاف القائم بين دولة فلسطين و الكيان الصهيوني المحتل، على الأراضي الفلسطينية وطمس معالمها العربية و الإسلامية.

وبغرض المزيد من الإيضاح نقدم فيما يلي شرحاً لبعض المفاهيم التي جئنا على ذكرها في الدراسة:

### • الصورة النمطية:

يرى "والتر ليبمان" أن الصورة النمطية تعد بمثابة فكرة خاطئة و مبسطة و مختزلة تقوم على أساس إدراك الفرد للبيئة المحيطة به على أساس مزيف و تؤثر سلباً على قدرته على الفهم الصحيح للبيئة المحيطة، و على نمط تعامل مع الآخرين و يحرص الأفراد غالباً على عدم تغييرها أو يقاومون تغييرها.<sup>1</sup>

### • التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تعني قدرة المستخدم على إدراك عملية الاتصال، و التفاعل مع المضامين المختلفة التي تنتشر عبر مواقع الشبكات الاجتماعية بالموافقة و الاعتراض على هذه المضامين، من خلال آليات التفاعل المتاحة (الإعجابات، التعليقات، المشاركة .)، في مناخ من الحرية بين المستخدمين، فالمستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي هو صاحب رأي يشاركه مع غيره من المستخدمين من خلال تبادل الآراء و المعلومات.<sup>2</sup>

### • الذباب الإلكتروني:

حسابات يتم إنشاؤها عادة لغرض استخدام الإعلانات الإلكترونية و التي تكون مبرمجة فيما يعرف بالذباب أو اللجان الإلكترونية، هذه الحسابات دون هوية رقمية حقيقية في الواقع و لا تنتمي لشخص معين و تدار إما عن طريق برامج خاصة أو من قبل مجموعة من الأشخاص، تعمل هذه

<sup>1</sup> -ناهض فاضل زيدان الجوارى و محمد حامد عبد: " صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى طلبة الجامعات العراقية"، مجلة مداد الآداب، ع 14، ص 630.

<sup>2</sup> -شيماء الهوارى و محمود محمد أحمد: " مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، مجلة الدراسات الإعلامية- المركز الديمقراطي العربي- برلين-ألمانيا-، ع 08، 2019م، ص33.

الحسابات في أوقات معينة لغرض دعم هاشتاغ أو الترويج لفكرة معينة، الدعاية السياسية... وغيرها من الحملات والتي غالبا ما تكون مغرضة.<sup>1</sup>

### • الرأي العام الإلكتروني:

يعبر الرأي العام عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير\_داخل القطر الواحد أو خارجه\_ في الفضاء الافتراضي على الأنترنت و التأثير على أكبر شريحة يمكن الوصول إليها من خلال هذه الشبكة.<sup>2</sup>

ويمكن تعريف الرأي العام الإلكتروني على أنه تلك التوجهات التي يبديها عدد كبير من مستخدمي الفضاء العام الافتراضية عبر الشبكة العنكبوتية، و التي تظهر مواقفهم الراضة أو الداعمة لسياسة ما أو فكرة...

### 7- الدراسات السابقة.

لم نتمكن من الوصول إلى دراسة تشمل متغيرات الدراسة الثلاث ، بخصوص الصورة الذهنية عبر منصات التواصل فإن جميع أو أغلب الدراسات حولها ارتبطت بمجال المؤسسات الخدمائية أو الاقتصادية و دور العلاقات العامة في ذلك، فيما تمكنا من الوصول إلى بعض الدراسات السابقة التي تناولت فكرة تشكيل الصورة الذهنية عبر منصات التواصل لبعض المتغيرات القريبة من القضية الفلسطينية و التي وجدنا أنها قد تساهم في تقريب المعنى و شرح الهدف من الدراسة و التي أفادتنا كثيرا، و نأتي على ذكرها فيما يلي:

#### الدراسة الأولى.

دراسة ل "محمد الفاتح حمدي" و "مراد شتوان"(2021م)، بعنوان " صورة قناة الجزيرة الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. " دراسة تحليلية لصفحات الفايسبوك لعينة من إعلامي قناة الجزيرة الإخبارية.

<sup>1</sup>-Noureddine Bensoula: " Electronic flies and public opinion", Al\_naciriya journal of sociological and historical studies, vol 11, Issue 01, june 2020, p p 200,201.

<sup>2</sup>-نورين عشاش و محمد بشير: "الرأي العام الإلكتروني و حرية الرأي و التعبير في المجال الافتراضي"،المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 02، العدد 05،جويلية 2020م، ص 257.

تتلخص إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تتجلى صورة قناة الجزيرة الإخبارية عبر حسابات و صفحات الإعلاميين العاملين بها؟

تعددت أهداف الدراسة و كان أهمها:

- معرفة درجة تفاعل الجمهور عبر موقع فايسبوك مع المنشورات التي لها علاقة بقناة الجزيرة الإخبارية و يتم عرضها عبر صفحات و حسابات الاعلاميين العاملين بها من خلال التعليقات و المشاركات و الاعجابات بالمنشورات.
- معرفة درجة حرص الإعلاميين العاملين بالقناة على رسم صورة إيجابية عن المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها من خلال طبيعة المحتوى الإعلامي المنشور عبر حساباتهم و صفحاتهم.

إعتمد الباحثان في هذه الدراسة على:

المنهج: تحليل المحتوى.

**العينة:** قصدية، تمثلت في 30 مفردة من الحجم الكلي للمجتمع المبحوث، و هي عبارة عن صفحات و حسابات عبر موقع الفايسبوك لعينة من الإعلاميين العاملين بقناة الجزيرة الإخبارية الناطقة باللغة العربية، و تم إعتقاد هذه العينة نظرا لسهولة الوصول لهاته الحسابات و الصفحات.

**أداة جمع البيانات:** إعتمد الباحثان في جمع البيانات على أداة استمارة تحليل المحتوى.

و قد توصل الباحثان في نهاية الدراسة إلى نتائج أهمها:

✓ فيما يخص هدف الإعلاميين من نشر موضوعات القناة عبر منصات التواصل الاجتماعي، فقد توصلت الدراسة إلى أن الإعلاميين يسعون من خلال ذلك إلى تقديم خدمة إخبارية و إعلامية و تنوير الرأي العام...

✓ فيما يخص القيم التي تعززها منصات التواصل الاجتماعي من خلال نشر موضوعات لها علاقة بالقناة، فقد توصل الباحثان إلى أن الإعلاميين يسعون من خلال ذلك لتعزيز بعض القيم المهمة منها الولاء للقناة و غيرها و فيما يخص قيمة الولاء للقناة فهو نتيجة لما يتمتع به إعلاميو القناة من رضا وظيفي، فيستخدمون صفحاتهم الخاصة عبر مواقع التواصل للتأثير على الرأي العام وتحسين صورة المؤسسة في ذهن الجمهور المستهدف من قبل القناة في الواقع.

✓ و قد بينت الدراسة أيضا أن نسبة التفاعلات و التعليقات و المشاركات مع منشورات إعلامي القناة الإخبارية و المتعلقة بمحتوى القناة قليلة، و أرجع الباحثان ذلك لأسباب أهمها موقف القناة من التغييرات السياسية التي شهدها العالم العربي في السنوات الأخيرة.

### التعليق على الدراسة:

من خلال هاته الدراسة ربط الباحثان بين تفاعل الجمهور عن طريق الإعجابات بالمنشورات التي لها علاقة بقناة الجزيرة الإخبارية عبر صفحات و حسابات الإعلاميين، و كذا تعليقاتهم عليها و مشاركتها، و بين ملامح الصورة الذهنية (إيجابية أم سلبية) التي يحملها هذا الجمهور عن القناة الإخبارية.

### وجه الإستفادة من الدراسة:

أشكال و نسبة التفاعل تسهم في معرفة التصورات ( نوع الصورة الذهنية) الإيجابية أو السلبية التي يحملها المستخدمون، و منه انطلقنا لنتساءل إن كانت تساهم أيضا في تشكيل تصورات ذهنية لدى المستخدمين حول أهمية القضية أو المحتوى المقدم.

### الدراسة الثانية.

دراسة ل "محمد طلال عباس مساوي" ( 2019م)، بعنوان " دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية تجاه قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة\_دراسة ميدانية على عينة من السيدات في مدينة جدة\_".

تتلخص إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للمرأة السعودية تجاه قضية قيادتها للسيارة؟

تعددت أهداف الدراسة و كان الهدف الرئيسي من الدراسة:

➤ رصد و تحليل و تفسير و تقويم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية تجاه قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة.

إعتمد الباحث في هذه الدراسة على:

المنهج: منهج المسح.

العينة: عينة متعددة المراحل من المجتمع الكلي المتمثل في كل الفتيات و النساء في كافة أنحاء مدينة جدة السعودية.

و قد سحبت العينة متعددة المراحل على النحو التالي:

عينة مساحية: مدينة جدة كعينة مساحية للمملكة العربية السعودية.

عينة الجمهور: 103 مفردة من فتيات و نساء مدينة جدة و التي سحبت بطريقة الصدفة، و اللاتي قد أجبين على إستبيان إلكتروني.

عينة مواقع الويب: عينة مواقع سناب شات، فيسبوك، تويتر و واتساب بإعتبارها الأكثر إستخداما من قبل الجمهور السعودي.

أداة جمع البيانات: الإستبيان.

و قد توصل الباحث في نهاية الدراسة إلى نتائج أهمها:

✓ تباين درجة إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين تصورات المبحوثات نحو قيادة المرأة السعودية للسيارة ما بين المتوسطة و الكبيرة.

✓ يزداد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الصورة الذهنية للمبحوثات مع زيادة إهتماماتهن بما تنشر هذه المواقع.

✓ ترى المبحوثات أن مواقع التواصل الاجتماعي أدت دورا فعالا في تشكيل صورهن الذهنية تجاه قيادة المرأة السعودية للسيارة.

✓ تتوع بين المبحوثات بخصوص إنطباعاتهن و صورهن الذهنية تجاه القضية محل الدراسة ما بين السلبي و الإيجابي و ما بين المؤيد و المعارض.

### وجه الاستفادة من الدراسة:

لقد خلصت الدراسة إلى أن التعرض بكثافة لمواقع التواصل قد أسهم في بناء التصورات الذهنية الذهنية لدى عينة الدراسة من نساء و فتيات مدينة جدة السعودية حول هذه القضية المهمة بالنسبة لهن. ومن هذا إنطلقنا للتساؤل عن نوع المصادر التي يتعرض لها المستخدمون عبر هاته المنصات و مدى مصداقيتها و التي تساهم في تشكيل صورهم الذهنية فهي بكل حال سترتبط بنوع الصورة المكونة لديهم.

### الدراسة الثالثة.

دراسة لـ "ناهض فاضل زيدان الجواري" و "محمد حامد عبد" ( 2018م)، تحت عنوان "صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى طلبة الجامعات العراقية\_ دراسة مسحية\_".

تتلخص إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما الصورة التي يحملها طلبة الجامعات العراقية عن الولايات المتحدة الأمريكية و ما طبيعتها و ما العوامل التي أسهمت في تشكيلها؟.

تعددت أهداف هذه الدراسة و كان أهمها:

➤ التعرف على مصادر تكوين الصورة الذهنية لدى طلبة الجامعات العراقية.

إعتمد الباحثان في هذه الدراسة على:

المنهج: المنهج المسحي، و المنهج الوصفي.

مجتمع و عينة الدراسة: الطلبة الجامعيين في محافظة بغداد، و قد لجأ الباحثان إلى إعتماد عينة متعددة المراحل و هدفا من خلالها إلى الحصول على عينة تمثل الجامعات المختلفة التي تم إختيارها بطريقة عشوائية مع مراعاة تمثيل كل جامعة مختارة جميع الفئات الإجتماعية المتباينة.



و تم لذلك اختيار 5 جامعات من محافظة بغداد، كليتين من كل جامعة، قسم من كل كلية و أخيراً قاعة دراسة واحدة من كل قسم، و قد بلغ عدد العينة النهائي 384 طالب و طالبة.

أداة جمع البيانات: الإستبانة.

و قد توصل الباحثان في نهاية الدراسة إلى نتائج أهمها:

✓ صورة الولايات المتحدة الأمريكية سلبية على العموم و فيما يخص القضايا العربية بنسبة أكبر.

✓ فيما يخص مصادر المعلومات ( التي رسمت هذه الصورة حول الولايات المتحدة الأمريكية لدى العينة) فقد جاءت كما يلي:

القنوات الفضائية بنسبة 71%، الصحف بنسبة 65%، الإذاعات بنسبة 63%، الأنترنت بنسبة 74%.

و لم تمثل لا العائلة و لا المناهج الدراسية و لا الإحتكاك بالجندي الأمريكي مصدراً للمعلومات لدى العينة، ووافق عد كبير من أفراد العينة على كون الأصدقاء مصدراً لهاته المعلومات.

وجه الإستفادة من الدراسة.

بينت هذه الدراسة المصادر المنوعة التي تساهم في تشكيل الصورة الذهنية و من خلال نتائجها التي أثبتت أن الصورة الذهنية واحدة بإختلاف مصادرها فقد إنطلقنا للتساؤل إن كانت و بالفعل تتماثل التصورات الذهنية باختلاف مصادرها ؟

أ- التعليق على الدراسات السابقة:

● أوجه التشابه:

تتشابه دراستنا المقدمة و الموسومة ب" الصورة الذهنية للقضية الفلسطينية عبر منصات التواصل" مع الدراسات السابقة سألقة الذكر في مجموعة من النقاط تأتي على ذكرها فيما يلي:

عنوان الدراسة	نقاط التشابه
1- "صورة قناة الجزيرة الاخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي" - دراسة تحليلية لصفحات الفيسبوك لعينة من اعلاميي قناة الجزيرة الاخبارية-.	متغيري الدراسة: الصورة الذهنية، مواقع التواصل الاجتماعي.
2- " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية تجاه قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة" - دراسة ميدانية على عينة من السيدات في جدة-.	متغيري الدراسة: مواقع التواصل الاجتماعي و الصورة الذهنية. المنهج: المسح. أداة جمع البيانات: الاستبيان.
3- "صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى طلبة الجامعات العراقية"- دراسة مسحية-.	المتغير: الصورة الذهنية. المنهج: الوصفي. الأداة: الاستبانة.

• أوجه الإختلاف:

تختلف الدراسة المقدمة عن الدراسة الأولى لكل من : "مراد شتوان" و "محمد الفاتح حمدي" في المنهج المستخدم تحليل المحتوى، و أداة جمع البيانات استمارة تحليل المحتوى.

و تختلف عن الدراستين الثانية و الثالثة لكل من " محمد طلال عباس مساوي" الدراسة 02 و كل من " ناهض فاضل زيدان الجواري" و "محمد حامد عبد" الدراسة 03 في نوع العينة حيث اعتمدت الدراستان عينة متعددة المراحل.

• أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

إضافة إلى ما سبق التطرق إليه من أوجه الاستفادة من نتائج كل دراسة لوحدها، فإن هاته الدراسات قد أفادتنا من الناحية المنهجية لنتمكن من تحديد العينة ، الأداة و المنهج المناسب للدراسة.

ثانيا: المدخل النظري للدراسة:

### 1 - نظريات الدراسة

لكل دراسة مدخل نظري يعتمد عليه الباحث في كافة مراحلها، و لقد إعتدنا في دراستنا على نظريات متنوعة تساعد في فهم دور وسائل التواصل الإجتماعي، كوسائل إتصالية تساهم في بناء الصورة الذهنية لدى المستخدمين و جاء ذلك كما يلي:

نقدم بعض النظريات التي يستند إليها في وضع المؤشرات النظرية لتقييم أداء مواقع التواصل الاجتماعي و التي استفدنا منها في تفسير بعض النتائج في الدراسة المقدمة و تحقيقا لمزيد من الاستفادة.

#### نظرية الشأن العام:

يتحقق مفهوم الشأن العام عندما يتوجه الأفراد نحو ممارسة حقهم في المجتمع والإتصال والإشتراك في مناقشة قضاياهم العامة، و توظف نظرية الشأن العام في دراسة أشكال التواصل عبر الشبكات الإجتماعية بإعتبارها بيئة تفاعلية، و من خلال مزاياها فيما يتعلق بإمكانية الوصول غير المشروط للمعلومات و المشاركة في مناقشة كافة المواضيع، فإنه من الممكن أن تقود إلى مزيد من الديمقراطية في المجتمع و مزيد من الإهتمام بقضايا الشأن العام.<sup>1</sup>

#### نظرية المشاركة الديمقراطية:

تمثل مواقع التواصل الاجتماعي بدائل إعلامية تؤكد على دور المستقبل الإعلامي في صناعة مادة الإتصال و تؤسس حقوق المستقبل في الرد و إبداء الرأي و صناعة الموضوعات، و معبرة عن معنى التحرر من الأنظمة المسيطرة و تفترض عدة فروض تتواءم مع الأدوار و الوظائف التي تحققها وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية و هي:

حق المواطن في النفاذ و الوصول إلى وسائل الإعلام و إستخدامها طبقا للإحتياجات التي يحددونها، و أن سبب وجود وسائل الإعلام في الأساس هو خدمة جمهورها، و أن تنظيم وسائل

<sup>1</sup>-لامية طالة: "نظريات شبكات التواصل الاجتماعي و أثرها على وسائل الإعلام التقليدي"، مجلة دراسات إنسانية و إجتماعية، العدد 10، جوان 2019م، ص 180.

الإعلام و محتواها لا يجب ان يكون خاضعا للسيطرة المركزية القوية، و أن وسائل الإعلام التي تتسم بالتفاعل و المشاركة

يتعاطم دورها في المجتمع الديمقراطي من الوسائل التي ينساب مضمونها في إتجاه واحد.<sup>1</sup> تم الاعتماد على ما سبق ذكره من نظريات لتوضيح الدور الهام الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير فبعيدا عن كونها قد أصبحت بديل إعلامي يتميز بسهولة و سرعة الوصول قد أصبحت فضاء عام افتراضي تفاعلي يحضر فيه الرأي و الرأي الآخر و ينقل فيه الخبر بلا حاجز، والتي من شأنها أن تؤدي إلى مزيد من الاهتمام بالقضية الفلسطينية. ونأتي على ذكر النظريات التي اعتمدها في دراستنا فيما يلي:

**نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال:**

من الأهداف الرئيسة لنظرية الاعتماد على وسائل الاتصال تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحيانا تأثيرات قوية و أحيانا أخرى لها تأثيرات غير مباشرة و ضعيفة نوعا ما. و تعتمد فكرة هذه النظرية على استخدامنا لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن و وسائل الاتصال و الطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال و تتفاعل مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع و يشمل هذا أيضا ما تعلمناه من وسائل الاتصال كما أننا نتأثر كذلك بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الاتصال. لذلك فإن أي رسالة نتلقاها من وسائل الاتصال قد يكون لها نتائج مختلفة اعتمادا على خبراتنا السابقة عن الموضوع و كذلك تأثير الظروف الاجتماعية المحيطة.

ويمكن تلخيص هذه النظرية على النحو التالي:

أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي و العاطفي و السلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، و هذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع و التغيير و بالإضافة إلى

<sup>1</sup>-لامية طالة: نفس المرجع، ص 181.

ذلك فإن فكرة تغيير سلوك و معارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال و هذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال و الجمهور والمجتمع.<sup>1</sup>

### نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:

تطبق هذه النظرية و توظف في بيئة الانترنت للإجابة عن السؤال: لماذا يتابع الجمهور الانترنت باعتبارها وسيلة إعلام؟ و لماذا يتابع شبكات التواصل الاجتماعي؟

\* يعتمد الجمهور على مصادر شبكة الانترنت لتحقيق أهدافه المتنوعة، و زيادة الصراعات في المجتمع يزيد من اعتماد الفرد على وسائل الإعلام و بالذات الانترنت لسرعتها في تغطية الأحداث و نشر المعلومات التي لا تنتشر في وسائل الإعلام التقليدية.<sup>2</sup>

### نظرية الاستخدامات و الإشباع:

يرى مؤيدو هذا المدخل أنه و بدلاً من الاهتمام بدراسة ما تفعله وسائل الإعلام بالناس فإن ما ينبغي دراسته هو ما الذي يفعله الناس بوسائل الإعلام، و ساهمت هذه الدراسات في توفير معلومات قيمة عن الجمهور و نتائج عملية الاتصال.

و يحظى مدخل الاستخدامات و الإشباع باهتمام خاص كونه يرى الجمهور متلقي إيجابي و نشط لوسائل الاتصال، حيث لا يكتفي بقياس حجم التعرض لوسائل الاتصال و لكن يهتم أيضاً بما يحصل عليه الأفراد من هذا الاستخدام، أي دراسة تأثير وسائل الاتصال و مضمونها من وجهة نظر الجمهور، و يركز على كيفية إستجابة وسائل الاتصال لدوافع و إحتياجات الجمهور الإنسانية.<sup>3</sup>

### نظرية الغرس الثقافي:

تقوم نظرية الغرس الثقافي على إفتراض أساسي مفاده أن: الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفاز بكثافة يكونون أكثر عرضة لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والنماذج و الأفكار التي يقدمها التلفزيون عن الواقع أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة.

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي: "الرأي العام و نظريات الاتصال"، ط 01، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، 2014م، ص ص 225، 226.

<sup>2</sup> حسنين شفيق: "نظريات الإعلام"، ص 176-184.

<sup>3</sup> حسنين شفيق: مرجع سابق، ص 233.

حيث أن التلفاز يقدم عالما متماثلا من الرسائل الموحدة و الصور الرمزية عن المجتمع بشكل مختلف أو مشابه للواقع.

و أظهرت الدراسات ( 2006م) أن اختبارات الغرس و آثارها يتم تطبيقها على الصحف، و أنه لم يعد هناك أسس لمقارنة الصحافة أمام التلفاز بشأن تكوين الرؤى عن العالم الخارجي.<sup>1</sup>

### 2- مجالات الدراسة.

أ\_ المجال المكاني: تمت هذه الدراسة في جامعة العربي التبسي \_تبسة\_، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية.

ب\_ المجال البشري: تم تحديد المجال البشري لهذه الدراسة بطلبة قسم العلوم الإنسانية من كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، تخصص علوم الإعلام و الاتصال، طور الماستر 01 و 02 تخصصي الاتصال التنظيمي و السمي البصري.

ج\_ المجال الزمني: تم إجراء الدراسة الميدانية خلال شهري مارس و أبريل من سنة 2022م، و قد قمنا خلال هذه المدة بإعداد استمارة الاستبيان و بعد عرضها على الأستاذ المشرف، تم تحكيمها من طرف كل من " الدكتور أكرم بوطورة " و " الدكتور بدر الدين مسعودي " و " الدكتور معمر ربوح"، و بناء على الملاحظات التي قدمت لنا قمنا بإجراء بعض التعديلات على إستمارة الإستبيان، و تلى ذلك عملية التوزيع و من ثم تفريغ البيانات و التعليق على الجداول و إستخلاص النتائج الجزئية و العامة للدراسة.

### 3- منهج الدراسة.

ويعرف عبد الرحمان بدوي المنهج على أنه: " الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل و تحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة المعلومة"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - حسنين شفيق: المرجع نفسه، ص 234-237.

<sup>2</sup> - أحمد بن مرسلي: "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال"، ط 04، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010م، ص 283.

### أ- المنهج الوصفي:

يستخدم المنهج الوصفي في دراسة معظم الظواهر، فالوصف العلمي للظواهر ضرورة لا مناص منها قبل قيام الباحث بالتعمق في تحليل الظواهر و الحصول على تقديرات دقيقة لحدوثها و التعرف على طبيعة علاقاتها.<sup>1</sup>

### ب- المنهج المسحي:

يعرف المنهج المسحي على أنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها و ضعفها. الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها و العلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي و ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات و البيانات المحققة لذلك.<sup>2</sup>

### ج- تبرير استخدام المنهج:

إن الإعتقاد على نسبة التفاعل في تحديد ما إذا كانت الصورة الذهنية سلبية أم إيجابية يصطدم بحقيقة تواجد الآلاف من الحسابات الوهمية ( الذباب الإلكتروني) التي تتفاعل عبر منصات التواصل الإجتماعي أكثر من جمهور المستخدمين ، و بالتالي و حسب إعتقادنا فإن أحسن وسيلة لدراسة الصورة الذهنية في هكذا نوع من القضايا المهمة هي الإعتقاد على منهج المسح بالعينة لجمهور مستخدمين معروف، و متحقق من هويته الإفتراضية، و لهذا اعتمدنا منهج المسح إضافة إلى المنهج الوصفي الذي يعتبر منهج ملازم في معظم الدراسات و الذي يسمح بتقديم صورة أولية عن عناصر الظاهرة و علاقاتها، و لهذا فإننا نرى أن كل من المنهج الوصفي و المنهج المسحي هما ما يناسبان دراستنا هذه.

<sup>1</sup> - محمد سرحان علي المحمودي: "مناهج البحث العلمي"، ط 03، دار الكتب، صنعاء \_ اليمن \_، 2019م، ص51.

<sup>2</sup> - أحمد بن مرسلني: مرجع سبق ذكره، ص ص286، 287.

4- عينة الدراسة.

يمثل طلبة جامعة العربي التبسي- تبسة- مجتمع الدراسة الكلي، و بما أن حجم هذا المجتمع كبير بالنسبة لقدراتنا البحثية فيما تعلق بتفسير و تحليل النتائج و التعليق عليها و بالنسبة للوقت الممنوح لنا لإعداد الدراسة، فإننا قد لجأنا إلى إختيار عينة ممثلة عن هذا المجتمع.

و يعرف مجتمع الدراسة على أنه:"مختلف أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة".<sup>1</sup>

و تعرف العينة على أنها: " نموذج يشمل جزءا من وحدات المجتمع الاصلي المعني بالبحث ، تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج يغني الباحث عن دراسة كل وحدات المجتمع الاصلي".<sup>2</sup>

و قد اعتمدنا في دراستنا على عينة قصدية-العينة العمدية و هي العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات، و هذا لادراكه المسبق و معرفته الجيدة لمجتمع البحث و عناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا، و بالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة"<sup>3</sup>

و تتمثل عينة الدراسة في طلبة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية- تبسة-، قسم العلوم الانسانية، تخصص علوم الاعلام و الاتصال في طور الماستر، و يتمثل حجم العينة النهائي في 195 مبحوث من طلبة الماستر 1، 2 تخصصي اتصال تنظيمي و سمعي بصري.

<sup>1</sup>-محمد عبيدات و محمد نصار و عقلة مبيضين: "منهجية البحث العلمي القواعد و المراحل و التطبيقات"، ط 02، دار وائل للنشر، عمان- الأردن-، 1999م، ص 84.

<sup>2</sup>- عامر قنديلجي: "البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات"، ط 01، دار اليازوري العلمية، عمان\_الأردن، 1999م، ص 137.

<sup>3</sup>- أحمد بن مرسللي: مرجع سبق ذكره، ص 197.



### 5- أدوات جمع البيانات.

#### أ- الملاحظة.

و تعرف الملاحظة عل أنها انتباه مقصود و منظم و مضبوط للظواهرات أو الحوادث أو الأمور بغية إكتشاف أسبابها و قوانينها.<sup>1</sup>

و قد استخدمنا في دراستنا الملاحظة البسيطة و التي تستخدم في الدراسات الاستكشافية حيث يلاحظ الباحث ظاهرة أو حالة دون أن يكون لديه مخطط مسبق لنوعية المعلومات أو الأهداف أو السلوك الذي سيخضعه للملاحظة.<sup>2</sup>

و يمكن القول بأنه يمكن للملاحظة العادية ان تكون هي السبب في لفت انتباه الباحث إلى ظاهرة ما، فيقرر اختيارها و اخضاعها للبحث العلمي.<sup>3</sup>

و التي كونها نتيجة للإستخدام الشخصي النشط على مواقع التواصل الاجتماعي، و ذلك منذ مدة لا تقل عن 5 سنوات، مكنتنا من التعرف على الظاهرة المدروسة و المتمثلة في كون الكثير من التصورات الذهنية ناتجة عن إستخدام هاته المواقع، و أننا أيضا قد نسهم في تكوين المعاني الذهنية حول أنفسنا لدى بقية المستخدمين عن طريق ما نشاركه عبر هاته المنصات. و قد قربت لنا هذه الملاحظة الفكرة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية بدل وسائل الإعلام و أثارت فينا الفضول و الدهشة و الحيرة العلمية.

#### ب- الإستبيان.

يعرف الإستبيان في الأوساط البحثية العلمية تحت عدة مسميات: الإستفتاء، الإستقصاء، الإستبار، و كلها تفيد الترجمة الواحدة للكلمة الأنجليزية Questionnaire.

<sup>1</sup> - رجاء وحيد دويدري: "البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارساته العلمية"، دار الفكر المعاصر\_لبنان\_ و دار الفكر\_سورية\_، 2000م، ص 115.

<sup>2</sup> - ربحي مصطفى عليان و عثمان محمد غنيم: "مناهج و أساليب البحث العلمي النظرية و التطبيق"، ط 01، دار صفاء للنشر و التوزيع، - عمان، 200، ص 114.

<sup>3</sup> - ابراهيم ابراش: " المنهج العلمي و تطبيقاته في العلوم الإجتماعية"، دار الشروق للنشر، عمان - الأردن، -، 2008 م، ص 263.

و يعرف الإستبيان على أنه: "قائمة من الأسئلة يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث للحصول على إجابات تحمل المعلومات و البيانات اللازمة لتوضيح الظاهرة المدروسة و إزالة اللبس عن كل ما يحيط بها، و تكون على شكل بيانات كمية أو في شكل معلومات كيفية تعبر عن مواقف و آراء المبحوثين في قضية معينة".<sup>1</sup>

ولقد استخدمنا في دراستنا الإستبيان الإلكتروني.

نظرا لإرتباط محاور دراستنا الأساسية بجمهور مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي، و ما يحملونه من تصورات ذهنية ناتجة عن هذا الإستخدام، فلقد صممنا إستبياننا مكونا من 03 محاور أساسية كما يلي:

### البيانات الشخصية.

**المحور الأول:** إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي و الإشباعات المحققة منه.

**المحور الثاني:** المعاني الذهنية عبر مواقع التواصل التشكيل و التغيير.

**المحور الثالث:** التصورات الذهنية حول القضية الفلسطينية لدى المستخدمين من عينة الدراسة.

---

<sup>1</sup>-أحمد بن مرسل: مرجع سبق ذكره، ص ص 220، 221.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- أولاً: مدخل حول مواقع التواصل الاجتماعي.
- ثانياً: مدخل حول الصورة الذهنية.
- ثالثاً: القضية الفلسطينية و بروزها على مواقع التواصل.

### تمهيد:

حاولنا من خلال هذا الفصل إزالة اللبس و تقريب المفاهيم الخاصة بمتغيرات الدراسة، و قدّمنا لذلك ما توفر و تيسر لنا من معلومات نظرية تحصلنا عليها و حاولنا وضعها في مجال و نوع الدراسة خاصة ما تعلق بالصورة الذهنية فمعظم المعلومات النظرية حولها مرتبطة بالمؤسسة.. نقدم في هذا الفصل بعض المفاهيم حول متغيرات الدراسة الثلاث مواقع التواصل الاجتماعي، الصورة الذهنية و القضية الفلسطينية.

### أولاً: مدخل حول مواقع التواصل الاجتماعي.

منذ ظهور موقع "ماي سبايس" كأول موقع للتواصل الاجتماعي سنة 2003م تغير مفهوم التواصل و ظهرت الحاجة إلى المزيد من المواقع الإلكترونية لهذا الغرض، فظهر موقع الفايسبوك و توالى من بعده ظهور المزيد من المواقع، و لقد تطبعت هذه المواقع بميزات تكنولوجيا الاتصال من تفاعلية و آنية و عالمية و اشتهرت بسهولة الاستخدام، و مع التطور الذي يشهده العالم و الاعتماد الكبير على مواقع التواصل الاجتماعي أصبح استخدامها متنوع و غير منحصر على التواصل و خاصة في مجال المشاركة السياسية و حشد الرأي العام، و سنستعرض فيما يلي مفهوم مواقع التواصل، نشأتها، و مميزاتها و أهم استخداماتها التي مكنتها من اكتساب شعبية كبيرة إضافة إلى أشهر هذه المواقع و مميزاتها.

#### 1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.

يعرفها "بالاس Balas" على أنها: "برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت ، أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة."<sup>1</sup>

يعرفها "راضي زاهر" بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ، و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين بهذا الموقع ، و يشترك هؤلاء الأفراد في الاهتمامات و الهوايات."<sup>2</sup>

كما تعرفها الباحثة "آستر دايسون Esther Dyson" على أنها : "مواقع إلكترونية تسمح للأفراد التعريف بأنفسهم و المشاركة في شبكات اجتماعية ، كما أنها تسهل عملية إنشاء علاقات اجتماعية مختلفة تتمحور حول مركز اهتمام مشترك، و تتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم البعض ضمن نظام محدد : صداقات ، أعمال مشتركة ، أو تبادل

1- لامية طالة: مرجع سبق ذكره ، ص 175.

2- عايدة علي أبو زايد: "استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي و أثرها في المحافظة على القيم الثقافية"، مذكرة ماجستير في الصحافة، الجامعة الإسلامية - غزة- ، كلية الآداب و العلوم الانسانية، 2016، ص57.

معلومات و غيرها ، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الاعضاء فيما بينهم.<sup>1</sup>

### 2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

يعد مفهوم الشبكات الاجتماعية مفهوماً سوسيوولوجياً (sociological concept) بالدرجة الأولى ، و قد أصبح شائع التداول بعد طرحه لأول مرة من قبل الأنتربولوجي الأسترالي " john Arundel Barnes" في مقال له بعنوان " classand committees in a Nor wegian Islan parish" سنة 1954 م، أين حاول الباحث مقارنة نسيج العلاقات الاجتماعية " social relation hips" التي يقيمها الفاعلون الاجتماعيون "social actors" بينهم و كذا مختلف ميكانيزمات صيانة و تمثين هذه العلاقات و سيرورتها و تأثيراتها على مكونات هذه الشبكات العلائقية.<sup>2</sup>

ويعد موقع زملاء الدراسة "classmates" الذي ظهر في منتصف العقد التاسع من القرن الماضي بمثابة البداية الحقيقية لشبكات التواصل الاجتماعية ، و هذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، و قسم كل ولاية إلى مناطق، و قسم كل منطقة لعدة مدارس و كليات ، جميعها تشترك في هذا الموقع ، ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتسب إليها و يجد زملاءه و يتعرف على أصدقاء جدد و يتفاعل معهم عبر هذا الموقع.<sup>3</sup>

وفي العام 1997 م أطلق الموقع المشهور "six degrees.com" ، الذي أخذ اسمه من عبارة "six degrees of separation" أي ست درجات من الانفصال والتي أخذت من تجربة "العالم

1- بوطالب حمزة: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية ، مج 05، ع02، الجزائر، جويلية 2021، ص443.

2- بن عمرة بلقاسم أمين: "دور الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل الفضاءات العمومية الهامشية الثنائية داخل الحيز الافتراضي"، أطروحة دكتورا في علوم الاعلام و الإتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم-، كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية ، كلية العلوم الاجتماعية ، الجزائر، 2017-2018 ، ص195.

3- فلاح سلامة حسن الصفدي: "إستخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي و الاشباكات المحققة"، مذكرة ماجستير في الصحافة، الجامعة الإسلامية-غزة-، كلية الآداب، 2015م، ص66.

الصغير" ، لعالم النفس الأمريكي في جامعة هارفارد "شافلي مليغرام"<sup>1</sup>، بحيث ركز هذا الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية ، وقد أتاح الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء ، بالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله . تبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال 1997م، وكان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع وقد كانت مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين و الاسيويين "Asianavenue.com" ، وموقع البشر ذوي البشرة السمراء "blackplanet.com" ، و بعد ذلك ظهرت عدة مواقع تواصل اجتماعي لكنها لم تحقق النجاح الكبير بين الأعوام (2000-1999) ، و قد اعتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب في مرحلته الأولى.<sup>2</sup>

و شهد العام 2002م الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي كما نعرفها اليوم ، عندما ظهر موقع "Friendster" في كاليفورنيا من قبل "Jonathan Abrams" ، يقوم الموقع على دائرة الأصدقاء و التقنية المتعددة للأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية ، و سمي بالأصدقاء بسبب دوائر العرض من صور و ملفات الأصدقاء و الأفراد ، و يستخدم على نطاق واسع في آسيا و هو متاح بعدة لغات (الإنجليزية و الصينية و اليابانية و الكورية و الإسبانية) ، و فيه رابط يوفر للمستخدم اختيار اللغة.<sup>3</sup>

و في النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكاي روك skyrock" ، كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل عام إلى شبكة اجتماعية سنة 2007م، و قد استطاع هذا الموقع تحقيق انتشار

- 
- 1- علاء حسين عبد دخيل : " شبكات التواصل الاجتماعي و دورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية " ،مذكرة ماجستير في الاعلام ، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016 ، ص20.
  - 2- الحسين أسعد بن ناصر بن سعيد : " أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات و قيم الشباب من منظور التربية الإسلامية" ، مجلة كلية التربية، مج35 ، ع 169، كلية التربية، جامعة الأزهر، مصر، جويلية 2016 ، ص333-335
  - 3- علاء حسين عبد دخيل: مرجع سبق ذكره ، ص ص 20،21.

واسع ليصل في يناير 2008 م إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.<sup>1</sup>

و قبل ظهور موقع الفيسبوك، انشئء في العام 2007 موقع ماي سبايس my space الأمريكي ، و نمت بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في العام 2006 ، و أهم ما يقدمه تفاصيل الملفات الشخصية و تتضمن عرض الشرائح و مشغلات الصوت و الصورة ،فضلا عن خدمة التدوين .

وفي شباط عام 2004م، انشئء موقع الفيسبوك facebook على يد "مارك زوكربيرغ" في جامعة هارفارد وكانت الفكرة إنشاء موقع اجتماعي يستطيع الطلبة عن طريقه التواصل مع بعضهم.<sup>2</sup>

لكن الدور الكبير الذي لعبته الشبكة في تعزيز المشاركة السياسية جعلتها تنمو و تتسع بسرعة لتحقق شعبية كبيرة خصوصا بين الأجيال الشابة و طلاب الجامعات.

و لما كان من الصعب العثور على فيديوهات لأي حدث أو مشاركتها عبر الانترنت، جاءت فكرة اليوتيوب بواسطة ثلاثة موظفين هم "تشار هيرلي" ، "ستيف تشين" و "جاود كريم" ، وفي 14 فيفري 2005م تأسس الموقع وكانت ولادة الموقع في مدينة "menlo park" في كاليفورنيا بالو.م.أ.

في العام 2006 م ظهر موقع تويتر على يد "جاك درزي jack dorsey" و"بين ستون biz stone" و "إيفان ويليامز evan williams" ويعد خدمة أطلقها شركة "obvious" و التي مقرها سان فرانسيسكو ثم قامت بفصل تويتر كشركة مستقلة تحمل اسم تويتر twitter في أبريل 2007م.<sup>3</sup>

---

1- ليلي أحمد جرار: "الفيسبوك و الشباب العربي"، ط01، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع ،الكويت ، 2012م،ص39.

2- حسين محمود هتمي: "العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعية"، ط01، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الأردن ، ص ص81،80.

3- علاء حسين عبد دخيل: مرجع سبق ذكره، ص ص 22،21.



### 3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

من المميزات التي تجعل من مواقع التواصل الاجتماعي تستقطب العدد الهائل من مستخدميها، ما يلي:

● **التفاعلية** : ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل بين الأفراد المستخدمين لها بحيث يشعرون بالانتماء و التضامن فيما بينهم .

● **التعريف بذات الفرد** : إن استخدام أي موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يتطلب من الفرد المستخدم أن يدلي باسمه و كنيته و تاريخ و مكان ميلاده وغيرها من المعلومات الشخصية التي بإمكانه أن يشاطرها مع أصدقاء آخرين و الذين يشاركونهم و يتشارك معهم في نفس الاهتمامات.<sup>1</sup>

● **العالمية** : حيث تلغي الحواجز الجغرافية و المكانية و تتحطم فيها الحدود الدولية ، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع فرد في الغرب ببساطة و سهولة.<sup>2</sup>

● **سهولة الاستخدام** : فالشبكات الاجتماعية إلى جانب استخدامها للحروف و اعتمادها على اللغة البسيطة ، فهي كذلك تستخدم الرموز و الصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته و التفاعل مع الآخرين .

● **اقتصادية الجهد و الوقت و المال** : في ظل مجانية الاشتراك و التسجيل ، فجميع الأشخاص باستطاعتهم امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي ، و ذلك ليس حكرا على من يمتلك الأموال أو حكرا على جماعة معينة دون أخرى .

● **تعدد الاستعمالات** : مواقع التواصل الاجتماعي سهلة و مرنة يمكن استخدامها في ميادين متعددة من بين ذلك أنه يمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم و العالم لنشر علمه و تعليم الناس و الكاتب للتواصل مع القراء و لأفراد المجتمع للتواصل فيما بينهم.<sup>3</sup>

1- بن كحيل شهرزاد: "الممارسات اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي"، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع الثقافي ، قسم علم الاجتماع ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة وهران -02-، الجزائر، 2014م-2015م ، ص 69.

2- توتاوي صليحة: "إستخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي و انعكاساتها على العلاقات الأسرية"، مذكرة ماجستير في علم النفس الأسري ، قسم علم النفس و علوم التربية و الأروطوفونيا ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة وهران -02- ، الجزائر، 2014م-2015م، ص81.

3- زكريا طفياني و العيد زغلامي: "الاعلام الجديد و خاصية الشبكات الاجتماعية في الفضاء العمومي الافتراضي" ، المجلة الجزائرية للعلوم الانسانية و الاجتماعية ، مج08، العدد01، 2020 ، ص ص149،150.

• و أيضا توفر الألعاب و الموسيقى و تهتم بالسياسة و الصحة و الثقافة و غيرها من المجالات التي تجذب اهتمام الفرد المستخدم لها.<sup>1</sup>

كما أشار "jonat hanobar" و "steve Wildman" إلى أن أهم ما يميز مواقع التواصل الاجتماعي هو أنها :

• تطبيقات تفاعلية تستند إلى الويب 2.0.

• أنها منصات تتيح تداول المحتوى الذي ينشئه المستخدم كالتصوص و التعليقات و الصور و الفيديوهات و غيرها .

• أنها تتيح للمستخدمين إنشاء بروفيلات تقدم خدمات خاصة ، و تسمح بتطويرها و متابعتها.

• أنها مواقع تعمل على تسهيل تطوير و صيانة الشبكات الاجتماعية على الانترنت من خلال ربط الملف الشخصي للمستخدم مع أفراد و جماعات أخرى.<sup>2</sup>

#### 4- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي :

لقد أحدثت الشبكات الاجتماعية ثورة في الاتصال و ذلك لجمعها لملايين من المستخدمين الذين يتبادلون كمية هائلة من المعلومات، فقد تميزت المواقع الاجتماعية بتركيزها على بنية العلاقات وأهميتها، ابتداءا من التعارف و انتهاء بالعلاقات الوثيقة، وساعد في نجاح ذلك عدة عناصر تقوم بتوفيرها وسائل و شبكات التواصل الاجتماعي نذكر منها :

-يستطيع المستخدم التحدث مع الكثير من الناس في وقت واحد.

-يستطيع المستخدم التحدث مع أناس مشابهين له من حيث المصالح و الانتماء الديمغرافي .

-تعد شبكات التواصل الاجتماعي حرية التعبير الذاتي عن الاهتمامات و الآراء.

-السبب الذي جعل وسائل التواصل الاجتماعي فريدة من نوعها أنها تمكن المستخدمين من

توضيح و إبراز شبكاتهم الاجتماعية و يمكن أن يؤدي إلى إتصالات بين أفراد لا يمكن أن يكون بينهم أي اتصال لولاها.<sup>3</sup>

1- بن كحيل شهرزاد : مرجع سبق ذكره ، ص 69.

2- بن عمرة بلقاسم أمين : مرجع سبق ذكره، ص200.

3- علاء حسين عبد دخيل: مرجع سبق ذكره، ص ص22،23.

-من الممكن لمواقع التواصل الاجتماعي ، إذا وظفت بشكل صحيح أن تسهم في إعلاء قيم المعرفة و النقد و المراجعة و حوار الذات وهي القيم التي ينطلق منها اي مشروع تنموي ثقافي.

-كما تعد مواقع التواصل الاجتماعي إعلاما بديلا و يقصد به الموقع الذي يمارس فيه النقد و يولد فيه أفكارا و أساليب لها أهميتها ، و أيضا طرقا جديدة للتنظيم و التعاون و التموين بين أفراد المجتمع ، وربما الأكثر أهمية يشير إلى أن البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية و التوترات بين السيطرة و الحرية و بين العمل و البطالة و بين المعارضة و الحكومة و من ثم يتضاءل البديل إلى أن يصبح نمطا للاتصال الجماهيري.

-و يمكن أن تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوفرة لدى الانسان و يوجهها للبناء و الإبداع في إطار تطوير القيم و إحلال الجديد من قيم و سلوك و زيادة مجالات المعرفة للجمهور، و ازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني و تقبلهم للتعبير ، و بهذا فإن الاتصال له دور مهم ليس في بث المعلومات بل تقديم شكل الواقع و استيعاب السياق الاجتماعي و السياسي الذي توضع فيه الأحداث.<sup>1</sup>

### 5- خدمات مواقع التواصل الاجتماعي:

**الملفات الشخصية Profile page:** من خلاله يمكن التعرف على المعلومات الأساسية عن الشخص مثل الجنس ، تاريخ الميلاد ، البلد ، الاهتمامات و غيرها ..، فمن خلاله أيضا يمكن مشاهدة نشاط الشخص .

**الأصدقاء أو العلاقات Friends/connections:** أي الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص (المستخدم) لغرض معين ، و يطلق عليهم مسمى أصدقاء ، و في بعض المواقع الخاصة ب المحترفين تسمى اتصال أو علاقات.

**ارسال الرسائل:** تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أو لم يكن .

1- وسام طایل البشاشة: "دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي و اشباعاتها -فيس بوك و تويتر"، مذكرة ماجستير في الصحافة و الإعلام ، كلية الاداب و العلوم ، جامعة البتراء ، الأردن ، 2012م- 2013 م، ص ص26،27.

**اللبومات الصور:** حيث يمكن للمستخدم إنشاء عدد لا متناهي من اللبومات و رفع مئات الصور و إتاحة مشاركة هذه الأخيرة مع الأصدقاء للإطلاع عليها و التعليق حولها .

**المجموعات Groups:** تتيح كثير من مواقع التواصل الاجتماعي هذه الخاصية ، أي إنشاء مجموعة بمسمى معين و أهداف محددة<sup>1</sup>، قد تكون خاصة أو عامة.

**الفيديو video:** بحيث تمكن المشترك من تحميل و تنزيل فيديوهات سواء كانت خاصة به و بحياته الشخصية أو أغاني مصورة أو أي مضمون آخر يفضل مشاركته مع أصدقائه.

**الأحداث المهمة Events:** تتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما و أخبار الأصدقاء به.

**خدمات المدونات Bolger:** أصبحت هذه الخاصية متوفرة على كل مواقع التواصل الاجتماعي ، أي إمكانية التدوين من خلال الموقع بحيث توفر للمستخدم إعداد ملف كامل عنه و عن حياته و عن اهتماماته من خلال إرسال رسائل قصيرة مشابهة لرسائل ال SMS في الهاتف المحمول.<sup>2</sup>

### 6- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي :

تختلف تقسيمات الشبكات الاجتماعية بتعدد الباحثين و المهتمين بهذا الباب و ذلك بأن لكل منهم طريقته في التقسيم فمنهم من قسم هذه الشبكات تبعاً للخدمة المقدم أو الهدف من إنشائها إلى الأنواع التالية:

• تقسيم الشبكات حسب الاستخدام و الاهتمام إلى ثلاث أنواع رئيسية هي :

**شبكات شخصية:** لشخصيات محددة و أفراد و مجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف و إنشاء صداقات بينهم مثل Facebook.

**شبكات ثقافية:** تختص بفن معين و تجمع المهتمين بموضوع أو علم معين مثل librarything.

---

1- حسنين شفيق : " مواقع التواصل الاجتماعي أدوات و مصادر التغطية الإعلامية "، د ط، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع ، مدينة السادس من أكتوبر ، 2014، ص81.

2- فلاح سلامة حسن الصفدي: مرجع سبق ذكره، ص 70-72.

شبكات مهنية: تهتم و تجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق بيئة تعليمية و تدريبية فاعلة مثل .linkde in

• كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات و طريقة التواصل إلى ثلاث أنواع أيضا:

شبكات تتيح التواصل الكتابي (المراسلات الشخصية).

شبكات التواصل الصوتي.

شبكات التواصل المرئي<sup>1</sup>

أما اليوم فإن هناك من مواقع التواصل الاجتماعي ما تجمع بين الأنواع الثلاثة بحيث تتيح التواصل الكتابي و الصوتي و المرئي في آن واحد.

• تم تقسيمها أيضا إلى قسمين:

شبكات وطنية خاصة **internal social networking** : تتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلقا أو خاص يمثل الأفراد داخل الشركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة و يتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط و ليس غيرهم من الناس للدخول الموقع و المشاركة في أنشطته من تدوين و تبادل إرضاء و ملفات و حضور اجتماعات و الدخول في مناقشات مباشرة و غيرها من الأنشطة مثل شبكة .Linked in.

شبكات خارجية عامة **externalsocial networking**: وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الانترنت بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة و يسمح فيها للعديد من المستخدمين في المشاركة الأنشطة بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع و تقديم نفسه مثل شبكة<sup>2</sup> .facebook

1-توتاوي صليحة: مرجع سبق ذكره،ص 77..

2- نفس المرجع ، ص 78..

• كما يقسمها "مانويل بلوش" إلى أربع أنواع :

الشبكات الاجتماعية: توجد المهنية مثل لينكد إن و غير المهنية مثل الفايسبوك ، و تعبر هذه المواقع وسيلة لتبادل المعلومات بين الأفراد .

شبكات الميديا: منها اليوتيوب Youtube، و الانستغرام instagram، و تساعد هاته المواقع على تبادل الوثائق صوتا و صورة .

Crowsour cing: هي مواقع يؤسسها الجمهور مثل ويكيبيديا Wikipedia حيث تخضع فيها المضامين للمراقبة من قبل الجمهور .

الشبكات الإخبارية و المدونات: نذكر منها تويتر Twitter، و فريند فيد Friendfeed، و هي مواقع تتناول الأخبار بطريقة مقتضبة<sup>1</sup>

### 7- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي:

• **التواصل الاجتماعي:** و يعتبر الاستخدام الأبرز يسعى مستخدميه هذه المواقع إلى التفاعل والتواصل مع الآخرين .

• **التدوين و النشر الإلكتروني :** بحيث توفر فرصة للمستخدمين لنشر أفكارهم و آرائهم و التعبير عنها بحرية ، أيضا تدوين ملاحظاتهم و تعليقاتهم ومتابعتهم للأحداث عبر خاصية التدوين المصغر التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي.

• **البحث عن وظائف :** إن مواقع التواصل الاجتماعي باتت من بين أكثر الوسائل شعبية للبحث عن وظائف في منطقة الشرق الأوسط .

• **الإعلان من خلال مواقع التواصل الاجتماعي :** تستخدم وبشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري من خلال خاصية الصفحات pages التي تتوفر في مختلف المواقع ، نظرا لأنها مجانية و توفر فرصة الانتشار الواسع في كافة المناطق .

---

1- نهى بلعيد: "تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 17، تونس، 2015م، ص11.

- الاستخدامات الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي:
  - منبر حر للتعبير عن الآراء : حيث أصبح التعبير عن الآراء و نشر المقالات و الأخبار بحرية بعيدا عن الرقابة الموجودة على وسائل الإعلام التقليدية.
  - وكالة أنباء و مواقع إعلامية: تم استخدامها لإنشاء وكالات أنباء تنشر أخبارها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك مثل: شبكة قدس بفلسطين QNN.
  - مصدر للأخبار و المعلومات: فقد أصبحت وسائل الإعلام تستخدمها كمصدر للأخبار، و تنقل منها التصريحات من خلال صفحات المستخدمين و تدويناتهم .
  - الممارسات السياسية : إن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه و توجهاته، و مختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا التي تتيح له التعبير عن آرائه معتقداته و أفكاره السياسية
  - الاستخدامات التعليمية : يستفيد منها المستخدم من خلال الاطلاع على المواد التعليمية كالمحاضرات و الفيديوهات المصورة التي تتيحها شبكة اليوتيوب و المجموعات العلمية التي يوفرها الفايسبوك ، و تقدم هذه المواقع أيضا الفرصة للتواصل مع الطلاب الآخرين و المعلمين و الإداريين و الخريجين سواء داخل أو خارج المؤسسة التعليمية.
  - الاستخدامات الدعوية: فتحت الشبكات الاجتماعية الباب للتواصل و الدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين باختلاف لغاتهم ، أجناسهم و بلدانهم و أصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة و مواقعهم الشرعية ، و هو انتقال إيجابي للتواصل العالمي في ظل الانغلاق الإعلامي في كثير من الدول .
- و في ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر و تقولب الداعية و العالم على قوالب جامدة و تتميز الدعوة عن طريق هذه الشبكات بالعالمية و الفورية و التحديث المستمر مع كسر حاجز الوقت و المكان و السهولة في الاستخدام و التواصل و التوفير في الجهد و التكاليف.<sup>1</sup>

---

1- صلاح محمد أبو صلاح: "استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي و الإشباع المتحققة"، مذكرة ماجستير في تخصص صحافة، قسم الصحافة و الإعلام ، كلية الآداب ، الجامعة الإسلامية - غزة - فلسطين، 2014، ص 92-98.

### 8- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- سهولة التعارف و التواصل بين البشر ، فقد حققت هذه الوسائل قفزة مجتمعية في التعارف و الاتصال بين الشباب العربي .
- إبراز الفردية و انعدام الوصاية في الاختيار و التعبير و النشر ، حيث يستطيع أي شخص يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي دون أي وصاية في طرح أفكاره و آرائه و يتلقى تعليقات عليها و يناقش أصحابه فيها .
- أضحت وسائل التواصل الاجتماعي ملاذ الأقليات و المستضعفين ، فبعض الأقليات في الدول العربية استطاعت أن تستفيد من الفراغ الافتراضي ، و أنشأت صفحات إلكترونية بأعداد كبيرة في كل وسائل التواصل الاجتماعي لشرح مطالبها و ما تتعرض له من اضطهاد ، الأمر الذي دفع بكثير من المنظمات الدولية إلى الاهتمام بهذه الأقليات و الدفاع عنها .
- نشر الوعي و السهولة و السرعة في تداول المعلومات فبعض المدونات و المنتديات توفر معلومات عن القضايا و الموضوعات المثارة ، و تعمل وسائل التواصل الاجتماعي في هذه الحالة مثل طريقين ذو اتجاهين تضم من نشر المعلومة و من يستفيد منها ، مع تبادل الأدوار .
- صقل المعرفة و زيادة الثقافة ، من خلال التواصل مع ثقافات جديدة و أخرى غير معروفة ، و كذلك فإن النقاش الذي يدور في فلك هاته الوسائل يثقل المعرفة .
- التسلية و الترفيه ، و ذلك نظرا لتنوع ما تبثه مواقع التواصل الاجتماعي من أفلام و فيديوهات و موسيقى و أغاني .
- التجارة الإلكترونية : حيث تقوم شركات كثيرة بعرض منتجاتها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- كسر احتكار الدولة لوسائل الإعلام ، فكل ما قدمته وسائل التواصل الاجتماعي و ما توفر لها من حرية إعلامية البث المرئي أو المسموع أو نشر الآراء و الأفكار دون تدخل الدولة و أجهزتها المعنية .
- أصبحت وسائل الإعلام منبر من لا منبر له فكل من لا يملك القدرة على الظهور في وسائل الإعلام المختلفة ، يستطيع بث ما يريد على وسائل التواصل الاجتماعي.<sup>1</sup>

1- جمال سند السويدي: "وسائل التواصل الاجتماعي و دورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك" ، ط4، د ن، د.ب ن، 2015، صص 27، 28.



### 9- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

على الرغم من إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن لها العديد من السلبيات و التي يمكنها حصرها فيما يلي :

- بث الأفكار الهدامة و الدعوات المنحرفة و التجمعات الفاسدة و المفسدة ، خاصة وأن أكثر رواد شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب مما يسهل إغرائهم و إغوائهم.
- عرض المواد الإباحية و الفاضحة و الخادشة للحياء .
- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التشهير و المضايقة والتحايل و الابتزاز و التزوير .
- انتهاك الحقوق الخاصة أو العامة للأفراد أو الشركات أو الموقع.
- إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يعطل الكثير من الأعمال.
- ظهور لغة جديدة بين الشباب ، حيث أن الحروف تحولت إلى رموز .
- التعرض للجرائم الإلكترونية.
- فتور الحس الأخلاقي، و ذلك نتيجة الكمية الهائلة من المعلومات المليئة بالدمار و العنف مما يجعلها أمرا مألوفا.<sup>1</sup>

### 10- دور مواقع التواصل الاجتماعي :

- تعد الشبكات الاجتماعية موردا جديدا هاما لتنظيم و تنفيذ و نجاح الحركات الاجتماعية و المشاركة المعبرة لأعضائها حيث تعطي لهم الفرصة للتعبير عن حياتهم الاجتماعية.<sup>2</sup>
- و قد برز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة بالإضافة إلى تزويد الشعب بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي العام في المجتمع ، كما أنها تلعب دورا هاما في خلق التماسك بين جميع أفراد بين جميع أفراد الشعب في المواقف السياسية

1- ترنيم زهدي يوسف خاطر : "إعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، مذكرة ماجستير في تخصص صحافة ،قسم الصحافة و الإعلام ، كلية الآداب ، الجامعة الإسلامية-غزة-،2015، ص 28-83.

2- ايناس السعيد ابراهيم : " السوشيال ميديا و آثارها على المجتمع" ط01، دار العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2019، ص91.

الهامة<sup>1</sup>، فالمرود البارز للشبكات الاجتماعية يتجلى بوضوح في النواحي السياسية و يمكن التدليل على ذلك في ثلاثة محاور يتمثل الأول في تعبئة الرأي العام و يتمثل المحور الثاني في ممارسة قضايا المواطنة و الثالث في تفعيل دور المجتمع المدني.<sup>2</sup>

• و قد أكدت الأحداث الأخيرة في كل من مصر و تونس على الدور القوي لمواقع التواصل الاجتماعي على الصعيد السياسي.<sup>3</sup>

• أدى التطور التكنولوجي و التحديث المستمر لمواقع التواصل الاجتماعي و تعدد الوظائف و الخدمات و طريقة انتقال المعلومة إلى بروز ظاهرة صحافة المواطن أي أن المواطن يمارس الصحافة عبر هذه المواقع من منطلق إيصال صوت المواطن كما هو دون تحريف من طرف و سائل الإعلام الخاضعة لضغوط السلطة ، و كذلك من منطلق سياسي بديمقراطية حرية التعبير و المشاركة و تقديم النقل المباشر بكل ما يعرض على الساحة الإعلامية و السياسية و الاجتماعية.<sup>4</sup>

• بهذا أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا أصيلا من مصادر الأخبار لكثير من روادها و هي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول و بصياغة فردية حرة غالبا لا احترافية و لاستخدامات مختلفة.<sup>5</sup>

- 1- رأفت مهند عبد الرزاق: " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي " مذكرة ماجستير في تخصص الإعلام ، قسم الصحافة و الإعلام، كلية الآداب و العلوم ، جامعة البتراء الأردنية ، الأردن ، 2013، ص 50.
- 2- جبريل بن حسن العريشي و سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري: "الشبكات الاجتماعية و القيم رؤية تحليلية"، ط 01، دار المنهجية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015، ص 27.
- 3- حسن السوداني و محمد منصور: "شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيرها على جمهور المتلقين"، ط 01، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2016، ص 125.
- 4- عبد الباسط هويدي و فرحات بلقاسم: "شبكات التواصل الاجتماعي و أثرها على الممارسات الاعلامية التقليدية في تغطية الحراك الاجتماعي بالجزائر"، مجلة الاعلام و المجتمع، المجلد 13، العدد 02، ديسمبر 2019، ص 37.
- 5- صالح العلي: "مهارات التواصل الاجتماعي أسس و مفاهيم و قيم"، ط 01، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015، ص 124.

### 11- أشهر مواقع التواصل الاجتماعي :

#### الفايسبوك :

#### مفهومه:

تأسس الموقع في العام 2004م، على يد الطالب الأمريكي في جامعة هارفارد "مارك زوكربيرغ" و سماه فيسبوك و معناه كتاب الوجوه.<sup>1</sup>

يعرفه Sherry kinkoph Gunter الباحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي بأنه: " واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية ، يمثل مجتمع دولي على الانترنت و هو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم البعض من خلال تبادل الصور و أشرطة الفيديو ، و غيرها من المعلومات ، و الاتصال بشكل عام مع الأصدقاء و العائلة و زملاء العمل و الدراسة و غيرهم."<sup>2</sup>

#### مميزاته:

للفايسبوك العديد من الميزات التي جعلته يتصدر قائمة المواقع من حيث عدد المستخدمين له نذكرها فيما يلي :

- مجانية الاشتراك .
- البحث عن الأصدقاء القدامى و التعرف عليهم و مراسلتهم.
- يتيح للفرد بوجود صفحة شخصية و يمكنه وضع فيها ما يشاء و تحديد من يسمح لهم بمشاهدة من فيها .
- يتيح إمكانية تكوين مجموعات أو الاشتراك فيها (تتحدث عن أمر معين).<sup>3</sup>

1- فلاح حسن الصفدي: مرجع سبق ذكره، ص73.

2- مؤيد نصيف جاسم السعدي : " الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفايسبوك " ، ص01، ألفا للوثائق ، الجزائر-قسنطينة-، 2016، ص162.

3- ياس خضير البياتي : " الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة" ، ط 01، دار البداية ناشرون و موزعون ، عمان ، 2014، ص393.

و هذه المجموعات قد تكون مفتوحة أو مغلقة خاصة أو عامة ، و يتيح امكانية التعليق و التفاعل مع المنشورات.

للفايسبوك مميزات أخرى تأتي على ذكرها فيما يلي:

- **لوحة الحائط wall:** و هي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- **النكز Pokes:** وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به .
- **سمة الصور photos:** تمكن المستخدم من تحميل الألبومات و الصور من أجهزتهم إلى الموقع .
- **الحالة status:** تتيح للمستخدم إمكانية إبلاغ أصدقائه بمكانه و ما يقوم به في الوقت الحالي .
- يتيح للمستخدم إرسال هدايا gifts افتراضية إلى أصدقائهم .
- **السوق market place** و هي خاصية تتيح للمستخدم نشر إعلانات مجانية مثلا كعرض سلع للبيع.<sup>1</sup>

**التويتتر:**

**مفهومه:**

هو موقع تواصل اجتماعي يقدم خدمة تدوين مصغر و التي تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات برسالة لا تزيد على 140 كلمة للرسالة الواحدة و ذلك مباشرة عن طريق موقع تويتتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برنامج المحادثة الفورية أو التطبيقات الأخرى مثل الفايسبوك ، و تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ، و يمكن للأصدقاء مباشرة من صفحاتهم الشخصية أو زيارة ملف المستخدم ، و كذلك يمكن استقبال الردود و التحديثات عن طريق البريد الالكتروني.<sup>2</sup>

---

1- حسنين شفيق: "مستجدات الإعلام الجديد و التحولات المستقبلية"، د ط، دار فكر و فن للطباعة و للنشر و التوزيع ، مدينة السادس من أكتوبر ، 2014، ص ص 89،90.

2- لبنى خليل عامر: "درجة استخدام المرشدين التربويين لشبكات التواصل الاجتماعي و علاقته بالرضا المهني لديهم"، مذكرة ماجستير في تخصص الإرشاد النفسي و التربوي ، كلية العلوم التربوية و النفسية ، جامعة عمان العربية ، عمان ، 2017، ص 15 .

و كان هذا الموقع قد أطلق في جامعة هارفارد في العام 2006م كمشروع تخرج لكل من "جاك درزي jack Dorsey" و"بين ستون Piz Stone" و"يفان ويليامز Evan williams".<sup>1</sup>

**مميزاته:** للتدوين عبر موقع التويتر مميزات مفيدة و عديدة نذكر منها :

- سهل و سريع فبمجرد إدخال البريد الالكتروني تصبح مشتركا في الموقع.
- محمول و متحرك أي يتيح أدوات التدوين و إرسال الرسائل و الصور القصيرة عبر الهاتف المحمول ، وهو مجاني يكفي الاتصال بالانترنت للدخول إليه.
- الفورية : فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث و تبدي رأيك فيه فوراً ، أيضا هذه الخاصية مكنت من نقل التصريحات و الأخبار العاجلة .
- أداة تسويق فقد أصبحت و المعلنين لتستخدم تويتر الترويج لمنتجاتهم و عروضهم الجديدة
- شعار مميز : يوفر تويتر إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين ، قد يكون بلغة برمجة مثل جافا مما يعطي طابعا شخصيا و موثقا
- ميزة التتبع : أي تتبع لمدون معين على الموقع لكي تصل تدويناته أولا بأول.<sup>2</sup>
- الهاشتاغ و يرمز له بالرمز # و يستخدم لتصنيف الموضوعات و الاحداث الجارية.<sup>3</sup>

---

1- حسن قطيم طماح المطيري: "الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي"، مذكرة ماجستير في تخصص الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، عمان ، 2013، ص 30.

2- خولاء غانم المري: "تأثير التويتر على طبيعة عمل عينة قصدي من الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية"، مذكرة ماجستير في تخصص الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، عمان ، ايار 2016، ص ص44،43.

3- أحمد حمود مفضي الشمري: "إعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد"، مذكرة ماجستير و تخصص الإعلام ، قسم الصحافة ، كلية الإعلام ، جامعة اليرموك ، 2017، ص58.

الانستغرام :

مفهومه:

تم انشاؤه من طرف "مايك كريجر" و "كيفن سيسترون" عام 2010 م.<sup>1</sup>

يعد الإنستغرام أحد أبرز تطبيقات التواصل الاجتماعي ، و هو عبارة عن تطبيق يسمح للمستخدم بأخذ صور و إجراء التعديلات الرقمية و الفلاتر عليها حسب الرغبة ثم مشاركتها مع الأصدقاء ، اذ يقدم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.<sup>2</sup>

مميزاته:

ومن مميزات هذا الموقع ما يلي :

- يتيح موقع الانستغرام إمكانية نشر و تحميل الصور ومقاطع الفيديو ومشاركة الأحداث المهمة في حياة المستخدم عبر تصوير الصور و نشرها في الموقع و إضافة مؤثرات صورية إليها تجعل تلك الصور جميلة مع إمكانية مشاركتها في مواقع التواصل الاجتماعية الأخرى.
- يقدم موقع الانستغرام ميزة التتبع للأشخاص الذين يريد المستخدم أن يرى حالاتهم و منشوراتهم من الصور و الفيديو .
- يتيح موقع انستغرام امكانية الاعجاب بالصور ومقاطع الفيديو عبر الضغط على "القلب" الموجود أسفل الصورة أو مقطع الفيديو .
- يتيح الإنستغرام إمكانية التعليق على الصور و مقاطع الفيديو التي تنشر من قبل المستخدمين، مع إمكانية الرد على التعليق.

---

1- ماطر عبد الله حمدي : "إعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات"، مذكرة ماجستير في تخصص الإعلام، قسم الصحافة و الاعلام ، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، عمان ، 2018، ص31.

2- سعد سلمان المشهداني و فراس حمود العبيدي: "مواقع التواصل الاجتماعي و خصائص البيئة الإعلامية الجديدة"، ط 01، دار أمجد للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2020، ص104.

- يعمل موقع انستغرام على مساعدة الاشخاص في إيجاد الأصدقاء وذلك من خلال العثور على أصدقاء الفيس بوك الذين يمتلكون حسابا على موقع الانستغرام.
- يتيح موقع انستغرام إمكانية تعديل الملف الشخصي للمستخدم من خلال إضافة أو تحديث المعلومات و البيانات الشخصية ،أو كتابة نبذة مختصرة عن المستخدم .
- يوفر موقع انستغرام ميزة الإشعارات بحيث يتم تنبيه المستخدم حول التعليقات و الإعجابات التي تحصل عليها الصور المنشورة أو طلبات المتابعة الواردة من المستخدمين لهذا لموقع الانستغرام.
- يتيح الموقع خاصية جعل الحساب خاص أي لا يمكن للمستخدمين الاطلاع عليه إلا إذا كانوا من المتابعين ، أيضا يتيح هذا الموقع إمكانية ربط حساب الانستغرام مع حسابات المستخدم في مواقع أخرى.<sup>1</sup>

### اليوتيوب :

### مفهومه:

موقع ويب متخصص بمقاطع الفيديو، وهو موقع متفرع من "موقع google" و يتيح هذا الموقع للمشاركة إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع فيديو و هناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه و يزوره الملايين يوميا كما تستفيد منه وسائل الاعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها كما يستفيد مرتادي الفيسبوك من مقاطع الفيديو و عرضها على صفحاتهم اليومية.<sup>2</sup>

---

1- محمد الأمين أحمد عبد مرزوك الجنابي: "مواقع التواصل الاجتماعي و الحراك الشعبي الاعتماد المتبادل"، د ط، المركز الديمقراطي العربي (ألمانيا - برلين) للنشر ، ألمانيا - برلين-، 2020، ص 81-83.

2- لبنى خليل عامر ، مرجع سبق ذكره، ص15.

وقد تأسس في فيفري 2015م بواسطة 3 موظفين في شركة "باي بال" و هم "تشاو هيرلي" ، "ستيف تنشن" و "جاود كريم".<sup>1</sup>

### مميزاته :

يعد موقع اليوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي ، و ذلك بسبب مزاياه المتعددة و أهمها:

• عالم مجاني تستطيع من خلال هذا الموقع تحميل و تنزيل ما تشاء و تحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أو ترويحية ، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط مع الالتزام بشروط التحميل .

داعم لتحميل الأفراد يوفر الموقع خدمات لمساحة غير محدودة نستطيع من خلاله تحميل الأفراد من جميع الأنواع و الأغاني و تحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم ، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة و المسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.

• سهل الاستعمال من قبل العامة ، فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل و تنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع و يوفر أدوات داعمة لذلك.

• سهل المشاهدة بمجرد الضغط على وصلة القلم فانك تستطيع مشاهدة بثه حيا و مباشرة من المواقع بل تستطيع أن تحتفظ به.

• سهل البحث: فالموقع يوفر محرك خاص به ، و يمكنك أن تبحث عن عنوان الفلم أو الحدث و من ثم مشاهدته.

• الرقابة: يسمح الموقع بتحديد من يشاهد الفلم، حيث تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين أو العامة فكل ذلك يظهر محركات البحث كغوغل.<sup>2</sup>

---

1- عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد: " وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي" ، مذكرة ماجستير في تخصص ارشاد نفسي ، قسم التربية و الدراسات الإنسانية ، كلية العلوم و الاداب ، جامعة نزوى ، 2014م-2015م، ص27.

2- نفس المرجع ، ص ص 27، 28 .



الواتساب :

مفهومه:

تم إنشاء الواتس اب في 2009م من قبل "جان كوم jan com" و "بريان أكتون Brian acton" ، والذان قضيا حوالي 20 سنة لدى ياهو.<sup>1</sup>

الواتساب هو تطبيق يتم تنزيله عن طريق متجر الانترنت المتوفر على جميع الهواتف الذكية ، حيث يسمح للعديد من الأشخاص بالتواصل من خلال الرسائل المكتوبة أو المسموعة أي تسجيل الصوت ، و يشترط في ذلك أن يكون الطرف الآخر يمتلك هذا التطبيق على جهازه ..و يستخدم كوسيلة تواصل سهلة و سريعة بين الأصدقاء والأهل سواء كانوا قريبين أم بعيدين و هو تطبيق مجاني.<sup>2</sup>

مميزاته:

انتشر تطبيق الواتساب في الفترة الأخيرة بشكل مذهل ، فهو أكثر وأهم التطبيقات المستخدمة في الهواتف الذكية على مستوى العالم ، فقد أكدت الأبحاث أنه يتم إرسال 18 مليار رسالة من خلال برنامج الواتساب ، و من مميزاته ما يلي:

- يساهم في تقريب المسافات بين الأهل والأصدقاء، حيث يستخدمه عدد كبير من الأشخاص المسافرين و الذين لا يستطيعون التواصل بشكل مستمر مع الأهل والزوجة والأبناء.
- يلجأ البعض لاستخدام تطبيق الواتساب لأنه خدمة مجانية توفر فواتير الهاتف التي أصبحت مرتفعة جدا.
- التخصيص: مثل تطبيق الدردشة على شبكة الإنترنت، حيث يمكن للمستخدمين تغيير وتعديل وضعهم إلى ما يريدون.

---

1-وسيم شفيق الحجار : " النظام القانوني لوسائل التواصل الاجتماعي (واتساب ، فايسبوك ، تويتر)"، ط 01، المركز العربي للبحوث القانونية و القضائية ، لبنان -بيروت-، 2017، ص22.

2-فاطمة عبد الرزاق الربابعة : " تصورات طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة اليرموك حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الإجتماعية"، مذكرة ماجستير في تخصص تقنيات التعليم ، جامعة اليرموك، كلية التربية، قسم المناهج و التدريس ، الأردن ، 2016، ص ص 13،12..

- يتم من خلال هذا التطبيق إرسال العديد من الصور والفيديوهات والرسائل الصوتية والوسائط المتعددة إلى الأصدقاء بشكل فردي أو جماعي وبرسالة واحدة.
- يلتقط تطبيق الواتساب الصور عبر كاميرا الهاتف وإرسالها مباشرة، وكذلك الحال مع ملفات الفيديو والرسائل الصوتية.
- يعتبر برنامج الواتساب من أسهل وأبسط التطبيقات استعمالاً .
- يستخدم البعض هذا التطبيق لتبادل الأفكار والمعلومات والآراء.
- يغني برنامج الواتساب عن استخدام الرسائل القصيرة المكلفة.
- للبرنامج استخدامات متعددة تعتمد على هدف المستخدم، يلجأ إليه البعض لكونه مجاني فهو بديل عن الرسائل القصيرة، في حين أن البعض الآخر يعتبره وسيلة لتبادل المعلومات والآراء وعرض الأفكار والمواهب.<sup>1</sup>

1- عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد ، مرجع سبق ذكره، ص29.

### ثانيا: مدخل حول الصورة الذهنية.

يبني الفرد مجموعة من الأفكار و المعتقدات من خلال تجاربه الخاصة و يتأثر في ذلك بما يراه أو يسمعه من الآخرين أو من وسائل الاعلام و وسائل التواصل...

و يكون المستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي مجموعة من التصورات حول المستخدمين و بما يشاركونه حول أنفسهم، و يسعى من قبيل التفاعل إلى تقديم نفسه لبقية المستخدمين و هو بذلك يكون عن نفسه آراء و معتقدات لديهم...

كما أن المشاركة و التفاعل مع المواضيع المطروحة عبر منصات التواصل الاجتماعي يساهم في تحديد و معرفة اهتمامات المستخدم و نظرتة للموضوع أو القضية أو حتى الأشخاص أو المؤسسات و غيرها.

و كون مواقع التواصل هي فضاء للتعبير الحر عن الآراء و الأفكار فإن المستخدم يقدم من خلال هذا الفضاء آراءه التي يتبناها ليساهم في التعريف بالقضايا و تكوين تصورات ذهنية لدى بقية المستخدمين حولها.

و سنستعرض فيما يلي مفهوم الصورة الذهنية، خصائصها المميزة و مكوناتها، كما سنستعرض مصادر تكوينها ووظائفها على المستويين الفردي و الاجتماعي و أخيرا أهمية تشكيل صورة جيدة.

### 1-تعريف الصورة الذهنية.

- الصورة الذهنية هي بنية تكاملية من المعاني أو السمات التي تتداعى إلى عقل الفرد عند ذكر شيء معين.

- و تعرف أيضا على أنها: « مجموعة الأفكار و المعتقدات و الأحاسيس التي تتكون في عقل و وجدان الجماهير تجاه قضية او منظمة أو فكرة أو شخص، و هي تتبادر إلى الذهن عند ذكر اسمها لتعطي فكرة معينة أو مفهوما عاما عنها قد يكون طيبا أو سيئا، و تتكون هذه الصورة مما يستقيه

الفرد من وسائل الإعلام و ما اكتسبه من معارف و معلومات و خبرات حول هذه القضايا أو الأفكار أو المنظمات.»<sup>1</sup>

- و يقدم د/ علي عوجة تعريفا للصورة الذهنية في كتابه العلاقات العامة و الصورة الذهنية كما يلي: «هي الناتج النهائي للإنطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية، أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، و تتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة و غير المباشرة، و ترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد و اتجاهاتهم و عقائدهم، و بغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم و يفهمونه أو يقدرونه على أساسها.»<sup>2</sup>

### 2-تطور مفهوم الصورة الذهنية.

بدأ استخدام مصطلح الصورة الذهنية مع بدايات النصف الثاني من القرن العشرين كمصطلح مرتبط بالمؤسسات التجارية، و ما لبث أن انتقل في استخدامه لعدة مجالات أخرى.

ظهر مصطلح الصورة الذهنية على يد العالم "جراهام دلاس" سنة 1908 م، حيث أشار إليه في كتابه "الطبيعة البشرية و السياسية" بقوله: «.. إن الناخبين في حاجة إلى تكوين شيء مبسط و دائم و منظم عند الثقة في مرشح ما..»

و دخل مفهوم الصورة الذهنية إلى حقل دراسات السلوك السياسي الدولي خاصة بعد الحرب العالمية 2، ضمن ما يسمى بالشخصية القومية، و ظهر مفهوم الصورة النمطية القومية التي توصف بأنها السمات الشائعة الثابتة التي تسري على شعب ما من جانب شعب آخر.

و يذهب الجميع إلى أن الصورة الذهنية ذات الأصول الإغريقية هي عبارة عن تمثيلات للأشياء قد تكون: نتاج إدراك سابق، استرجاع ذكريات شعورية، عودة إحساس للذهن، تمثيلات عقلية،

<sup>1</sup>- أيمن منصور ندا: "الصورة الذهنية و الإعلامية عوامل التشكيل و إستراتيجيات التغيير"، المدينة برس طباعة\_نشر\_تسويق إعلامي، مصر، 2004، ص 25-27.

<sup>2</sup>- علي عوجة: "العلاقات العامة و الصورة الذهنية"، عالم الكتب نشر \_ توزيع\_ طباعة، القاهرة، 2003، ص ص 09،10.

تصورات، اتجاهات، انطباعاتهم... و من ثم مواقف تجاه أشياء، دول، أمم، شخصيات معينة، مؤسسات، سياسات، قرارات....

و في النصف الثاني من القرن الماضي دخلت علوم الإعلام و الاتصال و حقل العلاقات العامة، حيث نشأ و تطور هذا المفهوم في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1960 م، تزامنا مع ظهور كتاب "تطوير صورة المؤسسة" للكاتب الأمريكي "لي بريستول"، لينتقل بعدها من مجال الأعمال و التجارة إلى مجال الإعلام و السياسة، أين حظي باهتمام واسع من طرف قيادات و رجالات السياسة الذين يسعون دائما لتشكيل صورة ذهنية إيجابية لدى الرأي العام حول شخصياتهم و سياساتهم.

و من هنا اقتصت مقاربات علم السياسات و تعمقت بعدها علوم الإعلام و الاتصال في دراسة مفهوم الصورة الذهنية لما يحمله من جدلية علمية و مشكلات بحثية و إشكالات نظرية، و ثم توظيفه في المقاربات العلمية لمعرفة خصائص و سمات هذا المفهوم، تحديد وظائفه و أبعاده، تقسيم أنواعه و ضبط آليات بنائه و التي من بينها وسائل الاتصال الجماهيري.

و أخذت بحوث الصورة تتزايد و تطور مناهجها و أدوات قياسها في العالم الغربي بصفة عامة و في الولايات المتحدة الأمريكية بصورة خاصة، لتعرف بعدها الدراسات العربية الاهتمام ببحوث الصورة الذهنية، و قد صدر في ذات الخصوص للدكتور "علي عجوة" كتاب "العلاقات العامة و الصورة الذهنية" سنة 1983 م.

و لقد تزايد الاهتمام بدراسات الصورة الذهنية بشكل كبير في العقود الأخيرة.<sup>1</sup>

### 3\_ خصائص و سمات الصورة الذهنية.

**أ\_ الصورة عملية:** و يعني هذا أنها ليست ظاهرة جامدة و لكنها ظاهرة متفاعلة تمر بمراحل متعددة، تتأثر كل مرحلة بما يسبقها و تؤثر فيما يلحق بها، كما أنها متطورة و متغيرة و تأخذ أشكالاً عديدة و قوالب مختلفة.

**ب\_ هذه العملية معرفية:** تمر بمراحل (إدراك، فهم، تذكر) و تخضع للمتغيرات و العوامل التي تخضع لها العمليات المعرفية و تتأثر بها.

<sup>1</sup>-حنان مجاهد: "التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة العربي التبسي-تبسة-، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، 2018/2019، ص 93\_95.

- ج\_ أن هذه العملية نفسية: كونها عمليات داخلية لها أبعاد شعورية إضافة إلى تلك المعرفية.
- د\_ أن القواعد الحاكمة لهذه العملية نسبية: بمعنى أنها متغيرة من موضوع لآخر و ليست لها خصائص ثابتة.
- ه\_ أن هذه العملية تتكون و تتطور في إطار ثقافي معين: بمعنى أن الصورة لا تنشأ في فراغ و إنما بكل الظروف المحيطة بها.
- و\_ ليست محددة الموضوع: فأى شيء صالح لأن يكون موضوعا للصورة ( الفرد، الجماعة، المجتمع، المؤسسة، السلعة...)
- ي\_ خصائص و سمات الشيء موضوع الصورة ليست محدودة أو محددة: قد تكون خصائص شكلية او موضوعية، ظاهرة أو باطنة، نسبية أو مطلقة.<sup>1</sup>
- إضافة إلى ما سبق ذكره من خصائص للصورة الذهنية، فإن لها سمات خاصة تميزها نذكر منها ما يلي:
- أ\_ تتسم الصورة الذهنية بأن لها إطارا زمنيا سابقا: بمعنى أن الصورة الذهنية قديمة التكوين، أي أننا لا نطلق على معرفة حالية صورة ذهنية.
- ب\_ تتسم الصورة الذهنية بأن لها إطارا ذاتيا حسيا: بمعنى أنها تتبع من مقدرة الإنسان الحسية، أي قدرته على استيعاب المثير أو التعرض له.
- ج\_ تباين الصورة الذهنية: أي أنها تختلف من فرد لآخر و من جماعة لأخرى و من مجتمع لآخر، و يعود ذلك تباين القدرات الحسية لدى الأفراد، وقد نتقارب في أذهان الأفراد مكونة صورة ذهنية متماثلة عن جماعة أو مجتمع.. .
- د\_ الصورة الذهنية مكون للإتجاه: أي أنها أحد مصادر بناء و تكوين الإتجاه.
- ه\_ ديناميكية: أي أنها متغيرة غير ثابتة سواء أكان التغيير سريعا ام بطيئا، و ينتج هذا التغيير عن تفاعلها مع مثير جديد.

<sup>1</sup>-أيمن منصور ندا: مرجع سبق ذكره، ص 29\_31.

و\_ أداة تحكم: أي أنها بمثابة مقياس يحدد و يضبط السلوك و الأحكام أو ردود الأفعال تجاه المثير.

الصورة الذهنية مكونة للصور: بمعنى أنها تكون صوراً ذهنية جديدة دون اللجوء إلى القدرات الحسية، بناءً على ما تملكه من صور ذهنية سابقة تكونت بفعل مثير حسي.

الصورة الذهنية تفكير استدلالي: بمعنى الانتقال من الخاص إلى العام على النحو التالي (مثير\_صورة ذهنية\_حكم)، و يعد التفكير الاستدلالي أكثر أنواع التفكير شيوعاً.<sup>1</sup>

### 4\_ مكونات الصورة الذهنية.

أ\_ المكون الإدراكي: و يمثل الجانب المعلوماتي، أي البيانات و المعلومات المتعلقة بموضوع ما و المكتسبة بشكل مباشر من خلال وجود الفرد داخل محيط الموضوع أو قريب منه، أو بشكل غير مباشر من خلال الاتصال الشخصي و وسائل الإعلام و غيرها من مصادر المعلومات و غالباً ما يخضع هذا المكون لعمليات انتقائية ذاتية في أشكاله و مراحلها كافة.

ب\_ المكون العاطفي: و يتضمن تكوين اتجاهات عاطفية سلبية أو إيجابية نحو الظاهرة موضوع الصورة.

ج\_ المكون السلوكي: يظهر من خلال السلوكيات المباشرة الظاهرة مثل التحيز ضد جماعة ما أو القيام بأعمال عدوانية تجاه الجماعة موضوع الصورة..، أو سلوكيات باطنة مثل التقييم السلبي.

إن هذه السمات المكونة للصورة متغيرة، بمعنى أن بعض السمات قد تكون ثابتة و بعضها غير ثابت، كما أن هذه المدركات و الاتجاهات و السلوكيات المكونة للصورة تكون دقيقة و صحيحة و لها ما يبررها في بعض الأحيان، و تكون مشوهة و خاطئة و غير مبررة في بعضها الآخر.<sup>2</sup>

### 5- مصادر تكوين الصورة الذهنية:

يرى (تركستاني 2004م) أن الصورة الذهنية تتكون من مصدرين هما:

<sup>1</sup> -باقر موسى: "الصورة الذهنية في العلاقات العامة"، دار أسامة للنشر و التوزيع و نبلاء ناشرون و موزعون، الأردن\_عمان\_، 2014، ص ص 58، 57.

<sup>2</sup> -أيمن منصور ندا، مرجع سبق ذكره، ص 30.

### 1\_الخبرة المباشرة:

إن احتكاك الفرد اليومي بغيره من الأفراد و المؤسسات و الأنظمة و القوانين يعد مصدرا مباشرا و مؤثرا لتكوين الانطباعات الذاتية عن شخص أو منظمة أو فكرة أو دولة.

و هذه مهمة أجهزة العلاقات العامة في تعاملها المباشر، حيث يقوم رجال العلاقات العامة و مقدمو الخدمات في الوزارات و الهيئات و المنظمات الرسمية و غير الرسمية بدورهم في تكوين هذه الانطباعات التي تشكل الصورة الذهنية لدى الآخرين.

### 2\_الخبرة غير المباشرة:

إن ما يتعرض له الفرد من رسائل شخصية يسمعا من أصدقاء أو عبر وسائل الإعلام عن مؤسسات و أحداث و أشخاص و دول.. لم يرههم و لم يسمع منهم مباشرة تعد خبرة منقولة، و في هذا النوع من الخبرة تلعب وسائل الإعلام المسموعة و المرئية دورا أساسيا في تكوين الانطباعات التي يشكل الناتج النهائي لها الصورة الذهنية.<sup>1</sup>

أي أن الرسائل الإعلامية ( مؤثرات خارجية) التي يستقبلها الفرد من هاته الوسائل هي المكون للمعاني الذهنية أو الانطباعات.

كما أن الاستخدام الشخصي لمنصات التواصل الاجتماعي و ما يتعرض له المستخدم يوميا من محتوى ( منشورات) سواء كان مصدرها الحسابات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية أو من قبل مؤثري مواقع التواصل، أصدقاء.. و غيرهم، فإن هذا المحتوى يشكل انطباعات لدى المستخدم، و تتشكل بذلك تصورات لديهم حول هذه المواضيع، الأشخاص المؤسسات، القضايا.. و منه فمنصات التواصل الاجتماعي تشكل مصدرا لتكوين التصورات الذهنية لدى جمهور المستخدمين.

### 6- أنواع الصورة الذهنية:

تتولد الصورة الذهنية في الذهن و تصنف إلى تصنيفات و أنواع متعددة تختلف تبعا لمصادر تكوينها و تبعا لسماتها و خصائصها التي بنيت عليها، و لذلك لا يوجد تصنيف ثابت و مستقر لأنواع

<sup>1</sup> -عبد الله مصطفى عبد الله الفراء: " دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الإستراتيجية مع جمهور المستفيدين"، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية التجارة، 2018، ص 17.



الصورة الذهنية و شأنها في ذلك شأن تحديد مفهومها تختلف من حقل معرفي لأخر ، و نجد أن الصورة الذهنية تصنف في عالم السياسة إلى:

- صورة ذهنية قومية.
- صورة ذهنية نمطية مقولبة.
- صورة ذهنية لمرشح انتخابي.
- صورة ذهنية للأحزاب السياسية.
- صورة ذهنية لحدث سياسي.<sup>1</sup>

و نرى أن الصورة الذهنية للقضية الفلسطينية محل الدراسة تصنف عموما ضمن النوع الأول صورة ذهنية قومية.

### 7- وظائف الصورة الذهنية:

إن الصورة الذهنية بأبعادها المعرفية و النفسية و الاجتماعية تعمل على نطاق الفرد و على نطاق الجماعات الفرعية في المجتمع و على نطاق المجتمع ككل، و لها على مستوى كل نطاق وظائف مرغوبة و وظائف غير مرغوبة، و نود من خلال دراستنا تسليط الضوء على وظائف الصورة الذهنية على المستوى الفردي و التي لا تختلف تقريبا على وظائفها على مستوى الجماعات الفرعية ( الإختلاف في درجة الوظيفة لا نوعها).

#### وظائف الصورة الذهنية على المستوى الفردي.

##### أ\_ الوظائف المعرفية المرغوبة:

● توفير الوقت و الجهد في فهم و تفسير حدث جديد، و يتم ذلك في ضوء الخبرات القديمة للفرد.

● تقليل عدد المنبهات المحيطة بالفرد عن طريق دمج الأشياء الجديدة في الفئات القديمة و إعطائها ذات المعنى الذي تأخذها هذه الفئات.

<sup>1</sup> - محمد بلحوت: " دور الإعلام الجديد في تصحيح الصورة الذهنية - مقارنة نظرية-"، مجلة أكاديميا للدراسات السياسية، المجلد 06، العدد 05، 2021م، ص 73 .

• تسهيل عملية الإدراك و ذلك نتيجة لتقليل عدد المنبهات المحيطة بالفرد فيسهل بذلك فهمها و إستيعابها.

• تقلل الصور من حاجة الفرد إلى معايشة الآخر و تمثيل المعلومات المتعلقة به في كل لحظة و توفر له في المقابل إطار يستطيع من خلاله الفهم الظاهري لتصرفات و أفعال الآخرين.

• توفر الصورة للفرد تصور العالم يعتقد في صحته و موضوعيته.

### ب \_ الوظائف المعرفية غير المرغوبة.

• التبسيط الزائد للأحداث فالصورة عادة ما تركز على جانب أو جزء من الحدث و تغفل بقية الجوانب، و في هذا التركيز من ناحية و الإغفال من ناحية أخرى إخلال بطبيعة البحث.

• المبالغة في التعميم.

• تشويه الواقع و ينتج ذلك عن المبالغة في التبسيط و المبالغة في التعميم و عدم الدقة و عدم الصحة و الجزئية فتؤدي إلى تشويه إدراك الفرد للواقع و سوء الفهم و إفساد الأحكام.

### ج \_ الوظائف الاجتماعية المرغوبة.

• تساعد الصورة الذهنية على تحديد هوية الفرد الاجتماعية كما تساعد على إدراكه لذاته و تصنيفه لها.

• تحدد الأدوار التي يقوم بها الأفراد في العلاقات الاجتماعية كما تحدد طريقة تفاعلهم في المجتمع.

• توفر الصورة الذهنية أسس التعامل مع الآخرين من خلال توفيرها لتوقعات عن السلوك و عن الدوافع و طرق التفكير.

• تزيد من تقدير الذات نتيجة العضوية في الجماعة، فالصورة الإيجابية عن الجماعة التي ينتمي إليها الفرد قد تزيد من تقديره لذاته و شعوره بالرضا عن نفسه.

• تساعد الصور على الإتصال بين الأفراد عندما تكون إيجابية و تؤدي إلى التفاعل الإيجابي بينهم.

### د \_ الوظائف الاجتماعية غير المرغوبة:

• قد تعوق الإتصال بين الأفراد عندما تكون سلبية و تجعله صعبا و غير مرغوب فيه.

• قد تزيد من معدل العنف الاجتماعي خاصة ضد الأقليات.

- قد تؤدي إلى الإغتراب الاجتماعي، فالفرد حامل الصورة الغير متوافقة مع واقع الجماعة التي ينتمي إليها يشعر بالإغتراب و يرغب بالإنتماء إلى جماعة أخرى.
- عندما تكون الصورة سلبية عن الآخرين أو غير متوافقة معهم يشعر الفرد بالانعزالية.<sup>1</sup>

### أهمية تشكيل الصورة الجيدة.

هناك مزايا عدة لتكوين الصورة الجيدة يصعب حصرها، من الناحية الإقتصادية، الثقافية... و يمكن ذكر مجموعة من النقاط:

- إن أي جهة مهما كانت يتمكنها من تشكيل صورة ذهنية جيدة عنها لدى الآخرين فإن الهدف الذي تسعى لتحقيقه سوف يتحقق سواء أكان ماديا أو معنويا.
- كما أنها تجعلهم ينخرطون بوعي أو دون وعي في تحقيق أهدافها.
- تعتبر الصورة الذهنية حكما من الجمهور و الأفراد تجاه منتج، علامة، مؤسسة... و هي من يضمن وفاء الأفراد تجاه الجهة أو المؤسسة.
- تعتبر أداة تحكم في الآخر و في سلوكياته و مواقفه، بقدر ما تكون الصورة جيدة عن هذه الجهة أو تلك يكون نفوذها المعنوي قويا لدى الآخر.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>-أيمن منصور ندا، مرجع سبق ذكره، ص 91\_93.

<sup>2</sup>-سمير رحمانى: "قراءة تحليلية في الصورة الذهنية للمجتمع الجزائري من خلال الإعلام على ضوء الأحداث الراهنة"، المجلة الجزائرية للأمن و التنمية، المجلد 09، العدد 02، جويلية 2020م، ص586.

ثالثاً: القضية الفلسطينية و بروزها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

### 1- تعريف القضية:

#### أ\_ لغة.

جاء في لسان العرب قضي القضاء الحكم، و القضية جمعها قضايا على وزن فعالة و القضية مصدر، و الاسم القضية و القاضي، القاطع للأمور و المحكم لها، و نقول قضى بينهم قضية و قضايا، و القضايا الأحكام واحدها قضية.

#### ب\_ إصطلاحاً.

قول يصح أن يقال لقائله إنه صادق فيه أو كاذب فيه.<sup>1</sup>

### 2- مفهوم القضية الفلسطينية.

مصطلح يشار به إلى الخلاف السياسي و التاريخي و المشكلة الإنسانية بدأ من عام 1897 م، ( المؤتمر الصهيوني الأول) حتى يومنا هذا.

و هي تعتبر جزءاً جوهرياً من الصراع العربي الصهيوني، و ما نتج عنه من أزمات و حروب في منطقة الشرق الأوسط.<sup>2</sup>

نتجت القضية الفلسطينية عن تحالف امبريالي صهيوني، نتج عنه تأسيس كيان جديد و طرد معظم الفلسطينيين، و يرتبط هذا الصراع عضويًا بموضوع اسم النزاع الفلسطيني ( الإسرائيلي)، فقضيته المحورية و سببه الأساسي هو إقامة دولة قومية دينية لليهود على أرض فلسطين.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - أسماء دالة: " قضية القدس في المواقع الإسلامية"، مؤتمر القدس الثالث عشر، القدس في المشهد الفلسطيني، جامعة النجاح الوطنية، نابلس-فلسطين-، 2016م-2017م، د.ص.

<sup>2</sup> - أماني غازي جرار: " قضايا معاصرة \_ المناهج الفكرية و السياسية \_"، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان-الأردن-، 2015، ص125.

<sup>3</sup> - أماني غازي جرار: المرجع نفسه، ص133

### 3- مفاهيم مرتبطة بالقضية الفلسطينية.

#### أ\_ الصهيونية.

#### \_ لغة.

صهيون و هي أحد ألقاب جبل صهيون ( الذي يسمى جبل داوود عند المسلمين المقدسين)، و الذي يعتبر الأقرب إلى مكان هيكل سليمان في القدس، كما هو مذكور في الصحائف التي يؤمن بها اليهود.

#### \_إصطلاحا.

فكر و حركة سياسية هدفها توحيد اليهود في الشتات و إسكانهم في فلسطين بعد تهجير الشعب الفلسطيني، توجت جهودها بإقامة دولة لليهود سنة 1948 م.<sup>1</sup>

و تعرف أيضا على أنها: " اسم لحركة سياسية انتشرت بين يهود اوروبا في نهاية القرن 19 م، و تبلورت من فكرة مجردة إلى مشروع عمل استيطاني في فلسطين يرمي إلى إقامة كيان سياسي لليهود فيها...".<sup>2</sup>

#### ب\_ إستعمار إستيطاني.

هو السيطرة على أراضي الآخرين و إنتزاع ملكيتها بالقوة و العمل على إنشاء كيان سياسي بديل و يكون مباشر، بإستخدام وسائل سياسية، إقتصادية، عسكرية..<sup>3</sup>

#### ج\_ التطبيع.

المشاركة في أي مشروع أو مبادرة أو نشاط محلي أو دولي سواء بشكل مباشر أو غير مباشر بين فلسطينيين أو عرب و أفراد أو مؤسسات الكيان الصهيوني، و يهدف عدم التطبيع صراحة إلى

<sup>1</sup>-أماني غازي جرار: مرجع سبق ذكره، ص194.

<sup>2</sup>-المزيد ينظر إلى: إلياس شوفاني: "الموجز في تاريخ فلسطين السياسي"، ط01، مؤسسة الدراسات الفلسطينية، بيروت-لبنان-، 1996م، ص 309-318.

<sup>3</sup>-أماني غازي جرار: مرجع سبق ذكره، ص 150.

مقاومة و فضح الإستيطان و كل أشكال التمييز و الإضطهاد الممارس ضد الشعب الفلسطيني و أهم أشكال التطبيع هي تلك النشاطات التي تهدف إلى التعاون العلمي أو الثقافي أو الفني أو المهني... أو إزالة الحواجز النفسية.<sup>1</sup>

### 4- نشأة القضية الفلسطينية.

في العام 1838 قامت بريطانيا بافتتاح قنصلية لها في القدس و قد ظلت هذه القنصلية مركزا للدفاع عن مصالح اليهود حتى نشوب الحرب ع1 سنة 1914.<sup>2</sup>

و في نهاية القرن التاسع عشر إنتشرت حركة سياسية بين يهود أوروبا تدعى الصهيونية ، و تبلورت من فكرة مجردة إلى مشروع عمل إستيطاني يرمي إلى قيامة كيان سياسي لليهود فيها.<sup>3</sup> و في أواسط 1880 قامت الحركة الصهيونية بتكوين مجموعة عشاق صهيون (المؤتمر الصهيوني الاول في بازل عام 1897) ، حيث طالبت بإقامة دولة خاصة باليهود ، و رأى العديد من الصهاينة أن موقع هذه الدولة يجب أن يكون في مكان الدولة التاريخية اليهودية و قد كانت حينئذ جزءا من الدولة العثمانية بحيث تحظى بحكم محلي (ولاية) ، و كان اليهود يشكلون فيها أقل من نسبة 8% حتى عام 1920م<sup>4</sup> و قد ساهم ضعف الدولة العثمانية إلى بروز أجواء عملية أفضل لتأسيس المشروع الصهيوني . و قد لقي هذا الأخير غضبا شعبيا عم أرجاء فلسطين و رفضا من قبل كل الشخصيات السياسية آنذاك و كانت هذه بداية المقاومة الشعبية في فلسطين ، أما مواقف الحكام العرب فمنهم من أيد الفلسطينيين في تحقيق مصيرهم و منهم من إلترم الصمت و هناك من مد يده لزعماء الحركة الصهيونية<sup>5</sup> مثل الأمير فيصل بن الحسين ، أما الدول الغربية الغربية فقد رحبت بالمشروع الصهيوني

<sup>1</sup>-سعد عنان إكريم: " السياسة الخارجية الماليزية تجاه القضية الفلسطينية"، مذكرة ماجستير في الدبلوماسية و العلاقات الدولية، جامعة الأقصى\_فلسطين\_، 2016م، ص8.

<sup>2</sup>-محمد محسن صالح: " القضية الفلسطينية خلفياتها التاريخية و تطوراتها المعاصرة"، ط مزيدة و منقحة، مركز الزيتونة للدراسات و الاستشارات، بيروت-لبنان-، 2012، ص 26.

<sup>3</sup>-الياس شوفاني: " الموجز في تاريخ فلسطين السياسي منذ فجر التاريخ من سنة 1949"، ط01، مؤسسة الدراسات الفلسطينية، بيروت-لبنان-، 1996، ص 309.

<sup>4</sup>-أماني غازي جرار: مرجع سبق ذكره، ص 126.

<sup>5</sup>-محمد حسن صالح: مرجع سبق ذكره، ص ص126، 127.

في فلسطين ، فتلقى المشروع دعماً مالياً وعسكرياً ولوجيستياً من دول كبرى مثل بريطانيا ، و.م.أ و فرنسا.<sup>1</sup> وبدأت الهجرة إلى فلسطين (من اليهود وغير اليهود منذ نهاية القرن 19)، و أخذت بالزيادة الملحوظة مما خلق الاستياء العربي و ذلك ما أدى لوضع الحكومة البريطانية قيود على الهجرة اليهودية إلى فلسطين حيث أصدرت الكتاب الأبيض لوقف و تنظيم هجرة اليهود لفلسطين.<sup>2</sup>

و أثناء الحرب ع1 قام اللورد آرثر جيمس بلفور بتقديم الوعد الذي حمل اسمه نيابة عن حكومته و الذي تتعهد به العمل على إقامة وطن قومي لليهود في فلسطين و ذلك في رسالة و جهها إلى اللورد اليهودي الصهيوني ليونيل روتشيلد في 2 نوفمبر 1917 طالباً منه إبلاغ مضمونها إلى قيادة الحركة الصهيونية و قد جاء هذا الوعد البريطاني لتتويجا لمرحلة طويلة من العمل الصهيوني للحصول على البراءة الدولية للاستيطان في فلسطين و أن الحقيقة الساطعة تبقى أن الاستيطان الصهيوني ثبت أقدامه تحت إندابها و في حماية جيوشها و قد سبق هذا الوعد بالدعوة إلى توطين اليهود في فلسطين وزيران بريطانيين آخرين هما شافنبري و بالمرستون منذ أيام حملة محمد علي و قد شكل هذا محطة رئيسية في تاريخ الإستيطان اليهودي.<sup>3</sup>

و تعتبر الثورة الفلسطينية الكبرى عام 1936 من أضخم الثورات الشعبية التي قام بها الشعب الفلسطيني ضد المستعمرين الإنجليز و اليهود المهاجرين إلى فلسطين في زمن الانتداب البريطاني على فلسطين كثورة عام 1920 ، 1921 و ثورة البراق عام 1929 م.

و في نوفمبر 1947 م قامت الجمعية العامة التابعة لهيئة الأمم المتحدة بالموافقة على قرار تقسيم فلسطين بحيث تم تقسيمها إلى 3 كيانات أي تأسيس دولة عربية و أخرى يهودية و أن تقع مدينة القدس و بيت لحم تحت الوصاية اليهودية و كان هذا القرار المسمى بقرار الجمعية العامة رقم 181 من أول المحاولات لحل النزاع العربي اليهودي على أرض فلسطين.

و في عام 1948 فقد قامت الحركة الصهيونية خلال فترة الانتداب البريطاني على فلسطين و حتى بعد تأسيس دولة فلسطين بتنفيذ حملة من الأمور المخطط لها مسبقاً و التي كان الهدف منها

<sup>1</sup> -أماني غازي جرار: مرجع سبق ذكره، ص 126 ص 127.

<sup>2</sup> -أماني غازي جرار: مرجع سبق ذكره، ص 129.

<sup>3</sup> -الياس شوفاني: مرجع سبق ذكره، ص 341 ص 342.

ترحيل الفلسطينيين و التطهير العرقي لفلسطين مثل استهداف القرى و مدن فلسطينية بهجمات إرهابية. أدت هذه العمليات إلى إستيلاء اليهود على ما يقارب 87% من مساحة فلسطين التاريخية.

و جاء قيام الدولة الصهيونية (إسرائيل) بعد إنتهاء الحرب العالمية الثانية عام 1945 حيث تصاعدت حدة هجمات الجماعات الصهيونية على القوات البريطانية في فلسطين ، مما أدى ببريطانيا إلى إحالة المشكلة الفلسطينية إلى الأمم المتحدة.

و في 28 ابريل بدأت جلسة الجمعية العامة التابعة للأمم المتحدة و اختتمت أعمال الجلسات في 15 مايو 1947 بقرار تأليف Unscop لجنة الأمم المتحدة الخاصة بفلسطين مكونة من 11 عضوا ، نشرت هذه اللجنة تقريرها في 8 سبتمبر الذي أيد معظم أفرادها حل التقسيم بينما أوصى الباقيون بحل فيدرالي ، مع رفض الهيئة العربية العليا إقتراح التقسيم ، أما الوكالة اليهودية فأعلنت قبولها التقسيم ، و وافق كل من الو.م.أ و الاتحاد السوفياتي على قرار التقسيم و أعلنت الحكومة البريطانية في 29 أكتوبر عزمها على مغادرة فلسطين في غضون ستة أشهر إذا لم يتم التوصل إلى حل يقبله العرب و الصهاينة. و قد سيطر الصهاينة على كل منطقة تنسحب منها القوات البريطانية و تم الإعلان عن قيام دولة إسرائيل في تل أبيب بتاريخ 14 مايو و غادر المندوب البريطاني مقره الرسمي في القدس متوجها إلى بريطانيا و في أولى دقائق إنتهاء الانتداب البريطاني على فلسطين أصبح الاعلان عن دولة إسرائيل نافذ المفعول في 15 مايو 1948.<sup>1</sup>

### 5- تطورات القضية الفلسطينية 2012م\_2021م.

عرفت هذه الفترة زيادة في الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي، فقد زاد عدد روادها و تنوع استخدامها بشكل ملحوظ جعلها الخيار الأول بالنسبة للمستخدمين للإطلاع على ما يحصل في العالم.. و تمكن المستخدمون من متابعة أحداث القضية الفلسطينية أولا بأول عبر هاته المنصات... و لقد اتسمت هاته الفترة من تاريخ القضية الفلسطينية بما يلي:

-تصاعد قوة حماس و المقاومة الفلسطينية في قطاع غزة و نجاحها في تطوير قدراتها القتالية و في خوض 3 معارك 2012م، 2014م، 2021م ضد العدو الصهيوني، و وضع كافة مناطق الإحتلال الصهيوني في مرمى صواريخ المقاومة.

<sup>1</sup>-أماني غازي جرار: مرجع سبق ذكره، ص 129-132.



- مزيد من الجنوح الصهيوني نحو اليمين الديني و القومي المتطرف و تعزيز مظاهر يهودية الدولة، و تفعيل برامج التهويد و الإستيطان خاصة في القدس.
- فشل مسار التسوية السلمية مع فشل حل الدولتين و استخدام الكيان الصهيوني لهذا المسار كغطاء للتهويد و الإستيطان.
- فشل السلطة الفلسطينية و إنكشافها كسلطة وظيفية تخدم أغراض الإحتلال أكثر مما تخدم الشعب الفلسطيني.
- تعثر مسار المصالحة الفلسطينية و ثبوت عدم جدية القيادة في تنفيذ برامج المصالحة و إستكمال الاستحقاقات الإنتخابية و إعادة بناء مؤسسات الدولة الفلسطينية.
- تراجع البيئة العربية و زيادة ضعفها و تفككها نتيجة الموجة المرتدة التي إستهدفت الربيع العربي و حالة الصراع الداخلي في عدة دول عربية نتيجة لموجة التطبيع التي أدخلت دول عربية في علاقات مباشرة مع الكيان الصهيوني و تراجع فلسطين في الأجندة العربية الرسمية.
- إستمرار المسار الشعبي الدولي في إتجاهه العام المتصاعد في مساندة الحق الفلسطيني، و في زيادة النظرة السلبية للكيان الصهيوني.<sup>1</sup>

### 6- مواقع التواصل الاجتماعي كألية لبناء صورة القضية الفلسطينية.

شهدت الرواية التي تتناول القضية الفلسطينية تغييرا واضحا بعد العدوان الإسرائيلي الأخير على الأراضي الفلسطينية، و حققت الصور و مقاطع الفيديو انتشارا عالميا اعتبره البعض انتصارا حقيقيا للقضية.

و قد نجح هذا الانتشار الذي شهدته المقاطع المصورة من فلسطين في زيادة الوعي العالمي حول القضية الفلسطينية ما أدى إلى تضامن عدد كبير من النخب و المشاهير العالميين مع أصوات الفلسطينيين.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> -محسن محمد صالح: "القضية الفلسطينية خلفياتها التاريخية و تطوراتها المعاصرة"، طبعة مزيدة و منقحة، مركز الزيتونة للدراسات و الإستشارات-بيروت-، لبنان، 2022م، ص ص 205،206.

<sup>2</sup> -كيف أثرت مواقع التواصل على رفع الوعي العالمي بالقضية الفلسطينية؟، الثلاثاء 25 ماي 2021م،

تم التصفح بتاريخ: 21 أبريل 2022م على الساعة 11:30 [www.alaraby-com.cdn.ampproject.org](http://www.alaraby-com.cdn.ampproject.org)

و قد عادت القضية الفلسطينية لتتداول بصورة مكثفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي و من خلال وسائل الإعلام، و احتلت أحداثها الصدارة و انتشرت بصورة عالمية من خلال مواقع التواصل خاصة، و حققت مواقع التواصل في هذا الصدد ما لم تحققه وسائل الإعلام في تغطيتها لأحداث القضية الفلسطينية منذ سنوات، و يرجع ذلك لكون وسائل الإعلام خاضعة لسياسات معينة تجعل القضايا بصفة عامة مشوهة في نظر الجمهور و تحدد أهميتها حسب أجندة معينة، كما أن هاته الوسائل لها جمهورها الخاص في دول بعينها ويتحكم في ذلك لغة الوسيلة بصفة عامة، لكن مواقع التواصل رفعت هذا الزيف و التظليل عن الأحداث في فلسطين، فكان لمقاطع الفيديو المصورة و الصور المتداولة أن تعرف لوحدها بالقضية الفلسطينية دون الحاجة لمعرفة تاريخها لدى المستخدمين و من كل أنحاء العالم، و قد قلبت موازين تعاطف بعض شعوب الدول الأجنبية مع الكيان الصهيوني لصالح الشعب الفلسطيني و القضية الفلسطينية، و رسمت صورة سلبية عن التواجد الصهيوني على الأراضي الفلسطينية، و هذا ما أبداه مستخدمون عبر العالم من خلال تداولهم لصور التهجير و الاعتداء على الفلسطينيين و طردهم من منازلهم و هدمها، و صور اعتداءات المستوطنين على الفلسطينيين و حرق مساكنهم... و أخيرا الاعتداءات التي طالت الفلسطينيين داخل المسجد الأقصى و هم عزل يؤدون فرائضهم الدينية، صنعت مقاطع الفيديو المصورة و التي وثقت هذه الأحداث الفارق في تغيير نظرة مستخدمي مواقع التواصل عن الكيان الصهيوني.

و بعد خروج العالم العربي من ثورات ربيع التي بدأت منذ سنوات و غطت أحداثه على التطورات في الأراضي الفلسطينية، استيقض الرأي العام العربي على صفقة التطبيع التي وقعتها دول عربية مع الكيان الصهيوني كاعتراف بوجود دولة له..، و انقسم بين مؤيد و معارض و بدأت تتشكل في أذهان المستخدمين العرب تصورات جديدة عن دول أعلنت التطبيع و دول إختارت الصمت و دول رفضت التطبيع، عن مآلات القضية الفلسطينية، عن المقاومة الفلسطينية... و عن كل من يعبر عن رأيه في القضية عبر منصات التواصل.

## الفصل الثالث: الدراسة الميدانية و نتائجها

- أولاً: عرض و تحليل البيانات.
- ثانياً: النتائج الجزئية للدراسة.
- ثالثاً: النتائج العامة للدراسة.

أولاً: عرض و تحليل البيانات:

البيانات الشخصية:

الجدول رقم (01): يوضح توزيع المبحوثين من حيث متغير النوع.

الفئات	التكرار	النسبة
أنثى	152	%77.94
ذكر	43	%22.05
المجموع	195	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين من عينة الدراسة هم من فئة الإناث حيث بلغت نسبتهم %77.94، في حين بلغت نسبة الذكور %22.05.

يعود سبب ارتفاع نسبة الاناث المشاركات في الاستبيان إلى كون الباحثان من هذه الفئة و تتواصلن عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أكبر من فئة الاناث، كما أن نسبة الاناث المسجلة في طور الماستر هي أكبر نسبة الذكور.

الجدول رقم(02): يوضح توزيع المبحوثين من حيث الفئة العمرية.

الفئات	التكرار	النسبة
من 20 إلى 25 سنة	101	%51.79
من 26 إلى 30 سنة	88	%45.13
أكبر من 30 سنة	06	%03.08
المجموع	195	%100

يتضح من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين الذين أجابوا عن إستمارة الإستبيان هم من الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة بنسبة قدرت ب %51.79، و تليها الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة بنسبة %45.13، و شارك في الإستبيان طلبة من الفئة العمرية أكبر من 30 سنة كأقل نسبة مقدرة ب %03.08.

يعود السبب في ارتفاع نسبة الطلبة المشاركين في الاستبيان من الفئة العمرية الأولى من 20 إلى 25 سنة إلى كون هذا السن هو السن الطبيعي لطلبة الماستر عموماً.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع المبحوثين حسب المستوى الجامعي.

الفئات	التكرار	النسبة
ماستر 01	48	24.61%
ماستر 02	147	75.38%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة هم من فئة الماستر 02 بنسبة قدرت ب 75.38%، فيما بلغت نسبة فئة طلبة الماستر 01 24.61%.

كون الباحثان تتواصلان بشكل أكبر مع فئة طلبة الماستر 02 و التزمت هذه الفئة بالمشاركة في الاستبيان لمساعدة الزميلتان الباحثتان في انجاز الدراسة.

الجدول رقم (04): يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص الجامعي.

الفئات	التكرار	النسبة
إتصال تنظيمي	178	91.28%
سمعي بصري	17	8.72%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة شاركت في الإستبيان هم طلبة الإتصال التنظيمي بنسبة قدرت ب 91.28%، فيما بلغت نسبة المشاركين في الإستبيان من طلبة تخصص سمعي بصري 8.72%.

يعود ذلك إلى كون الفئة الأكثر تسجيلاً في طور الماستر هي من تخصص اتصال تنظيمي فيما مسجل في تخصص السمعي البصري نسبة أقل بكثير.

المحور الأول: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و الاشباكات المحققة منه:

الجدول رقم (05): يوضح عدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين:

الفئات	التكرار	النسبة
من 1 إلى 3 مواقع	75	38.22%
من 4 إلى 7 مواقع	101	51.77%
أكثر من 7 مواقع	19	10.01%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 51.77% يستخدمون من 04 إلى 07 مواقع للتواصل الاجتماعي، فيما يستخدم 38.22% منهم من 01 إلى 03 مواقع للتواصل، و يستخدم 10.01% منهم أكثر من 07 مواقع للتواصل الاجتماعي.

إن استخدام أكثر من منصة تواصل من قبل المبحوثين يفسر بميزات و خصائص كل موقع و الهدف من استخدامه من قبلهم.

الجدول رقم (06): يوضح موقع التواصل المفضل بالنسبة للمبحوثين :

الفئات	التكرار	النسبة
الفايسبوك	103	52.82%
أنستغرام	35	17.95%
يوتيوب	27	13.85%
مسنجر	10	05.13%
واتساب	09	04.61%
تيك توك	07	03.59%
تويتر	04	02.05%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 52.82% يفضلون موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، فيما 17.95% يفضلون الأنستغرام، 13.85% يفضلون اليوتيوب، 5.13% يفضلون المسنجر، 4.61% يفضلون الواتساب و 3.59% منهم اختاروا التيك توك كأفضل موقع للتواصل الاجتماعي.

يفضل أغلب المبحوثين موقع الفاييسبوك و هذا ما أثبتته عدة دراسات سابقة، نظرا لما يتمتع به الفاييسبوك من شهرة و سمعة جيدة، و تفضيل المستخدمين لهذا الموقع غير مرتبط بالانبهار الأول لحب الاكتشاف و تجربة التطبيق فرغم ظهور عدة مواقع للتواصل الاجتماعي فإن المستخدمين قد يتجهون لتجربتها و من ثم إلغاء حساباتهم عليها في حين حساب الفاييس بوك هو حساب ضروري لأغلب المستخدمين ولا يمكن التخلي عن استخدامه إلا في حالات نادرة، و يفضل أغلب المستخدمين موقع الفاييس بوك لأنه أول موقع تم استخدامه من قبلهم.

و يمكن تفسير ذلك أيضا بأن موقع التواصل الفاييسبوك هو الذي يخدم الهدف الأول من وجود هذه المنصات ألا و هو التواصل و الحصول على أكبر عدد من الاصدقاء.

كما أنه يتيح تجربة الاستمتاع بمشاركة الصور و مقاطع الفيديو و الرسائل النصية و كتابة المنشورات غير محدودة عدد الأحرف.. و هو بهذا يجمع مميزات جميع المواقع الأخرى و يجعل تجربته مميزة تربط المستخدم به و تجعله منصة ضرورية بالنسبة له.

الجدول رقم (07): يوضح الميزة التي تحدد أفضلية موقع مقارنة بالآخر حسب رأي المبحوثين:

النسبة	التكرار	الفئات
36.92%	72	تواجد عدد كبير من الأصدقاء عليه
26.67%	52	مميزات المشاركة و المحتوى
1.54%	03	مجانية الاستخدام
34.87%	68	أقدمية حسابك عليه
100	195	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة قدرت ب 36.92% قد اختاروا تواجد عدد كبير من الأصدقاء عليه كميزة أولى لتفضيلهم موقع تواصل مقارنة بآخر، في حين جاءت ميزة أقدمية حسابك عليه في المرتبة الثانية بنسبة 34.87% ثم جاءت ميزات المشاركة و المحتوى في المرتبة الثالثة بنسبة 26.67%، و جاءت ميزة مجانية الإستخدام في المرتبة الرابعة و الأخيرة بنسبة قدرت ب 01.54%.

و يرتبط هذا بالهدف من إستخدام مواقع التواصل فأغلب أفراد العينة صنفوا التواصل كهدف أول لتواجدهم عبر هاته المواقع الجدول رقم (10) و هذا ما يوفره الفايسبوك الموقع المفضل بالنسبة لهم الجدول (06) و هو الهدف الأول من هذا الموقع بالنسبة للمستخدمين و بالنسبة لمن صنعوا هذا الموقع.

في حين يفضل 34.87% من المبحوثين موقع تواصل مقارنة بالآخر نظرا لأقدمية الحساب عليه فقد جمع من خلال هذا الموقع عدد متابعين و أصدقاء معين، إضافة إلى نسبة التفاعل التي تسجل على منشوراته .

و اختيار ميزة المشاركة و المحتوى مرتبط أيضا بأهداف المبحوث من استخدام مواقع التواصل فكل منصة تتيح مشاركة المحتوى بطريقة مميزة عن باقي المنصات .

فيما تمثل ميزة مجانية الاستخدام ميزة مشتركة بالنسبة لكافة منصات التواصل و لهذا لم تكن مميزة لكثير من المبحوثين حتى يتم الاعتماد عليها من قبلهم لتفضيل موقع مقارنة باخر .

الجدول رقم (08): يوضح فترة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

الفئات	التكرار	النسبة
منذ أقل من عام	3	1.54%
من عام إلى عامين	17	8.72%
من عامين إلى 4 أعوام	32	16.41%
أكثر من 4 أعوام	143	73.33%
المجموع	195	100%



يوضح الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 73.33% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 04 أعوام، فيما يستخدم 16.41% منهم مواقع التواصل من فترة عامين إلى 04 أعوام، و يستخدمها 08.72% منهم من فترة عام إلى عامين، فيما يستخدمها 1.54% منذ اقل من عام.

يتعرف أغلب الطلبة على مواقع التواصل في سن مبكر و يرتبط استخدامهم لها بالمرحلة الثانوية عادة لذلك فاعل المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل منذ أكثر من 4 أعوام، فيما يتحتم على من لا يملكون حسابا على مواقع التواصل التسجيل عليها و امتلاك حساب على منصة تواصل على الأقل في المرحلة الجامعية، لأن الجامعة و إدارة القسم تستخدم مواقع التواصل للإعلان عبر صفحاتها أو عبر المجموعات الخاصة عن كل ما يهم الطالب من جدول توزيع المحاضرات إلى جدول الامتحانات، تغيير الحصص، العلامات، إعلان المنتقيات و الأيام الدراسية... و غيرها من الأمور التي يجب أن يعلم بها الطالب.

في حين يغادر بعض المبحوثون منصات التواصل و يلغون حساباتهم عليها و من ثم يعودون بحسابات جديدة و هذا ما قد يفسر باقي النسب.

الجدول رقم (09) : يوضح عدد الساعات التي يستغرقها المبحوثون في تصفح مواقع التواصل

يومية :

النسبة	التكرار	الفئات
12.31%	24	أقل من 2سا
40.51%	79	من 2 إلى 4 سا
31.80%	62	من 4 إلى 8 سا
15.38%	30	أكثر من 8 ساعات
100%	195	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 40.51% يستغرقون من 02 إلى 04 ساعات يوميا في تصفح مواقع التواصل، و 31.80% من 04 إلى 08 ساعات، و 15.38% يستغرقون أكثر من 08 ساعات يوميا، بينما 12.31% يستغرقون أقل من ساعتين في تصفح مواقع التواصل يوميا.

يستغرق أغلب المبحوثين من 2 إلى ما أكثر من 8 ساعات في تصفح مواقع التواصل يوميا، فقد أتاحت ميزة الانترنت المتحرك عبر الهواتف المحمولة الذكية للمستخدمين أن يكونوا على ارتباط دائم طوال ساعات النهار بهذه الخدمة مهما كانت انشغالاتهم.

الجدول رقم (10): يبين أهداف المبحوثين من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي:

الفئات	التكرار	النسبة
تواصل	98	49.25%
ترفيه	85	42.71%
تعليم	12	6.03%
جميع المجالات	02	01.01%
تسويق إلكتروني	01	0.5%
تتقيف	01	0.5%
المجموع	199	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين و بنسبة 49.25% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التواصل و يستخدمها 42.71% منهم بهدف الترفيه فيما يستخدمها 06.03% منهم بهدف التعليم.

وقد قدم بعض المبحوثين خيارات أخرى لأهدافهم من تصفح مواقع التواصل جاءت كما يلي:

ما نسبته 01.01% يستخدمون مواقع التواصل لجميع المجالات، يستخدم 0.5% مواقع التواصل بهدف التسويق الإلكتروني، يستخدم 0.5% مواقع التواصل بهدف التتقيف.

قد يفسر هذا الاختلاف بميزة كل موقع فالميزة هي ما تحدد غالبا الهدف من استخدامه، و أغلب المبحوثين يفضلون التواصل الجدول (10) مع العائلة و الأصدقاء و الأشخاص الآخرين و هذا ما يقدمه الفاييسبوك الموقع المفضل لدى أغلب المبحوثين الجدول رقم (06).

في حين يلجأ العديد من المستخدمين للفضاء الافتراضي و مواقع التواصل للترفيه و الهروب من ضغوط الحياة اليومية، و لا يفضل المبحوثون منصات التواصل من أجل التعليم فهي في الغالب

لا تحقق هذا الهدف بنسبة كبيرة، نظرا لوجود ما يشتت المستخدم للذهاب للتواصل أو غيره من الأهداف الأخرى بعيدا عن تحقيق هدف التعليم، و يفضل بعض المستخدمين مواقع التواصل للحصول على خدمات أخرى.

الجدول رقم (11): يوضح رأي المبحوثين حول مواقع التواصل الاجتماعي كمنبر للديمقراطية الإلكترونية:

الفئات	التكرار	النسبة
دائما	62	31.79%
أحيانا	80	41.03%
نادرا	53	27.18%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 41.03% يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا ما تكون منبرا للديمقراطية الإلكترونية، بينما يرى 31.79% أنها دائما ما تكون كذلك، فيما يرى 27.18% منهم أنها نادرا ما تكون كذلك.

يرى أغلب المبحوثين أن مواقع التواصل أحيانا ما تكون 41.03% و دائما ما تكون 31.79% منبرا للديمقراطية الإلكترونية و يفسر ذلك بما عايشه المستخدمون من حرية في الرأي و التعبير و ما حققتة هاته المنصات على مستوى الوطن العربي من ثورات غيرت حالة اللاديمقراطية التي كانت عليها هاته الدول من عدم القدرة على التعبير عن معارضة الأنظمة الحاكمة، إذ لا يخفى الدور المحوري لمواقع التواصل بهذا الخصوص.

كما أن الأحداث السياسية تناقش و بكثافة على منصات التواصل حيث تغيب الرقابة الإلكترونية على المنشورات كما التعليقات و دون أن يكون هناك حاجز يمنع المستخدمين من التعبير عن آرائهم و هذا ما يعبر عن ديمقراطية إلكترونية عبر هاته المنصات.

غير أن هذا الاستغلال لمواقع التواصل في هذا المجال أصبح غير مسؤول من قبل عديد المستخدمين و بهذا فقد أصبح هناك تضيق على مستخدمي مواقع التواصل و رقابة الكترونية فرضتها إدارة مواقع التواصل كما القوانين الداخلية في مختلف الدول و هذا ربما ما جعل نسبة 27.18% من المبحوثين يرون أنه نادرا ما تكون مواقع التواصل منبرا للديمقراطية الإلكترونية .

الجدول رقم (12): يوضح مدى ثقة المبحوثين بما يشارك عبر منصات التواصل الاجتماعي:

الفئات	التكرار	النسبة
حسب المصدر	109	55.90%
لا أتق	49	25.13%
أتق	37	18.97%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 55.90% يتقون بما يشارك عبر منصات التواصل الاجتماعي و ذلك حسب المصدر، بينما 25.13% لا يتقون نهائياً بما يشارك عبر منصات التواصل، و 18.97% منهم يتقون بما يشارك على منصات التواصل. يتق أغلب المبحوثين بما يشارك عبر منصات التواصل حسب المصدر و يرتبط ذلك باهتماماتهم فانحصارها يؤدي إلى معرفة مصادرها الموثوقة بالنسبة لهم.

كما أن انتشار الأخبار المغلوطة و ما تلحقه من ضرر معنوي (نفسى) أو حتى مادي (بدني ومالي) في فترات و أوضاع حساسة حول جائحة كورونا مثلاً منذ سنتين و ما ألحقته المعلومات المغلوطة حول سبل العلاج من أضرار بدنية لأشخاص حاولوا معالجة أنفسهم بعيداً عن الوصفات الطبية للمختصين، أو في حالة الأوضاع الحساسة التي تمر بها مؤسسة ما و انتشار الأخبار المغلوطة حولها الأمر الذي يؤثر على صورتها الذهنية لدى جمهورها من المستخدمين لمواقع التواصل مما قد يؤدي إلى تضررها مالياً....إضافة إلى الضرر النفسي الذي قد يلحق بالمستخدمين نتيجة انتشار أخبار مغلوطة حولهم أو حول أمور تهمهم... ، ما جعل المستخدمين في سعي دائم لمعرفة مصدر المعلومات المشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعي سواء بالاعتماد على المصادر الرسمية لمعرفة الأخبار، أو بمتابعة صفحات تتحقق من صدق المعلومات المنشورة عبر منصات التواصل و التي يشرف عليها مجموعة من الباحثين يعملون على البحث في المصدر الأول للمعلومة و من ثم تكذب الخبر المغلوط و تؤكد الخبر الصحيح.

بينما يفسر عدم ثقة 25.13% من المبحوثين بما يشارك عبر منصات التواصل الاجتماعي لكون هذه المنصات كانت و لفترة طويلة من تاريخها بيئة رقمية تنتشر عليها جميع أنواع الأخبار الزائفة و المضللة خاصة في الظروف الصعبة كالحروب و انتشار الأوبئة و لا تزال هذه المنصات كذلك (حرب اوكرانيا 2022م) (كورونا 2019م) حيث يصعب التأكد من صدق الخبر من عدمه، في حين قد يفسر ثقة 18.97% من المبحوثين بما يشارك عبر منصات التواصل بارتباط اهتماماتهم و اقتصار متابعتهم على أصدقاء و صفحات رسمية.

المحور الثاني: المعاني الذهنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي التشكيل و التغيير:

الجدول رقم(13): يوضح رأي المبحوثين في مواقع التواصل كمصدر لتشكيل تصوراتهم الذهنية حول قضايا معينة، مؤسسات، أشخاص ، دول ...

الفئات	التكرار	النسبة
دائما	43	22.05%
أحيانا	112	57.44%
نادرا	40	20.51%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 57.44% يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا ما تكون مصدر لتشكيل تصوراتهم الذهنية حول قضايا معينة، مؤسسات، أشخاص...فيما يرى 22.05% أنها دائما ما تكون كذلك، و يرى 20.51% أنها نادرا ما تكون مصدرا لتشكيل تصوراتهم الذهنية.

يستخدم أغلب المبحوثين مواقع التواصل بكثافة الجدول ( 09 ) و منذ مدة طويلة الجدول (08) و هذا ما يفسر ربما أن مواقع التواصل أحيانا ما تكون مصدر لتشكيل التصورات الذهنية ل 57.44 % منهم و دائما ما تكون كذلك بالنسبة ل 22.05 % منهم .

في حين قد يفسر أنه نادرا ما تشكل مواقع التواصل الاجتماعي التصورات الذهنية لنسبة 20.51% من المبحوثين كونهم من النسبة التي أجابت بأنها تستخدم مواقع التواصل منذ أقل من عام الجدول (08) و كذا لا يستخدمون هذه المواقع بكثافة الجدول ( 09 )، إذ يمكننا اعتبار أن اعتماد المبحوثين و كثافة استخدامهم و تعرضهم المكثف و المستمر لمواقع التواصل هو ما ساهم في تشكيل تصوراتهم الذهنية عن المواضيع و القضايا المهمة و المتداولة عبر هاته المنصات.

الجدول رقم(14): يبين رأي المستخدمين من عينة الدراسة في كون مواقع التواصل قد غيرت من تصوراتهم الذهنية السابقة عن قضايا، أشخاص، دول، مؤسسات...

الفئات	التكرار	النسبة
دائماً	68	34.87%
نادراً	40	20.51%
أحياناً	87	44.62%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 44.62% أحياناً ما تتغير تصوراتهم الذهنية حول مواضيع معينة أو مؤسسات و غيرها نتيجة لاستخدامهم مواقع التواصل، فيما يؤكد 34.87% منهم أنه قد تغيرت تصوراتهم الذهنية بعد استخدامهم لمواقع التواصل، و لم تغير مواقع التواصل من تصورات 20.51% منهم.

يؤكد أغلب المبحوثين من عينة الدراسة أنه أحياناً ما 44.62%، و نعم 34.87% ساهمت منصات التواصل في تغيير تصوراتهم الذهنية السابقة و قد يفسر ذلك بما تقدمه هذه المنصات من صورة أوضح للأحداث خاصة من خلال البث المباشر و الذي صنع القرب الذهني لمناقشتها و التعبير عن الرأي الذي قد يصنع هو الآخر صورة ذهنية .

لكن تجدر الإشارة إلى أنه قد لا يكون من الممكن أن تغير مواقع التواصل من التصورات الذهنية السابقة للمستخدمين في بعض القضايا الخاصة و المهمة جداً، فإجابة المبحوثين هنا كانت إجابة عامة .

فلا يمكن القول بأن جميع التصورات الذهنية للمستخدمين يمكن التحكم فيها و تغييرها من خلال منصات التواصل الاجتماعي و هذا ما أكده 20.51% من المبحوثين .

الجدول رقم (15): يوضح كيفية تشكل التصورات الذهنية عن القضايا و الأحداث المهمة من خلال مواقع التواصل لدى المبحوثين:

النسبة	التكرار	الفئات
24.69%	118	من خلال نسبة التفاعلات المسجلة على المنشورات
37.24%	178	من خلال ما تتضمنه تلك المنشورات من رسائل (معاني صريحة أو ضمنية)
08.79%	42	من خلال التوجهات الصريحة للمؤثرين
29.28%	140	من خلال البث المباشر للأحداث عبر هاته المواقع
100%	478	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن 37.24% من المبحوثين تتشكل لديهم تصورات ذهنية جراء استخدامهم مواقع التواصل من خلال ما تتضمنه المنشورات من رسائل (معاني صريحة أو ضمنية) بالدرجة الأولى، وجاء البث المباشر للأحداث عبر هاته المواقع في المركز الثاني بنسبة 29.28%، و تلاه نسبة التفاعلات المسجلة على المنشورات بنسبة 24.69% و أخيرا التوجهات الصريحة للمؤثرين بنسبة 08.79%.

كون المبحوثين من فئة طلبة الاعلام و الاتصال فإنهم يبحثون من خلال هاته المنصات على المعنى مما يشارك فيبحث طالب الاعلام و الاتصال على ما وراء الخبر و المعنى من نشره في وقت محدد و من جهة محددة و ما يحمله هذا الخبر من دلالات الصورة...فكل هذا هو ارتباط من هذا الطالب بتخصصه الدراسي و ممارسة فعلية ميدانية لكل ما يتلقاه من معارف نظرية بهذا الخصوص، لذلك فاعلم المبحوثين يبنون تصوراتهم الذهنية من خلال هاته المواقع عن طريق المعاني المقدمة من خلال المنشورات و هذا ما أكدته أغلب الإجابات.

و تبنى تصوراتهم الذهنية عن طريق البث المباشر بغض النظر عن ارتباطهم بالتخصص الجامعي و بعد ما شاهدوه خلال هذا البث من أحداث، فمثلا و في حادثة هزت الرأي العام المحلي و الذي هو من ضمن اهتمامات المبحوثين الجدول رقم (17) رسم البث المباشر لعملية قتل الشاب جمال بن اسماعيل في صيف 2021م تصورات ذهنية سلبية عن سكان بلدية الأربعاء نايت ايراثن ولاية بجاية ، فالحدث تم بثه على منصة الفايسبوك لعملية قتل و انتقام للمئات من شخص واحد، لو سمع الخبر دون أن يبث مباشرة لكان ربما قد شكل صورة سلبية لكن ليست بعمق الصورة السلبية

التي تشكلت من خلال البث المباشر لهذه الجريمة و كل ما رافقه من حديث و سلوكيات للأفراد في مكان وقوعها...، و لهذا فإن البث المباشر يصنع الصورة الذهنية بعمق المشاهدة الحية للأحداث.

و ترسم نسبة التفاعل مع المنشورات و التعليق عليها الصورة الذهنية كونها آلية للتعبير عبر هاته المنصات من جهة و كون كثافة المشاركة لمواضيع ما ترسم عنها صورة الأهمية لدى المستخدم و هذا ما أثبتته الدراسة السابقة ل محمد الفاتح و مراد شتوان .

في حين لا يتأثر أغلب المبحوثون من عينة الدراسة بأراء المشاهير عبر هاته المنصات و لم تكن وسيلة لتكوين تصوراتهم الذهنية على الأقل في القضايا و الأحداث المهمة، و ربما يعود ذلك للفكرة التي يحملها المستخدمون حول هؤلاء المشاهير بأنهم يصنعون لأنفسهم الشهرة فقط من خلال ما يصرحون به عبر منصات التواصل، و ربما يعود الأمر لكون الكثير من المشاهير أصبحوا يفاجئون جماهيرهم بتغير المواقف لدرجة اثاره الجدل حولهم.. فأصبح اهتمام المستخدمين بمشاهير السوشل ميديا و المؤثرين لا يتعدى مجال شهرتهم ولا يهتم أغلب المبحوثين لتصريحاتهم في القضايا المهمة.

الجدول رقم (16): يوضح رأي المبحوثين في التفاعل و التداول الواسع كألية لتحديد أهمية المواضيع عبر مواقع التواصل :

الفئات	التكرار	النسبة
أحيانا	99	50.77%
دائما	71	36.41%
نادرا	25	12.82%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 50.77% يرون أن التفاعل و التداول الواسع لموضوع ما عبر منصات التواصل الاجتماعي أحيانا ما يحدد أهميته، فيما يرى 36.41% منهم انه دائما ما تحدد أهمية المواضيع المتداولة عبر منصات التواصل من خلال آلية التفاعل و التداول الواسع، و يرى 12.82% منهم أنه نادرا ما تكون كذلك.

في معظم الأحيان يسعى المستخدمون عبر منصات التواصل إلى جعل المواضيع المهمة تتصدر الترنند و يشاركونها على أوسع نطاق، و ذلك راجع لوعي المستخدمين بالدور التأثيري الكبير الذي



يلعبه الرأي العام الالكتروني من خلال منصات التواصل على إحداث التغيير و هذا ما يفسر ربما أن أغلب المبحوثين يرون أنه أحيانا ما تكون 50.77% و دائما ما تكون 36.41% المواضيع المتفاعل معها بنسبة كبيرة و المتداولة على نطاق واسع هي مواضيع مهمة.

في حين يرى 12.82% منهم أن التفاعل و التداول الواسع لموضوع ما عبر منصات التواصل نادرا ما يحدد أهمية هذا الموضوع و ربما يعود السبب في ذلك إلى نطاق اهتمامات هذه النسبة و اقتصرها على أمور تخص نخبة المجتمع مثلا أو انحصارها على نطاق أضيق، في حين أن هذه المنصات هي بيئة تتداول فيها جميع المواضيع دون استثناء و ليس ضروريا أن تتشارك اهتمامات جميع المستخدمين حتى و إن كانت هناك نسبة كبيرة قد أهمها الموضوع و تفاعلت معه بكثافة.

الجدول رقم (17): يوضح أولوية تحديد إهتمامات المبحوثين حول المواضيع المتداولة عبر منصات التواصل:

النسبة	التكرار	الفئات
39.19%	165	إهتمام شخصي
30.17%	127	قضايا تهتم الرأي العام المحلي
23.04%	97	قضايا تهتم الرأي العام العربي
7.60%	32	قضايا تهتم الرأي العام العالمي
100%	421	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الإهتمام الشخصي هو ما يمثل الأولوية لتحديد أهمية المواضيع المتداولة عبر منصات التواصل بالنسبة لأغلب مبحوثي عينة الدراسة و ذلك بما نسبته 39.19%، فيما يهتم المبحوثين قضايا التي تهتم الرأي العام المحلي بدرجة ثانية و بمجموع إجابات قدرت نسبتها ب 30.17%، و جاء إهتمامهم بالقضايا التي تهتم الرأي العام العربي في المرتبة الثالثة بمجموع إجابات قدرت نسبتها ب 23.04%، و أخيرا و بمجموع إجابات قدرت نسبتها ب نسبة 7.60% يتم الاهتمام بالقضايا التي تهتم الرأي العام العالمي من قبل المبحوثين.

هذا التصنيف من قبل المبحوثين مرتبط بأهدافهم من التواجد و الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (18): يوضح رأي المبحوثين فيما إذا كان هناك جانب من التضليل للرأي العام في القضايا المتداولة عبر منصات التواصل.

الفئات	التكرار	النسبة
دائماً	78	40%
أحياناً	92	47.18%
نادراً	25	12.82%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 47.18% يرون أنه أحياناً ما يكون هناك جانباً من التضليل للرأي العام في قضايا متداولة عبر منصات التواصل، فيما يرى 40% منهم أنه دائماً ما يكون هناك تضليل عبر منصات التواصل، فيما يرى 12.82% منهم أنه نادراً ما يكون هناك تضليل للرأي العام عبر منصات التواصل.

يرى أغلب المبحوثين أنه أحياناً ما 47.18% و دائماً 40% ما يكون هناك تضليل للرأي العام في القضايا المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي، و يعود ذلك لما عايشه المستخدمون من عينة الدراسة من تضليل للرأي العام المحلي في فترات و أوضاع صعبة، كالتضليل الذي شهدته منصات التواصل ( بغض النظر عن مصدره) في فترة التغيير الديمقراطي الذي بدأ بحراك 22 فيفري 2019م، و التغطية على مواضيع و قضايا مهمة و صرف المستخدمين إلى قضايا هامشية .

الجدول رقم (19): يوضح رأي المبحوثين في مصدر التضليل عبر منصات التواصل الاجتماعي :

الفئات	التكرار	النسبة
المستخدمين	74	37.95%
الحسابات الوهمية	52	26.67%
إدارة مواقع التواصل الاجتماعي	35	17.95%
حسابات الصفحات الإعلامية	34	17.43%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة قدرت ب 37.95% يرون أن المستخدمين يمثلون أول مصدر للتضليل عبر منصات التواصل، و جاء من بعده خيار الحسابات الوهمية كثاني مصدر للتضليل حسب رأي المبحوثين بنسبة 26.67%، فيما جاءت إدارة مواقع التواصل الاجتماعي كالثالث مصدر بالنسبة للمبحوثين 17.95% و جاءت حسابات الصفحات الإعلامية كخيار رابع بما نسبته 17.43%.

يرى أغلب المبحوثين أن المستخدمين هم المصدر الأول للتضليل عبر منصات التواصل، و يمكن أن نفسر ذلك بأن أغلب المستخدمين يشاركون المنشورات و الأخبار دون التأكد من صحتها أو زيفها في حين أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة يتقون بما يشار عبر منصات التواصل حسب المصدر الجدول (12) ، و يرى 26.67% من المبحوثين أن الحسابات الوهمية هي مصدر التضليل عبر مواقع التواصل و قد نفسر ذلك بانتشار هذه الحسابات على منصات التواصل و التي تستغل الأوضاع الحساسة لبث الأفكار (التي يريدونها من هو قائم عليها) في أذهان المستخدمين، فمثلا في الفترة التي أعلنت فيها دول التطبيع مع الكيان الصهيوني برزت هذه الحسابات لتشارك المنشورات و التعليقات المؤيدة للتطبيع و تحاول بذلك قيادة رأي عام لتأييد التطبيع أو خلق دوامة من الصمت لدى المعارضين للتطبيع..

17.95% يرون أن إدارة مواقع التواصل هي مصدر التضليل عبر هاته المنصات و يمكن أن نفسر ذلك بالارقابة التي تمارسها ادارة المواقع على الحسابات الوهمية من جهة، و الرقابة التي تفرضها على منشورات بقية المستخدمين و التي تميزها كمحتوى حساس ، فما ينتشر عبر منصات التواصل هو محتوى مضلل يخدم سياسة هاته المنصات.

و أمام مصادر التضليل السابقة لا يبدو أن هناك دورا بارزا للصفحات الاعلامية فيما يتعلق بالتضليل و ذلك كون هاته الصفحات تابعة لقنوات تلفزيونية ارتبط وجودها بفكرة التضليل الاعلامي، و الذي قد يظهر عبر هاته الصفحات الخاصة بها حسب رأي 17.43% من المبحوثين.

الجدول رقم (20): يوضح مدى تعرض المبحوثين للتعليقات أو المنشورات المضللة عبر منصات التواصل.

الفئات	التكرار	النسبة
دائماً	36	18.46%
أحيانا	115	58.97%
نادرا	44	22.57%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بما نسبته 58.97% أحيانا ما تصادفهم منشورات أو تعليقات تجعلهم يشككون في الهوية الرقمية لصاحبه، فيما أكد 22.57% منهم أنه نادرا ما يصادفهم هكذا نوع من التعليقات أو المنشورات، فيما يؤكد 18.46% منهم أنه دائما ما تصادفهم أثناء تصفحهم لمواقع التواصل هكذا نوع من المنشورات أو التعليقات.

يتباين تعرض المبحوثين للتعليقات أو المنشورات التي قد تجعلهم يشككون في الهوية الرقمية لصاحبه و ذلك مرتبط باهتمامات المبحوثين و أهدافهم من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (21): يوضح تقييم المبحوثين لدور مواقع التواصل في تشكيل التصورات الذهنية :

الفئات	التكرار	النسبة
فعال	79	40.51%
متوسط	95	48.72%
محدود	21	10.77%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن اغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 48.72% يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور متوسط الفعالية في تشكيل التصورات الذهنية، بينما يرى 40.51% أنه فعال، و يرى 10.77% أن دورها محدود بهذا الخصوص.

تباينت درجة إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين تصورات المبحوثين ما بين الفعال و المتوسط .

المحور الثالث : التصورات الذهنية حول القضية الفلسطينية لدى المستخدمين من عينة الدراسة:

الجدول رقم (22): يوضح درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل لمتابعة أحداث القضية الفلسطينية:

النسبة	التكرار	الفئات
25.64%	50	عالية
57.44%	112	متوسطة
16.92%	33	منخفضة
100%	195	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين و بنسبة 57.44% يعتمدون على مواقع التواصل لمتابعة أحداث القضية الفلسطينية بدرجة متوسطة، فيما يعتمدها 25.64% لذات الغرض بدرجة عالية، و يعتمدها 16.92% منهم لهذا الغرض بدرجة منخفضة.

يعتمد المبحوثون بدرجات متفاوتة على مواقع التواصل لمتابعة تطورات أحداث القضية الفلسطينية يعود السبب في ذلك لإرتباط المبحوثين بهاته المواقع لتحقيق أهداف متعددة و متنوعة ..، و قد نفسر ذلك أيضا بكون القنوات الاخبارية تهتم ببث أحداث القضية الفلسطينية و مراسلو هذه القنوات في فلسطين يمثلون مصدرا أهم بالنسبة للمبحوثين، و بالتالي ربما يلجأ المبحوثون للقنوات الاخبارية لمتابعة تطورات أحداث القضية الفلسطينية بصورة أفضل في حين يلجأون لهاته المنصات للتعبير عن آرائهم في هاته الاحداث سواء بالتعليق أو مشاركة المنشورات و التفاعل .

الجدول رقم (23): يوضح مصدر حصول المبحوثين على معلومات حول القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل.

الفئات	التكرار	النسبة
الحسابات الإخبارية الرسمية	153	40.8%
تصادفك منشوراتها	99	26.4%
متابعة حسابات المؤثرين كإعلاميين مثلا	83	22.13%
الحسابات غير الرسمية	40	10.67%
المجموع	195	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة بما نسبته 40.8% يعتمدون الحسابات الإخبارية الرسمية كمصدر لمعرفة تطورات أحداث القضية الفلسطينية، فيما 26.4% منهم تصادفهم منشورات حولها أثناء تصفحهم لمواقع التواصل، و يعتمد 10.67% منهم على متابعة حسابات المؤثرين كإعلاميين مثلا لهذا الغرض، و يعتمد 10.67% منهم على الحسابات غير الرسمية كمصدر لمعرفة تطورات أحداث القضية الفلسطينية.

يعتمد أغلب المبحوثين على الصفحات الإخبارية الرسمية لمعرفة معلومات حول القضية الفلسطينية و ذلك راجع إلى اعتماد المؤسسات الإعلامية على نشر أخبارها العاجلة عبر منصات التواصل لأن المستخدمين يتواجدون دائما عليها، في حين لا يتواجدون دوما أمام شاشات التلفاز لمتابعة الأخبار، و يفسر ذلك أيضا بأن أغلب المبحوثين يتقون بما يشارك على منصات التواصل حسب المصدر الجدول (12)، و بالتالي فإن مصدر المعلومة الرسمي و المتأكد من مصداقيته أمام المبحوثين هو الصفحات الإخبارية الرسمية.

في حين تنتشر الأخبار بكثرة حول القضية الفلسطينية و يتفاعل مع أحداثها المستخدمون يتعرض المبحوثون لمنشورات حول القضية الفلسطينية مصادفة ربما عن طريق مشاركة المستخدمين للخبر في المجموعات أو الصفحات الشخصية أو انشاء المنشورات حول حدث ما و نشره في المجموعات و الصفحات، كما حدث مثلا مع خبر اغتيال الصحفية شيرين أبو عاقلة في مدينة جنين من طرف جنود الاحتلال، حيث أصبحت هي الخبر على منصات التواصل و علم عديد المستخدمين عن خبر اغتيالها بهذه الطريقة..

في حين يعتمد المبحوثون على صفحات الاعلاميين لمتابعة أحداث القضية الفلسطينية بنسبة لا تعد صغيرة و ذلك لإهتمام الصحفيين بنشر المحتوى المقدم في القناة عبر صفحاتهم الخاصة في منصات التواصل و هذا ما أثبتته الدراسة السابقة لـ "محمد الفاتح حمدي" و "مراد شتوان".

الجدول رقم (24): يوضح المظاهر الأكثر تداولاً حول القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل حسب رأي المبحوثين :

النسبة	التكرار	الفئات
25.40%	173	مظاهر العنف ضد الفلسطينيين
16.45%	112	مظاهر الاستيطان و التهجير
13.51%	92	مظاهر إنتهاكات حقوق الأسرى و الأطفال
23.64%	161	مظاهر إنتهاكات حرية ممارسة الشعائر الدينية في المسجد الأقصى
20.56%	140	مظاهر المقاومة الشعبية
0.44%	03	مظاهر المقاومة السياسية
100%	681	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه و حسب تجربة المبحوثين من عينة الدراسة أن أغلب المظاهر تداولاً عبر منصات التواصل فيما يخص القضية الفلسطينية هي مظاهر العنف ضد الفلسطينيين بدرجة أولى و بنسبة 25.40%، و تليها مظاهر إنتهاكات حرية ممارسة الشعائر الدينية في المسجد الأقصى بنسبة 23.64%، فيما جاءت مظاهر المقاومة الشعبية في المركز الثالث كأكثر المظاهر تداولاً بنسبة 20.56%، تلتها مظاهر الإستيطان و التهجير بنسبة 16.45% و مظاهر إنتهاكات حقوق الأسرى و الأطفال بنسبة 13.51% و أخيراً مظاهر المقاومة السياسية بعدد إجابات بلغت نسبتها 0.44%.

أكدت إجابات المبحوثين أن المظاهر الأكثر تداولاً حول القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل الاجتماعي هي مظاهر تشكل صورة سلبية عن الكيان الصهيوني من مظاهر العنف ضد الفلسطينيين إلى مظاهر انتهاكات حرية ممارسة الشعائر الدينية في الأقصى و مظاهر التهجير و الاستيطان و انتهاكات حقوق الاسرى و الأطفال، و بالتالي فإن مواقع التواصل قد نقلت بالفعل هذه الصورة للعالم و التي كانت لا تظهر على وسائل الاعلام لسبب أو لآخر...في حين أن مظاهر

المقاومة الفلسطينية كانت قد برزت للرد على إعتداءات جنود الاحتلال على المصلين في المسجد الأقصى سنة 2021 م و عرفت تداولاً واسعاً حينها كما تتداول مظاهر المقاومة الشعبية في فلسطين.

الجدول رقم (25): يظهر طريقة المبحوثين في التعبير عن المعاني الذهنية الخاصة بهم حول القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل الاجتماعي:

النسبة	التكرار	الفئات
61.75%	184	التفاعل مع المنشورات و التعليق عليها
24.16%	72	مشاركة المنشورات حولها
8.39%	25	التعليق على تعليقات المستخدمين
5.70%	17	مناقشة الأحداث المتعلقة بالقضية على صفحتك الشخصية
100%	298	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة يعتمدون آلية التفاعل مع المنشورات و التعليق عليها كأول طريقة للتعبير عن المعاني الذهنية الخاصة بهم حول القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل و ذلك بما نسبته 61.75%، يليها خيار مشاركة المنشورات حولها بنسبة 24.16% و التعليق على تعليقات المستخدمين بنسبة 8.39%، و أخيراً مناقشة الأحداث المتعلقة بالقضية عبر الصفحة الشخصية بنسبة 5.70%.

يعبر أغلب المبحوثين عن تصوراتهم حول القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل عن طريق التفاعل مع المنشورات و التعليق عليها و هي آلية عملية للتعبير عن الرأي ، ومظاهر هذا التفاعل.

تعبّر عن آرائهم و تجاربهم و معتقداتهم بخصوص القضية و بالتالي ترسم صورة عن الرأي السائد لدى المستخدمين حولها.

فيما يلجأ بعض المستخدمين إلى مشاركة المنشورات حولها فهي تعبير على أنه يشارك مع صاحب المنشور ذات الرأي في الحدث أو الموضوع المتعلق بالقضية الفلسطينية.



و يخوض أيضا من المبحوثين في النقاشات من خلال التعليق على تعليقات المستخدمين للتعبير ربما عن الرأي المشترك أو المخالف لما جاء به غيره ، و يشاركون الأحداث المتعلقة بها في منشورات عبر صفحاتهم الشخصية .

الجدول رقم (26): يوضح كيفية إسهام المبحوثين في تشكيل المعاني الذهنية لبقية المستخدمين حول القضية الفلسطينية:

النسبة	التكرار	الفئات
65.92%	176	التفاعل (تسجيل الإعجاب) على المنشورات المتعلقة بها
29.59%	79	مشاركة المنشورات حولها
04.49%	12	إنشاء المحتوى عن القضية و مشاركته
100%	267	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين و بنسبة قدرت ب 65.92% يعتمدون التفاعل ( تسجيل الإعجاب) على المنشورات المتعلقة بالقضية الفلسطينية حتى يسهموا في تشكيل المعاني الذهنية لبقية المستخدمين حولها، و يسهم 29.59% منهم في ذلك عن طريق مشاركة المنشورات حولها، فيما ينشئ 04.49% منهم المحتوى حول القضية الفلسطينية و يشاركونه حتى يسهموا في تشكيل تصورات ذهنية عنها لدى بقية المستخدمين.

يفضل أغلب المبحوثين المساهمة في تشكيل التصورات الذهنية حول القضية الفلسطينية لدى بقية المستخدمين عن طريق التفاعل و تسجيل الإعجاب، و ذلك كونها الآلية الأسهل و الأشهر للتعبير عن الرأي عبر منصات التواصل، و المساهمة بذلك في تصدر الحدث أو الموضوع الترندي و تداوله على أوسع نطاق كخيار أول، و يلجأ أيضا المبحوثون كخيار ثاني لمشاركة المنشورات حول القضية الفلسطينية سواء كانت منشورات تحمل أخبارا جديدة أو منشورات داعمة للقضية عبر المجموعات و الصفحات للمساهمة في تشكيل التصورات الذهنية حولها.

و من ثم يلجأ المبحوثون لإنشاء المحتوى حول القضية كخيار ثالث و مشاركته عبر منصات التواصل لإحداث التأثير المطلوب و التعريف بالقضية الفلسطينية .

الجدول رقم (27): يوضح مدى تعرض المبحوثين لمظهر من مظاهر التطبيع مع الكيان عبر منصات التواصل.

الفئات	التكرار	النسبة
دائماً	36	18.46%
أحياناً	126	64.62%
نادراً	33	16.92%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة قدرت ب 64.62% أحياناً ما يتعرضون لمظهر من مظاهر التطبيع مع الكيان الصهيوني أثناء تصفحهم مواقع التواصل، فيما يتعرض 18.46% منهم دائماً لمظاهر التطبيع عبر منصات التواصل، و نادراً ما يتعرض 16.92% منهم لمظاهر التطبيع عبر منصات التواصل.

يتعرض المبحوثون كغيرهم من المستخدمين لمظاهر التطبيع عبر منصات التواصل ذلك لأن منصات التواصل هي البيئة المفضلة لدى المستخدمين حول العالم لمشاركة إهتماماتهم و يومياتهم و التعبير عن آرائهم و بالتالي سيصادف المستخدم عديد المواضيع التي قد تكون أو لا تكون من إهتماماته.

الجدول رقم (28): يوضح رأي المبحوثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لإقناع بعض الشعوب لتقبل سياسة التطبيع :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	137	70.26%
لا	58	29.74%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 70.26% يرون أن مواقع التواصل كانت وسيلة لإقناع بعض المستخدمين العرب لتقبل سياسة التطبيع، فيما يرى 29.74% منهم أنه لم يكن لها دور في إقناع المستخدمين بتقبلها.

كان لمواقع التواصل و على مدى سنوات دور كبير في تشكيل الرأي العام و تغيير الاتجاهات سواء كان هذا التغيير سلبي أم ايجابا فإن هذا الدور لا يخفى على أحد، و قد تناولت عديد الدراسات هذا الدور لمواقع التواصل، و في حالة التطبيق فقد كان لمواقع التواصل دور في تقبل بعض الشعوب لهاته السياسة حسب رأي أغلب المبحوثين.

الجدول رقم (29): يوضح مدى تأثير التصورات الذهنية للمبحوثين من خلال المنشورات المتداولة حول التطبيق.

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	97	49.74%
لا	17	8.72%
لا أعمم	81	41.54%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب مبحوثي عينة الدراسة و بنسبة 49.74% قد تغيرت تصوراتهم الذهنية عن الشعوب التي أعلنت حكوماتها التطبيق مع الكيان الصهيوني و ذلك من خلال المنشورات المتداولة على منصات التواصل، فيما أكد 41.54% منهم أنهم لا يعممون ذلك، و لم تغير المنشورات المتداولة حول التطبيق من التصورات التي يحملها المبحوثون عن الشعوب التي أعلنت حكوماتها التطبيق بما نسبته 8.72%.

يحمل المبحوثون تصورات ايجابية عن القضية الفلسطينية و يتأثر أغلبهم بما يشارك حولها عبر منصات التواصل و قد أصبحوا يحملون صورة سلبية عن المستخدمين الذين يشاركون منشورات داعمة للتطبيق الذي يرفضه المبحوثون من عينة الدراسة .

فيما لا يعمم 41.54% من المبحوثين الصورة السلبية عن ما يشاهدونه من منشورات داعمة للتطبيق على شعوب تلك الدول التي أعلنت حكوماتها التطبيق.

الجدول رقم(30): يوضح مدى تأثير الرأي المعلن للمشاهير عبر منصات التواصل و الداعم للقضية الفلسطينية على تصورات المبحوثين حولهم.

الفئات	التكرار	النسبة
دائماً	81	41.55%
نادراً	52	26.66%
أحياناً	62	31.79%
المجموع	195	100%

يؤكد أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بما نسبته 41.55% أن الراي الداعم للقضية الفلسطينية و المعلن عبر منصات التواصل لبعض المشاهير يساهم في تكوين صورة إيجابية عنهم لدى المبحوثين، فيما يؤكد 31.79% منهم أنه أحياناً ما يحدث ذلك، و يؤكد 26.66% منهم أن الرأي المعلن لهؤلاء المشاهير لا يرسم لديهم صورة ايجابية عنهم.

عموماً يكون المستخدمون لمواقع التواصل تصورات ذهنية عن باقي المستخدمين من خلال آرائهم التي يقدمونها عبر هاتاه المنصات، و بخصوص الرأي الداعم للقضية الفلسطينية يكون أغلب المبحوثين تصورات ايجابية عن بقية المستخدمين الذين يعلنون دعمهم للقضية حتى المشاهير منهم ذلك لما يحملونه من دعم لهذه القضية بصفة خاصة.

الجدول رقم (31): يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كان إعلان المشاهير لموقفهم الداعم للقضية الفلسطينية يؤثر على إتجاهات متابعيهم.

الفئات	التكرار	النسبة
دائماً	65	33.33%
نادراً	43	22.05%
أحياناً	87	44.62%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن 44.62% من المبحوثين يرون أن هؤلاء المشاهير بإعلان موقف داعم للقضية الفلسطينية أحيانا ما يؤثرون على اتجاهات متابعيهم بهذا الخصوص، و يرى 33.33% من المبحوثين أن ذلك يؤثر على اتجاهات المتابعين فيما يرى 22.05% منهم أنهم لا يؤثرون على متابعيهم بإعلانهم الرأي .

يتمتع المشاهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي بقوة تأثيرية بالغة على متابعيهم و يظهر هذا التأثير في التقليد كأبسط نوع من التأثير، و هذه المواقف الايجابية تجاه القضية الفلسطينية و الداعمة لها و التي يشاركونها متابعيهم سواء من المنشورات أو التعليقات أو الصور... قد تجعل متابعيهم يغيرون من مواقفهم عموما و يتجهون لدعم القضية الفلسطينية مقابل تجريم الكيان الصهيوني.. .

الجدول رقم(32): يوضح مدى تأثير الرأي المحايد و السلبي المعلن من قبل المؤثرين على المستخدمين من عينة الدراسة.

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	157	80.51%
لا	38	19.49%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 80.51% يرسم الرأي المحايد أو السلبي للمشاهير العرب تجاه القضية الفلسطينية لديهم صورة سلبية عن هؤلاء المؤثرين، فيما لا يرسم رأيهم أي صورة سلبية عنهم لدى 19.49% من المبحوثين.

تؤثر الآراء الايجابية المعلنه من قبل المشاهير العالميين على تصورات المبحوثين عموما الجدول (30) و بالمقابل يؤثر الرأي السلبي و المحايد لمشاهير العرب عبر منصات التواصل على صورتهم لدى أغلب المبحوثين .

الجدول رقم (33): يوضح رد فعل (سلوك) المبحوثين تجاه المشاهير الذين يعلنون موقف سلبي أو محايد تجاه القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل.

الفئات	التكرار	النسبة
تتوجه لنقده عبر تعليقات و رسائل	73	28.52%
تلغي متابعته	183	71.48%
المجموع	256	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن سلوك أغلب المبحوثين تجاه المشاهير الذين يعلنون موقف سلبي أو محايد تجاه القضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتجه أولاً نحو إلغاء المتابعة و ذلك بنسبة 71.48% ، و من ثم يتجه نحو النقد عبر رسائل و تعليقات كخيار ثاني ما نسبته 28.52% منهم .

يختار المبحوثون في هذه الحالة إلغاء المتابعة كخيار أولي سهل يمنع عنهم الدخول في جدال عقيم مع بقية المستخدمين عبر منصات التواصل في حالة ما إذا اختار النقد عن طريق التعليق خاصة، أما في حالة إرسال الرسائل فإنه في أغلب الأحيان لن يطلع عليها أحد و لن تحدث التغيير.

أما في حالة ما قام بإلغاء المتابعة و تبعه في ذلك عدة مستخدمين فسيلاحظ التغيير الذي طرأ بعد إعلان هذا الموقف السلبي تجاه القضية الفلسطينية، ومنه فالإلغاء المتابعة هو الحل العملي الأمثل الذي يعبر من خلاله المستخدمون عن معارضتهم لتصريح ما أو موقف ما من قبل هؤلاء المشاهير، و بالتالي فهذا السلوك هو تعبير من المستخدم عن تغيير في التصورات الذهنية التي يحملها.

الجدول رقم (34): يبين تأثيرات مظاهر الممارسات الاستيطانية و التهجير ضد الفلسطينيين على الصورة الذهنية ل:

الفئات	التكرار	النسبة
الكيان الصهيوني	93	24.16%
الصمت العربي	182	47.27%
منظمات حقوق الإنسان الدولية	110	28.57%
المجموع	385	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة قدرت ب 47.27% رسمت مظاهر الممارسات الاستيطانية و التهجير ضد الفلسطينيين صورة سلبية لديهم عن الصمت العربي بدرجة أولى و جاء بعدها كل من منظمات حقوق الإنسان الدولية بنسبة 28.57% و الكيان الصهيوني بنسبة 24.16%.

يحمل المبحوثون صورة سلبية سابقة عن الكيان الصهيوني رسمها الوضع في فلسطين منذ سنوات.

رسمت مظاهر الممارسات الاستيطانية و التهجير ضد الفلسطينيين صورة سلبية لدى المبحوثين عن الوضع العربي و حالة الصمت التي سيطرت على الأوضاع رغم حالة التصعيد التي تميز الوضع في فلسطين في الوقت الراهن.

كما أن مواقف المنظمات الدولية لحقوق الانسان بما يحدث في فلسطين من انتهاكات لحقوق الأطفال و الأسرى هي مواقف سلبية للغاية رسمت لدى المبحوثين تصورات سلبية عنها و عن حقيقة دورها في الدفاع عن حقوق الانسان في العالم خاصة بعد حرب أوكرانيا التي سجلت تضامنا دوليا واسعا .

الجدول رقم(35): يبين ملامح الصورة الذهنية الإيجابية التي ترسمها مظاهر المقاومة حول الشعب الفلسطيني:

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	195	100%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الأغلبية المطلقة من مبحوثي عينة الدراسة و بنسبة 100% يرون أن مظاهر المقاومة المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي ترسم صورة ذهنية إيجابية عن الشعب الفلسطيني.

يحمل كل المبحوثين تصورات ذهنية ايجابية عن مقاومة الشعب الفلسطيني للاستعمار الاستيطاني الصهيوني و يعود ذلك لصلة العروبة القوية بين الشعبين الجزائري و الفلسطيني، و كون هذا الأخير قد مر بتجربة المقاومة للاستعمار الفرنسي، ويقف الجزائريون شعبا و حكومة ضد الكيان

الصهيوني و لا يعترفون بوجوده كدولة و يؤكد هذا الموقف الثابت للجزائر في دعم فلسطين و شعبها و حكومتها و رجال المقاومة فيها على لسان رؤسائها منذ الاستقلال .

و يتفاعل المبحوثون مع تطورات الأحداث في فلسطين و مهما كان الحدث صغيرا إلا أنه يحتل التردد عبر مواقع التواصل في الجزائر و هذا ما يفسر الصورة الايجابية التي يحملها جميع المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 100 % عن المقاومة الفلسطينية.

الجدول رقم (36): يبرز مدى إسهام مواقع التواصل في تعزيز التصورات الذهنية السابقة لأفراد العينة فيما يتعلق بالقضية الفلسطينية:

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	62	31.79%
لا	19	9.74%
نوعا ما	114	58.47%
المجموع	195	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 58.47% يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تعزيز تصوراتهم الذهنية حول القضية الفلسطينية نوعا ما، فيما يرى 31.79% منهم أنها ساهمت بالفعل في تعزيز تصوراتهم الذهنية حول القضية الفلسطينية، و يرى 9.74% منهم أنه لم يكن لها أي دور في تعزيز تصوراتهم الذهنية حول القضية الفلسطينية.

ترتبط الصورة الذهنية لدى المبحوثين حول القضية الفلسطينية بوسيلة اولى شكلتها و هي التنشئة الاجتماعية... فتعزيز هذه الصورة و زيادة الوعي بها يرتبط ببعض الأحداث الجديدة التي لم يكن هناك مصدر لمعرفة أو الإطلاع على حقيقتها إلا بعد انتشارها عبر منصات التواصل الاجتماعي، كمظاهر التطبيق مع الكيان التي ظهرت من خلال الصور و مقاطع الفيديو المنتشرة عبر هاته المنصات.. لهذا فإن أغلب المبحوثين كانت مواقع التواصل قد عززت من تصوراتهم الذهنية حول القضية الفلسطينية نوعا ما و نعم.

و من المبحوثين من لم تعزز مواقع التواصل من تصوراتهم الذهنية حول القضية الفلسطينية و قد يفسر ذلك بإطلاعهم المسبق على كل ما يخص القضية الفلسطينية، أو عدم تقّتهم بما يتداول حول القضية الفلسطينية، فالمنشورات المرتبطة بها أصبحت تمثل محتوى حساس يمكن حذفه من قبل إدارة



مواقع التواصل، و كان التضيق على المستخدمين فيما يخص القضية الفلسطينية و الموقف المعادي للكيان الصهيوني و تجريم انتهاكاته و ممارساته الاستيطانية و الإرهابية.. قد مس جميع المستخدمين دون استثناء.

ثانياً: النتائج الجزئية للدراسة.

بعد إجراء دراستنا الميدانية حول: " الصورة الذهنية للقضية الفلسطينية عبر منصات التواصل" على عينة من طلبة جامعة العربي التبسي تبسة، توصلنا إلى النتائج التالية:

البيانات الشخصية:

- ✓ أغلب المبحوثين من نوع أنثى بنسبة 77.94 % .
- ✓ أغلب المبحوثين هم من الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة بنسبة 51.79%.
- ✓ أغلب المبحوثين هم طلبة الاتصال التنظيمي بنسبة 91.28%.
- ✓ أغلب المبحوثين الذين أجابوا على أسئلة الاستبيان هم الطلبة في طور الماستر 02 بنسبة 75.38%.

المحور الأول: استخدام مواقع التواصل و الاشباعات المحققة منه.

- ❖ من خلال المعطيات التي قدمها المبحوثون تبين أن أغلبهم يستخدمون من 04 إلى 07 مواقع للتواصل الاجتماعي بنسبة تقدر ب 51.77%.
- ❖ أغلب المبحوثين اختاروا الفيسبوك كأفضل موقع للتواصل الاجتماعي بنسبة 52.82%.
- ❖ أغلب المبحوثين من عينة الدراسة قد اختاروا تواجد عدد كبير من الأصدقاء كميزة لتفضيلهم لموقع تواصل مقارنة بآخر.
- ❖ أغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل لمدة من 02 إلى 04 ساعات يوميا بنسبة قدرت ب 40.51%.
- ❖ يستخدم أغلب المبحوثين مواقع التواصل بهدف التواصل و ذلك بنسبة 49.25% .
- ❖ يرى أغلب المبحوثين و بنسبة قدرت ب 41.03% أن مواقع التواصل أحيانا ما تكون منبرا للديمقراطية الالكترونية.
- ❖ يثق أغلب المبحوثين و بنسبة قدرت ب 55.90% بما يشارك عبر منصات التواصل و ذلك حسب المصدر .

- المحور الثاني: المعاني الذهنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي التشكيل و التغيير.
- ❖ يرى أغلب المبحوثين و بنسبة قدرت ب 57.44% أن مواقع التواصل هي مصدر لتشكيل تصوراتهم الذهنية.
  - ❖ يرى أغلب المبحوثين و بنسبة قدرت ب 44.62 % أن مواقع التواصل أحيانا ما غيرت من تصوراتهم الذهنية السابقة.
  - ❖ تشكلت التصورات الذهنية لأغلب المبحوثين عن طريق ما تتضمنه تلك المنشورات من معاني صريحة أو ضمنية بدرجة أولى و ذلك بنسبة 37.24%.
  - ❖ يرى أغلب المبحوثين و بنسبة 50.77% أن التفاعل و التداول الواسع لموضوع ما عبر منصات التواصل أحيانا ما يحدد أهمية المواضيع المتداولة .
  - ❖ الاهتمام الشخصي هو ما يحدد أهمية المواضيع المتداولة لأغلب المبحوثين بدرجة أولى و بنسبة قدرت ب .39.19%
  - ❖ يرى أغلب المبحوثين و بنسبة قدرت ب 47.18 % أنه أحيانا ما يكون هناك جانبا من التضليل للرأي العام في القضايا المتداولة عبر منصات التواصل.
  - ❖ يرى أغلب المبحوثين و بنسبة قدرت ب 37.95% أن المستخدمين هم مصدر التضليل الأول عبر منصات التواصل .
  - ❖ أغلب المبحوثين و بنسبة 58.97 % كانوا قد تعرضوا للمنشورات أو التعليقات المضللة أثناء تصفحهم لمواقع التواصل.
  - ❖ يرى أغلب المستخدمين و بنسبة 48.72 % أن لمواقع التواصل دورا متوسطا في تشكيل تصوراتهم الذهنية.

المحور الثالث: التصورات الذهنية للقضية الفلسطينية لدى المستخدمين من عينة الدراسة.

- ❖ يعتمد أغلب المبحوثين بدرجة متوسطة على مواقع التواصل لمتابعة أحداث القضية الفلسطينية و ذلك و بنسبة 57.44% .
- ❖ يعتمد أغلب المبحوثين و بنسبة قدرت ب 40.8% على الحسابات الإخبارية الرسمية كمصدر للحصول على معلومات حول القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل.
- ❖ مظاهر العنف ضد الفلسطينيين هي أكثر المظاهر تداولاً و بالدرجة الأولى عبر منصات التواصل برأي 25.40% من المبحوثين.
- ❖ يعبر أغلب المبحوثين من العينة عن المعاني الذهنية الخاصة بهم حول القضية الفلسطينية عن طريق التفاعل مع المنشورات و التعليق عليها و ذلك بنسبة 61.75%.
- ❖ يسهم أغلب المبحوثين و بنسبة 65.92% من عينة الدراسة في تشكيل تصورات بقية المستخدمين في موضوع القضية الفلسطينية عن طريق التفاعل تسجيل الإعجاب على المنشورات المتعلقة بها.
- ❖ يتعرض أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بما نسبته 64.62% أحيانا لمظهر من مظاهر التطبيع مع الكيان عبر منصات التواصل.
- ❖ يرى أغلب المبحوثين 70.26% أن مواقع التواصل شكلت وسيلة لإقناع الشعوب بالتطبيع مع الكيان الصهيوني.
- ❖ تغيرت تصورات أغلب المبحوثين 49.74% عن الشعوب التي أعلنت حكوماتها التطبيع و ذلك بتأثير المنشورات المتداولة حولهم و منهم.
- ❖ يؤثر الرأي المعلن من قبل المشاهير عبر منصات التواصل و الداعم للقضية الفلسطينية على تصورات المبحوثين حولهم و ذلك بنسبة 41.55%.
- ❖ أحيانا ما يكون لإعلان المواقف الداعمة للقضية الفلسطينية من قبل المشاهير العالميين تأثير على اتجاهات متابعيهم حسب رأي المبحوثين من عينة الدراسة بنسبة 44.62%.
- ❖ يشكل الرأي المحايد و السلبي للمشاهير العرب حول القضية الفلسطينية صورة سلبية عنهم لدى أغلب المبحوثين 80.51%.
- ❖ يتجه أغلب المبحوثين و بنسبة 71.48% لإلغاء متابعة أحد المشاهير إذا ما أعلن موقفا سلبيا أو محايدا تجاه القضية الفلسطينية.
- ❖ ترسم مظاهر الاستيطان و التهجير الممارس ضد الفلسطينيين صورة سلبية عن الصمت العربي لدى أغلب المبحوثين بنسبة 47.27% .

- ❖ ترسم مظاهر المقاومة الشعبية في فلسطين صورة ايجابية عن الشعب الفلسطيني لدى كامل مبحوثي عينة الدراسة 100% .
- ❖ يرى أغلب المبحوثين من عينة الدراسة و بنسبة 58.47 % أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أسهمت نوعا ما في تعزيز تصوراتهم الذهنية السابقة حول القضية الفلسطينية .

### ثالثا: نتائج التساؤلات الفرعية.

#### نتائج التساؤل الفرعي الأول:

- ❖ يستخدم أغلب المبحوثين أكثر من موقع للتواصل الاجتماعي و يتحكم في ذلك أهدافه من هذا الاستخدام و التي تباينت ما بين تواصل و ترفيه... إضافة إلى مميزات كل موقع.
- نتائج التساؤل الفرعي الثاني:

- ❖ يحمل المبحوثون صورة ايجابية عن القضية الفلسطينية فيما قد تتغير تصوراتهم الذهنية عن عناصر مرتبطة بها لتطور (إن صح التعبير) بذلك الصورة الذهنية التي يحملونها حول القضية الفلسطينية، فقد ساهم الاستخدام المكثف لمواقع التواصل من قبل المبحوثين إضافة إلى أحداثها المتسارعة و التداول الواسع لها عبر هاته المنصات في تكوين المزيد من التصورات الذهنية السلبية عن الكيان الصهيوني، و صورة سلبية عن الشعوب التي تقبلت فكرة التطبيع مع الكيان و المزيد من التصورات الايجابية عن الشعب الفلسطيني من خلال تداول مظاهر المقاومة.

#### نتائج التساؤل الفرعي الثالث:

- ❖ يسهم المبحوثون من عينة الدراسة كونهم من مستخدمي مواقع التواصل في تشكيل التصورات الذهنية لدى بقية المستخدمين حول القضية الفلسطينية عن طريق التفاعل مع المنشورات و التعليق عليها.

#### نتائج التساؤل الفرعي الرابع:

- ❖ ساهمت مواقع التواصل في تغيير تصورات 22.05 %، و أحيانا ما تساهم في تغيير تصورات 57.44% من المبحوثين و بالتالي فإن التصورات الذهنية، المكتسبة من خلال الخبرة الشخصية و من خلال وسائل الاعلام قد تتغير بعد استخدام مواقع التواصل و العكس قد يشكل المبحوثين تصورات ذهنية من خلال مواقع التواصل لتتغير بعد التجربة الشخصية.

ثالثاً: النتائج العامة للدراسة.

- ❖ في ظل تنوع و تعدد مواقع التواصل الاجتماعي يفضل أغلب المبحوثين استخدام أكثر من موقع للتواصل.
- ❖ يسهم الاستخدام المكثف لمواقع التواصل في تشكيل التصورات الذهنية لدى المستخدمين من عينة الدراسة.
- ❖ تحظى أغلب القضايا المهمة عبر منصات التواصل بالأهمية من حيث التفاعل و التداول الواسع لها.
- ❖ من خلال تجربة المبحوثين من عينة الدراسة يتأكد دور مواقع التواصل في تشكيل و في تغيير التصورات الذهنية.
- ❖ يحمل المبحوثون صورة ايجابية عن القضية الفلسطينية يعبرون عنها عبر مواقع التواصل.
- ❖ يتفاعل المبحوثون مع أحداث القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل عن طريق التعليق و مشاركة المنشورات لتقديم الدعم و التعبير عن ارائهم و تصوراتهم حولها.
- ❖ يسهم أغلب المستخدمين في تشكيل التصورات الذهنية لدى بقية المستخدمين حول القضية الفلسطينية عن طريق التفاعل و التعليق على المنشورات و المساهمة بذلك في جعل أحداثها تتصدر الترنند.

الخاتمة

### الخاتمة.

في نهاية البحث المقدم و الذي تضمن دراسة موجزة عن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي و الاشباع المحققة منه، إضافة إلى إبراز دورها كوسيلة لتكوين التصورات الذهنية لدى المستخدمين و البحث في سبل التشكيل و التغيير للصورة الذهنية عبر منصات التواصل، و ربط ما سبق بالقضية الفلسطينية و البحث لمعرفة معالمها لدى المستخدمين من مبحوثي عينة الدراسة و معرفة إن كانت الصورة الذهنية التي يحملها المبحوثون حول القضية الفلسطينية متطابقة مع الصورة التي شكلوها حولها من خلال وسائل أخرى.

توصلنا إلى مجموعة نتائج تأتي على ذكرها فيما يلي:

مواقع التواصل الاجتماعي هي منصات تفاعلية تتميز بخدماتها المتنوعة تربط مستخدميها حول العالم في شبكة تواصلية انية و تضمن لهم سهولة التواصل و الحصول على المعلومات و مشاركتها و مناقشة الأحداث كبيئة تتيح التعبير عن الرأي في جميع القضايا المتداولة، و بالتالي يقدم المستخدم تصورات حول المواضيع و الأحداث.

يعبر المستخدم عن رأيه حول القضايا المتداولة عبر منصات التواصل عن طريق التعليق أو مشاركة المحتوى، فيقدم بذلك الإنطباعات و المعاني الذهنية التي يحملها.

يتفاعل المستخدمون و يشاركون المعلومات بكثافة عبر منصات التواصل مما يقدم تصور عن أهمية الموضوع المتداول لدى باقي المستخدمين.

تحضى القضية الفلسطينية بأهمية خاصة لدى المستخدمين من عينة الدراسة و الذين يحملون صورة ايجابية عن كل ما هو مرتبط بها من مظاهر المقاومة الشعبية في فلسطين، و يكونون صورة ايجابية عن كل من يظهر الدعم و يعترف بحقوق الشعب الفلسطيني .

يحمل المبحوثون صورة ايجابية عن القضية الفلسطينية، و بالمقابل يحملون صورة سلبية عن الكيان الصهيوني، سياسة التطبيع..، و الصمت العربي ازاء ما يحدث في فلسطين رغم التصعيد المستمر.



# قائمة المراجع

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

### 1- الكتب.

- 1- أحمد بن مرسللي: "مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال"، الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010م.
- 2- أماني غازي جرار: "قضايا معاصرة -المناهج الفكرية و السياسية-" ، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان- الأردن-، 2015م.
- 3- أيمن منصور ندا: " الصورة الذهنية و الاعلامية عوامل التشكيل و استراتيجيات التغيير"، دون طبعة، بريس طباعة-نشر-تسويق-اعلام-، مصر، 2004م.
- 4- ابراهيم ابراش: " المنهج العلمي و تطبيقاته في العلوم الاجتماعية"، دون طبعة، دار الشروق للنشر ، عمان- الأردن-، 2008م.
- 5- الياس شوفاني: " الموجز في تاريخ فلسطين السياسي"، الطبعة الأولى، مؤسسة الدراسات الفلسطينية، بيروت-لبنان-، 1996م.
- 6- ايناس السعيد ابراهيم: "السوشل ميديا و أثرها على المجتمع"، الطبعة 01، دار العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 2019م.
- 7- باقر موسى: "الصورة الذهنية في العلاقات العامة"، دون طبعة، دار أسامة للنشر و التوزيع و نبلاء ناشرون و موزعون، الأردن-عمان-، 2014م.
- 8- جبريل بن حسن العريشي و سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري: "الشبكات الاجتماعية و القيم رؤية تحليلية"، الطبعة الأولى، دار المنهجية للنشر و التوزيع، عمان، 2015م.
- 9- جمال سند السويدي: "وسائل التواصل الاجتماعي و دورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفاييبوك"، الطبعة 04، دون دار نشر، دون بلد نشر، 2015م.

## قائمة المراجع

- 10- حسن السوداني و محمد منصور: "شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيرها على جمهور المتلقين"، الطبعة الأولى، مركز الكتاب الاكاديمي، عمان ، 2016م.
- 11- حسنين شفيق: "مستجدات الاعلام الجديد و التحولات المستقبلية"، دون طبعة، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع، دون بلد نشر، 2014م.
- 12- حسنين شفيق: "مواقع التواصل الاجتماعي أدوات و مصادر التغطية الاعلامية"، دون طبعة، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع، 2014.
- 13- حسنين شفيق: "نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي" دون طبعة، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع، دون بلد نشر، 2014م.
- 14- حسين محمود هتمي: "العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي"، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، دون سنة نشر.
- 15- ربحي مصطفى عليان و عثمان محمد غنيم: "مناهج و أساليب البحث العلمي النظرية و التطبيق" ط 01، دار صفاء للنشر و التوزيع، - عمان، 2000.
- 16- رجاء و حيد دويدري: "البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارساته العلمية"، دون طبعة، دار الفكر المعاصر "لبنان" و دار الفكر "دمشق -سوريا-" ، 2000م.
- 17- سعد سلمان المشهداني و فراس حمود العبيدي: "مواقع التواصل الاجتماعي و خصائص البيئة الاعلامية الجديدة"، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر و التوزيع، الأردن ، 2020م.
- 18- صالح العلي: "مهارات التواصل الاجتماعي أسس و مفاهيم و قيم"، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2015م.
- 19- عامر قنديلجي: "البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات"، ط 01، دار اليازوري العلمية، عمان \_الأردن\_ ، 1999م، ص 137.
- 20- علي عوجة: "العلاقات العامة و الصورة الذهنية"، دون طبعة، عالم الكتب نشر و توزيع و طباعة، القاهرة، 2003م.

## قائمة المراجع

21- ليلي أحمد جرار: "الفايسبوك و الشباب العربي"، الطبعة الأولى، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الكويت، 2012.

22- محمد الأمين أحمد عبد مرزوك الجنابي: "مواقع التواصل الاجتماعي و الحراك الشعبي الاعتماد المتبادل"، دون طبعة، المركز الديمقراطي العربي ألمانيا-برلين- للنشر، ألمانيا- برلين-، 2020م.

23- محمد عبيدات و محمد نصار و عقلة مبيضين: "منهجية البحث العلمي القواعد و المراحل و التطبيقات" الطبعة 02، دار وائل للنشر ، عمان-الأردن-، 1999م.

24- محمد سرحان علي المحمودي: "مناهج البحث العلمي"، ط 03، دار الكتب، صنعاء\_اليمن \_، 2019م.

25- محمد محسن صالح: "القضية الفلسطينية خلفياتها التاريخية و تطوراتها المعاصرة"، طبعة مزيدة و منقحة، مركز الزيتونة للدراسات و الاستشارات، بيروت -لبنان-، 2012م.

26- مصطفى يوسف كافي: "الرأي العام و نظريات الاتصال"، ط 01، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، 2014م.

27- مؤيد ناصيف جاسم السعدي: "الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفاييسبوك"، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق ، الجزائر -قسنطينة-، 2016م.

28- وسيم شفيق الحجار: "النظام القانوني لوسائل التواصل الاجتماعي واتساب فاييسبوك تويتر"، الطبعة الأولى، المركز العربي للبحوث القانونية و القضائية، لبنان\_بيروت\_، 2017م.

29- ياس خضير البياتي : "الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة" الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون و موزعون، عمان، 2014م.

## 2- رسائل و أطروحات الدكتوراه.

1- بن عمرة بلقاسم أمين: " دور الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل الفضاءات العمومية الهامشية داخل الحيز الافتراضي"، أطروحة دكتورا في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم-، كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الانسانية، الجزائر ، 2017م/2018م.

## قائمة المراجع

2- حنان مجاهد: "التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، أطروحة دكتورا في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة العربي التبسي-تبسة، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، 2018م-2019م.

### 3- مذكرات الماجستير.

1- أحمد حمود مفضي الشمري: "اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد"، مذكرة ماجستير في الاعلام، جامعة اليرموك، كلية الاعلام ، قسم الصحافة ، 2017م.

2- بن كحيل شهرة زاد: "الممارسات اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي"، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع الثقافي، جامعة وهران 02-الجزائر، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علم الاجتماع، 2014م-2015م.

3- ترنيم زهدي يوسف خاطر: "اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الاسرائيلي على غزة عام 2014م"، مذكرة ماجستير في الصحافة، الجامعة الاسلامية -غزة-، كلية الاداب ، قسم الصحافة و الاعلام، 2015م.

4- توتاي صليحة: "استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي و انعكاساتها على العلاقات الأسرية"، مذكرة ماجستير في علم النفس الأسري، جامعة وهران-02-، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علم النفس و علوم التربية و الأرطفونيا ، 2014م-2015م.

5- حسن قطيم طماح المطيري: "الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي-تويتر- من قبل الشباب الكويتي" ، مذكرة ماجستير في الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، عمان، 2013م

6- خولاء غانم المري: "تأثير تويتر على طبيعة عمل عينة قصدية من الاعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية"، مذكرة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام ، عمان، أيار 2016م.

## قائمة المراجع

- 7- رأفت مهند عبد الرزاق: " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي"، مذكرة ماجستير في الاعلام، جامعة البتراء الأردنية، كلية الاداب و العلوم، قسم الصحافة و الاعلام، الأردن ، 2013م.
- 8- سعد عنان اكريم: " السياسة الخارجية الماليزية تجاه القضية الفلسطينية "، مذكرة ماجستير في الدبلوماسية و العلاقات الدولية، جامعة الأقصى -فلسطين-، 2016م.
- 9- عايدة علي أبو زايد: " استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي و أثرها في المحافظة على القيم الثقافية"، مذكرة ماجستير في الصحافة، الجامعة الاسلامية -غزة-، كلية الاداب و العلوم الانسانية، 2016م.
- 10- عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد: " وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الاساسي"، مذكرة ماجستير في تخصص الارشاد النفسي، جامعة نزوة، كلية العلوم و الاداب، قسم التربية و الدراسات الانسانية، 2014-2015م.
- 11- عبد الله مصطفى عبد الله الفرا : " دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقات الاستراتيجية مع جمهور المستفيدين " ، مذكرة ماجستير في ادارة الأعمال، الجامعة الاسلامية -غزة- ، كلية التجارة، 2018م.
- 12- علاء حسين عبد دخيل: " شبكات التواصل الاجتماعي و دورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية" ، مذكرة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام ، الأردن، 2016م.
- 13- فاطمة عبد الرزاق الربابعة: " تصورات طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة اليرموك حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية"، مذكرة ماجستير في تقنيات التعليم، جامعة اليرموك، كلية التربية، قسم المناهج و التدريس، الأردن ، 2016م.
- 14- فلاح سلامة حسن الصفدي: " استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي و الاشباع المحققة"، مذكرة ماجستير في الصحافة، الجامعة الاسلامية-غزة-، كلية الاداب، قسم الصحافة، 2015م.

## قائمة المراجع

15- لبنى خليل عامر: "درجة استخدام المرشدين التربويين لشبكات التواصل الاجتماعي و علاقته بالرضا المهني لديهم"، مذكرة ماجستير في الإرشاد النفسي و التربوي، جامعة عمان العربية، كلية العلوم التربوية و النفسية، 2017م.

16- ماطر عبد الله حمدي: "اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات"، مذكرة ماجستير في الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، قسم الصحافة و الاعلام ، عمان، 2018م.

17- وسام طایل البشاشة: "دوافع استخدام طلبة الجامعات الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي و اشباعاتها-فيسبوك و تويتر-"، مذكرة ماجستير في الصحافة و الاعلام، جامعة البتراء، كلية الاداب و العلوم ، الأردن، 2012م-2013م.

18- صلاح محمد أبو صلاح : "استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي و الاشباعات المتحققة"، مذكرة ماجستير في تخصص صحافة، قسم الصحافة و الإعلام ، كلية الاداب ، الجامعة الإسلامية -غزة-، فلسطين، 2014م.

### 4- المقالات العلمية.

1- الحسين أسعد بن ناصر بن سعيد : " أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات و قيم الشباب من منظور التربية الإسلامية"، مجلة كلية التربية، مج35 ، ع 169، كلية التربية، جامعة الأزهر، مصر، جويلية 2016 م.

2- بوطالب حمزة: " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري"، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، مجلد 05، العدد 02، الجزائر، جويلية 2021م.

3- زكرياء طفياني و العيد زغلامي: "الاعلام الجديد و خاصية الشبكات الاجتماعية في الفضاء العمومي الافتراضي"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الانسانية، المجلد 08، العدد 01، الجزائر، 2020م.

4- سمير رحمانى: "قراءة تحليلية في الصورة الذهنية للمجتمع الجزائري من خلال الإعلام على ضوء الأحداث الراهنة"، لا المجلة الجزائرية للأمن و التنمية، المجلد 09، العدد 02، جويلية 2020م.

## قائمة المراجع

- 5- شيماء الهواري و محمود محمد أحمد: "مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، مجلة الدراسات الاعلامية-المركز الديمقراطي العربي-، العدد 08، برلين-ألمانيا-، 2019م.
- 6- عبد الباسط هويدي و فرحات بلقاسم: "شبكات التواصل الاجتماعي و أثرها على الممارسات الاعلامية التقليدية في تغطية الحراك الاجتماعي بالجزائر"، مجلة الاعلام و المجتمع، المجلد 13، العدد 02، ديسمبر 2019م.
- 7- محمد بلحوت: " دور الإعلام الجديد في تصحيح الصورة الذهنية -مقاربة نظرية-"، مجلة أكاديميا للدراسات السياسية، المجلد 06، العدد 05، 2021م.
- 8- لامية طالة: "نظريات شبكات التواصل الاجتماعي و أثرها على وسائل الاعلام"، مجلة الدراسات الانسانية و الاجتماعية، العدد 10، جوان 2019م.
- 9- ناهض فاضل زيدان الجوارى و محمد حامد عبد : " صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى طلبة الجامعات العراقية" ، مجلة مداد الاداب.
- 10- نهى بلعيد: " تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 17، تونس، 2015م.
- 11- نورين عشاش و محمد بشير: "الرأي العام الالكتروني و حرية الرأي و التعبير في المجال الافتراضي" ، المجلة الجزائرية للأمن الانساني، المجلد 2، العدد 5، جويلية 2020.

### 5- المقالات باللغة الأجنبية.

- 1-Noureddine Bensoula: " Electronic flies and public opinion", Al\_naciriya journal of sociological and historical studies, vol 11, Issue 01, june 2020.



## قائمة المراجع

---

### 6- المؤتمرات.

أسماء دالة: " قضية القدس في المواقع الإسلامية"، مؤتمر القدس الثالث عشر، القدس في المشهد الفلسطيني، جامعة النجاح الوطنية، نابلس-فلسطين-، 2016م\_2017م.

### 7- المواقع الالكترونية.

1- رماح الدلقموني: "وسائل التواصل الإجتماعي حقائق و أرقام"،  
<https://www.google.com/amp/s/www.aljazeera.net/amp/news/scienceandtechnology/>  
2021/10/06، تم التصفح بتاريخ 2022/02/09 م، على الساعة 11:00 صباحا.

2- كيف أثرت مواقع التواصل على رفع الوعي العالمي بالقضية الفلسطينية؟، الثلاثاء 25 ماي 2021م، [www.alaraby-com.cdn.ampproject.org](http://www.alaraby-com.cdn.ampproject.org). تم التصفح بتاريخ: 21 أبريل 2022م على الساعة 11:30 مساء.

الملاحق



جامعة العربي التبسي -تبسة-  
كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية  
قسم علوم الإعلام و الاتصال  
تخصص اتصال تنظيمي



## استمارة استبيان بعنوان:

الصورة الذهنية للقضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي  
دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية-تبسة-

تحت إشراف الأستاذ :

د/ علي سلطاني

من إعداد الطالبتين:

جميلة عبيد

حدة لشرف

استكمالا لمتطلبات انجاز مذكرة تخرج ماستر، و في إطار إجراء الدراسة الميدانية حول  
الصورة الذهنية للقضية الفلسطينية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الطلبة الجامعيين ،  
و كونكم جزءا من عينة الدراسة نأمل منكم التعاون معنا بالإجابة عن الإستبانة أدناه.  
و نؤكد لكم أن البيانات المقدمة من طرفكم تستخدم في إطار البحث العلمي و لن تستغل خارج هذا  
الإطار.

السنة الجامعية: 2021-2022م.

## البيانات الشخصية.

النوع :

أنثى

ذكر

السن :

من 20 إلى 25 سنة

من 26 إلى 30 سنة

أكبر من 30 سنة

المستوى الجامعي :

ماجستير 01

ماجستير 02

التخصص الجامعي :

إتصال تنظيمي

سمعي بصري

## المحور الأول: إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي و الإشباعات المجققة منه.

1- ما هو عدد مواقع التواصل الإجتماعي التي تستخدمها و تسجل نشاطك عليها؟

من 01 إلى 03 مواقع

من 04 إلى 07 مواقع

أكثر من 07 مواقع

2- ما هو الموقع المفضل بالنسبة لك ؟

فايسبوك

أنستغرام

تويتر

- يوتيوب
- واتساب
- مسنجر
- تيك توك

أخرى تذكر: .....

3- ما الميزة التي تجعله الأفضل بالنسبة لك؟

- مجانية الإستخدام
- تواجد عدد كبير من الأصدقاء عليه
- ميزات المشاركة و المحتوى
- أقدمية حسابك عليه

أخرى تذكر: .....

4- منذ متى و أنت تستخدم مواقع التواصل الإجتماعي؟

- منذ أقل من عام
- من عام إلى عامين
- من عامين إلى 04 أعوام
- أكثر من 04 أعوام

5- كم تستغرق من وقت يوميا في تصفح مواقع التواصل الإجتماعي؟

- أقل من 02 سا
- من 02 إلى 04 سا
- من 04 إلى 08 سا
- أكثر من 08 سا

6- ما هي أهدافك من تصفح مواقع التواصل الإجتماعي؟

- تعليم

تواصل

ترفيه

أخرى تذكر.....

7- هل ترى أن منصات التواصل الإجتماعي منبر للديمقراطية الالكترونية؟

دائما

أحيانا

نادرا

8- ما مدى ثققتك بما يشارك عبر منصات التواصل الإجتماعي؟

أثق

لا أثق

حسب المصدر

المحور الثاني: المعاني الذهنية عبر مواقع التواصل الإجتماعي التشكيل و التغيير.

9- هل ترى أن منصات التواصل الإجتماعي ساهمت في تشكيل تصوراتك الذهنية حول قضايا معينة

، مؤسسات، أشخاص، دول...؟

دائما

أحيانا

نادرا

10- هل تغير مواقع التواصل الاجتماعي من تصوراتك السابقة عن أشخاص أو مؤسسات أو دول

أو قضايا...؟

نعم

لا

أحيانا

11- كيف تتشكل لديك صورة ذهنية عن القضايا والأحداث المهمة من خلال مواقع التواصل؟

من خلال نسبة التفاعلات المسجلة على المنشورات

من خلال ما تتضمنه تلك المنشورات من رسائل (معاني صريحة أو ضمنية)

من خلال التوجهات الصريحة للمؤثرين على هاته المواقع

من خلال البث المباشر للأحداث عبر هاته المواقع

أخرى تذكر : .....

12- هل ترى أن التفاعل و التداول الواسع لموضوع ما عبر منصات التواصل يحدد أهمية هذا الموضوع؟

دائما

أحيانا

نادرا

13- ما الذي يحدد أهمية المواضيع المتداولة عبر منصات التواصل بالنسبة لك؟

إهتمام شخصي

قضايا تهم الرأي العام المحلي

قضايا تهم الرأي العام العربي

قضايا تهم الرأي العام العالمي

14- هل ترى أن هناك جانبا من التضليل للرأي العام في بعض القضايا المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

دائما

أحيانا

نادرا

15- ما مصدر هذا التضليل حسب رأيك؟

إدارة مواقع التواصل الاجتماعي

الحسابات الوهمية

المستخدمين

حسابات الصفحات الاعلامية

أخرى تذكر:.....

16- هل سبق و أن صادفك منشور أو تعليق جعلك تشكك في الهوية الرقمية لصاحبه؟ كالتعليقات الداعمة و بشدة للتطبيع مثلا

دائما

أحيانا

نادرا

17- كيف ترى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل التصورات الذهنية؟

فعال

متوسط

محدود

المحور الثالث: التصورات الذهنية حول القضية الفلسطينية لدى المستخدمين من عينة الدراسة.

18- إلى أي درجة تعتمد مواقع التواصل في متابعة أحداث القضية الفلسطينية ؟

عالية

متوسطة

منخفضة

19- هل تتابع تطورات القضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل من خلال ؟

الحسابات الاخبارية الرسمية

الحسابات غير الرسمية

تصادفك منشوراتها

متابعة حسابات المؤثرين كالإعلاميين مثلا

20- ما هي أكثر المظاهر تداولاً حول القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل؟

مظاهر العنف ضد الفلسطينيين

مظاهر الاستيطان و التهجير



مظاهر انتهاكات حقوق الاسرى و الأطفال

مظاهر انتهاكات حرية ممارسة الشعائر الدينية في الاقصى

مظاهر المقاومة الشعبية

مظاهر مقاومة سياسية

أخرى تذكر :.....

21- كيف تعبر عن المعاني الذهنية التي تحملها عن القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل؟

التعليق على المنشورات

التعليق على تعليقات المستخدمين

مشاركة المنشورات

مناقشة الأحداث المتعلقة بالقضية عبر صفحتك الشخصية

22- كيف تسهم كمستخدم في تشكيل المعاني الذهنية لبقية المستخدمين حول القضية الفلسطينية؟

التفاعل (تسجيل الاعجاب) على المنشورات المتعلقة بها

مشاركة المنشورات حولها

انشاء المحتوى عن القضية و مشاركته

23- هل صادفتك بعض مظاهر التطبيع مع الكيان الصهيوني عبر منصات التواصل؟

دائما

أحيانا

نادرا

24- هل ترى أن لمواقع التواصل دورا في تقبل سياسة التطبيع لبعض الشعوب العربية؟

نعم

لا

25- من خلال المنشورات المتداولة عبر منصات التواصل هل تغيرت تصوراتك عن تلك الشعوب

التي أعلنت حكوماتها التطبيع مع الكيان الصهيوني؟

نعم

لا

لا أعمم

26- هل تكون لديك تصور ايجابي عن المشاهير العالميين الذين أعلنوا دعمهم للقضية الفلسطينية من خلال مواقع التواصل؟

نعم

لا

أحيانا

27- هل ترى أنهم بدورهم هذا (اعلان الموقف الداعم للقضية الفلسطينية) يدفعون متابعيهم عبر هاته المنصات لتغيير اتجاهاتهم؟

نعم

لا

أحيانا

28- هل تكون لديك المواقف السلبية أو المحايدة لبعض المشاهير العرب عبر منصات التواصل صورة سلبية عنهم؟

نعم

لا

29- اذا كنت متابعا وفيما لأحد المشاهير كيف تتصرف اذا ما اعلن عن موقف سلبي او محايد تجاه القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل؟

تتوجه لنقده عبر تعليقات و رسائل

تلغي متابعته

أخرى تذكر:.....

30- هل ترى أن مظاهر الممارسات الاستيطانية و التهجير ضد الفلسطينيين ترسم صورة سلبية عن..؟

الكيان الصهيوني

الصمت العربي

منظمات حقوق الانسان الدولية

أخرى تذكر:.....

31- هل ترى أن مظاهر المقاومة الفلسطينية ترسم صورة ايجابية عن الشعب الفلسطيني؟

نعم

لا

32- هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز تصوراتك الذهنية السابقة حول القضية الفلسطينية؟

نعم

لا

نوعا ما

## ملخص الدراسة:

جاءت هذه الدراسة و الموسومة ب" الصورة الذهنية للقضية الفلسطينية عبر منصات التواصل الاجتماعي" للتأكيد على الدور الكبير الذي أصبحت تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل التصورات الذهنية لدى جمهور المستخدمين، إضافة إلى الكشف عن معالم الصورة التي يحملها المبحوثون من عينة الدراسة حول القضية الفلسطينية، و معرفة كيف يعبرون عن هاته التصورات و كيف يساهمون في تشكيل تصورات ذهنية حولها لدى بقية المستخدمين، و قد إعتدنا في دراستنا على أداتي الملاحظة و الإستبيان و استخدمنا المنهج الوصفي و المسحي، و أجريت الدراسة على عينة من طلبة جامعة العربي التبسي -تبسة- كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ، على الوجه الذي تم بيانه سابقا، قد شارك في الاستبيان 195 طالبا و طالبة.

و انتهت الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي: " ما هي تمثلات الصورة الذهنية حول القضية الفلسطينية لدى مستخدمي مواقع التواصل؟".

حيث يحمل المبحوثون صورة ايجابية عن القضية الفلسطينية ، بالمقابل يحملون صورة سلبية عن الكيان الصهيوني، عن الدول المطبعة و الصمت العربي إزاء ما يحدث في فلسطين.

**الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الصورة الذهنية، القضية الفلسطينية.**

## Summary

This study titled with «The mental image of the Palestinian issue on the social media platforms» came to confirm the great role of the social media to make the mental perceptions of the users public, in addition to searching for the features of the image take it from the study sample on the Palestinian issue, and knowing how they express this perception and how they contribute in the making of this perceptions about it for the rest of users.

Then we chose a sample to this study made of a students group about 195 male and female students from LaarbiTbessi University exactly Faculty of Humanities and Social Sciences.

Also we use in our study the observation and questionnaire methods As well as the descriptive and survey methods.

Then we ended with asking this main question:

What are the features of the mental image about the Palestinian issue for the social media users?

Where users takes a positive image about the Palestinian issue, on the opposite site they takes a negative image about Zionism, the normalized countries and Arabic silence about what is happening in Palestine.

**Key words: Social media, mental image, Palestinian issue.**