

استخدام الناشطاء الفلسطينيين لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة لإنهاء الانقسام "دراسة ميدانية"

طلعت عبد الحميد عيسى

الجامعة الإسلامية- غزة

2015/1/12

تاريخ القبول

2014/10/15

تاريخ الاستلام

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مدى فاعلية استخدام نشطاء المجتمع الفلسطيني لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني، واعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية واستخدم في إطاره استمارة الاستقصاء على عينة عشوائية بسيرة من 100 من الناشطين الشباب المستخدمين لوسائل الإعلام الجديد في قطاع غزة. وتوصلت الدراسة إلى أن الفيسبوك كان أكثر وسائل الإعلام الاجتماعي استخداماً بشكل عام من قبل المبحوثين، وجاء بعده اليوتيوب، ثم مواقع التواصل الأخرى، ثم التويتر، وأخيراً المدونات، وكان الفيسبوك أيضاً أكثر وسائل الإعلام الجديد استخداماً من قبل الناشطاء الفلسطينيين في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني، وأن أهم أسباب الاستخدام كانت الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور وإلى أماكن مختلفة في أرجاء العالم، وأن درجة الأثر الإيجابي الذي لمسه نشطاء المجتمع الفلسطيني من استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد كانت قوية، وجاء في مقدمة اقتراحات المبحوثين توحيد الجهد الفردي والتنسيق وزيادة التواصل مع الناشطاء الآخرين، وتبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام نشطاء الإعلام الجديد للفيسبوك والمدونات ودرجة الأثر الإيجابي المتحقق في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني.

Abstract:

This study aimed to measure the effectiveness of the use of the Palestinian society activists to new media in the call to end the Palestinian rift. The study used the survey methodology, which belongs to the descriptive researches and used questionnaire survey of a random sample of 100 young activists of new media users in the Gaza Strip.

The study found that Facebook was the most used social network by the respondents, and was followed by YouTube, then Twitter, and finally blogs, Facebook also was the most used network by Palestinian activists in calling for the rift end events, they use it basically to reach the largest

possible audience and to different places around the world, the respondents said that they were affected strongly by using the new media.

The activists suggested to gather and coordinate the individual efforts and increase connections with other activists, there were a significant correlation between activists use of Facebook and blogs and the degree of the positive effect achieved by the use of new media to call to end the Palestinian rift.

مقدمة:

بات الإعلام الجديد اللاعب الأبرز في صناعة الأحداث الجسام التي تمر بها المنطقة العربية والتي ربما سيكتبها التاريخ كأحد أبرز المنعطفات التي مرت بها المنطقة العربية في التاريخ المعاصر، وأصبح هذا الإعلام عاملاً حاسماً في ثورات شعوب المنطقة ومحركاً لفعاليات هذه الثورات في ظل الغياب القسري لوسائل الإعلام التقليدية التي اكتفت بدور الناقل عن وسائل الإعلام الجديد لكل ما يتعلق بهذه الثورات من أخبار ومقاطع مصورة وصور وغيرها.

وفي فلسطين يتزايد أعداد مستخدمي الإنترنت في فلسطين بشكل كبير، حيث وصلت أعداد مستخدمي الاتصالات والإنترنت في فلسطين إلى أرقام عالية مقارنة بعدد السكان والظروف الصعبة التي يمر بها الشعب الفلسطيني، حيث وصل عدد مستخدمي الإنترنت في فلسطين في عام 2010م لأكثر من مليون مستخدم، في حين بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك أكثر من 600 ألف مشترك حتى شهر إبريل من عام 2011م (مطر. 2011م). الإعلام الجديد: مرحلة جديدة من التنافس وحرية النشر . (<http://www.slideshare.net>).

وقد استغل نشطاء المجتمع الفلسطيني النجاح الكبير لوسائل الإعلام الجديد وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي؛ من أجل إنجاح الفعاليات المقترحة لإنهاء الانقسام الفلسطيني، والتي استمدت إلهامها من نجاح نشطاء الإعلام الاجتماعي في تحريك ثورتي تونس ومصر، والنجاح الكبير الذي تحقق بصورة أساسية بفضل وسائل الإعلام الجديد.

وقد أدرك الشباب الفلسطيني أن نجاح ثورتي تونس ومصر جعلهم يتعرفون مدى القوة الكامنة لديهم وتأثيرهم وقدرتهم في تغيير الواقع، حيث إن الثورة تجاوزت الطرق الأمنية الكلاسيكية للرقابة والمنع؛ لأن المنظمين والمساندين يلتقون في عالم افتراضي يتبعون فيه لا مركزية القيادة (صفحة "الشعب يريد إنهاء الانقسام" على الفيسبوك تصل إلى 1.5 مليون. 2011م). (<http://www.alnorani.com>).

ومعظم النشطاء القائمين على الحملة من الشباب الجامعيين الذين لا يتبعون أي أجنادات أو جهة معينة، ويرفضون أن يطلق على الحملة اسم حزب أو تجمع معين، حيث تواصلت الحملة مع الشباب الجامعيين والمؤسسات والجاليات الفلسطينية والعربية الصديقة في العديد من دول العالم،

استخدام النشطاء الفلسطينيين لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة لإنهاء الانقسام

ولقيت تجاوباً من قبلهم للمشاركة في الحملة والخروج للهتاف بصوت واحد يدعو إلى إنهاء الانقسام، وكان أهم الوسائل التي استخدمتها الحملة ووسائل الإعلام الجديد مثل: الفيسبوك، والتويتر، واليوتيوب، وغيرها.

وتأتي هذه الدراسة للتعرف إلى مدى فاعلية استغلال نشطاء المجتمع الفلسطيني لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني، والتي بلغت ذروتها في مظاهرات واعتصامات 15 مارس، والتي ربما ساهمت إلى حد كبير في الوصول إلى اتفاق المصالحة الذي وقع في القاهرة في الرابع من مايو 2011م.

أهم الدراسات السابقة:

استطاع الباحث بعد استعراض عدد كبير من الدراسات المتعلقة بموضوع هذه الدراسة، حصر أهم الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع على النحو الآتي:

أشارت دراسة حاتم العلونة (2012م) إلى أن نصف النقابيين الأردنيين يستخدمون الفيسبوك، وربعم يستخدمون تويتر، وأن دوافع استخداماتهم لهذه المواقع تتمثل بأنها تسمح بالتواصل مع الأصدقاء، وتتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة، وأوضحت الدراسة أن (56.6%) من النقابيين يشاركون في الحراك الجماهيري الذي يطالب بإجراء الإصلاح والتغيير في الأردن، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وأن مشاركتهم من خلال هذه المواقع تمثلت في تقديم آراء حول المسيرات والاجتماعات، والتعليق على فعاليات الحراك الجماهيري، ثم عرض تساؤلات عن هذه المسيرات والاحتجاجات، وأثبتت النتائج أن الدور الذي أدته مواقع التواصل الاجتماعي في حفز النقابيين للمشاركة في الحراك الجماهيري كان متوسطاً (العلونة، 2012م).

وكشفت دراسة Nermeen Sayed (2012م) أن النشطاء الشباب في مصر استخدموا الشبكات الاجتماعية في استكشاف محيطهم المدني واكتساب فهم أعمق للبيئة العامة، واستخدم معظمهم الإعلام الاجتماعي لتشكيل شبكة علاقات تتجاوز الموانع الاجتماعية والطبيعية، كما ناقش النشطاء الجوانب الإيجابية والسلبية لاستخدام الشبكات الاجتماعية في التمكين المدني، وأن النشطاء الشباب يعتقدون عموماً أن المرحلة التحضيرية للممارسة الديمقراطية قد تعيق انتقال المهارات الاتصالية التشاركية إلى حركات المجتمع المدني، وتصبح من استخدام الشبكات الاجتماعية في المرحلة الانتقالية (Sayed, 2012).

وتوصلت دراسة رضوان بلخيري (2012م) إلى أن المبحوثين يستخدمون الإنترنت بشكل كثيف، حيث يتصفح 76% منهم الإنترنت بشكل يومي، وأن كل المبحوثين يعرفون المواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاهدة مقاطع الفيديو وإرفاقها وتبادل مشاهدتها على الإنترنت، وأن هناك نسبة

مهمة من المبحوثين يستعملون الفيسبوك بصفة خاصة والإنترنت بصفة عامة لأغراض تثقيفية تعليمية، في حين أعطت غالبية الشباب الجامعي موقع فيسبوك قيمة إيجابية، ويرون أن هذا النمط الجديد من الإعلام يمثل تطوراً كبيراً في وسائط الإعلام الإلكتروني، وأنها تقدم خدمة إعلامية لا تستطيع وسيلة أخرى تقديمها لجمعها واكتسابها لخصائص أكثر من وسيلة إعلامية كالتزامية والالتزامية (بلخيري، 2012م).

وأشارت دراسة Diana Bossio, and Saba Bebawi (2012م) إلى أن التفاعل بين الأنماط السائدة البديلة للممارسات الصحفية في الفضائيات الإخبارية أثناء الثورات العربية في مصر وليبيا كان تعاونياً وأظهر التحليل تنوع المصادر المستخدمة في التقارير والأخبار، وأن تشارك المعلومات كان منتشرًا بين الصحفيين التقليديين والنشطاء على الشبكات الاجتماعية، كما تزايد التنسيق والتعاون بين مختلف مصادر المعلومات، وتعددت الأشكال التي يتم بها إيصال المعلومات إلى القنوات الفضائية حتى في حالة إعاقة السلطات للإنترنت والشبكات الاجتماعية (Bebawi, 2012).

وتوصلت دراسة Catherine Strong and Hasah Hareb (2012م) إلى أن معظم المبحوثات في الإمارات العربية المتحدة يفضلن استخدام تويتر أكثر من الفيس بوك، وأن أهم أسباب ذلك هي: السرعة العالية في الحصول على آخر الأخبار والمعلومات، وسهولة التعامل معه من خلال الهاتف المحمول، وسهولة اكتساب الأصدقاء من خلاله، وأشارت نتائج تحليل مضمون التغريدات إلى أن الغالبية العظمى من التغريدات يتم إرسالها من الهواتف النقالة، وأن أقل من نصفها كان باللغة الإنجليزية مقابل 10% فقط باللغة العربية، وأن معظم التغريدات هي دردشة يومية حول ما يقوم به صاحب التغريدة، في حين تأتي الأخبار في المرتبة الرابعة للموضوعات التي يتم تغريدها (Strong, and Hareb, 2012).

أما دراسة طه نجم وأنور الرواس (2011م) فتوصلت إلى أن موقع "الجزيرة نت" احتل صدارة المواقع الإلكترونية المفضلة لمتابعة طلاب جامعة السلطان للموضوعات السياسية، وكانت أهم أسباب تفضيل المواقع الإلكترونية: الجراءة في معالجة الموضوعات الصحفية، وابتعادها عن التوجه الحكومي، وارتفاع درجة المصداقية، في حين تصدرت خاصية إعطاء القارئ الفرصة لقراءتها صدارة الخصائص التي تميز الصحافة الإلكترونية من وجهة نظر طلاب جامعة السلطان قابوس، ثم خاصية الحوار مع القراء، ثم استخدام خدمة البريد الإلكتروني قابوس، وكانت أهم عوامل متابعة المواقع الإلكترونية تعمل على إشباع رغبات المبحوثين وحاجاتهم السياسية، فضلاً عن دورها في عملية التنشئة السياسية (نجم، والرواس، 2011م، ص ص 46-86).

وأكدت دراسة نعيم المصري (2011م) على أن استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى انخفاض التعامل مع وسائل الإعلام الأخرى بدرجات متفاوتة وعلى رأسها الصحف والمجلات والإذاعات، وأن أكثر الفوائد التي يحققها المبحوثون من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أنها تعرفهم موضوعات تساعد على النقاش مع الآخرين، ومن ثم تعرفهم أخبار العالم، وتساهم في تحقيق التسلية والمتعة، وأن نسبة كبيرة من المبحوثين لا تشارك بصور فعالة في الجوانب المرئية والصوتية، كما جاءت الموضوعات السياسية والإخبارية في مقدمة تفضيلات المبحوثين في المشاركة والتفاعل، تلتها الموضوعات الثقافية والاجتماعية، ثم الدينية، ثم المقاطع الفنية المأخوذة من المسرحيات والأفلام والأغاني والصحية والشباب (المصري 2011م).

وقد توصلت دراسة علي نجادات (2011م) إلى أن غالبية الأنماط الصحفية التي عالجت موضوعات الاحتجاجات الأردنية كانت عبارة عن الأخبار والتقارير الإخبارية وبما نسبته (86.8%). وأن معظم الاحتجاجات جاءت على شكل مسيرات وبما نسبته (57.7%)، وأن المنظمين لهذه المسيرات كانوا من قطاعات مختلفة، وقد تركزت مطالب المحتجين على القضايا العامة وبما نسبته (63.1%)، وقد نادى المحتجون بشكل رئيس بمحاربة الفساد والمفسدين، وبإجراء تعديلات على القوانين النازمة للحياة الدستورية والديمقراطية، كما توصلت الدراسة إلى أن ضعف أداء المجلس النيابي الحالي السادس عشر، وعدم جدية الحكومة في تنفيذ برامج الإصلاح، وتجذر الفساد، مع وجود قوى الشد العكسي المناهضة للإصلاح، سوف يؤدي إلى عدم تحقيق الإصلاحات في الأردن (نجادات، 2011م).

وتوصلت دراسة أحمد رضوان (2011م) إلى أن القنوات الإخبارية العربية مثل: قناة الجزيرة، وقناة العربية، كانت في مقدمة وسائل الإعلام التي تابع من خلالها أفراد العينة أحداث الثورة المصرية وأخبارها، يليها الصحف الخاصة المصرية سواء نسخها المطبوعة أو مواقعها الإلكترونية مثل اليوم السابع، والمصري اليوم، ويرى أفراد العينة أن وسائل الإعلام إجمالاً قد قامت بدور إيجابي أثناء الثورة، وأكد أفراد العينة متابعتهم لأحداث الثورة عبر مواقع الإنترنت المختلفة، وجاء في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر وموقع اليوتيوب، وأن من أهم أسباب استخدام هذه المواقع إمكانية التفاعل مع ما ينشر ومع الآخرين سواء بالتعليق أو مشاركة الأخبار والتعليقات إلى جانب سرعتها في نقل الأخبار وتبادلها (رضوان، 2011م).

كما توصلت دراسة مروة شبل (2011م) إلى أن جاء الخبر في مقدمة الفنون الصحفية لمعالجة قضايا الاحتجاجات الشعبية في مصر تلاه العمود ثم الحديث فالتحقيق ثم المقال، وأن المندوب كان في مقدمة المصادر الصحفية التي اعتمدت عليها صحف الدراسة ومواقعها، تلاه الكاتب من الخارج، ثم كاتب في الصحيفة أو المواقع، فوسائل إعلام أخرى، يليها مراسل، وأخيراً

وكالة أنباء، وتشير النتائج إلى أن إطلاق الحريات جاء في مقدمة قضايا الاحتجاجات السياسية، ثم قانون الطوارئ، ثم حصار غزة، تلاها التوريث، ثم تزوير الانتخابات، فتغيير الدستور، وأخيراً التعذيب والقتل (عجيزة، 2011م).

وتوصلت دراسة محمود عبد القوي (2009م) إلى أن نصف عينة الدراسة من الشباب الجامعي المصري يستخدمون شبكة الفيس بوك لأغراض سياسية، وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة للمبشرين واستخدامهم للفيس بوك لأغراض سياسية؛ وذلك في صالح المستويات الاقتصادية والاجتماعية المرتفعة، وأنه توجد علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب للفيس بوك لأغراض سياسية واتجاههم نحو المشاركة السياسية، ويرى 60% من أفراد عينة النقاش المعمق أن التأثير السياسي لشبكة الفيس بوك سوف يزيد مستقبلاً (عبد القوي، 2009م، ص ص 1551-1600).

وأظهرت دراسة رضا أمين (2009م) لاستخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب أن معظم المبحرين لا يعرفون مواقع أخرى متخصصة في عرض ملفات الفيديو وإرفاقها على شبكة الإنترنت سوى موقع يوتيوب، وأن أغلبهم يستخدمون الموقع، وجاءت الإشباعات المعرفية في مقدمة الإشباعات للمبحرين، حيث جاءت زيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات العالمية في مقدمة هذه الإشباعات، كما سجلت الدراسة نسبة عالية لتحقيق إشباعات التسلية، وغالبية الشباب الجامعي قد أعطوا موقع عرض مقاطع الأفلام يوتيوب قيمة إيجابية، ويرون أن اليوتيوب تقدم خدمة إعلامية لا تستطيع وسيلة أخرى تقديمها، وأنها تكتسب خصائص أكثر من وسيلة إعلامية كالترانيمية واللا ترانيمية (أمين، 2009م، ص ص 511-536).

فيما أثبتت دراسة أسامة المدني (2009م) أن 77.3 % من المبحرين في السعودية يقبلون على استخدام المضمون السياسي للدونات، وأن أهم الموضوعات يفضلون استخدامها في المضمون السياسي النظم السياسية ثم النقد السياسي، فيما أشار 43 % منهم إلى أن المدونات صالحة كوسيلة إعلام إلى حد كبير، وكانت أهم اشباعات المبحرين من استخدام المضمون السياسي للدونات هي معرفة المعلومات (المدني، 2009م، ص ص 595-628).

وتوصلت دراسة Azza Mohamed (2008م) إلى أن أهداف المبحرين من سكان الإمارات العربية المتحدة من استخدام شبكة الإنترنت تمثلت في المنفعة الشخصية والتسلية، والبحث عن الأخبار، والتسوق الإلكتروني، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في حجم مشاركة المبحرين المدنية وفقاً لكثافة استخدامهم للإنترنت، كما تبين عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحرين الذين يعتمدون على الإنترنت والمبحرين الذي يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدية في اكتساب

المعلومات حول الأنشطة المدنية في الإمارات العربية المتحدة (Mohamed, 2009, pp 165-186).

التعقيب على الدراسات السابقة:

يلاحظ على الدراسات السابقة أن عدداً منها ركز على الشباب باعتبارهم الغالبية العظمى من مستخدمي الإنترنت والإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، مثل دراسة Sayed (2012م)، ودراسة نجم الرواس (2011م)، ودراسة عبد القوي (2009م)، ودراسة أمين (2009م)، وهو ما يتشابه مع الدراسة الحالية، فيما ركزت بعض الدراسات على الجمهور العام مثل دراسة المصري (2011م)، ودراسة العلاونة (2012م) التي أجريت على عينة من النقابيين الأردنيين، ودراسة Diana, and Bebawi (2012م) التي تناولت الصحفيين التقليديين ونشطاء الإعلام الجديد، فيما تناولت دراسة Strong and Hareb (2012م) النساء المستخدمات لشبكة تويتر.

كما تتشابه بعض الدراسات السابقة مع هذه الدراسة في استخدام استمارة الاستقصاء كما نرى في: دراسة العلاونة (2012م)، ودراسة نجم والرواس (2011م)، وتختلف عن بعض الدراسات التي استخدمت استمارة تحليل المضمون مثل: دراسة نجادات (2011م)، ودراسة شبل (2011م).

وتتناول الدراسة الحالية دور الإعلام الجديد في الحراك السياسي، وتتشابه في ذلك مع عدد من الدراسات السابقة التي ناقشت دور الشبكات الاجتماعية والمواقع والمدونات في الحراك الاجتماعي أو المدني أو السياسي، مثل: دراسة العلاونة (2012م) التي تناولت الحراك الجماهيري الذي يطالب بإجراء الإصلاح والتغيير في الأردن، ودراسة Sayed (2012م) التي تطرقت لدور الشبكات الاجتماعية في التمكين المدني للشباب، ودراسة نجم والرواس (2011م) التي بحثت في دور المواقع الإلكترونية في التنشئة السياسية، فيما درس نجادات (2011م) موضوع الاحتجاجات في الصحافة الأردنية، وتناولت دراسة رضوان (2011م) اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011م، ودراسة عبد القوي (2009م) التي فحصت دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب.

مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف إلى مدى فاعلية استخدام نشطاء المجتمع الفلسطيني لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني، ورأي هؤلاء النشطاء في الإيجابيات التي تحققت من استخدام وسائل الإعلام الجديد في هذه الفعاليات، وكيفية تطوير دور هذه الوسائل واستغلالها لتحقيق أهداف الشعب الفلسطيني.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مدى فاعلية استخدام نشطاء المجتمع الفلسطيني لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني من وجهة نظر هؤلاء النشطاء، من مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وموقع يوتيوب وغيرها، والتعرف إلى رأي هؤلاء النشطاء في الإيجابيات التي تحققت من استخدام وسائل الإعلام الجديد في هذه الفعاليات، ومعرفة أهم المشكلات التي قللت من فاعلية هذا الدور، وكيفية تطوير دور هذه الوسائل واستغلالها لتحقيق أهداف الشعب الفلسطيني.

وقد تمت صياغة هذه الأهداف في مجموعة من التساؤلات التي تحقق الإجابة عنها

أهداف الدراسة:

- 1- ما خصائص نشطاء المجتمع الفلسطيني الذين استخدموا وسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني؟ وما أسباب استخدامهم لهذه الوسائل؟
- 2- ما أهم وسائل الإعلام الجديد التي استخدمها النشطاء الفلسطينيون في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني؟
- 3- كيف استخدم نشطاء المجتمع الفلسطيني الذين استخدموا وسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني؟
- 4- ما الأثر الإيجابي المتحقق من استخدام نشطاء المجتمع الفلسطيني لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني؟
- 5- ما أهم المشاكل والمعوقات التي واجهت نشطاء المجتمع الفلسطيني خلال استخدام وسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني؟
- 6- ما أهم اقتراحات نشطاء المجتمع الفلسطيني لتطوير الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الجديد في خدمة جوانب القضية الفلسطينية المختلفة؟

فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام نشطاء الإعلام الجديد لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني ودرجة الأثر الإيجابي المتحقق لديهم.
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام وسائل الإعلام الجديد وفق متغير العمر.

استخدام النشطاء الفلسطينيين لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة لإنهاء الانقسام

- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الأثر الإيجابي المتحقق من الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني عبر وسائل الإعلام الجديد وفق متغير درجة التعليم.
- 4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الأثر الإيجابي المتحقق من الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني عبر وسائل الإعلام الجديد بين الذكور والإناث.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها؛ بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره (عمر، 1994م، ص 59) ، ولا تقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص، بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها (عبد الحميد، 2000م، ص 153).

منهج الدراسة:

اعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح الإعلامي الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية، ويعد جهداً علمياً منظماً يساعد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والملاحظات عنها. واستخدم في إطار منهج المسح الإعلامي أسلوب الاستقصاء من خلال استمارة الاستبيان التي تم إعدادها من 13 سؤالاً مختلفاً، ليتمكن من الوقوف على فاعلية استخدام نشطاء المجتمع الفلسطيني لوسائل الإعلام الجديد ودورها في إنجاح فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني.

أداة الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة أداة واحدة هي أداة الاستبيان: والاستبيان هو أحد الأساليب المستخدمة في جمع بيانات أولية من العينة المختارة أو جميع مفردات العينة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة سلفاً للتعرف إلى حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين أو الدوافع والعوامل المؤثرة فيهم (حسين، 2006م، ص 178)، واستخدم الباحث استمارة الاستبيان المقنن التي تحتوي على أسئلة مغلقة فقط.

مجتمع الدراسة والعينة:

مجتمع الدراسة هو كل النشطاء الفلسطينيين الذي ساهموا في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام عن طريق الوسائل المختلفة وعلى رأسها وسائل الإعلام الجديد ويقدر عددهم بالمئات، وتم

طلعت عيسى

توزيع استمارة الاستقصاء على 100 منهم من خلال عينة عشوائية بسيطة، وذلك في الفترة من 14 مايو 2011م، وحتى 25 مايو 2011م، وعاد من هذه الاستمارات 96 استمارة بنسبة 96%. وفيما يلي أهم خصائص المبحوثين وسماتهم في الدراسة:

جدول رقم (1) يمثل خصائص وسمات المبحوثين

السمة	البيانات	ك	%	المجموع
النوع	ذكر	47	49.0	96
	أنثى	49	51.0	
العمل	طالب	52	54.2	96
	موظف	10	10.4	
	عمل حر	10	10.4	
	طبيب	2	2.1	
	مهندس	4	4.2	
	بدون	13	13.5	
	صحفي	2	2.1	
	عمل آخر	3	3.1	
درجة التعليم	ثانوية عامة فأقل	4	4.2	96
	بكالوريوس	90	93.8	
	دراسات عليا	2	2.1	
مكان السكن	المحافظة الشمالية	11	11.5	96
	محافظة رفح	6	6.2	
	محافظة غزة	49	51.0	
	المحافظة الوسطى	16	16.7	
	محافظة خان يونس	14	14.6	
العمر	أقل من 20 عاماً	11	11.5	96
	من - 20 أقل من 30 عاماً	79	82.3	
	من - 30 أقل من 40 عاماً	3	3.1	
	أكثر من 40 عاماً	3	3.1	

المعالجة الإحصائية:

قام الباحث بمعالجة البيانات التي تم جمعها في صحيفة الاستقصاء، من خلال برنامج التحليل الإحصائي SPSS، وتم خلاله استخدام المعاملات الإحصائية الآتية:

استخدام النشاط الفلسطينيين لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة لإنهاء الانقسام

- 1- التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات.
- 2- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لقياس شدة العلاقة واتجاهها بين متغيرين.
- 3- معامل T. Test لقياس الفروق بين مجموعتين.
- 4- معامل تحليل التباين One-Way ANOVA لقياس الفروق بين أكثر من مجموعتين.
- 5- معامل LSD لتحديد مصدر التباين بين المجموعات.

نتائج الدراسة الميدانية

يستعرض الباحث النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية على استخدام نشاط المجتمع الفلسطيني لوسائل الإعلام الجديد، وفعالية ذلك في نجاح فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني.

أولاً- درجة استخدام وسائل الإعلام الجديد:

جدول رقم (2) يمثل درجة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الجديد

الدرجة الوسيلة	قوية جداً		قوية		متوسطة		ضعيفة		ضعيفة جداً		المتوسط الحسابي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الفيسبوك	56	58.3	14	14.6	12	12.5	4	4.2	10	10.4	4.06
اليوتيوب	32	33.3	19	19.8	21	21.9	6	6.2	18	18.8	3.43
مواقع التواصل الأخرى	8	8.3	6	6.2	35	36.5	10	10.4	37	38.5	2.35
التويتر	10	10.4	8	8.3	23	24.0	12	12.5	43	44.8	2.27
المدونات	8	8.3	9	9.4	16	16.7	22	22.9	41	42.7	2.18

$$n = 96$$

من متابعة بيانات الجدول السابق يتضح أن الفيسبوك كان أكثر وسائل الإعلام الاجتماعي استخداماً بشكل عام من قبل المبحوثين، وذلك بمتوسط حسابي وصل إلى 4.06، وهو متوسط يفوق بقية الوسائل بشكل واضح، وجاء بعده اليوتيوب، ثم مواقع التواصل الأخرى مثل الماي سبيس، وهاي فايف، وغيرها، ثم التويتر، وأخيراً المدونات.

وتشير هذه النتائج إلى تفوق واضح في استخدام النشاط للفيسبوك بشكل عام، وهي نتيجة منطقية تتوافق مع الانتشار المتعاظم لهذا الموقع الذي استطاع الوصول إلى أرقام هائلة من حيث عدد المستخدمين في أرجاء العالم، وتشير التقديرات إلى أن أكثر من مليار ومائة مليون شخص يستخدمون الفيسبوك في أرجاء العالم (ابن يحيى، 2014م، تقرير: إحصائيات عن الشبكات

الاجتماعية والإنترنت في 2014، (<http://www.tech-wd.com>)، كما أن عدد مستخدمي الفيسبوك في الوطن العربي تجاوز 62 مليون مستخدم في مارس 2014م أكثر من نصفهم يستخدمون الفيسبوك من خلال الهواتف الجوال (فيس بوك: 62 مليون مستخدم في العالم العربي، 2014م، <http://www.france24.com/ar>).

وتشير النتائج إلى أن نسبة عالية من المبحوثين كانوا من الشباب بين 20-30 عاماً، وهو ما يتوافق مع نتائج تقرير كلية دبي للإدارة الحكومية التي أشارت إلى أن الشباب يمثلون 75% من مستخدمي "فيسبوك" في البلدان العربية (ارتفاع عدد المستخدمين العرب لفيسبوك في عام 2010م، 2010م، <http://www.alarabiya.net>)، كما أن متوسط أعمار مستخدمي هذه الشبكة هو 22 عاماً (الهواوي، 2012م، عدد مستخدمي الفيس بوك يصل إلى مليار مستخدم، <http://www.tech-wd.com>).

وأكد استطلاع رأي للشباب الفلسطيني في قطاع غزة في سن 18 و 35 عاماً على أن 81,2% لديهم حساب على الفيسبوك، وقال 17,4% أن لديهم حساب على اليوتيوب، فيما بلغت نسبة من يملكون حساباً على تويتر 7,9% فقط، وهو ما يتوافق مع ترتيب استخدام المبحوثين في الجدول السابق (الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي، 2011م).

وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج دراسة العلونة (2012م) والتي جاء فيها الفيس بوك في مقدمة الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها النقيبون الأردنيون وبنسبة تقترب من النصف (العلونة، 2012م)، كما تتفق مع نتائج دراسة وتختلف عن نتائج دراسة Strong and Hareb (2012م) التي فضلت فيها معظم المبحوثات استخدام تويتر على الفيس بوك (Strong, and Hareb, 2012)، وربما كان هذا الاختلاف مفهوماً في ظل انتشار أجهزة الهواتف النقالة الذكية وشبكة الإنترنت اللاسلكية في الإمارات العربية المتحدة.

ويأتي مجيء اليوتيوب في المرتبة الثانية ليدل على مدى أهمية هذا الموقع الحيوي، والذي ساهم في الثورات العربية الأخيرة ليحل محل التلفزيون الذي غاب قسراً عن المشهد الإعلامي في هذه الثورات، واستطاع الناشطون في مختلف البلدان العربية توثيق الأحداث التاريخية التي يمرون بها ونشرها في كل أرجاء العالم عبر اليوتيوب وتكرر هذا الأمر مع تجربة إنهاء الانقسام، حيث تم توثيق الفعاليات والنشاطات المختلفة لإنهاء الانقسام وتصويرها ونشرها عبر اليوتيوب.

وكانت المدونات في المرتبة الأخيرة عند نشطاء إنهاء الانقسام، حيث إن الإقبال على المدونات في العالم العربي ما زال ضعيفاً رغم الإمكانيات الكبيرة للمدونات، حيث بلغ عدد المدونات العربية وطبقاً لتقرير أصدره مركز "دعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء المصري" نحو 490 ألف مدونة حتى منتصف 2008م، وطبقاً لتقديرات الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، المتخصصة في

استخدام النشطاء الفلسطينيين لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة لإنهاء الانقسام

حرية التعبير في وسائل الإعلام والإنترنت، فقد بلغ عدد المدونات العربية نحو 600 ألف مدونة (الإنترنت في العالم العربي، 2011م، <http://www.anhri.net>) ، وهو عدد ضئيل مقارنة مع مستخدمي الفيسبوك العرب.

وبينت نتائج استطلاع رأي الشباب الفلسطيني في قطاع غزة أن 20% فقط من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مدونات خاصة بهم (الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي، 2011م).

ثانياً- أهم وسائل الإعلام الجديدة المستخدمة في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني:

جدول رقم (3) يمثل وسائل الإعلام الجديد المستخدمة

الوسيلة	ك	%
الفيسبوك	92	71.9
اليوتيوب	18	14.1
المدونات	10	7.8
التويتر	8	6.2
المجموع	128	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الفيسبوك كان أكثر وسائل الإعلام الجديد استخداماً في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني، ووصلت نسبة مستخدميهِ إلى 71,9 % من المبحوثين، وجاء بعده ويفرق كبير اليوتيوب بنسبة تصل إلى 14,1 %، ثم وينسبة متقاربة المدونات والتويتر، في حين لم يستخدم أحد من المبحوثين أي من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى في هذه الفعاليات.

وتبين هذه النتائج أن الفيسبوك هو أكثر وسائل الإعلام الجديد استخداماً في الدعوة إلى فعاليات معينة، حيث كان الوسيلة الأكثر نجاعة في الثورات العربية المختلفة ويرجع ذلك إلى سهولة استخدامه ووصوله إلى أعداد كبيرة من الجمهور في مناطق مختلفة، وتشير إحصائيات مستخدمي الفيسبوك في فلسطين إلى أن عددهم وصل إلى حوالي 700 ألف مستخدم في 2012م بنسبة تصل إلى حوالي 40% من نسبة السكان، وهي من النسب الأعلى في العالم (عدد المستخدمين للفيس بوك في الوطن العربي، 2011م، <http://kdaqqa.blogspot.com>).

وأكد 72,1 % من المبحوثين في استطلاع رأي الشباب الفلسطيني في قطاع غزة على أن اهتمامهم زاد باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بعد الثورات العربية (الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي، 2011م)، وهو ما يفسر اهتمام نشطاء المجتمع الفلسطيني باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك في تنظيم فعاليات إنهاء الانقسام والدعوة إليها.

ثالثاً- أهم الأساليب المستخدمة في وسائل الإعلام الجديد للدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني:

جدول رقم (4) يمثل أهم الأساليب المستخدمة

الأساليب	ك	%
الصور	52	26.0
استطلاعات الرأي	34	17.0
النقاشات	29	14.5
روابط المقالات	26	13.0
الفيديو	25	12.5
روابط المواقع	19	9.5
المناسبات	11	5.5
مقاطع الصوت	4	2.0
المجموع	200	100

من متابعة بيانات الجدول السابق نرى أن الصور كانت في مقدمة الأساليب المستخدمة في وسائل الإعلام الجديد للدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني، وذلك بنسبة 26%، تلتها استطلاعات الرأي، ثم النقاشات، ثم روابط المقالات، ثم الفيديو، وفي المرتبة الأخيرة مقاطع الصوت.

وهذه النتيجة تشير إلى أهمية عنصر الصورة في إبراز الأحداث المتعلقة بفعاليات إنهاء الانقسام، كما أن استطلاعات الرأي جاءت في مرتبة متقدمة بما ينبأ بتعطش الشباب الفلسطيني ولاسيما مستخدمي وسائل الإعلام الجديد للعمل الديمقراطي واستطلاع رأي الجمهور في القضايا المختلفة المتعلقة بفعاليات إنهاء الانقسام، ويتوافق مع هذه النتيجة أن النقاشات جاءت في المرتبة الثالثة في إشارة واضحة إلى إقبال الشباب الفلسطيني على إبداء الرأي والاستماع إلى وجهات النظر المختلفة، وطرح مختلف القضايا للنقاش، وتوسيع دائرة النقاش.

رابعاً- أسباب استخدام وسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني:

جدول رقم (5) يمثل أسباب المبحوثين استخدام وسائل الإعلام الجديد

السبب	ك	%
الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور وإلى أماكن مختلفة في أرجاء العالم.	75	37.7
الاستفادة من مميزات الإعلام الجديد الهائلة من سرعة الجمهور وثقة بها والتحديث المستمر.	30	15.1

استخدام النشاط الفلسطينيين لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة لإنهاء الانقسام

13.6	27	التحديث المستمر وزيادة المعلومات وتطويرها.
12.6	25	التغلب على عقبات ضيق الوقت والمكان وتأثير الجمهور.
12.1	24	التغلب على الرقابة والقمع والمنع من الجهات الرسمية.
9.0	18	استغلال الزخم الكبير لثورتي مصر وتونس وتقليد طريقة استخدامهم لهذه الوسائل.
100	199	المجموع

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور وإلى أماكن مختلفة في أرجاء العالم جاءت في مقدمة أسباب استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني، وذلك بنسبة وصلت إلى 37,3 %، وهو ما يشير إلى محاولة نشاط المجتمع الفلسطيني للاستفادة من إمكانيات شبكة الإنترنت، وبالذات مواقع الإعلام الجديد التي أصبحت تصل إلى أعداد هائلة من الجمهور وفي أماكن مختلفة.

وجاء بعد ذلك الاستفادة من مميزات الإعلام الجديد الهائلة من سرعة الجمهور وتفتحهم بها والتحديث المستمر، ثم التحديث المستمر وزيادة المعلومات وتطويرها، وهو ما ينبئ بأهمية الحصول على المعلومات بسرعة وفي وقت حدوثها، ثم التغلب على عقبات ضيق الوقت والمكان وتأثير الجمهور، ثم التغلب على الرقابة والقمع والمنع من الجهات الرسمية.

ويأتي استغلال الزخم الكبير لثورتي مصر وتونس وتقليد طريقة استخدامهم لهذه الوسائل في المرتبة الأخيرة؛ ليشير إلى أن استخدام وسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام ليس نابعاً من رغبة في تقليد الثورات العربية بقدر ما هو نابع من حاجة حقيقية للاستفادة من الإمكانيات الهائلة التي تتيحها هذه الوسائل، وقدراتها الكبيرة في الوصول والتفاعل مع الجماهير المختلفة.

خامساً- درجة الأثر الإيجابي من استخدام وسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني:

جدول رقم (6) يمثل درجة الأثر الإيجابي

المتوسط الحسابي	قوية جداً		قوية		متوسطة		ضعيفة		ضعيفة جداً	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
3.66	17	17.7	41	42.7	26	27.1	12	12.5	0	0

ن = 96

من متابعة بيانات الجدول السابق يتضح أن درجة الأثر الإيجابي الذي لمسه نشاط المجتمع الفلسطيني من استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني

طلعت عيسى

كانت قوية، حيث وصل متوسط شدة الدرجة إلى 3,66، وهو ما يشير إلى اقتناع هؤلاء النشطاء بمدى قدرة هذه المواقع على إحداث التأثير المطلوب على الجمهور. وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج استطلاع رأي الشباب الفلسطيني في قطاع غزة، والذي أكد فيه 62,2% من المبحوثين على أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في التغيير والتأثير في قضايا خاصة بالمجتمع الفلسطيني (الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي، 2011م).

سادساً - طبيعة الأثر الإيجابي المتحقق من استخدام وسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني:

جدول رقم (7) يمثل طبيعة الأثر الإيجابي

طبيعة الأثر	ك	%
تفاعل الجمهور مع الدعوة ومشاركتهم في العمل على إنجاحها.	52	30.8
تكتيف الضغط الشعبي على قادة الرأي وصناع القرار.	40	23.7
زيادة التأييد لموضوع المصالحة وإنهاء الانقسام.	39	23.1
التواصل مع النشطاء الآخرين وتبادل الأفكار وتوحيد الجهد والأهداف.	38	22.5
المجموع	169	100

من ملاحظة بيانات الجدول السابق نرى أن تفاعل الجمهور مع الدعوة ومشاركتهم في العمل على إنجاحها جاء في مقدمة الآثار الإيجابية، التي يرى نشطاء المجتمع الفلسطيني أنها تحققت لديهم من استخدام وسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني، وذلك بنسبة 30,8 %، تلاها تكتيف الضغط الشعبي على قادة الرأي وصناع القرار، ثم زيادة تأييد الجمهور لفكرة المصالحة وإنهاء الانقسام، وأخيراً التواصل مع النشطاء الآخرين وتبادل الأفكار وتوحيد الجهد والأهداف.

وتبين هذه النتائج أن النشطاء يرون أن الجمهور تفاعل مع الدعوة عبر وسائل الإعلام الجديد إلى فعاليات إنهاء الانقسام، وهو ما يتوافق مع النتيجة التي توصل إليها جدول رقم (5)، والذي يظهر أن الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور وإلى أماكن مختلفة في أرجاء العالم كان أهم أسباب استخدام هذه الوسائل.

كما يؤكد المبحوثون على أن من أهم النتائج الإيجابية لاستخدام وسائل الإعلام الجديد تكتيف الضغط الشعبي على قادة الرأي وصناع القرار، وفي هذا إدراك لأهمية وسائل الإعلام الجديد وقدرتها على تشكيل عنصر ضغط على المسؤولين من خلال حشد التأييد الشعبي لهذه الفعاليات، وأبرز دليل على ذلك هو خروج رئيس الوزراء في حكومة غزة إسماعيل هنية في اليوم السابق لانطلاق الفعاليات بمبادرة مصالحة دعا فيها الرئيس الفلسطيني محمود عباس إلى زيارة غزة، والقبول السريع من قبل

استخدام النشطاء الفلسطينيين لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة لإنهاء الانقسام

الرئيس لفكرة الزيارة، بما يشير بوضوح إلى استشعار طرفي الانقسام بالضغط الشعبي الكبير الذي مثلته وسائل الإعلام الجديد، وبخاصة بعد النجاح الكبير لنشطاء الإعلام الجديد في ثورتي تونس ومصر في تحريك الشارع وإسقاط النظام (أبو مازن" يعلن استعداده الذهاب إلى غزة وحماس والمقالة ترحبان، 2011م، <http://www.maannnews.net/>).

سابعاً- المشاكل والمعوقات خلال استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني:

جدول رقم (8) يمثل المشاكل والمعوقات

المشاكل والمعوقات	ك	%
تشنت الجهود واقتصارها على الجهود الفردية وضعف التنسيق فيما بينها.	52	36.1
ضعف ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة في هذه الوسائل.	45	31.2
الوقت الطويل الذي يقضيه المستخدم في رفع المعلومات.	29	20.1
قلة مستخدمي وسائل الإعلام الجديد نسبة إلى الجمهور.	18	12.5
المجموع	144	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المعوقات والمشكلات التي يرى المبحوثون أنها واجهتهم خلال استخدام وسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني وهي تشنت الجهود واقتصارها على الجهود الفردية وضعف التنسيق، وذلك بنسبة 36,1%، وهو ما يوضح شعور النشطاء بضعف التنسيق بينهم وضياح كثير من الجهود دون داعٍ. وتتوافق هذه النتيجة مع النتائج التي توصلت إليها الدراسة وتظهر في جدول رقم (7)، حيث جاء في المرتبة الأخيرة للأثار الإيجابية التي يرى نشطاء المجتمع الفلسطيني أنها تحققت من استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني التواصل مع النشطاء الآخرين وتبادل الأفكار وتوحيد الجهد والأهداف، وهذا يشير بوضوح إلى إحساس النشطاء بضياح كثير من جهودهم نتيجة ضعف التنسيق وتشنت الجهود الفردية، ونرى ذلك أيضاً في الجدول القادم حيث جاءت في مقدمة اقتراحات المبحوثين لتطوير الدور المطلوب من وسائل الإعلام الجديد توحيد الجهد الفردي والتنسيق وزيادة التواصل مع النشطاء الآخرين بنسبة تقترب من 30 % من المبحوثين. وجاء في المرتبة الثانية ضعف ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة في هذه الوسائل، وهو ما يمكن تفسيره بأن وسائل الإعلام الجديدة لم تحز على ثقة الجمهور بعد نتيجة أنها تأخذ معلوماتها من الجمهور العادي وليس من مؤسسات إعلامية تحظى بثقة الجمهور، تلا ذلك الوقت الطويل الذي يقضيه المستخدم في رفع المعلومات، ثم قلة مستخدمي الإعلام الجديد نسبة إلى الجمهور.

ثامناً - أهم اقتراحات المبحوثين لتطوير الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الجديد في خدمة جوانب القضية الفلسطينية المختلفة:

جدول رقم (9) يمثل اقتراحات المبحوثين

الاقتراحات	ك	%
توحيد الجهد الفردي والتنسيق وزيادة التواصل مع النشطاء الآخرين.	57	29.2
رفع كفاءة الإنترنت وخدماتها المختلفة في الوطن.	38	19.5
زيادة الدورات التدريبية والتعليمية للشباب على هذه الوسائل.	35	17.9
الاستفادة من وسائل الإعلام الجديد التي تستخدم اللغات الأجنبية من خلال النشطاء المتحدثين بهذه اللغات للوصول إلى جماهير غير ناطقة بالعربية.	35	17.9
إعداد خطة استراتيجية من المهتمين لاستغلال وسائل الإعلام لخدمة القضية الفلسطينية.	30	15.4
المجموع	195	100

من متابعة بيانات الجدول السابق يتضح أن توحيد الجهد الفردي والتنسيق وزيادة التواصل مع النشطاء الآخرين جاء في مقدمة اقتراحات المبحوثين لتطوير الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الجديد في خدمة جوانب القضية الفلسطينية المختلفة، وذلك بنسبة 29,2%، وهو ما يتوافق مع النتائج التي توصلت إليها الدراسة في جدولي رقم (7)، و(8)، والتي أشارت إلى أن أقل الآثار الإيجابية التي يرى نشطاء المجتمع الفلسطيني أنها تحققت من استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني كان التواصل مع النشطاء الآخرين وتبادل الأفكار وتوحيد الجهد والأهداف، وأن توحيد الجهد الفردي والتنسيق وزيادة التواصل مع النشطاء الآخرين جاء في مقدمة اقتراحات المبحوثين لتطوير الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الجديد في خدمة جوانب القضية الفلسطينية المختلفة.

تلا ذلك اقتراح رفع كفاءة الإنترنت وخدماتها المختلفة في الوطن، ثم زيادة الدورات التدريبية والتعليمية للشباب على هذه الوسائل، وهو ما يشير إلى صعوبات في استخدام الإنترنت والتعامل مع وسائل الإعلام الجديد، ويتطلب تسهيل خدمات الإنترنت والعمل على توعية الشباب بإيجابياتها وطرق التعامل معها؛ لإيصال صوت القضية الفلسطينية إلى العالم. وتتوافق النتيجة السابقة مع النتائج التي توصل إليها استطلاع رأي الشباب الفلسطيني في قطاع غزة والتي أشارت إلى رغبة 54,4% من المبحوثين في الحصول على تدريب ومعلومات حول كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي، 2011م).

وجاء في المرتبة الرابعة الاستفادة من وسائل الإعلام الجديد التي تستخدم اللغات الأجنبية من خلال النشطاء المتحدثين بهذه اللغات للوصول إلى جماهير غير ناطقة بالعربية، ثم إعداد خطة استراتيجية

استخدام النشاط الفلسطيني لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة لإنهاء الانقسام

من المهتمين بكيفية استغلال هذه الوسائل رسمياً وشعبياً لخدمة القضية الفلسطينية، ولعل تأخر هذين الاقتراحين يشير إلى ضعف ثقة النشاط والجمهور في قدرة الجهات المهتمة على التنسيق والعمل على إعداد خطة استراتيجية وطنية، وضعف ثقافتهم في القدرة على مخاطبة الآخر بطريقة تضمن الوصول إلى تعريف غير الناطقين بالعربية بالقضية الفلسطينية وعدالتها وجوانبها المختلفة.

تاسعاً- اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام نشاط الإعلام الجديد لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني ودرجة الأثر الإيجابي المتحقق لديهم.

وقد ثبتت صحة الفرض فيما يتعلق بدرجة استخدام الفيسبوك والمدونات، وعدم صحة الفرض في درجة استخدام اليوتيوب وتويتر ومواقع التواصل الأخرى، وتم التحقق من ذلك من خلال استخدام معامل ارتباط بيرسون كما نرى في الجدول الآتي:

جدول رقم (10) العلاقة بين درجة الاستخدام ودرجة الأثر الإيجابي المتحقق لدى المبحوثين

المتغيرات	درجة الأثر الإيجابي	
	قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية
درجة استخدام اليوتيوب.	0.05	0.59
درجة استخدام الفيسبوك.	0.21**	0.04
درجة استخدام المدونات.	0.32*	0.00
درجة استخدام تويتر.	0.15	0.15
درجة استخدام مواقع التواصل الأخرى.	0.03	0.77

* مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى 0.01

** مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى 0.05

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة استخدام نشاط الإعلام الجديد لليوتيوب وتويتر ومواقع التواصل الأخرى ودرجة الأثر الإيجابي المتحقق في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني.

في حين ثبت وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة استخدام نشاط الإعلام الجديد للفيسبوك ودرجة الأثر الإيجابي المتحقق في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني، وقد بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط 0.21 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.04) مما يدل على وجود علاقة ارتباطية متوسطة، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة استخدامهم

طلعت عيسى

للمدونات ودرجة الأثر الإيجابي، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط 0.324، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.00).

الفرض الثاني- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام وسائل الإعلام الجديد وفق متغير العمر.

ثبتت صحة الفرض، وتم التحقق من ذلك من خلال استخدام معامل تحليل التباين (ANOVA)، كما نلاحظ في الجدول الآتي:

جدول رقم (11) معامل تحليل التباين (ANOVA) لبيان معنوية الفروق في استخدام وسائل الإعلام الجديد بين المراحل العمرية المختلفة للمبحوثين

الفئات العمرية	العدد	متوسط معدل الاستخدام	الانحراف المعياري	درجتي الحرية	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
أقل من 20 عاماً	11	5.00	0.00	3 92	3.39	0.02
من 20 إلى أقل من 30 عاماً	79	4.01	1.40			
من 30 إلى أقل من 40 عاماً	3	2.67	1.15			
أكثر من 40 عاماً	3	3.33	0.57			
المجموع	96	4.06	1.35	95		

مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى 0.05.

تؤكد نتائج المعاملات الإحصائية على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام وسائل الإعلام الجديد بين الفئات العمرية المختلفة للمبحوثين، حيث بلغت قيمة (ف) (3.39)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.02) ودرجتي حرية (3، و92)، ولمعرفة مصدر التباين بين الفئات العمرية المختلفة في متوسطات استخدام وسائل الإعلام الجديد أجرى الباحث اختبار (LSD)، وهو ما نتضح نتائجه من خلال الجدول الآتي:

جدول رقم (12) اختبار (LSD) لتحديد التباين بين الفئات العمرية المختلفة في استخدام وسائل الإعلام الجديد

المجموعات	المجموعة المقارنة	الفرق بين	مستوى
-----------	-------------------	-----------	-------

استخدام النشاط الفلسطينيين لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة لإنهاء الانقسام

المعنوية	المتوسطين		
0.02	0.98**	من 20 إلى أقل من 30 عاماً	أقل من 20 عاماً
0.00	2.33*	من 30 إلى أقل من 40 عاماً	
0.05	1.66	أكثر من 40 عاماً	
0.76	1.34	من 30 إلى أقل من 40 عاماً	من 20 إلى أقل من 30 عاماً
0.76	0.68	أكثر من 40 عاماً	
1.06	-0.67	أكثر من 40 عاماً	من 30 إلى أقل من 40 عاماً

* مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى 0.01.

** مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى 0.05.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الجديد بين الفئات العمرية المختلفة، وهي: أقل من 20 عاماً مع الفئات الأخرى، وهذه الفئات هي: من 20 إلى أقل من 30 عاماً بفارق متوسط 0.98، ومن 30 عاماً إلى أقل من 40 عاماً بفارق متوسط 2.33، وأكثر من 40 عاماً بفارق متوسط 1.66 لصالح فئة أقل من 20 عاماً، أما فئة من 20 إلى أقل من 30 عاماً فكان فارق متوسط استخدامها لوسائل الإعلام الجديد لصالحها مع فئة من 30 عاماً إلى أقل من 40 عاماً 1.34، و 0.68 مع فئة وأكثر من 40 عاماً، في حين بلغ متوسط الفارق بين فئة أكثر من 40 عاماً وفئة من 30 عاماً إلى أقل من 40 عاماً 0.67 لصالح الأولى.

وتشير هذه النتائج إلى أن الفئة العمرية الأعلى من حيث معدل استخدامها لوسائل الإعلام الجديد كانت الأقل من 20 عاماً بمتوسط حسابي بلغ 5، وهي نتيجة منطقية حيث إن استخدام وسائل الإعلام الجديد وبالذات الشبكات الاجتماعية يرتفع عند الفئات الأصغر سناً، كما توضح إحصائيات الفيسبوك أن معدل أعمار المستخدمين هو 22 عاماً، وتبرز هذه النتيجة عندما نجد أنه كلما ارتفع معدل الأعمار انخفضت نسبة الاستخدام، حيث جاءت فئة من 20 إلى أقل من 30 عاماً بمتوسط حسابي 4.01 تالية في حجم الاستخدام لفئة أقل من 20 عاماً، إلا أننا نجد أن المرتبة الثالثة احتلتها فئة أكثر من 40 عاماً بمتوسط حسابي بلغ 3.33.

الفرض الثالث- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الأثر الإيجابي المتحقق من الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني عبر وسائل الإعلام الجديد وفق متغير درجة التعليم.

ثبت عدم صحة الفرض، وتم التحقق من ذلك من خلال استخدام معامل تحليل التباين

(ANOVA)، كما نلاحظ في الجدول الآتي:

طلعت عيسى

جدول رقم (13) معامل تحليل التباين (ANOVA) لبيان معنوية الفروق في درجة الأثر الإيجابي المتحقق من الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني بين درجات التعليم المختلفة للمبحوثين

الفئات العمرية	العدد	متوسط الأثر الإيجابي	الانحراف المعياري	درجتي الحرية	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
ثانوية عامة فأقل.	4	4.00	0.00	2 93	0.44	0.46
بكالوريوس.	90	3.63	0.94			
دراسات عليا.	2	4.00	4.00			
المجموع	96	3.66	0.91	95		

مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى 0.05.

تؤكد نتائج المعاملات الإحصائية على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الأثر الإيجابي المتحقق من الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني عبر وسائل الإعلام الجديد بين درجات التعليم المختلفة للمبحوثين، حيث بلغت قيمة (ف) (0.44)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.46) ودرجتي حرية (2، و93).

ويعتقد الباحث أن السبب في عدم وجود فروق في الأثر المتحقق من الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني بين المبحوثين حسب درجات التعلم المختلفة يكمن في أن النشاط من خلال وسائل الإعلام الجديد ليس مرتبطاً بدرجة تعليم معينة، حيث إن مستخدمي هذه الوسائل يحملون مختلف الدرجات العلمية، كما أن قضية المصالحة وإنهاء الانقسام لا تحتاج إلى درجات تعلم معينة للتعاطف معها والتأثر بالدعوات إليها.

الفرض الرابع- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الأثر الإيجابي المتحقق من الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني عبر وسائل الإعلام الجديد بين الذكور والإناث. ثبت صحة الفرض، وكانت الفروق لصالح الذكور، وتم التحقق من ذلك باستخدام اختبار معامل T. Test، كما نلاحظ في الجدول الآتي:

جدول رقم (14) اختبار (T) لبيان معنوية الفروق في درجة الأثر الإيجابي المتحقق بين النشاطاء الذكور

والإناث

المجموعات	العدد	درجة الأثر الإيجابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
الذكور	47	4.40	1.09	94	2.49	0.01
الإناث	49	3.73	1.49			

مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى 0.01.

تشير النتائج السابقة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الأثر الإيجابي للنشطاء الفلسطينيين من استخدام وسائل الإعلام الجديد بين الذكور والإناث، حيث وصلت قيمة (ت) إلى (2.49)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01)، ودرجة حرية (94)، وهو ما يؤكد أن متوسط درجة الأثر الإيجابي المتحقق للنشطاء الفلسطينيين الذكور من استخدام وسائل الإعلام الجديد أعلى من المتحقق للناشطات الإناث، وربما كان هذا الأمر عائداً إلى استجابة الذكور الأوسع للمشاركة في فعاليات إنهاء الانقسام من مظاهرات ومسيرات وفعاليات أخرى، في حين تكتفي معظم الناشطات بالمشاركة من خلال الشبكات الاجتماعية ووسائل الإعلام الجديد.

توصيات الدراسة:

- يمكن للباحث بعد الاطلاع على نتائج الدراسة الميدانية السابقة الخروج بعدد من التوصيات والمقترحات التي من شأنها زيادة فاعلية دور وسائل الإعلام الجديد والإعلام الاجتماعي في مختلف شئون القضية الفلسطينية؛ من أجل خدمة قضية الشعب الفلسطيني العادلة، وهذه التوصيات هي:
- 1- تركيز النشاط الفردي والمؤسسي على وسائل الإعلام الجديد؛ لما لها من قدرة وتأثير هائل على الجمهور، وزيادة التنسيق والتعاون بين الأفراد والمؤسسات المختلفة؛ لضمان الابتعاد عن تشتيت الجهود وضياعها.
 - 2- التنويع في الأساليب المستخدمة في وسائل الإعلام الجديد من صور واستطلاعات الرأي والنقاشات، والروابط المختلفة وملفات الفيديو والصوت.
 - 3- رفع كفاءة الإنترنت المختلفة وخدماته وزيادة سرعتها وتكثيف الدورات التدريبية والتعليمية للشباب على استغلال هذه الوسائل لمصلحة القضية الفلسطينية.
 - 4- الاستفادة من وسائل الإعلام الجديد التي تستخدم اللغة الإنجليزية وغيرها من خلال النشطاء المتحدثين بهذه اللغات للوصول إلى جماهير غير ناطقة بالعربية.
 - 5- إعداد خطة استراتيجية من المهتمين بكيفية استغلال هذه الوسائل رسمياً وشعبياً لخدمة القضية الفلسطينية.

مراجع الدراسة:

المراجع العربية:

- أمين، رضا. (2009م). "استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت"، مؤتمر الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين: 511-536
- بلخيري، رضوان. (2012م). "منتديات الدردشة الإلكترونية ودورها في إحداث التغيير في المجتمع الجزائري"، عمان: مؤتمر فيلادلفيا الدولي السابع عشر: ثقافة التغيير
- حسين، سمير. (2006م). بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. ط3. عالم الكتب. القاهرة. مصر
- رضوان، أحمد. (2011م). "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011". مؤتمر دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد
- عبد الحميد، محمد. (2000م). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط1. عالم الكتب. القاهرة. مصر
- عبد القوي، محمود. (2009م). "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب"، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة: 1551-1600
- عجيزة، مروة. (2011م). "معالجة الصحافة المصرية ومواقع الاحتجاجات على شبكة الإنترنت لأزمة الاحتجاجات الشعبية في مصر". <http://www.itdacademy.co.uk/>
- العلوانة، حاتم. (2012م). "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري". عمان: مؤتمر فيلادلفيا الدولي السابع عشر: ثقافة التغيير
- عمر، أحمد. (1994م). البحث العلمي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه. ط1. جامعة قار يونس. بنغازي. ليبيا
- المدني، أسامة. (2009م). "استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها". مجلة كلية الآداب بجامعة حلوان. 26: 595-628
- المصري، نعيم. (2011م). "استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى". مؤتمر دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد
- مطر، مأمون. (2011م). الإعلام الجديد: مرحلة جديدة من التنافس وحرية النشر، <http://www.slideshare>.

استخدام النشطاء الفلسطينيين لوسائل الإعلام الجديد في الدعوة لإنهاء الانقسام

نجدات، علي. (2011م). "الاحتجاجات في الصحف الأردنية اليومية والتحولات المنشودة في المجتمع الأردني" مؤتمر دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد

نجم، طه والرواس، أنور. (2011م). "العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية". دفاثر السياسة والقانون، جامعة قاصدي مرياح، الجزائر، العدد الرابع: يناير: 46-86

(2011م). صفحة "الشعب يريد إنهاء الانقسام" على الفيسبوك تصل إلى 1.5 مليون، <http://www.alnorani.com/>

ابن يحيى، عماد. (2014م). تقرير: إحصائيات عن الشبكات الاجتماعية والإنترنت في 2014. <http://www.tech-wd.com>

موقع فرنسا 24 على شبكة الإنترنت. (2014م). فيس بوك: 62 مليون مستخدم في العالم العربي. <http://www.france24.com/ar>

موقع العربية نت على شبكة الإنترنت. (2010م). ارتفاع عدد المستخدمين العرب لفيسبوك في عام 2010. <http://www.alarabiya.net>

الهواوي، سعود. (2012م). عدد مستخدمي الفيس بوك يصل إلى مليار مستخدم. <http://www.tech-wd.com>

الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي. (2011م). استطلاع رأي لمركز شئون المرأة - غزة، فلسطين

الإنترنت في العالم العربي - شبكة اجتماعية واحدة ذات رسالة منمردة، موقع الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان على شبكة الإنترنت. <http://www.anhri.net>

عدد المستخدمين للفيس بوك في الوطن العربي. مدونة خالد أبو دقة على شبكة الإنترنت. <http://kdaqqa.blogspot.com>

"أبو مازن" يعلن استعداده الذهاب إلى غزة وحماس والمقالة ترحبان. موقع وكالة معا الإخبارية على شبكة الإنترنت. <http://www.maannnews.net>

- Bossio, Diana, and Bebawi, Saba. (2012) "Reaping and sowing the news from an Arab Spring: the politicised interaction between traditional and alternative journalistic practitioners". Global Media Journal - Australian Edition. 6 (2)
- Mohamed, Azza,. (2009). "*The Effect of Internet Connectedness on Civic Engagement among UAE Arab Residents*" Paper Presented at the Conference "New Media :New Technologies.. for a New World", University of Bahrain: 165-186.
- Sayed, Nermeen. (2012) "*Egypt: A New Civic Culture? Social Media and the Quest for Democracy*". Paper Presented at the 6th Annual Forum, Saudi Association for Media and Communication, King Saud University – Riyadh, 2 – 4 December.
- Strong, Catherine and Hareb, Hasah. (2012) "Social Media Fashion among Digitally Fluent Young Arabic Women in the UAE". Journal of Middle East Media. 8 (1)