

دور منصات التواصل الاجتماعي في نشر جرائم الاحتلال الصهيوني في غزة: دراسة ميدانية

إبراهيم محمد أبو بكر الفزيري^{1*}، تامر سالم بركة يحي²

¹كلية الفنون والإعلام جامعة مصراتة، مصراتة، ليبيا

²كلية الآداب الجامعة الأسمرية، زليتن، ليبيا

The Role of Social Media Platforms in Spreading the Crimes of the Zionist Occupation in Gaza: A Field Study

Ibrahim Muhammad Abu Bakr Al-gaziri^{1*}, Tamer Salem Baraka Yahya²

¹Faculty of Arts and Media, Misurata University, Misurata, Libya

²Faculty of Arts, Asmariya University, Zliten, Libya

*Corresponding author

i.algaziri@gmail.com

*المؤلف المراسل

تاريخ النشر: 2025-02-20

تاريخ القبول: 2025-01-25

تاريخ الاستلام: 2024-12-09

المخلص

على مدى العقود الأخيرة، عايشت وسائل الاتصال تطورًا ملحوظًا، مما أدى إلى تغييرات جوهرية في طرق التواصل وتبادل المعلومات، مما جعل منصات التواصل الاجتماعي عنصرًا محوريًا في الحياة اليومية وأداة فعالة في توثيق الأحداث وكشف الانتهاكات، لا سيما جرائم الاحتلال الإسرائيلي في غزة. يهدف هذا البحث إلى دراسة دور هذه المنصات في نشر وتوثيق تلك الجرائم، وذلك باستخدام المنهج التحليلي والوصفي، حيث تم جمع البيانات من عينة مكونة من طلاب كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراتة عبر استمارة استبيان. أظهرت النتائج أن 94% من المشاركين يتابعون أخبار القضية الفلسطينية عبر وسائل التواصل، مما يعكس أهميتها كمصدر رئيسي للمعلومات، فيما احتل "إنستغرام" المرتبة الأولى بنسبة 36.87%، يليه "فيسبوك" (30.45%)، ثم "تيك توك" (26.10%)، مما يؤكد أهمية المحتوى المرئي في نقل الأحداث. كما أشار 53.2% إلى أن هذه المنصات تنقل الحقيقة بدرجة كبيرة، بينما رأى 29.79% أنها تعكس الحقيقة إلى حد ما، مما يعكس الثقة النسبية بهذه المنصات رغم انتشار الأخبار المضللة. وأكد 55.32% من المشاركين تأثرهم الكبير بالمحتوى المنشور، بينما أيد 72.35% استخدام الإعلام الرقمي كوسيلة لتوثيق انتهاكات الاحتلال، في حين رأى 78.75% أن توثيق الجرائم عبر هذه المنصات يسهم في زيادة الوعي بالقضية الفلسطينية. تعكس هذه النتائج الدور البارز لمنصات التواصل الاجتماعي في فضح جرائم الاحتلال وتعزيز الوعي العالمي بالقضية الفلسطينية، مما يؤكد الحاجة إلى استثمارها بفعالية في نشر الحقيقة وكشف الانتهاكات.

الكلمات المفتاحية: منصات التواصل الاجتماعي، جرائم الاحتلال الإسرائيلي، توثيق الإعلام الرقمي، الوعي العام، القضية الفلسطينية.

Abstract

In recent decades, communication technologies have witnessed significant advancements, making social media platforms a central component of daily life and a powerful tool for documenting events and

exposing violations, particularly the crimes of the Israeli occupation in Gaza. This study aims to examine the role of these platforms in disseminating and documenting such crimes using both analytical and descriptive methodologies. Data was collected through a questionnaire survey from a sample of students at the Faculty of Arts and Media at Misurata University. The findings revealed that 94% of participants follow news about the Palestinian cause through social media, highlighting its importance as a primary source of information. Instagram ranked first with 36.87%, followed by Facebook (30.45%), TikTok (26.10%), and YouTube (6.58%), emphasizing the significance of visual content in conveying events. Additionally, 53.2% of respondents believed that social media platforms largely convey the truth, while 29.79% considered that they do so to some extent, reflecting a relative trust in these platforms despite concerns about misinformation. Furthermore, 55.32% reported being significantly influenced by the content, whereas 72.35% strongly supported the use of digital media as a means to document occupation violations. Moreover, 78.75% stated that documenting crimes through these platforms enhances awareness of the Palestinian cause. These findings underscore the crucial role of social media in exposing occupation crimes and raising global awareness, emphasizing the need for its effective utilization in spreading the truth and revealing violations.

Keywords: Social Media Platforms, Israeli Occupation Crimes, Digital Media Documentation, Public Awareness, Palestinian Cause

مقدمة

مرَّ العالم بتحولات كبيرة في مجال الاتصال والمعلومات، مما أسهم في إعادة تشكيل طبيعة العلاقات البشرية وأساليب التفاعل والتواصل. فقد لعب الانتشار الواسع للإنترنت دورًا محوريًا في تقليل المسافات الجغرافية، مما جعل العالم يبدو كقرية صغيرة مترابطة، حيث يمكن تبادل المعلومات والأفكار والآراء بسهولة غير مسبوقة (Khaleel et al., 2024). ومع تطور البنية التحتية الرقمية، ظهرت العديد من الأدوات والوسائل التي عززت هذا الترابط، وكان من أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات الشخصية، وشبكات المحادثة الفورية، التي ساهمت في تغيير مضمون الإعلام الحديث وأحدثت نقلة نوعية في كيفية مشاركة المحتوى والتفاعل بين الأفراد والمؤسسات (المنصور، 2012).

في ظل عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي أداة حيوية لنقل الأخبار والتفاعل مع القضايا السياسية والاجتماعية والإنسانية، حيث لم تعد تقتصر وظيفتها على الترفيه والتواصل الشخصي، بل تطورت لتكون وسيلة مؤثرة في صناعة الرأي العام ونقل الحقائق على نطاق واسع. ومع اندلاع النزاعات والصراعات، برزت أهمية هذه المنصات كوسيلة فعالة في توثيق الأحداث والكشف عن الانتهاكات الإنسانية. وفي سياق الحرب الفلسطينية-الإسرائيلية، لعبت منصات التواصل الاجتماعي دورًا بارزًا في فضح الجرائم والانتهاكات التي يرتكبها الاحتلال الإسرائيلي في غزة، حيث مكّنت المستخدمين من توثيق الأحداث وبنها في الوقت الفعلي، مما ساعد في نشر الوعي العالمي بالقضية الفلسطينية وكشف حقيقة ما يجري على أرض الواقع.

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي جزءًا من الثورة الرقمية التي أحدثت تحولًا جذريًا في مفهوم الإعلام التقليدي، حيث انتقل الإعلام من النموذج المركزي الذي تتحكم به المؤسسات الكبرى إلى نموذج تفاعلي يسمح للأفراد بمشاركة المحتوى بحرية غير محدودة. ويمثل هذا التحول ما يُعرف بـ "الإعلام الجديد"، وهو نمط حديث من الإعلام يعتمد على تكنولوجيا الاتصال الرقمي، مما يمنح المستخدمين القدرة على إنتاج المحتوى، مشاركته، والتفاعل معه دون قيود، وهو ما عزز دور الأفراد في تشكيل الخطاب الإعلامي وتوجيه الرأي العام (عماري، 2012، ص 38).

الفصل الأول الإطار المنهجي للبحث

مشكلة الدراسة

لقد اثبتت مواقع ومنصات التواصل وجودها في واقع وسائل الاتصال والإعلام المختلفة، فلم يقتصر على الجمهور متابعة ومعرفة ما يحدث في العالم من خلال متابعة الصحف والقنوات التلفزيونية فقط، بل أصبح بإمكانه متابعة ومشاركة وقراءة الأحداث باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، والحصول على المعلومات والأخبار في أي وقت وبأقل جهد وتكلفة ومن أي مكان.

ومما سبق يرى الباحثان في أن المشكلة البحث تكونت منذ اندلاع الحرب وأصبح قطاع غزة مركزًا رئيسيًا للصراعات العسكرية والانتهاكات الإنسانية التي يرتكبها الاحتلال الإسرائيلي على الرغم من الرقابة التي

يفرضها الاحتلال على وسائل الإعلام التقليدية، أصبحت منصات التواصل والتفاعل مثل "فيسبوك"، "تيك توك"، "استغرام"، و"يوتيوب" أدوات قوية لنقل الصور والفيديوهات والقصص الحية التي تُوثق جرائم والانتهاكات الإسرائيلية في قطاع غزة، وهذه المنصات سهلت تداول المعلومات بسرعة، مما جعلها وسيلة هامة للكشف عن ممارسات الاحتلال وانتهاكاته ولذلك صاغ الباحثان المشكلة البحثية في الآتي :

أهمية الدراسة
في السنوات الأخيرة، شهد استخدام منصات التواصل الاجتماعي تطورًا كبيرًا، مما جعلها إحدى الوسائل الأساسية لنقل المعلومات والتفاعل مع القضايا السياسية والاجتماعية. ومع تصاعد الأحداث في فلسطين، ازدادت أهمية هذه المنصات باعتبارها أداة رئيسية في توثيق ونشر الانتهاكات التي يرتكبها الاحتلال الإسرائيلي في غزة، خاصة في ظل التراجع الملحوظ لدور وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والصحف والإذاعات. وبذلك، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي المصدر الرئيسي الذي يعتمد عليه الأفراد والمنظمات لنقل الأحداث الميدانية وتوثيق الجرائم، مما يساهم في إيصال الصورة الحقيقية لما يجري على الأرض. وتتمثل أهمية هذا البحث في النقاط التالية:

- تكمُن أهمية هذه الدراسة في كونها دراسة علمية متخصصة تبحث في منصات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر جرائم الاحتلال الصهيوني في غزة.
- تكمُن أيضًا أهميتها في غياب وندرة وسائل الإعلام الأخرى كالتلفزيون والصحف والإذاعات، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي مصدرًا أساسيًا لتوثيق جرائم الاحتلال.
- أهمية الوصول إلى نتائج إيجابية من دراسة دور منصات التواصل الاجتماعي لكي تساعدنا على اختيار أفضل المنصات في النشر والتوثيق الجرائم ليعود بالنفع والتأثير على المتلقي.
- أهمية منصات التواصل الاجتماعي تساعد في زيادة الوعي حول ممارسات الاحتلال، وتقديم صورة حقيقية لما يحدث على الأرض.
- تقديم توصيات من شأنها تطوير آلية النشر واستخدام منصات التواصل.
- قلة الدراسات التي أجريت على دور المنصات في نشر جرائم الاحتلال على غزة.
- كذلك تعتبر منصات التواصل الاجتماعي إحدى وسائل الاتصال والإعلام ذات فاعلية وتأثير في جمهورها من خلال ما تقدمه من محتوى وأي قصور أو تدني فيها سوف يعكس سلبيًا على ما تقدمه لجمهورها.
- كذلك أهمية هذه الدراسة كدعم ولو بسيط ووقوف ومساندة القضية الفلسطينية بشكل عام وغزة بالخصوص.

اهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التحقيق من الهدف العام والرئيسي وهو معرفة دور منصات التواصل الاجتماعي في نشر جرائم الاحتلال على غزة وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية أهمها:

- هذا البحث يُسهم في فهم كيفية تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الوعي بالقضية الفلسطينية، ويكشف تأثير هذه المنصات.
- التعرف على دور منصات التواصل الاجتماعي في نشر وتوثيق جرائم الاحتلال الإسرائيلي في غزة.
- معرفة ما مدي متابعة الطلاب للحرب على غزة عبر المنصات المختلفة.
- معرفة هل هناك رقابة على المحتوى الذي يتم نشره عن حرب غزة.
- اقتراح بعض التوصيات لمعرفة دور منصات التواصل في نشر الجرائم وسرعة انتشارها وكيف يمكن الاستفادة الفعالة من هذه المنصات.
- معرفة أكثر المنصات التي تستخدمها عينة البحث.

أسئلة الدراسة

- هل تتابع أخبار القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل؟
- ما هي المنصات الاجتماعية التي تستخدمها بشكل دوري؟

- ما نوع المحتوى الذي تراه عادة على منصات التواصل بشأن غزة؟
- هل تجد أن منصات التواصل توفر مصدرًا موثوقًا للمعلومات حول الوضع في غزة؟
- هل تعتقد أن نشر الصور والفيديوهات التي توثق جرائم الاحتلال الإسرائيلي يساعد في زيادة الوعي بالمعاناة الفلسطينية؟
- هل شعرت بأن هناك تقييدًا أو رقابة على المحتوى الذي ينشر حول غزة على منصات التواصل الاجتماعي؟
- هل تؤيد فكرة استخدام منصات التواصل الاجتماعي لتوثيق الجرائم ضد الإنسانية في غزة؟
- هل تعتقد أن نشر الصور والفيديوهات التي توثق جرائم الاحتلال الإسرائيلي لها دور في زيادة الوعي بالمعاناة الفلسطينية؟

مفاهيم الدراسة

الدور: هو مجموعة من أنماط السلوك والدوافع والمعتقدات والقيم والاتجاهات المتوقع من الفرد أو المؤسسة. (صالح، 2008).

منصات التواصل الاجتماعي: منصات التواصل الاجتماعي هي مواقع أو تطبيقات إلكترونية تتيح للأفراد التفاعل، المشاركة، والتواصل مع بعضهم البعض عبر الإنترنت من خلال تبادل المحتوى مثل النصوص، الصور، والفيديوهات. تشمل هذه المنصات مثل فيسبوك، إنستغرام، تيك توك وغيرها، وتستخدم في أغراض متعددة مثل التواصل الشخصي، الترفيه، العمل، والتسويق.

طلاب: هم المحرك الأساسي والرئيسي الذي تقوم عليه العملية التعليمية داخل الجامعات وهم جزء من العملية التعليمية ويختلف عمر الطالب الجامعي حسب المستوى التعليمي سواء كان طالب جامعي أو طالب دراسات عليا وفي المجمل العام يمكن تحديد الفترة العمرية للطالب بالمرحلتين الجامعية والدراسات العليا من عمر 18 حتى عمر 35.

نشر: هو عملية نشر المعلومات والرسائل والابحار للجماهير المتلقي بكل حدث أو ما يحدث من حوله والمحيط به وكذلك المتوقع حدوثه ونشره على نطاق أوسع وبشكل أسرع عبر وسائل الاعلام التقليدية والحديثة المختلفة

الجريمة: هي كل سلوك أو فعل مخالف للقانون وغير سوي يعرض الطرف الاخر للخطر والتهديد في حياته وتختلف الجرائم حسب قوة التأثير واصابة الطرف الاخر وقد تصل الي أشنع الجرائم من قتل وتكيد و فقدان لبعض الأطراف وكل هذه هي اعمال مخالفة وتعد جريمة يعاقب عليها القانون.

منهج الدراسة

يعتمد الباحثان في هذه الدراسة على المنهج التحليلي والمنهج الوصفي لوصف ظاهرة محل الدراسة المتمثلة في منصات التواصل الاجتماعي في نشر جرائم الاحتلال الصهيوني في غزة وتمثلة طلاب الكلية وفق الآتي: -

- المنهج الوصفي: - قام الباحثان من خلاله بوصف الحالة الراهنة محل الدراسة.
- المنهج التحليلي: - قام الباحثان من خلاله بتحليل البيانات والمعلومات المتجمعة لديه من استمارة استبيان الموزعة على عينة محل الدراسة.

أدوات الدراسة

للبحث العلمي ادواته التي تساعد الباحث في بحثه وترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة ويتوقف نجاح الباحث في بحثه الي حد كبير على قدرته في استخدام ادوات البحث.

الكتب

استعان الباحثان بمجموعة من الكتب المتعلقة بالدراسة وتم تجميع الجانب النظري للدراسة.

الاستبيان

استخدم الباحثان استمارة الاستبيان وتعتبر أحد الاساليب الأساسية التي تستخدم في جمع البيانات من العينة المختارة من مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مقدما وذلك لتحقيق الأهداف.

مجتمع الدراسة

مجتمع البحث هو جميع الوحدات التي يرغب الباحثان في دراستها وسيتم في هذه الدراسة اختيار مجتمع العينة من طلاب كلية الفنون والاعلام جامعة مصراته في مرحلتين البكالوريوس والدراسات العليا الماجستير.

عينة الدراسة

تختلف انواع العينات حسب البحث والطرق المتبعة في اختيارها فلكل باحث طريقته الخاصة في اختيار العينة المناسبة لهذا قام الباحثان بسحب عينة عشوائية من طلاب كلية الفنون والاعلام جامعة مصراته وتتكون هذه العينة قوامها 50 مفردة بين الذكور والاناث وبعد توزيع الاستبيان وتطبيق الشروط عليها تم سحب وإلغاء عدد 3 من افراد العينة لعدم تطابق اجابتهم واختلافها وبهذا أصبحت العينة الفعلية 47 مفردة.

حدود الدراسة

- حدود مكانية: تم اجراء هذه الدراسة على طلاب كلية الفنون والاعلام جامعة مصراته.
- حدود زمانية: تم اجراء هذا البحث خلال الفصل الدراسي خريف 2023/2024م.
- حدود الموضوعية: يقتصر دراسة هذا البحث على معرفة دور منصات التواصل الاجتماعي في نشر جرائم الاحتلال الصهيوني في غزة.

الفصل الثاني الإطار النظري للبحث

المبحث الأول / منصات ومواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

تتسم هذه المرحلة بمزج أكثر من تكنولوجيا اتصاليه تملكها أكثر من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي، وهو توصيل الرسالة إلى الجمهور المستهدف، وقد أطلق على هذه المرحلة العديد من المسميات من أبرزها: مرحلة الإعلام متعدد الوسائط، ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية، ومرحلة الوسائط المهجنة، هذا إضافة إلى عصر المعلومات أو مجتمع المعلومات، وغير ذلك من المسميات التي تشير إلى أهمية الاتصال والإعلام والمعلومات في هذا العصر (علم الدين، 2009).

وترتكز هذه المرحلة التي يمكن أن نطلق عليها أيضا اسم مرحلة الاتصال التفاعلي أو مرحلة الوسائط المتعددة على مجموعة من المرتكزات الرئيسية هي: الحاسبات الإلكترونية في جيلها الخامس، وأنظمة الذكاء الصناعي، إضافة إلى الألياف الضوئية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية (اللبان، 2005).

ومن هذا المنطلق فإن هناك مجالات عديدة يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، فقد أصبح الفرد في عصرنا هذا مرتبطا بوسائل الإعلام ارتباطا شديدا ويومياً، فهو يحتاجها في تزويده بالمعلومات، وكذلك لمعرفة الأحداث التي تدور من حوله وتؤثر في حياته، وهو أيضا يحتاجها لمعرفة أحوال الناس والاتصال بهم والتواصل معهم رغم بعد المسافات بينهم أحيانا أو قربها، وهو أيضا يلجأ لوسائل الإعلام المختلفة للترفيه والتسلية عن نفسه.

وكانت الثورة المعلوماتية والتكنولوجية قد أدت إلى نشوء جمهور جديد يعتمد على الانترنت في تلقي المعلومات، وسارعت أجهزة الصحافة العصرية إلى استقطاب هذا الجمهور الجديد عن طريق إضافة شبكة الانترنت إلى وسائلها التقليدية في نقل وتسويق النتائج الصحفي، وقامت أيضا باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز مكانتها وتوسيع قاعدة جمهورها، (الفار، 2006).

نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

بدأت مجموعة من شبكات التواصل الاجتماعي في الظهور في أواخر تسعينيات القرن الماضي، حيث بدأ ظهور أولها موقع (Classmates.Com) في العام 1995، حيث كان يهدف إلى الربط بين زملاء الدراسة والأصدقاء، التي أسسها (ارنوي كون اردز)، وبلغ عدد مستخدمين هذه الشبكة نحو 50 مليون فراد في أمريكا وكندا، كانوا ينتمون إلى مائتي ألف مؤسسة تعليمية في مختلف المراحل الدراسية (المنصور، 2012).

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من شبكات التواصل الاجتماعي التي لم يكتب لها النجاح والاستمرار وذلك في الأعوام 1999، 2000، 2001، وفي العام 2002 ظهر محرك البحث الشهير (Google.com)، ثم ظهر في العام الذي يليه أول موقع تواصل اجتماعي متخصص في تبادل الصور وإضافة الأصدقاء وهو (My Space)، وكذلك إطلاق موقع (LinkedIn) في نفس العام، وفي عام 2005 تم إطلاق موقع يوتيوب لتحميل وتنزيل الأفلام القصيرة وبعدها تم تأسيس موقع فيس بوك في نفس العام، ومن ثم ظهر موقع تويتر في العام الذي يليه (القرني، 2013).

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

منصات ومواقع التواصل الاجتماعي هي بيئات رقمية تتيح للأفراد والمؤسسات إنشاء المحتوى ومشاركته والتفاعل مع الآخرين عبر الإنترنت، تتميز هذه المنصات بقدرتها على تسهيل التواصل الفوري، نشر المعلومات، وتبادل الآراء في مجالات مختلفة وتصنف منصات وشبكات التواصل الاجتماعي ضمن مواقع الويب، وذلك بسبب اعتماد تشغيلها وتغذية مضامينها على مستخدميها، كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فالبعض منها يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، والآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين (الذيب، 2014).

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

على أنها منصات يعمل بها العضو ويطورها، وتقوم على التفاعل والتشارك بين الأعضاء، حيث تتميز في العديد من التطبيقات التي تدفع أعضاءها لاستعمالها ويدعو أصدقاؤه لذلك، ولا يحتاج الأعضاء إلى مهارة عالية ومعرفة بلغات البرمجة لاستخدامها، بل يحتاج إلى أبسط المعرفة في استخدام الحاسوب والإنترنت كي يستفيد من خدماتها (مجاهد، 2010).

المبحث الثاني / خصائص منصات ومواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع ومنصات التواصل الاجتماعي عن غيرها من المواقع الإنترنت بعدة خصائص، من أهمها

- التفاعل متعدد الأشكال، إعجابات، تعليقات، ومشاركات: توفر هذه المنصات العديد من وسائل التفاعل مثل الإعجاب، التعليق، المشاركة، مما يتيح للأفراد التفاعل مع المحتوى بشكل مباشر.
- توليد المحتوى من قبل المستخدمين المحتوى المستخدم: يمكن لأي شخص أن ينشئ محتوى، سواء كان صوراً، مقاطع فيديو، نصوصاً أو رسومات. هذه القدرة على إنشاء المحتوى تساهم في تنوع التجارب والمحتويات المتاحة.
- التنوع في الأنماط والتوجهات أنواع المحتوى: تشمل منصات التواصل الاجتماعي محتوى مرئي (فيديو وصور)، محتوى نصي (منشورات، مقالات)، ومحتوى صوتي (بودكاست)، مما يسمح للمستخدمين بتبادل المعلومات بعدة أشكال وأساليب.
- خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي وتقني يجمع العديد من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة في مكان واحد، تختلف أفكارهم ووجهات نظرهم ومستوياتهم التعليمية وألوانهم، وتتفق لغتهم التقنية.
- وحدة الهدف سواء كانت للتعرف أو التعاون أو لمجرد الترفيه والتسلية، إضافة إلى تكوين صداقات وعلاقات جديدة مع الآخرين.
- الهروب من الواقع إلى واقع افتراضي يعيشه الفرد كيفما يريد، كما يستطيع التعبير عن اتجاهات مختلفة عن المعتقدات والأفكار السائدة والراسخة في المجتمع. (الظافري، 2014).

ومن هنا، فإن كل هذه الخصائص وغيرها صنعت من مواقع التواصل أدوات أساسية في تحقيق الهدف والنجاح في التغيير والتنمية والمعرفة، حيث يكمن الهدف الأساسي من هذه المواقع صنع هوية ووجود من جهة، وتعزيز طاقات المجتمع (المستخدمين) في هذا المجال من جهة أخرى، كما أن هذه القنوات الاتصالية أضحت مثالية للاستخدام في الوصول إلى مختلف الجماهير على اختلاف أفكارهم وأعمارهم ومواقعهم، الأمر الذي يشير إلى الدور الذي تلعبه منصات ومواقع التواصل من حيث جذب الأعداد الكبيرة من الأفراد لتوصيل رسائل معينة ومحددة، وذلك لإحداث تغييرات على مختلف الأصعدة (الربيعي، 2014).

دور مواقع التواصل الاجتماعي

مما لا شك فيه بأن وجود مواقع (منصات) التواصل الاجتماعي قد حققت مجموعة من المهام والأدوار التي استفاد منها الأفراد والمجتمعات، ومنها:

- سهولة التعارف والتواصل بين الأفراد.
- إمكانية التعبير عن الآراء والتوجهات وطرح الأفكار المختلفة ومناقشتها.
- وفرت مواقع التواصل الاجتماعي فرصة للعديد من الأفراد والمجتمعات لشرح مطالبهم ومشاكلهم التي يعانون منها، والحصول على تعاطف المجتمع الدولي تجاههم.
- نشر الوعي وسرعة تداول المعلومات والأخبار المتعلقة بالأحداث السياسية وتداعياتها.
- التواصل مع الآخرين عبر اتجاهات (من ينشر المعلومة ومن يستفيد منها) مع تبادل الأدوار.
- التواصل مع ثقافات جديدة لسقل المعرفة وزيادة الثقافة.
- التسلية والترفيه لما تحتويه مواقع التواصل الاجتماعي من فيديوهات وموسيقى وأفلام وغيرها.
- التجارة والتسويق الإلكتروني، حيث تقوم العديد من الشركات بعرض منتجاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعبير عن الذات، حيث تعكس مواقع التواصل الاجتماعي رؤية صاحبها وشخصيته وأفكاره واهتماماته وطموحاته بوجه عام.
- كسر احتكار الدولة للوسائل الإعلامية، حيث استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي كسر القيود التي تفرضها تلك الدول على وسائل الإعلام بغرض بث المحتوى الذي ترغب في أن يتلقاه ال أري العام (الرشيد، 2014).
- هناك العديد من الباحثين الذين يذهبون إلى أن التمييز بين المرسل والمتلقي قد أصبح صعباً في حالات متعددة في ظل استخدام هذه المواقع، والتي بدورها قد هيأت الطريق السريع للوصول إلى المعلومات والأخبار، وهو ما عادت نتائجه على العملية الاتصالية في ثلاثة جوانب، وهي:
- إن الطريق السريع إلى المعلومات مدت المجال الاتصالي بوسائل إعلام جديدة والمزيد من الخيارات الاتصالية، وهو ما عمل على زيادة البدائل المطروحة أمام المتلقين.
- إن (الإعلام الجديد) يتميز بأنه تفاعلي، إذ يتيح لمستخدميه مزيداً من التحكم في المعلومات والبيانات والأخبار وتبادلها.
- أوجد الطريق السريع للمعلومات؛ وسائل ربط بعيدة للأنشطة الشخصية والمجتمعية، كل من مكانه. (عبد الرازق وآخرون، 2011).

شبكات مواقع التواصل الاجتماعي من نظرة سياسية

أصبح تحقيق الإصلاح السياسي من خلال التحول نحو الديمقراطية وتعزيز المشاركة السياسية هو المطلب المطروح حالياً على الساحة السياسية في مختلف البلدان النامية، حيث يتطلب التحول نحو الديمقراطية توفر ثقافة سياسية وإدراك واعٍ لمعطيات الحياة السياسية ومتغيراتها بصورة عامة، ويمكن أن تستمد ذلك من مؤسسات متعددة، مثل الأحزاب السياسية والجماعات المرجعية والمؤسسات التعليمية، بالإضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيري، والتي بدورها تؤثر بشكل مباشر في تشكيل معارف الأفراد واتجاهاتهم نحو القضايا والمشكلات في المجتمع، إلى جانب دورها في بناء المشاركة السياسية من خلال اهتمام الأفراد ووعيهم تجاه النظام السياسي، و تكوين آراء ومعتقدات باعتبارهم نشيطين يلعبون دوراً فاعلاً في العملية السياسية بوجه عام (علي، 2015).

المبحث الثالث / منصات ومواقع التواصل الاجتماعي

يتجلى تميز مواقع ومنصات التواصل الاجتماعي انتشاراً واسعاً وسريعاً وبشكل ملحوظ خلال السنوات العشرين الماضية، حيث تعددت وتنوعت هذه المواقع لتقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف رغبات المستخدمين، ومنها:

أولاً: فيسبوك (Facebook)

نشأة وتطور فيسبوك أسس فيسبوك عام 2004 على يد مارك زوكربيرغ وزملائه في جامعة هارفارد، وكان في البداية منصة مخصصة لطلاب الجامعة، لكنه سرعان ما توسع ليشمل العالم بأسره (Boyd

(Ellison, 2007). & Ellison, 2007). حالياً، يعد فيسبوك أكبر شبكة اجتماعية مستخدمة، حيث يضم أكثر من 3 مليارات مستخدم نشط شهرياً (Statista, 2023).

أهمية فيسبوك

- أداة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد والمجتمعات (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007).
 - منصة تسويقية رئيسية للشركات والعلامات التجارية (Kotler & Keller, 2016).
 - مصدر رئيسي للأخبار والمحتوى الرقمي (Allcott & Gentzkow, 2017).
- مزايا وخصائص فيسبوك**
- إتاحة مشاركة النصوص، الصور، ومقاطع الفيديو.
 - دعم البث المباشر والتفاعل الفوري.
 - وجود ميزة المجموعات (Groups) والصفحات (Pages) لتعزيز التفاعل المجتمعي.
 - تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات وسلوك المستخدمين (Zhang & Liu, 2020).

ثانياً: يوتيوب YouTube

نشأة وتطور يوتيوب

اطلقت منصة يوتيوب عام 2005 عن طريق تشاد هيرلي، ستيف تشين، وجاويد كريم، ثم استحوذت عليه Google عام 2006 مقابل 1.65 مليار دولار (Burgess & Green, 2018). اليوم، يُعد أكبر منصة لمشاركة الفيديوهات، حيث يضم أكثر من 2.7 مليار مستخدم نشط شهرياً (Statista, 2023).

أهمية يوتيوب

يُعد يوتيوب أكبر منصة لمشاركة الفيديوهات على الإنترنت، حيث يستخدمه الملايين حول العالم لأغراض متعددة، تشمل التعليم، الترفيه، والتسويق (Khan, 2017). وقد أصبح يوتيوب أداة رئيسية في التعليم الإلكتروني، إذ توفر المنصة العديد من القنوات التعليمية المجانية التي تتيح للمتعلمين الوصول إلى محتوى غني ومتخصص في مختلف المجالات، مما يعزز من تجربة التعلم الذاتي والتفاعلي (Snelson, 2011). بالإضافة إلى ذلك، يمثل يوتيوب مصدر دخل مهمًا لصناع المحتوى الرقمي، حيث يتيح لهم تحقيق الأرباح من خلال الإعلانات وبرامج الشراكة التي توفرها المنصة، مما جعله وسيلة فعالة لدعم الإبداع الرقمي وتحفيز إنتاج المحتوى عالي الجودة (Holland, 2020). بفضل هذا الدور المتعدد، يظل يوتيوب من أكثر المنصات تأثيراً في تشكيل المعرفة، الترفيه، وتسويق المنتجات والخدمات على مستوى عالمي.

مزايا وخصائص يوتيوب

- مشاركة الفيديوهات الطويلة والقصيرة (YouTube Shorts).
- دعم البث المباشر والاشتراكات المدفوعة عبر YouTube Premium.
- إمكانية تحقيق الدخل من خلال الإعلانات والاشتراكات.
- توصيات الفيديوهات المدعومة بالذكاء الاصطناعي (Covington et al., 2016).

ثالثاً: تيك توك TikTok

نشأة وتطور تيك توك أُطلق تيك توك عام 2016 بواسطة الشركة الصينية ByteDance، وتم دمجها مع تطبيق Musical.ly عام 2018، مما أدى إلى نموه السريع ليصل إلى أكثر من 1.7 مليار مستخدم نشط شهرياً (Statista, 2023).

أهمية تيك توك

يعتمد على الفيديوهات القصيرة لجذب انتباه المستخدمين بسرعة يوفر خوارزميات قوية لمحتوى مخصص بناءً على تفضيلات المستخدمين يُعد منصة رئيسية للمؤثرين الرقميين والمسوقين (Vaterlaus et al., 2021).

مزايا وخصائص تيك توك

- فيديوهات قصيرة بمدة تصل إلى 10 دقائق.
- تأثيرات وفلاتر مبتكرة تعتمد على الذكاء الاصطناعي.
- خوارزمية توصيات متميزة تعتمد على التفاعل والاهتمامات الشخصية.
- إمكانية تحقيق الدخل من خلال برنامج Creator Fund والتسويق بالعمولة (Zulli & Zulli, 2021).

رابعاً: إنستغرام Instagram

نشأة وتطور إنستغرام تم إطلاق إنستغرام في أكتوبر 2010 على يد كيفن سيسنروم ومايك كريغر، وكان يركز في البداية على مشاركة الصور. استحوذت شركة فيسبوك عليه عام 2012، مما ساعده على التوسع السريع ليصل إلى أكثر من 2.35 مليار مستخدم نشط شهرياً (Statista, 2023) أهمية إنستغرام

يعد منصة رئيسية للمحتوى البصري، مما يجعله مثاليًا للمبدعين والموسيقين (Huang & Su, 2018).

- أداة فعالة للتسويق عبر المؤثرين (Abidin, 2016) (Influencer Marketing).
- يستخدم في التجارة الإلكترونية من خلال ميزة Instagram Shopping.

مزايا وخصائص إنستغرام

- مشاركة الصور ومقاطع الفيديو القصيرة.
- خاصية القصص.
- دعم البث المباشر والتفاعل عبر الرسائل المباشرة (DMs).
- ميزة Reels التي تنافس تيك توك في الفيديوهات القصيرة (Frier, 2020).

مميزات منصات ومواقع التواصل الاجتماعي

ويمكن من خلال ما تقدم تلخيص المزايا والإيجابيات التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي، من أهمها:

تسهيل التواصل والتفاعل وتتيح للأشخاص التواصل بسهولة مع الأهل والأصدقاء في أي مكان في العالم وتوفر أدوات مثل الرسائل النصية، المكالمات الصوتية، ومكالمات الفيديو لتعزيز التواصل.

تعزيز التعلم والتطوير الذاتي وتوفير محتوى تعليمي متنوع في مختلف المجالات وتساعد في اكتساب مهارات جديدة من خلال الدورات التعليمية المتاحة على المنصات المختلفة.

دعم الأعمال والتسويق الإلكتروني وتتيح للشركات وأصحاب المشاريع الترويج لمنتجاتهم وخدماتهم بسهولة وبتكلفة أقل وتوفر أدوات إعلانية متقدمة لاستهداف الجمهور المناسب.

تعزيز حرية التعبير وإيصال الآراء وتمنح الأفراد مساحة للتعبير عن آرائهم ومناقشة القضايا المجتمعية المختلفة وتساهم في نشر الوعي حول القضايا الإنسانية والاجتماعية.

توفر وسائل التواصل الاجتماعي شبكات متعددة الأبعاد، بحيث يتفاعل معها مستخدميها بشتى الطرق من صفحات، ومجموعات، وأحداث، وصفحات مجتمعية، وروابط، ومدونات، وأخبار، واليوميات صور، وملاحظات.. وغيرها (أبو سويلم، 2015).

تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بوفرة المعلومات بنفس اللحظة، وبث مباشر للفيديو وبسرعة تحميل الصور.

تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بأنها متاحة للجميع، وبكونها مجانية الرسوم والانضمام، وتعتبر خدمات هذه الشبكات جزءاً من الإعلام الاجتماعي، لذلك يسهل الوصول إليها دون جهد ومشقة وسرعة بالوقت (Allen, 2003).

سلبات منصات ومواقع التواصل الاجتماعي

في عصر الثورة الرقمية، أصبحت منصات ومواقع التواصل جزءاً لا يتجزأ من حياة الأفراد والمجتمعات، حيث توفر وسائل فعالة للتواصل، وتبادل المعلومات، ومتابعة الأحداث لحظة بلحظة. وعلى الرغم من الفوائد العديدة التي تقدمها هذه المنصات، إلا أن الاستخدام غير المسؤول قد يحولها إلى سلاح ذي حدين يؤثر سلباً على حياتنا ومجتمعاتنا.

كما يمكن حصر سلبيات مواقع ومنصات التواصل الاجتماعي فيما يلي:

- الإدمان وإضاعة الوقت والاستخدام المفرط يؤدي إلى الإدمان الرقمي، مما يقلل الإنتاجية وضياع ساعات طويلة يومياً دون فائدة حقيقية.
- التأثير على الصحة النفسية وزيادة معدلات القلق والاكتئاب نتيجة المقارنة مع الآخرين والشعور بالوحدة رغم التواصل الافتراضي المكثف وتراجع الثقة بالنفس بسبب معايير الجمال والمثالية المزيفة المنتشرة على المنصات.
- انتهاك الخصوصية والأمان وتسريب المعلومات الشخصية وسهولة اختراق الحسابات واستخدام البيانات الشخصية من قبل الشركات لأغراض تسويقية أو غير مشروعة.
- انتشار الأخبار الكاذبة والشائعات وسرعة انتشار المعلومات المضللة دون تحقق من صحتها والتأثير على الرأي العام وزيادة الانقسامات المجتمعية.
- التأثير السلبي على العلاقات الاجتماعية وقلة التواصل الحقيقي وضعف العلاقات العائلية والاجتماعية والاعتماد على التفاعل الرقمي بدلاً من التواصل المباشر.
- التتمر الإلكتروني والعنف اللفظي وسهولة التعرض للتتمر والمضايقات بسبب إخفاء الهوية على الإنترنت وتأثير نفسي سلبي، خاصة على الأطفال والمراهقين.
- التعرض لمحتوى غير لائق وانتشار المحتوى العنيف أو غير الأخلاقي وسهولة وصول الأطفال إليه والتأثير على القيم والأخلاق بسبب بعض الاتجاهات السلبية المنتشرة.
- التأثير على الهوية الثقافية وانتشار القيم والعادات الدخيلة التي قد تؤثر على الهوية الثقافية الأصلية وتقليد السلوكيات غير المناسبة بسبب المشاهير والمؤثرين على المنصات.

التأثيرات الإيجابية لمواقع ومنصات التواصل الاجتماعي

لا شك أن التكنولوجيا الحديثة لمنصات وشبكات التواصل لعبت دوراً مهماً في إحداث تأثير إيجابي وجديد على حياة الناس، حيث ساهمت في إحداث تغييرات جوهرية في مختلف الجوانب ومن أبرز هذه الآثار الإيجابية:

- نشر المعرفة والمعلومات: أتاحت منصات التواصل الاجتماعي وصول الأفراد إلى مصادر متنوعة من المعلومات والأخبار بسرعة وسهولة، مما زاد من مستوى الوعي والمعرفة.
- تعزيز الترابط الاجتماعي: ساعدت في تقوية العلاقات الاجتماعية من خلال توفير وسائل تواصل فورية، سواء للأفراد داخل المجتمع الواحد أو بين شعوب العالم.
- تمكين الأفراد وإيصال أصواتهم: أصبحت هذه المنصات مساحة مفتوحة للتعبير عن الرأي، مما عزز حرية التعبير وساهم في التغيير المجتمعي والسياسي.
- تنمية الاقتصاد الرقمي: وفرت فرصاً جديدة للعمل والتسويق الرقمي، مما ساعد في دعم الشركات الناشئة والمشاريع الصغيرة، بالإضافة إلى تسهيل التجارة الإلكترونية.
- نشر القضايا الإنسانية والاجتماعية: ساهمت في لفت الانتباه إلى قضايا حقوق الإنسان والمشكلات الاجتماعية، وساعدت في تنظيم الحملات التوعوية وحشد الدعم للقضايا العادلة.
- التقليل من صراع الحضارات: وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستخدمي تلك المواقع الاجتماعية، وكذلك بيان وتوضيح المشكلات العربية للغرب بدون تزيف إعلامي أو نفاق السياسة، مما يقضي في النهاية على التقارب الفكري على صعيد الأشخاص فالجماعات والدول.
- تزيد من تقارب العائلة الواحدة: مع تطور التكنولوجيا الحديثة والمعاصرة باتت مواقع التواصل الاجتماعي أيسر على العائلات حيث يتيح لهم متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها تعتبر مجانية على خلاف من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة (معتوق وكريم، 2012).

الفصل الثالث الإطار الإجرائي للبحث

من خلال الإطار الإجرائي للبحث سيتم عرض وتحليل واطهار نتائج الدراسة الميدانية التي أجراها الباحثان، وتحليل البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة، المتمثلة في طلاب كلية الفنون والاعلام،

لمعرفة دور منصات التواصل الاجتماعي في نشر جرائم الاحتلال الصهيوني في غزة، وقد قام الباحثان باستخدام الاستبيان، كأداة لجمع البيانات من أجل تحقيق أهداف البحث.

أولاً: الجداول التكرارية والنسب المئوية للخصائص العينة

جدول 1: الجنس المبحوثين.

النسبة %	التكرار	الجنس
64%	18	ذكر
36%	32	أنثى
100%	50	الإجمالي

يوضح الجدول (1) جنس العينة وكانت النسبة الأكبر للإناث وبتكرار 32 ونسبة 64% وكانت نسبة الذكور 36% وبتكرار 18.

جدول 2: العينة حسب العمر.

النسبة %	التكرار	العمر
82%	41	من 19 إلى 25
18%	09	من 26 إلى 34 سنة
00%	00	من 35 سنة فأكثر
100%	50	الإجمالي

الجدول (2) يوثق توزيع العينة على وفق العمر فكانت الفئة العمرية من 19 إلى 25 هي أكبر عدد وبلغت 41 وبنسبة 82% ومن ثم تأتي خلفها الفئة العمرية من 26 إلى 34 وبنسبة 18% وأخيراً حلت الفئة العمرية من 35 وأكثر شيء وبدون أي تكرار ونسبة وهذا يدل ان افراد العينة من فئة الشباب الذي لم يتزوج أعمارهم من 19 - 25 سنة وهي فئة التي تعتمد بشكل رئيسي على منصات التواصل الاجتماعي.

جدول 3: افراد العينة حسب المستوى العلمي.

النسبة %	التكرار	المؤهل
82%	41	جامعي
18%	09	ماجستير
100%	50	الإجمالي

الجدول رقم (3) يوضح توزيع العينة على حسب المستوى العلمي فكانت اعلي نسبة من حاملي المؤهل الجامعي وبنسبة 82% وبتكرار 41 طالب وتلتها افراد العينة من طلاب مرحلة الماجستير بنسبة 18% وبتكرار 9 طلاب، وهذا يدل ان غالبية العينة هم من ضمن طلاب المرحلة الجامعية (82%)، مما يعني أن المشاركين لديهم مستوى تعليمي مرتفع نسبياً، مما قد يؤثر على كيفية استهلاكهم للمحتوى الإعلامي.

جدول 4: تصنيف العينة استناداً إلى متابعة اخبار القضية الفلسطينية عبر منصات التفاعل الاجتماعي.

النسبة %	التكرار	الجنس
94%	47	نعم
06%	03	لا
100%	50	الإجمالي

الجدول رقم (4) تصنيف العينة اعتمادًا على متابعة اخبار القضية الفلسطينية على المنصات وكانت اغلب افراد العينة المشاركين بنسبة %94 وبتكرار 47 فرد وبلغت نسبة افراد العينة الذين لا يتابعون الاخبار عبر المنصات %6 وبتكرار 3 افراد ومن هنا المنطلق احتلت نسبة %94 من المشاركين يتابعون أخبار القضية الفلسطينية عبر وسائل التواصل، مما يدل على أهمية هذه المنصات كمصدر رئيسي للمعلومات حول القضية.

جدول 5: تصنيف العينة اعتمادًا على استخدامها للمنصات بشكل مستمر (يمكن اختيار أكثر من إجابة).

ت	يمكن اختيار إجابات متعددة	تكرار	النسبة %
1	يوتيوب	06	%6.58
2	تيك توك	24	%26.10
3	فيس بوك	28	%30.45
4	انستقرام	34	%36.87
5	المجموع	//	% 100

جدول (5) يعرض تصنيف العينة اعتمادًا على استخدامها للمنصات بشكل مستمر وكانت النتيجة كالتالي اعلي نسبة استخدام ومتابعة احتلتها منصة "إنستقرام" في المركز الأول بنسبة (%36.87) وبتكرار بلغ 34 مرة ومن ثم يليه "فيسبوك" (%30.45) وبتكرار بلغ 28 مرة ثم في المرتبة ما قبل الأخير "تيك توك" (%26.10) وبتكرار بلغ 24 واحتل أخيرًا "يوتيوب" (%6.58) وبتكرار بلغ 6 مرات ، يوضح هذا ويدل على أن المحتوى المرئي يلعب دورًا مهمًا وبارز في نقل المعلومات حول الأحداث في غزة، حيث تتيح هذه المنصات نشر الصور والفيديوهات بسهولة وبشكل سريع دون أي تعقيد.

جدول 6: توزيع المبحوثين حسب المتابعة للأخبار والمنشورات المتعلقة بالقضية.

ت	الفقرة	تكرار	النسبة %
1	يوميًا	15	%31.91
2	عدة مرات في الأسبوع	08	%17.02
3	مرة واحدة في الأسبوع	19	%40.43
4	نادرًا	05	%10.64
5	المجموع	47	% 100

جدول (6) توزيع المبحوثين على وفقاً لمتابعة للأخبار والمنشورات المتعلقة بالقضية على منصات التواصل وتصدرت في المرتبة الاولى المتابعة مرة في الأسبوع بنسبة % 40.43 وبتكرار 19 مرة وتلتها المتابعة يوميًا بنسبة % 31.91 وبتكرار 15 مرة وفي المرتبة الثالثة عدة مرات في الأسبوع بنسبة %17.02 وبتكرار 08 مرات واحتلت نادرًا المرتبة الأخيرة بنسبة % 10.64 وبتكرار 05 مرات ويدل هذا على ان افراد العينة من المتابعين للقضية عن طريق منصات التواصل وكانت نسبة %31.91 من العينة يواكبون الأخبار بشكل يوميًا، و%40.43 مرة واحدة في الأسبوع، مما يعني أن هناك اهتمامًا مستمرًا بالأحداث الجارية في غزة وبشكل جدي ، وكذلك يشير هذا إلى أن المحتوى يجب أن يكون متجددًا وجاذبًا لضمان استمرارية الجمهور المهتم بالقضية عبر منصات لأنه يبحث دائما عن ما حدث ويحدث من تطورات العدوان.

جدول 7: العينة وفق نوع المحتوى الذي تراه على منصات التواصل الاجتماعي

ت	الفقرة	تكرار	النسبة %
1	صور وفيديوهات حية	28	%59.85
2	منشورات وشهادات شخصية	06	%12.65
3	مقاطع وثائقية وتقارير إعلامية	11	%23.25

4	تقارير صحفية	02	4.25%
5	المجموع	47	100%

جدول رقم (7) يشير توزيع افراد العينة استناداً إلى نوع المحتوى الذي تراه على منصات التفاعل و التواصل وكانت أولاً تصدرت الصور والفيديوهات الحية بنسبة 59.85% وبتكرار 28 مرة وثانياً مقاطع وثائقية وتقارير إعلامية بنسبة 23.25 وبتكرار 11 مرة وتلتها منشورات وشهادات شخصية بنسبة 12.65% وبتكرار 06 مرات واخيراً كانت التقارير الصحفية وبنسبة 4.25% وبتكرار مرتين فقط ، وهذا طبعا يدل ويعزز على ضرورة واهمية الصورة والفيديو في النقل والنشر السريع للحدث وايصال المعلومة من خلال المنصات وصفحات تواصل الاجتماعي 59.85% من المشاركين يشاهدون الصور والفيديوهات الحية، مما يُثبت أهمية المحتوى المرئي في تأثير الوعي العام، 23.25% يتابعون التقارير الوثائقية والإعلامية، مما يبرز الحاجة إلى محتوى تحليلي عميق يعزز الفهم اكثر للقضية والحرب على غزة.

جدول 8: توزيع الافراد اعتماداً على دور منصات التواصل في نقل الحقيقة.

ت	الفقرة	تكرار	النسبة %
1	نعم بشكل كبير	25	53.2%
2	نعم الي حد ما	14	29.79%
3	لا ليس بشكل كبير	07	14.88%
4	لا اطلاقاً	01	2.13%
5	المجموع	47	100%

جدول (8) يُبين توزيع الافراد اعتماداً على دور المنصات في نقل الحقيقة، أولاً الإجابة بنعم بشكل كبير بنسبة 53.2% وبتكرار 25 مرة وكانت نعم الي حد ما في الترتيب الثاني وبنسبة 29.79 وبتكرار 14 مرة والترتيب الثالث كان لا ليس بشكل كبير وبنسبة 14.88% وبتكرار 07 مرات و رابعاً كانت لا اطلاقاً وبنسبة 2.13% وبتكرار واحد فقط ومن خلال تحليل هذه الإجابات اتضح انه اغلب افراد العينة وبنسبة 53.2% يؤكدون أن هذه المنصات لها دورا في نقل الحقيقة بشكل كبير وهذا أحيانا يرجع لأهمية القضية وكذلك صدق المنصات في ما تم نشره من اخبار واحداث ، بينما يرى اخرون وبنسبة 29.79% أنها تنقل الحقيقة إلى حد ما هذا يشير إلى ثقة كبيرة بمنصات التواصل، لكنها ليست مطلقة بسبب إمكانية انتشار الأخبار المفبركة أو المشوشة وغالبا ما يتم كشفها مع طول المدة.

جدول 9: توزيع العينة على دور المنصات في توفير مصدراً موثقاً للمعلومات.

ت	الفقرة	تكرار	النسبة %
1	نعم	20	42.56%
2	أحياناً	24	51.06%
3	نادراً	02	4.20%
4	أبداً	01	2.18%
5	المجموع	47	100%

جدول (9) يشرح توزيع العينة على اعتماداً على دور منصات التواصل في توفير مصدراً موثقاً للمعلومات احتلت المرتبة الاولى من إجابة افراد العينة أحياناً وبنسبة 51.06 وبتكرار بلغ 24 مرة واحتل المركز الثاني نعم ونسبتها 42.56% وبتكرار بلغ 20 مرة وثالثاً كانت نادراً وبنسبة 4.20% وبتكرار مرتان فقط وأخيراً كانت أبداً بنسبة 2.13% وبتكرار واحد فقط ، وهذا يدل على ان إجابة افراد العينة كانت بنسبة 42.56% يعتبرونها مصدراً موثقاً، و51.06% يرونها موثوقة في بعض الأحيان، بينما يرى 6.38% أنها غير موثوقة ، يشير هذا إلى ضرورة التحقق من مصادر المعلومات والتصدي الأخبار

الغير حقيقية لان هذا له تأثير على القضية ولهذا اغلب المنصات والصفحات لديها مصادر موثوقة وذلك بسبب صعوبة تواجد بعض القنوات والوسائل الاعلام التقليدية جعلها تنشر الاخبار والمعلومات الموثوقة فقط رغم انها في الغالب تكون مؤلمة الصادمة ولهذا تكون اغلب المنصات لها مصادر موثوقة وصادقة.

جدول 10: إجابة المبحوثين وفقاً لتأثير المنشورات والصور عبر منصات حول رأيك بالقضية.

ت	الفقرة	تكرار	النسبة %
1	نعم بشكل كبير	26	55.32%
2	نعم الي حد ما	14	29.80%
3	لا تؤثر	01	2.12%
4	ارفض تغيير رأيي بناء على المنشورات	06	12.76%
5	المجموع	47	100%

رقم (10) توزيع المبحوثين اعتماداً على تأثير المنشورات والصور التي تشاهدها من خلال المنصات حول رأيك، احتلت المرتبة الاولى نعم بشكل كبير وبنسبة 55.32% وبتكرار 26 مرة وكانت في المرتبة الثانية نعم الي حد ما بنسبة 29.80% وبتكرار 14 مرة وفي المرتبة الثالثة رفض تغيير رأيي بنسبة 12.76% وبتكرار 06 مرات وكانت أخيراً لا تؤثر بنسبة 2.12% وبتكرار مرة واحد فقط، وهذا يدل على ان افراد العينة عند متابعة ومشاهدة ما يتم نشره من صور وفيديوهات عبر هذه المنصات له تأثير كبير وبنسبة 55.32% يتأثرون بشكل كبير بالمحتوى المنشور، مما يعكس ذلك مدى النفوذ والتأثير العميق لمنصات التواصل في تشكيل الرأي العام.

جدول 11: اختيار العينة استناداً إلى توثيق جرائم الاحتلال لها دور في زيادة الوعي بالقضية.

ت	الفقرة	تكرار	النسبة %
1	نعم بشكل كبير	37	78.75%
2	نعم الي حد ما	07	14.90%
3	ليس بشكل كبير	03	6.35%
4	لا اطلاقاً	00	00%
5	المجموع	47	100%

جدول (11) تُبين العينة على حسب توثيق جرائم الاحتلال لها دور في زيادة الوعي بالمعاناة الفلسطينية وكانت النتائج كالتالي نعم وبشكل كبير في المرتبة الاولى وبنسبة 78.75% وبتكرار 37 مرة وتلتها ثانياً نعم الي حد ما وبنسبة 14.90% وبتكرار 07 مرات وقابل الأخير كانت الإجابة ليس بشكل كبير وبنسبة 6.35% وبتكرار 03 مرات وأخيراً كانت لا اطلاقاً وبنسبة وتكرار صفر ، ومن هذا المنطلق ومن خلال إجابة المبحوثين كان للصور والفيديو له دور كبير في زيادة الوعي بالقضية وبنسبة 78.75% يرون أيضاً أن توثيق الجرائم عبر المنصات يزيد من الوعي بالقضية الفلسطينية، مما يعزز أهمية نشر المحتوى الموثق.

جدول 12: توزيع العينة وفق مشاركة وإعادة نشر المحتوى المتعلق بالجرائم الإسرائيلية.

ت	الفقرة	تكرار	النسبة %
1	نعم	18	39.25%
2	احياناً	22	46.84%
3	نادراً	04	8.50%
4	لا ابدأ	03	6.40%
5	المجموع	47	100%

جدول رقم (12) يظهر تصنيف العينة وفق مشاركة وإعادة نشر المضمون المتعلق بجرائم الإسرائيية وتصدرت الإجابة ب احياناً الاولي وبنسبة 46.84 % وبتكرار 22 مرة وثانياً الإجابة بنعم وبنسبة 39.25% وبتكرار بلغ 18 مرة وجاءت في المرتبة الثالثة نادراً بنسبة 8.50% وبتكرار 04 مرات وأخيرا كانت الإجابة لا ابدأ وبنسبة 6.40 % وبتكرار 03 مرات، من خلال تحليل إجابة افراد العينة تبين لنا ان افراد العينة تشارك في نشر المحتوي أحياناً نظراً لأهميته ودور في نشر جرائم التي يرتكبها الاحتلال في غزة وكانت بنسبة 46.84% ينشرون المحتوى أحياناً، و39.25% ينشرونه دائماً، مما يعكس انتشاراً واسعاً لهذا النوع من المضمون بين مستخدمي هذه المنصات أيضاً.

جدول 13: تصنيف وفقاً القيود والرقابة على ما يتم نشره عبر المنصات عن غزة

ت	الفقرة	تكرار	النسبة %
1	نعم كثيراً	17	36.20%
2	أحياناً	22	46.80%
3	لا يوجد تقييد	01	2.12%
4	لا اعرف	07	14.88%
5	المجموع	47	100%

الجدول رقم (13) يعرض تصنيف العينة على حسب القيود والرقابة على ما يتم نشره عبر المنصات عن غزة احتلت المرتبة الاولي الإجابة ب أحياناً وبنسبة 46.80% وبتكرار بلغ 22 مرة وتبعته في المركز الثانية نعم كثيراً وبنسبة تقدر 36.20 % وبتكرار 17 مرة وتلتها في المركز الثالث الإجابة لا اعرف وبنسبة بلغت 14.88 % وبتكرار 07 مرات وكانت أخيرا الإجابة لا يوجد تقييد بنسبة 2.12 % وبتكرار مرة واحدة فقط، وهذا يدل على ان هناك رقابة مفروضة على المحتوي الخاص بالحرب الفلسطينية والتي توثق جرائم الاحتلال وهذه الرقابة من اجل عدم نشر هذه الانتهاكات المرتكبة وتفرض قيوداً ورقابة على المحتوي، وكانت الإجابة بنعم بنسبة 36.2% يعتقدون أن هناك قيوداً كثيرة على النشر، و46.8% يعتقدون بوجود قيود أحياناً، مما يشير إلى وجود سياسات تقييدية من بعض المنصات تجاه المحتوي الخاص بغزة وتسعي لعدم نشره بشكل واسع.

جدول 14: توزيع المبحوثين استناداً لتأييد استخدام منصات التواصل لتوثيق الجرائم الإنسانية في غزة.

ت	الفقرة	تكرار	النسبة %
1	نعم بشدة	34	72.35%
2	نعم الي حد ما	07	14.90%
3	لا تؤيد	06	12.75%
4	اطلاقاً	00	00%
5	المجموع	47	100%

الجدول رقم (14) يعرض توزيع المبحوثين وفق استخدام منصات تواصل لتوثيق الجرائم الإنسانية في غزة تصدرت في المرتبة الاولي نعم بشدة وبنسبة 72.35 % وبتكرار بلغ 34 مرة وتلتها في المرتبة الثانية نعم الي حد ما وبنسبه بلغت 14.90 % وبتكرار 07 مرات والثالث الإجابة لا تؤيد وبنسبة 12.75 % وبتكرار بلغ 06 مرات وأخيرا كانت الإجابة لا اطلاقاً بنسبة وتكرار صفر ، ومن خلال تحليل هذه الإجابة والتي تدل على معظم افراد العينة على تؤيد دور منصات التواصل في نشر وتوثيق الجرائم الاسرائيلية في غزة وتسعي جاهدة في نشر هذه الانتهاكات على قدر اكبر واوسع نطاق وكانت بنسبة 72.35% يؤيدون ذلك بشدة، مما يعكس رغبة كبيرة في استخدام الإعلام الرقمي كسلاح توثيقي لمواجهة الاحتلال وذلك لعدة أسباب منها أيضاً سهولة وسرعة الانتشار عبر هذه المنصات وكذلك القيود المفروضة على باقي وسال الاعلام التقليدية وتحتاج لفريق كبير ومعدات وأماكن وأجهزة خاصة في النقل

والنشر وصعوبة التنقل في القطاع اثناء القصف بشكل سريع، ويشير ذلك أيضاً إلى دعم واسع لاستخدام منصات التواصل لتوثيق الرقمي .

الجدول رقم (15) تدل إجابة العينة حسب السؤال المفتوح عن اقتراحهم او ملاحظاتهم عن دور المنصات في نشر الحقائق والجرائم الاحتلال في غزة وكانت الإجابة كالتالي.

- اغلب الإجابات كانت تدعم دور منصات التواصل الاجتماعي في نشر جرائم الاحتلال والاستمرار في النشر.
- ضرورة دعم وتأييد القضية الفلسطينية وهذا اقل واجب يري فيه افراد العينة تقديمه لغزة.
- ضرورة نشر واستخدام المنصات في مقاطعة منتجات ذات الصناعة الإسرائيلية.
- اجراء مقابلات مع من تعرض للتعذيب والضرب والاهانة وغيرها في سجون الاحتلال.
- يرى اغلب افراد العينة انه استطاعت منصات التواصل ولو بشكل بسيط صورة الكاملة للجرائم الإسرائيلية وبراعية بعض الدول الأوروبية وأمريكا.

النتائج

أبرز النتائج بناءً على البيانات المستخلصة من الدراسة: -

- 94% من المشاركين يتابعون أخبار القضية الفلسطينية عبر وسائل التواصل، مما يدل على أهمية هذه المنصات كمصدر رئيسي للمعلومات حول القضية.
- احتل "إنستقرام" المركز الأول بنسبة (36.87%)، يليه "فيسبوك" (30.45%)، ثم "تيك توك" (26.10%)، وأخيراً "يوتيوب" (6.58%) يوضح هذا أن المحتوى المرئي يلعب دوراً مهماً في نقل المعلومات حول الأحداث في غزة، حيث تتيح هذه المنصات نشر الصور والفيديوهات بسهولة.
- 31.91% من العينة يواكبون الأخبار بشكل يومي، و40.43% مرة واحدة في الأسبوع، مما يعني أن هناك اهتماماً مستمرًا بالأحداث الجارية ويشير هذا إلى أن المحتوى يجب أن يكون متجددًا وجاذبًا لضمان استمرارية اهتمام الجمهور.
- 53.2% يؤكدون أن هذه المنصات تنقل الحقيقة بشكل كبير، بينما يرى 29.79% أنها تنقل الحقيقة إلى حد ما هذا يشير إلى ثقة كبيرة بمنصات التواصل، لكنها ليست مطلقة بسبب إمكانية انتشار الأخبار المزيفة أو التحيزات الإعلامية.
- 55.32% يتأثرون بشكل كبير بالمحتوى المنشور، مما يعكس ذلك مدى النفوذ والتأثير العميق لمنصات التواصل في تشكيل الرأي العام.
- 72.35% يؤيدون ذلك بشدة، مما يعكس رغبة كبيرة في استخدام الإعلام الرقمي كسلاح توثيقي لمواجهة الاحتلال.
- 78.75% يرون أن توثيق الجرائم عبر المنصات يزيد من الوعي بالقضية الفلسطينية، مما يعزز أهمية نشر المحتوى الموثوق.
- 36.2% يعتقدون أن هناك قيودًا كثيرة على النشر، و46.8% يعتقدون بوجود قيود أحياناً، مما يشير إلى وجود سياسات تقييدية من بعض المنصات تجاه المحتوى السياسي.

التوصيات

في ظل الدور المتنامي لمنصات التواصل الاجتماعي في توثيق ونشر الأحداث، وخاصة فيما يتعلق بالقضية الفلسطينية، تبرز الحاجة إلى استراتيجيات فعالة لضمان وصول المحتوى إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين وتحقيق التأثير المطلوب. وتكمن أهمية هذه التوصيات في تعزيز مصداقية المعلومات، وزيادة التفاعل الجماهيري، وتوظيف الأدوات الرقمية بأقصى قدر من الفعالية لنقل الصورة الحقيقية للانتهاكات الإسرائيلية في غزة. ومن هذا المنطلق، تهدف التوصيات التالية إلى تحسين آليات النشر، وضمان انتشار أوسع للمحتوى التوثيقي، والاستفادة من ميزات المنصات المختلفة.

- يفضل عند نشر استخدام الصور والفيديوهات الحية والتقارير لجذب اهتمام المستخدمين والاستفادة من تقنيات البث المباشر لزيادة التفاعل ونقل الأحداث لحظة بلحظة.
- التأكد من المعلومات الموثوقة قبل نشرها، والتأكد من صحة الصور والفيديوهات المنشورة

- والتعاون مع منصات إعلامية مستقلة للتحقق من الأخبار والمحتوى المتداول.
- تنويع المنصات المستخدمة رغم شعبية إنستغرام وفيس بوك، ويجب التركيز أيضًا على المنصات الأخرى مثل تويتر وتيليجرام لضمان وصول أكبر عدد من المستخدمين إلى المحتوى.
- دعوة المستخدمين إلى مشاركة وإعادة نشر المحتوى المرتبط بالقضية الفلسطينية لزيادة وصوله إلى جمهور أوسع.
- تعزيز التوثيق القانوني والانتهاكات الحقوقية ونشر مقاطع فيديو وشهادات موثقة لدعم القضايا القانونية ضد الاحتلال الإسرائيلي.

المراجع العربية

- 1- المنصور، محمد (2012) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك. ص 12.
- 2- عماري، فاطمة الزهراء (2012)، "استخدام القنوات الإخبارية التلفزيونية لتفاعلية شبكة التواصل الاجتماعي: الفي سبوك نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية والإعلام.
- 3- صالح، امتياز (2008) تطوير نموذج مقترح لدور وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية لطلبة المرحلة الثانوية في الأردن، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، الجامعة الأردنية: عمان، الأردن.
- 4- علم الدين، محمود (2009) تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، دمشق.
- 5- اللبان، شريف درويش (2005) الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع.
- 6- الفار، محمد جمال (2006) المعجم الإعلامي، عمان، دار المشرق الثقافي.
- 7- القرني، علي (2013)، "الإعلام الجديد من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن"، مطابع جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية.
- 8- مجاهد، أماني (2010)، "استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة"، مجلة دراسات المعلومات، العدد الثامن، أيار.
- 9- ظفري، وداد (2014)، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في ثروات الربيع العربي، الفيسبوك نموذجاً، المؤتمر الدولي للاتصال الرقمي، الأردن: جامعة اليرموك.
- 10- الربيعي، بيرق حسين (2014)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية للنخب الإعلامية العراقية، الفيسبوك أنموذجاً، المؤتمر الدولي للاتصال الرقمي، الأردن: جامعة اليرموك.
- 11- الرشيد، الأء محمد (2014)، استخدام شبكاتي التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر والإشباع المتحققة منها لدى طلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، عمان، الأردن، جامعة الشرق الأوسط.
- 12- الدليمي، عبد الرزاق (2011). "الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية". عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 13- علي، إسماعيل (2015). "الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية"، الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية.
- 14- أبو سويلم، شرحبيل (2015)، اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات: دراسة مسحية تحليلية، رسالة ماجستير، عمان، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.
- 15- معتوق، جمال، كريم، شريهان (2012) دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات وممارسات الأفراد في المجتمع، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي.

المراجع الأجنبية

- 1- Abidin, C. (2016). "Visibility labour: Engaging with influencers' fashion brands and OOTD advertorial campaigns on Instagram." Media International Australia, 161(1), 86-100.
- 2- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). "Social media and fake news in the 2016 election." Journal of Economic Perspectives, 31(2), 211-236.
- 3- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). "Social network sites: Definition, history, and scholarship." Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210-230.
- 4- Burgess, J., & Green, J. (2018). YouTube: Online video and participatory culture. Polity.
- 5- Frier, S. (2020). No Filter: The inside story of Instagram. Simon & Schuster.
- 6-Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management.
- 7-Khaleel, M., Jebrel, A., & Dunia M. Shwehdy. (2024). Artificial Intelligence in Computer Science:. Int. J. Electr. Eng. And Sustain., 2(2), 01-21.
- 8- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). "Social media engagement and addictive tendencies." Current Opinion in Psychology, 45, 101285.