

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
قسم علوم الاعلام والاتصال



مذكرة ماستر

ميدان العلوم الإنسانية
علوم الاعلام والاتصال
السمعي البصري

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

الأيدولوجيا الرقمية في البيئة التواصلية وتشكيل الرأي العام

الالكتروني اتجاه القضية الفلسطينية

دراسة مسحية على عينة من المستخدمين الشباب الجزائريين لتطبيق الفاسبوك حول طوفان

الاقصى

إعداد الطالبات:

لميس بلعيدي

البتول شناف

يوم: 2024 /06/11

لجنة المناقشة:

الصفة رئيسا	الجامعة محمد خيضر _بسكرة_	الرتبة	1	آمال رحماني
الصفة مناقشا	الجامعة محمد خيضر _بسكرة_	الرتبة	2	فؤاد جدو
الصفة مشرفا	الجامعة محمد خيضر بسكرة_	الرتبة	3	نبيل لحرمر

السنة الجامعية:

2024-2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۴۳۸

شكر وعرفان

الشكر أولاً للذي بفضلہ ونعمته تتم الصالحات

نتقدم بالشكر الجزيل لأستاذنا المشرف الذي كان له الأثر الكبير في وصولنا لإتمام هذه الدراسة، الذي تيسير لنا بفضل تصويباته لأخطائنا وتوجيهاته القيمة لأفكارنا وتصحيح كل ما وقعنا فيه من هفوات وزلات

" نبيل لخم "

كما نتقدم بالشكر الجزيل الى أساتذة الاعلام والاتصال، والأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة كلا بإسمه على جهودهم المعتبرة في تفحصهم لهذا العمل حتى يكون في الأخير وفق متطلبات البحث العلمي الناجح

إهداء

إنّي...والدي، عاتق وولن أب

To myself...Parents, Family and everyone I love

البتول...

إهداء

الى أمي، أبي وإخوتي حفظهم الله
الى كل من مات لتحتيا أرضه...

To my mother, father and siblings

*To all of those who died for their land to
live...*

ليس

فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
	بسملة
	شكر وعرهان
	إهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	ملخص الدراسة: بالعربية
	ملخص الدراسة: بالانجليزية
أ	مقدمة
ب	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
21	1. الإشكالية و التساؤلات
23	2. أسباب اختيار الموضوع
24	3. أهداف الدراسة

24	4. منهج الدراسة
25	5. مجتمع البحث والعينة
30	6. أدوات جمع بيانات الدراسة
34	7. الأسلوب الإحصائي للدراسة
35	8. تحديد المفاهيم
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الأول: الأيديولوجيا والبيئة التواصلية	
46	1. ماهية الأيديولوجيا
47	2. خصائص الأيديولوجيا
49	3. وظائف الأيديولوجيا
49	4. تعريف الأيديولوجيا الرقمية
50	5. ماهية البيئة التواصلية
50	6. عوامل تطور البيئة الاتصالية
51	7. مظاهر البيئة التواصلية
52	8. سمات البيئة التواصلية

53	9. تعريف الفيسبوك
الفصل الثاني: الرأي العام الإلكتروني والقضية الفلسطينية	
56	1. تعريف الرأي العام الإلكتروني
57	2. أهمية الرأي العام الإلكتروني
57	3. خصائص ومميزات الرأي العام الإلكتروني
60	4. القضية الفلسطينية
61	5. الجذور التاريخية للقضية الفلسطينية
61	6. أبرز محطات القضية الفلسطينية
64	7. انتفاضة طوفان الأقصى
64	8. طوفان الأقصى ودوره في توجيه الرأي العام الإلكتروني نحو المقاومة الفلسطينية
الفصل الثالث: التربية الإعلامية الرقمية والوعي السياسي:	
75	1. تعريف التربية الإعلامية
76	2. مهام التربية الإعلامية
78	3. تعريف التربية الإعلامية الرقمية
77	4. مجالات التربية الإعلامية الرقمية

78	5.أسس التربية الإعلامية الرقمية
79	6. تعريف الوعي السياسي
80	7.اهمية الوعي السياسي
80	8.مصادر الوعي السياسي
الإطار التطبيقي للدراسة	
82	1.عرض و مناقشة بيانات الدراسة
169	2.الاستنتاجات العامة للدراسة
179	خاتمة
182	المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان
27	الجدول رقم 01 : يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس
28	الجدول رقم 02: يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير السن
29	الجدول (03): يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي
	المحور الأول :تطبيق الفيسبوك و آليات الممارسة الأيديولوجية الرقمية
75	الجدول (01): يوضح إجابات العينة حول مدى اعتمادهم على تطبيق الفيسبوك كمصدر أساسي للأخبار

77	الجدول (02): يوضح تقييم العينة لتطبيق الفيسبوك من حيث حرية النشر والتعبير
79	الجدول (04): يوضح مدى توفير تطبيق الفيسبوك لمعلومات دقيقة وموثوقة
82	الجدول (05): يوضح مدى تلقي العينة لمنشورات وفيديوهات مفركة لأفراد معينين عبر تطبيق الفيسبوك
84	الجدول (06): يوضح مدى تلقي العينة لمحتويات وثقافات مغايرة تماما لاهتماماتهم
	المحور الثاني: مدى إنتشار الوعي السياسي لدى المستخدمين الشباب لتطبيق الفيسبوك
85	الجدول (01): يوضح طبيعة المحتوى السياسي الذي يستهوي افراد العينة على تطبيق الفاسبوك
87	الجدول (02): يوضح المعيار الذي يحدد افراد العينة من خلاله التفاعل مع منشور سياسي معين
89	الجدول (03): يوضح امكانية نقد افراد العينة ما يتم نشره ومشاركته عبر تطبيق الفيسبوك قبل التفاعل معه
900	الجدول (04): يوضح إمكانية تحقق العينة من مصداقية الاخبار السياسية عبر الفيسبوك من مصادر أخرى
92	الجدول (05): يوضح مدى قدرة العينة على التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار المفركة حول قضية سياسية معينة عبر تطبيق الفيسبوك
94	الجدول (06): يوضح مدى قيام تطبيق الفيسبوك بإظهار محتويات حول القضية الفلسطينية
96	الجدول (07): يوضح مدى تفاعل افراد العينة مع المنشورات التي تتحدث حول القضية الفلسطينية عبر الفيسبوك
	المحور الثالث: أساليب القمع الرقمي في تداولية المحتوى السياسي حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك
98	الجدول (01): يوضح اسبقية تعرض العينة لحسابات مزيفة تقوم بالتعليق على منشورات طوفان الأقصى بأسلوب عدائي عبر تطبيق الفيسبوك
104	الجدول (02): يوضح إمكانية محاولة العينة إلغاء مشاركة آرائهم حول أحداث طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك
109	الجدول (03): يوضح الأسباب التي تجعل الفرد يلغي نشر رايه حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك
111	الجدول (04): يوضح مدى تلقي افراد العينة لمحتويات حول طوفان الأقصى باستمرار عبر تطبيق الفيسبوك
114	الجدول (05): يوضح مدى تفاعل افراد العينة مع المحتويات التي تنشط حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك

118	الجدول (06): يوضح إمكانية استخدام افراد العينة للحساب الشخصي في مشاركة آرائهم حول طوفان الأقصى
121	الجدول (07): يوضح متابعة افراد العينة صفحات متخصصة في دعم احداث طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك
122	الجدول (08): يوضح أكثر الصفحات متابعة من افراد العينة للتطلع على احداث طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك
126	الجدول (09): يوضح إمكانية مشاهدة افراد العينة لحجب لإحدى الصفحات النشطة حول احداث طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك
129	الجدول (10): يوضح اسباب قيام تطبيق الفيسبوك بتزييف الاخبار حول طوفان الأقصى.
133	الجدول (11): يوضح مدى تعرض العينة لمحتويات مزيفة لأحداث طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك.
135	الجدول (12): يوضح كيفية تعامل افراد العينة مع المحتويات المزيفة حول طوفان الأقصى على تطبيق الفيسبوك.
138	الجدول (13): يوضح إمكانية ان صاحب تطبيق الفيسبوك يعمل على تظليل الرأي العام العالمي الالكتروني حول احداث طوفان الأقصى من خلال اليات الحجب.
142	الجدول (14): يوضح ان تطبيق الفيسبوك يعمل على تزييف الاخبار بصفة مكثفة حول طوفان الأقصى.
144	الجدول (15): يوضح ان تطبيق الفيسبوك على تأجيج الانقسامات السياسية بين الناس حول احداث طوفان الأقصى.
147	الجدول (16): يوضح امكانية وجود جهات معينة تتحكم فيما يتم نشره حول طوفان الأقصى بجانب مارك زوكربيرغ صاحب تطبيق الفيسبوك.
150	الجدول (17): وضع اختيارات العينة لبدل يقدم لك حرية أكثر في النشر والتعبير.

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان
27	الشكل رقم 01: توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس
28	الشكل رقم 02: يمثل نسب توزيع افراد العينة حسب متغير السن
29	الشكل رقم 03: يمثل نسب توزيع افراد العينة حسب متغير السن

ملخص الدراسة:

إن الغرض من هذه الدراسة هو التعرف على علاقة الأيديولوجيا الرقمية بتشكيل الرأي العام الإلكتروني عبر البيئة التواصلية، لأنها تعتبر الخطوة الأولى التي يتم من خلالها صنع وعي سياسي ثابت لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، حيث اننا قمنا بتسليط الضوء في دراستنا على الدور المتزايد للأيديولوجيا الرقمية على تطبيق الفيسبوك لتوجيه آراء الجمهور حول القضية الفلسطينية وأحداث انتفاضة طوفان الأقصى، و تهدف دراستنا الى التركيز على الايديولوجيا الرقمية و تأثيراتها على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين ,و التعرف على كيفية تشكيل الرأي العام الإلكتروني عبر البيئات التواصلية الجديدة و تقديم تشخيص شامل حول الموضوع و علاقته بزيادة الوعي السياسي لدى الشباب المستخدمين لتطبيق الفيسبوك ، كما تهدف دراستنا الى ترشيد المستخدمين حول كيفية الاستخدام العقلاني لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال اليات التربية الإعلامية و تحقيق اهداف متعددة من خلال الفضاءات الرقمية ، و تهدف الدراسة أيضا الى كشف الصورة الحقيقية لتطبيق الفيسبوك في الممارسات الأيديولوجية حول سياسة القمع و الحجب التي يطبقها على المستخدمين الذين ينشطون في النشر و دعم أحداث انتفاضة طوفان الأقصى .

الكلمات المفتاحية: الأيديولوجيا الرقمية، البيئة التواصلية، الرأي العام الإلكتروني، القضية الفلسطينية.

Abstract:

The purpose of this study is to explore the relationship between digital ideology and the formation of electronic public opinion through the communicative environment. This is considered the first step in creating stable political awareness among social media users. Our study highlights the increasing role of digital ideology on Facebook in guiding public opinions about the Palestinian cause and the events of the Al-Aqsa Flood Intifada. Our study aims to focus on digital ideology and its effects on Algerian social media users, to understand how electronic public opinion is formed through new communicative environments, and to provide a comprehensive diagnosis of the topic and its relation to increasing political awareness among young Facebook users. Additionally, our study aims to educate users on the rational use of social media applications through media literacy mechanisms, achieving multiple goals through digital spaces. The study also seeks to uncover the true picture of Facebook's role in ideological practices, including the suppression and censorship policies applied to users who actively publish and support the events of the Al-Aqsa Flood Intifada.

Key Words: Digital Ideology, Communicative Environment, Electronic Public Opinion, The Palestinian Case

مقدمة

مقدمة:

تعتبر الايديولوجيا احد الركائز الأساسية لبناء دليل يوجه السياسة التي تؤثر على القيم والمعايير والسلوكيات الفردية والجماعية بفضل قدرتها على توحيد الافراد حول رؤيه مشتركة وتوجيههم نحو القضايا الأساسية التي تم المجتمع، و مع التطور التكنولوجي الحاصل في الآونة الأخيرة ظهرت ايدولوجيات جديدة رقميه على مواقع التواصل الاجتماعي تتحكم فيما يتم نشره وتبث افكار وعقائد جديده في المجتمعات الرقمية وما يتناسب مع مصالح الشخصية لأصحاب هاته الايديولوجيات مما يؤدي الى تشكيل راي عام الكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي حول المواضيع والقضايا المعروضة عليها مثل ما يحدث في هذه الفترة على الأراضي المحتلة من تعسف عسكري من قبل الكيان الصهيوني حيث شغلت القضية الفلسطينية عامة وانتفاضة طوفان الاقصى خاصة الرأي العام العالمي، وقد أصبحت التطبيقات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك ساحة إعلامية حربية هدفها نقل الصراعات على فضاءات رقمية تستخدم الصفحات والمستخدمين كجنود لها للتأثير ونشر افكار وتغيير أفكاره و معتقدات المستخدمين نحو موضوع معين فجاءت دراستنا هذه لتسليط الضوء حول الايديولوجيات الرقمية وتشكيل الرأي العام الالكتروني محاولين من خلالها زياده الوعي لدى المستخدمين حول استخدام تطبيق الفيسبوك والحفاظ على وعيهم السياسي ومعرفة مدى تأثير المستخدمين بتطبيقات التواصل الاجتماعي خاصة تطبيق الفيسبوك الذي يعتبر من اكثر التطبيقات شيوعا و استخداما ، حيث تضمنت هذه الدراسة اولا الاطار المنهجي الذي يضم اشكالية الدراسة ،اهم التساؤلات ،اهداف الدراسة، اهمية الدراسة ،اسباب اختيار الموضوع، المنهج المستخدم في الدراسة، وأداة الدراسة ، مفاهيم الدراسة الإجرائية، وبعد ذلك الاطار النظري والذي تضمن ثلاثة فصول الاول بعنوان الايديولوجيا والبيئة التواصلية حيث تضمن الفصل تعريفا للأيدولوجيا وخصائصها ووظائف الأيديولوجية ، و تعريفا للأيديولوجيا الرقمية كما تطرقنا ايضا في نفس الفصل الى تعريف البيئة التواصلية مع ذكر عوامل تطورها وسماتها وفي نفس الفصل تم تعريف شبكات التواصل الاجتماعي وتقديم وتعريف لتطبيق الفيسبوك ، و في الفصل الثاني المعنون بالرأي العام الالكتروني والقضية الفلسطينية الى تعريف الرأي العام الالكتروني وأهميته وخصائصه كما تطرقنا الى الانتفاضة الإلكترونية ضد الكيان الصهيوني و القضية الفلسطينية واحداث طوفان الاقصى وفي الفصل الثالث تطرقنا الى التربية الإعلامية والوعي السياسي حيث عرفنا التربية الإعلامية الرقمية وخصائصها، تعريف الوعي السياسي

واهميته ومصادره وقد عمدنا في الاطار التطبيقي الى تفريغ البيانات في جداول مركبة كما قدمنا تحليلا وتفسيرا
للنتائج المتوصل اليها.

الإطار المنهجي

للدراصة

الجانب المنهجي

1. الإشكالية
2. التساؤلات والفرضيات
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. منهج الدراسة
7. مجتمع البحث والعينة
8. أدوات الدراسة
9. صدق أداة الدراسة:
10. ثبات أداة الدراسة
11. تحديد المفاهيم

1. الإشكالية:

منذ أوائل التسعينات شهد العالم تطورا هائلا لوسائل الاعلام والاتصال، بعد ما كانت مجرد وسائل تقليدية تتكون من الإذاعة التي كان تواجدها حاضرا بقوة عند المجتمعات، والتلفزيون الذي كان مقتصرًا عند بعض الطبقات الراقية ثم انتشر استعماله عد جميع طبقات المجتمع مثله مثل الإذاعة.

ولم يعد المشهد الإعلامي و الإتصالي مقتصرًا على الإذاعة والتلفزيون والصحف، بل ظهرت وسائل جديدة لنقل المعلومات والآراء بشكل سريع وواضح، وقد بدأت حركة وسائل الاعلام تتغير وترتقي بظهور تكنولوجيا اتصالية حديثة والتي تتمثل في الانترنت، الهواتف الذكية، البث الفضائي الرقمي، وأيضا النشر الإلكتروني التي من شأنها تطوير الوسائل الإعلامية وإنتاج الجديد منها، وأصبحت العملية الإعلامية أكثر تفاعلية عما كانت عليه من مجرد خير يذاع، حيث ساهمت تكنولوجيا الاتصال الجديدة في تغيير الطريقة التي نتعامل معها ونتفاعل بها مع المعلومات ونتواصل بها مع بعضنا البعض، حتى أصبح شيوع هذه الوسائط الحديثة رائجا. ويعتبر استهلاكها علامة غير قابلة للشك في ميلاد عصر جديد يقوم على البيئة الافتراضية او التواصلية، والبيئة التواصلية هي المجال الافتراضي المشابه للواقع الاجتماعي والثقافي للناس والذي يتفاعل فيه الفرد عبر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الانترنت، وهي شبكات تعمل على تسهيل عملية التواصل و التفاعل بين الافراد المستخدمين و مشاركة الصور و الفيديوهات و اكتشاف المحتويات الجديدة ، و تزايدت اعداد مستخدمي هاته الشبكات بشكل هائل حيث باتت هذه المنصات مصدر رئيسيا للفرد في معرفة ما يجري حوله من احداث اجتماعية، سياسية، اقتصادية، علمية، ثقافية، فضلا عن توفير فرصة للتعبير عن أفكارهم و آرائهم، و كلما تطورت هذه الوسائل الرقمية زاد معها حجم المعيقات تقوم على خدمة مصالح مالكيها و مؤسسيها الذين يعملون على تصدير أفكارهم و قيمهم و ثقافتهم للمستخدمين للتأثير عليهم بشكل مباشر و غير مباشر، وأدى هذا الأخير الى ظهور بما يسمى الأيدولوجيات الرقمية .

و الأيدولوجيا الرقمية هي تلك الأفكار التي ترتبط بتأثير تكنولوجيا الاعلام و الاتصال على المجتمع و الثقافة و حتى على السياسة و الاقتصاد، حيث ان القائمون على المنصات الرقمية يدركون اعتماد الجمهور عليها و قدرة تأثيرها على وعيهم و معارفهم و مواقفهم و تغيير اتجاهاتهم و تشكيل رأي عام الكتروني الذي يتمثل في الآراء و المواقف التي يعبر عنها الناس عبر الانترنت عن طريق التعليقات، المشاركات و التغريدات عبر شبكات التواصل الاجتماعي و قد اصبح الراي العام الإلكتروني ذو أهمية بارزة في التأثير على القرارات السياسية و الاجتماعية وغيرها، نظرا لسرعة انتشار المعلومات و القدرة على الوصول الى جمهور واسع في وقت قصير.

تم صناعة الأيديولوجيا الرقمية عبر خوارزميات الية يتحكم فيها أصحاب الشبكات الكبرى كشركة ميتا (الفيسبوك سابقا) المسؤولة على نشر مجموعات من الأفكار والقيم والآراء التي يؤدي انتشارها الى خدمة مصالحها الشخصية. حيث اثرت هذه الايديولوجيات على الصعيد النفسي، العقلي والجسدي للمستخدمين، وأصبح هذا المستخدم طرفا في صناعة الاجندة الإعلامية التي بدورها أصبحت احدى اهم الصناعات الثقافية في وقتنا الحالي، وتعتبر هذه الصناعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أكبر الاستراتيجيات الدعائية في التاريخ الإنساني، ذلك كون تأثيرها فاق تأثير دعايات وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية بمراحل عديدة.

ويعتبر الوعي السياسي للأفراد من اهم مقاصد هاته الأيديولوجيات الرقمية، التي تقوم على استبدال وتغيير توجه المستخدمين نحو قضية سياسية معينة، كالنزاعات حول السلطة بين الدول او الاستيطان التعسفي من قبل القوى الكبرى، كما يحدث في الاراضي الفلسطينية حاليا، حيث اصبح الفيسبوك ساحة لحرب إعلامية قائمة على نقل و تراشق للأخبار بين الجهتين ، حيث علمت تلك القوى الكبرى على حجب و حظر كل ما يتم تداوله ضدها من اخبار و صور و فيديو هات، و تحسين الصورة النمطية للجهات الداعمة للكيان الصهيوني .وتقوم عملية تزييف الوعي السياسي على خوارزميات تقنية تقوم بتحديد المحتوى الذي يراه المستخدمون ويتم تصميمها من طرف القائم بالاتصال لاختيار محتوى يناسب كل مستخدم بناء على اهتماماته وسلوكياته وعاداته شرط ان تكون تلك الاهتمامات والسلوكيات والعادات متوافقة مع سياسة الشبكة وأيديولوجية صاحبها وحلفائه وتخدم مصالحهم السياسية والفكرية، الاقتصادية والعقائدية.

ومما تم استدراكه نظرح الاشكال التالي: ما العلاقة بين الأيديولوجيا الرقمية وتشكيل راي عام الكتروني اتجاه القضية الفلسطينية عبر تطبيق الفيسبوك؟

تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيسي:

- ما العلاقة بين الأيديولوجيا الرقمية وتشكيل راي عام الكتروني اتجاه القضية الفلسطينية عبر تطبيق الفيسبوك؟

التساؤلات الفرعية:

__ كيف تتم ممارسة آليات الأيديولوجيا الرقمية عبر تطبيق الفيسبوك؟

__ ما مدى انتشار الوعي السياسي لدى المستخدمين الشباب وأهميته في بناء رأي عام إلكتروني عبر تطبيق الفيسبوك؟
__ فيما يتمثل دور الأيديولوجيا الرقمية في استخدام أساليب القمع الرقمي لتداولية المحتوى السياسي حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك؟

2. أسباب اختيار الموضوع:

● أسباب ذاتية:

__ محاولة إنجاز دراسة علمية يمكن الاستفادة منها في بحوث أخرى
__ الرغبة في التعرف أكثر على الأيديولوجيات التي تبثها مواقع التواصل الاجتماعي للجمهور المستخدم
__ محاولة إيجاد حل لمشكلة أساليب قمع الحريات الرقمية ضد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي
__ الاهتمام الشخصي بمواقع التواصل الاجتماعي عامة الفيسبوك خاصة

● أسباب موضوعية:

__ قلة البحوث والدراسات المتعلقة بهذا الموضوع في الجزائر
__ الإضافة العلمية وتقديم دراسات جديدة للبحوث العلمية
__ محاولة تفسير ظاهرة من الظواهر الغريبة المنتشرة بكثرة في وقتنا هذا
__ تسليط الضوء على الإشكالات الرقمية المستجدة.

3. أهداف الدراسة:

- التعرف على الأيديولوجيا الرقمية والتي تستحق الدراسة نظرا لما وصل اليه الإعلام الرقمي في وقتنا الحاضر، وذلك بتسليط الضوء على تأثيراتها على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين
- التعرف أكثر على كيفية تشكيل رأي عام إلكتروني عبر الميديا الجديدة
- التشخيص الكامل للرأي العام الإلكتروني وعلاقته بزيادة الوعي السياسي لدى الشباب.

4. أهمية الدراسة:

● الأهمية العلمية:

- يعد هذا البحث جديد ومواكب ومسائر للأحداث والتحولات التي طرأت على الساحة الإعلامية تماشياً مع التطور التكنولوجي الذي تشهده شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي قد يجعله مرجعاً هاماً لبحوث لاحقة تكون الانطلاقة لها من زاوية أخرى.

- يكتسي هذا البحث أهمية علمية بالغة بحيث تتجسد فيه بصورة واضحة عملية تشكيل رأي عام إلكتروني الذي يث عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاضعة لأيدولوجية رقمية ممنهجة.

● الأهمية العملية:

- يعتبر هذا البحث مفيد في مجال الدراسات الإعلامية المعاصرة.

- يعتبر هذا بمثابة مرجعية مواكبة للتطورات الحاصلة في الساحة الإعلامية التي تمهد السبيل لبحوث لاحقة في هذا المجال.

5. منهج الدراسة:

يعرف المنهج العلمي على أنه أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول ظاهرة موضوع الدراسة

أي أنه عملية منظمة لفهم واكتشاف الحقائق والمعرفة الجديدة، تشمل استنتاجات منطقية والتجارب والملاحظات الدقيقة. الهدف منه الوصول إلى المعرفة العلمية وتطويرها

استخدمنا في دراستنا هذه المنهج المسحي والذي يتمثل في جمع بيانات ومعلومات عن متغيرات قليلة لعدد كبير من الأفراد ويطبق هذا الأسلوب في الكثير من الدراسات من أجل وصف الوضع القائم للظاهرة بشكل تفصيلي ودقيق، ومقارنة موضوع ظاهرة البحث بمستويات ومعايير يتم اختيارها للتعرف على خصائص الموضوع المدروس.

ويطبق المنهج المسحي عادة على نطاق جغرافي كبير أو صغير، وقد يكون مسحا شاملا أو بطريقة العينة، وفي اغلب الأحيان تستخدم في عينات كبيرة من اجل مساعدة الباحث في الحصول على نتائج دقيقة وبنسب خطأ قليلة وبالتالي تمكنه من تعميم نتائجه على مجتمع الدراسة.¹

وفي دراستنا هذه اعتمدنا على أسلوب المسح الاجتماعي و الذي عرفه هويتني على انه : "محاولة منظمة لتقرير و تحليل و تفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي و جماعة او بيئة معينة، و هو ينصب على الوقت الحاضر و ليس على اللحظة الحاضرة، كما انه يهدف الوصول الى بيانات يمكن تصنيفها و تفسيرها و تصميمها و ذلك للاستفادة منها في المستقبل و خاصة في الأغراض العلمية."²

6. مجتمع البحث والعينة:

تعتبر هذه المرحلة من أهم خطوات اعداد البحث العلمي حيث انه في هذه المرحلة يتم تحديد المجتمع الذي سيتم دراسته و جمع البيانات منه، والذي يساعد على تحديد نطاق الدراسة وتحقيق الهدف المطلوب.

1-6: مجتمع البحث:

يتبع الباحث احدى الطريقتين لجمع المعلومات الخاصة لدراسته، فهو اما يتناول كامل المجتمع ويسمى مجتمع البحث، او يختار عينية من ذلك المجتمع تسمى عينة الدراسة

ويعرف مجتمع البحث على انه المجتمع الاحصائي الذي تجرى عليه الدراسة ويشمل كل أنواع المفردات كالأشخاص، السيارات، الشوارع، الخ³

وفي دراستنا هذه مجتمع بحثنا مجتمع غير متجانس، حيث اخترنا المستخدمين الجزائريين لتطبيق الفيسبوك ليمثلوا مجتمع البحث الذي سنختار منه عينة لاستجوابها حول موضوع الدراسة.

¹ مصطفى رجي عليان، أساليب ومناهج البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 35- 49

² موساوي نبيلة، المسح الاجتماعي، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق، جماعة وهران 2، 2023، ص 01

³ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب للنشر، الطبعة الثالثة، صنعاء، اليمن، 2019، 158

6-2: عينة الدراسة:

ان اختيار العينة يأتي نتيجة لعدة اعتبارات تدعو الى تفضيله كأسلوب لجمع البيانات، ومن اهم هذه الاعتبارات ميا يلي:

__ توفير الوقت والجهد والتكاليف اللازمة لإجراء والبحث

__ صعوبة اجراء الحصر الشامل، وذلك عندما يكون مجتمع البحث كبير

__ يساعد استخدام العينة على تقليل التحفيز عن عدم الدقة في قياس الظواهر، اذ ان اقتصار البحث على عدد محدد من المفردات يمكن الباحث من استخدام طرق سليمة في القياس

وتعني طريقة جمع البيانات والمعلومات من وعن عناصر وحالات محددة يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر مفردات مجتمع الدراسة وبما يخدم ويتناسب ويعمل على تحقيق هدف الدراسة¹

وفي دراستنا ارتأينا ان تكون عينة البحث هي المستخدمين الشباب الجزائريين لمنصة الفيسبوك ، و كان مجموع مفردات العينة 200 مفردة مختلطة من الجنسين ذكور و اناث تراوحت أعمارهم من 18 الى 40 سنة كما تمثل مستواهم التعليمي من دون المستوى، المستوى التعليمي المتوسط، المستوى التعليمي الثانوي و حتى المستوى التعليمي الجامعي، حيث تم اختيارهم بواسطة طريقة العينة العشوائية البسيطة ، والتي فيها يختار افراد العينة بشكل عشوائي بحيث يعطى لكل فرد من المجتمع نفس الفرصة التي تعطى لغيره عند الاختبار، وهنا يكون لكل فرد من افراد المجتمع فرص متكافئة في الاختيار او يكون نصيب كل فرد من احتمال ان يسأل او يستجوب مساويا لنصيب أي فرد اخر من المجتمع²

¹ مصطفى ربحي عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص139

² إبراهيم، 2000، ص162

الجدول رقم 01: يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
59%	118	انثى
41%	82	ذكر
100%	200	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه نسب المبحوثين من حيث الجنس، حيث قدرت نسبة الاناث ب 59% ونسبة الذكور ب 41% ، و يمكن القول ان تفاوت النسب في كلا الجنسين، راجع الى اننا استخدمنا العينة العشوائية



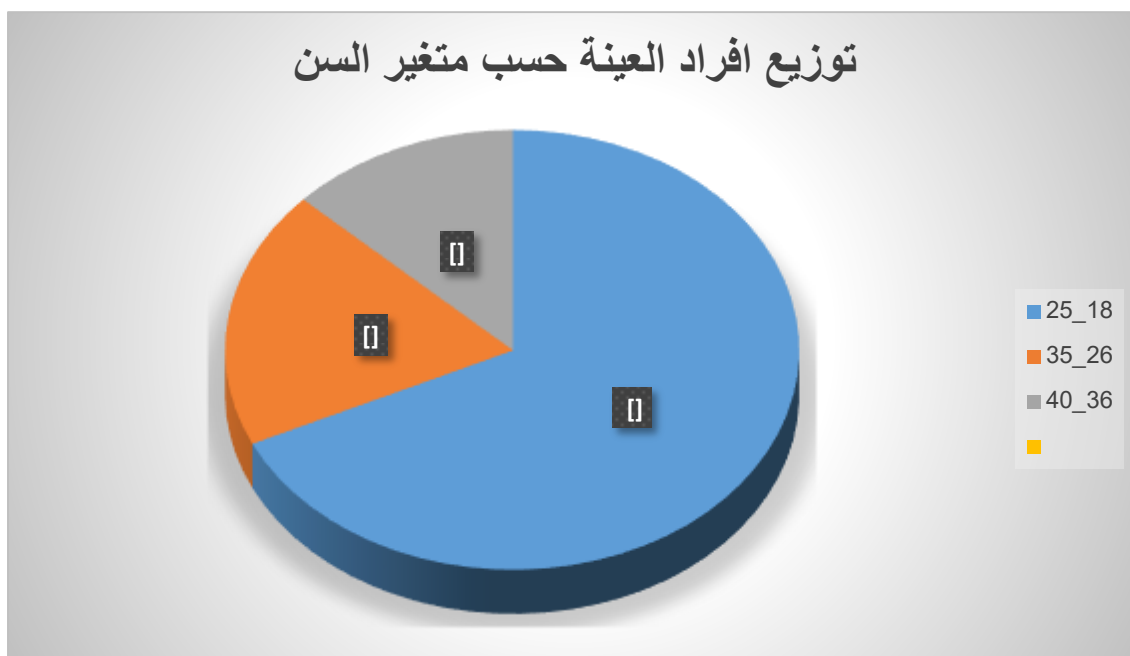
الشكل رقم 01: يمثل نسب توزيع العينة حسب متغير الجنس

الإطار المنهجي للدراسة

الجدول رقم 02: يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير السن:

النسبة	التكرار	السن
68%	136	25-18
19%	38	35-26
13%	26	40-36
100%	200	المجموع

يمثل الجدول أعلاه توزيع افراد العينة على حسب السن حيث نلاحظ تفاوت في نسب الافراد المبحوثين، وقد كانت اعلى نسبة للمبحوثين من حيث السن لفئة 25-18 ويعود ذلك لكونهم الفئة الأكثر استخداما لتطبيق الفيسبوك، تليهم نسبة الافراد من 26-35 ثم فئة 36-40.



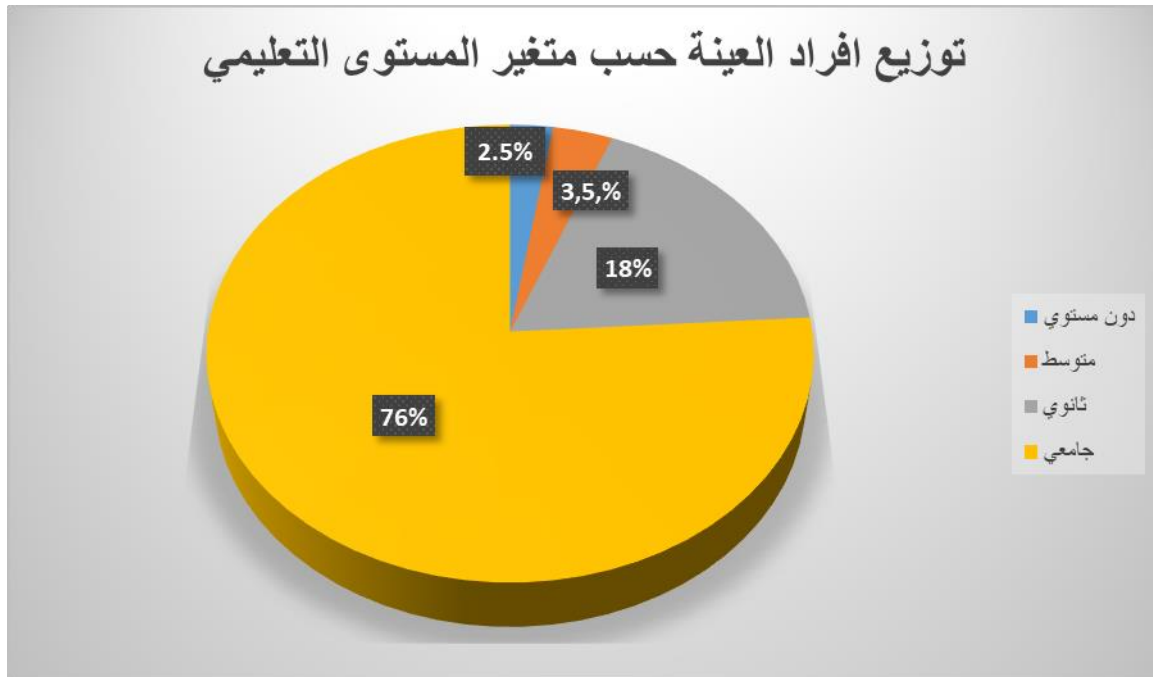
الشكل 02: يمثل نسب توزيع افراد العينة حسب متغير السن

الإطار المنهجي للدراسة

الجدول رقم 03: يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي:

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
%2.5	5	دون مستوى
%3.5	7	المتوسط
%18	36	الثانوي
%76	152	الجامعي
%100	200	المجموع

يمثل الجدول التالي توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي حيث كانت نسبة الجامعيين اعلى نسبة ب 76 % ويمكن تفسير هذا على انهم أكثر فئة تستخدم تطبيق الفيسبوك، تليهم فئة الثانويين، ثم افراد العينة دون مستوى والمستوى التعليمي المتوسط.



الشكل 03: يمثل نسب توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

6. أدوات جمع بيانات الدراسة:

لا شك ان المشكلة العلمية تتبع أساسا من ملاحظة الباحث لمختلف الظواهر الموجودة في الواقع سواء كانت هذه الملاحظة عفوية حدثت عن طريق الصدفة او كانت ملاحظة علمية تم التخطيط لها مسبقا، وفي كلا الحالتين فان الباحث يصل من خلال هذه الأداة الى مجموعة من البيانات والمعلومات عن موضوع مجال الدراسة التي تمكنه من إزالة الغموض عن بعض جوانب بحثه. وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على الملاحظة لاعتبار موضوع الأيديولوجيا الرقمية في الجزائر موضوع مهم يحتاج للتمعن في مختلف جوانبه خاصة لتنامي أهمية تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ودورها في بناء الوعي السياسي، وبالتالي فالملاحظة هي:

1-7: الملاحظة:

الملاحظة هي المشاهدة والمراقبة الدقيقة لظاهرة او سلوك معين لظواهر لا تسهل دراستها بالوسائل الأخرى ونؤدي الملاحظة دور أساسيا في الحصول على المعلومات من عينة مجتمع البحث في المواقف الطبيعية، وتسجيل الملاحظة يكون بالتفصيل، وكذلك الاستعانة بأساليب أخرى للدراسة لتحقيق أفضل النتائج ومعلومات دقيقة¹

الملاحظة العلمية هي عملية تسجيل وتفسير الظواهر واستنتاج العلاقة بينهما ولهذا فهي وسيلة مهمة في جمع البيانات والمعلومات، تساهم في دراسة البحوث الوصفية والكشافية والتجريبية

والملاحظة العلمية تدرس جميع البيانات والحقائق ذات الصلة بسلوك الأفراد الفعلي في بعض المواقف الواقعية في الحياة بحيث يمكن ملاحظتها بسهولة، الا انها لا ستستخدم في الحالات والمواقف الماضية وكذلك المواقف التي يجد فيها الباحث صعوبة في التنبؤ بأنواع السلوك المطلوب لدراستها.

وقد لاحظنا انشغال الشباب المستخدمين لتطبيق الفيسبوك بما يجري على الساحة الإعلامية حول احداث طوفان الأقصى والتي تعرضت منشوراتهم الى الحظر والحجب من طرف المسؤولين وملاك تطبيقات التواصل الاجتماعي خاصة

¹ عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية، 1999، ص 174

تطبيق الفيسبوك، هذا ما أوجد صعوبة في حرية نشر الآراء ومحاولة تثبيط تشكيل رأي عام الكتروني حول القضية الفلسطينية ومجرباتها.

7-2: الاستبيان:

يمكن تعريف الاستبيان على انه مجموعة من الأسئلة و الاستفسارات المتنوعة ، و المرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف او الأهداف ، التي يسعى اليها الباحث بضوء موضوعه و المشكلة التي اختارها لبحثه . و تكون الكترونية تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي ، او تكون مكتوبة توزع ورقيا على مجتمع البحث¹

و يعرف الاستبيان على انه أداة للحصول على الحقائق و تجميع البيانات عن الظروف و الأساليب القائمة بالفعل.

و يعتمد الاستبيان على اعداد مجموعة من الأسئلة ترسل لعدد كبير نسبيا لافراد المجتمع حيث ترسل هذه الأسئلة عادة لعينة ممثلة لجميع فئات المجتمع المراد فحص ارائها²

و هو وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق اعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأشخاص ، و يسمى الفرد الذي يقوم بملئ هذه الاستمارة بالمستجيب .

يتم استخدام الاستبيان في العديد من المجالات مثل البحث العلمي ،دراسات السوق التقييمات العامة . و تهدف الأسئلة في الاستبيان الى جمع البيانات و الاستدلال بناءا عليها للحصول على نتائج او استنتاجات محددة .

يوفر الاستبيان الكثير من الوقت و الجهد في دراستنا و ذلك عند عملية جمع المعلومات خاصة اذا أرسل الاستبيان للمبحوثين بطريقة الكترونية ، كما انه يغطي كل مناطق العالم و في فترة زمنية معقولة هذه الأيام³.

و جاء الاستبيان بثلاث محاور :

المحور الأول :تطبيق الفيسبوك و اليات الممارسة الأيديولوجية الرقمية.

¹ عامر إبراهيم قندلجي ،البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات ،دار اليازوري العلمية ، 1999، عمان ، الأردن ،ص159

² احمد بدر ،أصول البحث العلمي و مناهجه ،المكتبة الاكاديمية ،القاهرة ،1996، ص323

³ رجي مصطفى عليان ،أساليب و مناهج البحث العلمي مرجع سبق ذكره، ص ص 90-102

المحور الثاني: مدى انتشار الوعي السياسي لدى المستخدمين الشباب الفيسبوك.

المحور الثالث: أساليب القمع الرقمي في تداولية المحتوى السياسي حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك .

1-2-7 : صدق أداة الاستبيان :

صدق الأداة يعني قدرة الاستمارة على قياس ما أعدت لقياسه فعلا ، أو بمعنى آخر صدق أسئلة أداة الاختبار من حيث صياغتها ومحتواها وطريقة تطبيقها على المبحوثين لتحقيق الهدف من الاختبار.

وتم الاعتماد على نوعين من الصدق في هذه الدراسة وهما الصدق الذاتي صدق المحكمين و الذان سيتم توضيحهما بالتفصيل:

أ - الصدق الذاتي

يقصد به قدرة الاستمارة على قياس المتغيرات التي صممت لقياسها ، فهي تتضمن فقرات ذات صلة بالمتغيرات التي تعمل على قياسها ، و أنّ مضمونها يتفق مع الغرض الذي صممت لأجله ، وقد تمّ حساب معامل صدق المحكمين من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات "ألفا كرونباخ" وذلك كما هو موضح في الجدول السابق إذ نجد أن معامل الصدق الكلي لأداة البحث هو معامل مرتفع ومناسب لأغراض وأهداف هذا البحث ، وقد بلغ معامل الصدق الكلي الذي يعبر عن الجذر التربيعي لمعامل الثبات ، وقيمتها هي (0.615) وهو ما يدلّ على صدق أداة الدراسة.

ب - صدق المحكمين:

تم عرض الإستمارة على 03 محكمين ذو كفاءة وتم قمنا بتحكيم الاستمارة على يد أساتذة في التخصص علوم الاعلام و الاتصال ، وإجراء تعديلات نهائية ثم وزعنا الاستمارة الالكترونية وحددنا العينة التي تشمل 200 مفردة و المحكمين هم: "الأستاذ يزيد عباسي" و "الأستاذة قوراري صونيا" و "الأستاذ طه فريجة" و لإختيبار صدق الأداة و جمع البيانات وذلك لبيان آرائهم حول ملائمة محاور الإستبيان لإشكالية وتسؤلات الدراسة .

وتمت دراسة ملاحظات المحكمين وإقتراحاتهم و أجريت التعديلات في ضوء توصيات و اراء هيئة التحكيم لتصبح الاستمارة أكثر فهما و تحقيقا لأهداف البحث .

$$R = \frac{NC}{1+(N-1)(C)}$$

- حساب صدق المحكمين بإستخدام معادلة " هولستي " :

R-معامل الثبات

N-عدد المحكمين (03)

C-متوسط الإتفاق بين المحكمين

تم حساب عدد الإجابات في الاستمارة و بلغ عددها 93 و كانت النتيجة كما هو موضح في الجدول ادناه :

المحكمون	إجمال العناصر	متوسط الاتفاق	نسبة التوافق
محمد طه فريجة_أستاذ محاضر أ_	93	90	0.98
صونيا قوراري_أستاذ محاضر أ_	93	90	0.98
يزيد عباسي_أستاذ التعليم العالي_	93	91	0.96

$$C = \frac{0.98 + 0.96 + 0.96}{3} = 0.96 \quad N = 03$$

$$R = \frac{3(0.96)}{1+(3-1)(0.96)} = 0.98$$

- معامل هولستي يساوي : 0.98

7-2-2 : ثبات أداة الدراسة:

يقصد بمفهوم ثبات الدراسة هو أن تكون النتائج التي تظهرها الأداة ثابتة، بمعنى تشير إلى النتائج نفسها لو أعيد تطبيقها على العينة نفسها في نفس الظروف بعد مدة زمنية ملائمة. فإذا لم تتغير النتائج بعد إعادة تطبيق الأداة ولا تختلف استجابة المبحوثين فهذا يعني أن الأداة ثابتة¹

وللتحقق من ثبات أداة الدراسة تم حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ*، كما هو موضح في الجدول الموالي:

عدد الأسئلة	الفاكرو نباخ
29	0.615

9 - الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة :

تم اعتماد إستبيان الكتروني (نظرا لان العينة الكترونية) كأداة رئيسية في جمع البيانات اللازمة لموضوع الدراسة التي استخلصناها من مصادر أولية مثل الملاحظات و التجارب السابقة و مصادر ثانوية مثل المقالات العلمية و مذكرات التخرج ، و تم جمع البيانات في برنامج excel ثم تفرغهم في برنامج SPSS لتحليل النتائج بإستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول الى دلالات ذات قيمة ، و مؤشرات تدعم موضوع البحث .

و في دراستنا استعملنا اختبار كاف ترييع لدراسة العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية و الأسئلة لمعرفة ما إذا كان هناك علاقة بينهم ام لا، والذي يجب ان تكون قيمته أقل من 0.05، و تستعمل هذه القيمة لقياس نسبة

¹ حنان بشته، نعيم بوعموشة، الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية، مجلة دراسات في علوم الانسان والمجتمع، مجلد 3، العدد 2، جيجل، الجزائر، 2020، ص ص 118-119

*الأستاذ يزيد عباسي (أستاذ التعليم العالي) ، الأستاذة قوراري صونيا (أستاذ محاضر أ) ، الأستاذ طه فريجة (أستاذ محاضر أ)

* من مخرجات برنامج spssv23، من اعداد الطالبين لميس بلعدي والبتول شناف.

الدلالة الإحصائية بين المتغيرات في ميدان العلوم الإنسانية، و تم التأكد من قيمة ثبات الاستبيان من خلال معادلة الفا كرونباخ و التي قدرت نسبتها في دراستنا ب0.615.

10 – تحديد المفاهيم :

ان تحديد المصطلحات والمفاهيم الإجرائية المرتبطة بالدراسة يأتي من العنوان والذي يحدد اشكال البحث، فهو من يوضح لنا كيفية اختيار هذا المصطلح دون ذلك، وهناك بعض التساؤلات التي يجب على الباحث طرحها قبل صياغتها.¹

الأيديولوجيا:

تعتبر الأيديولوجيا مصطلح متواصل التطور محكوما بالنسبية على المستوى المفهومي، فهو واحد من المفاهيم الغير المضبوطة والمثيرة للحيرة التي تتواجد بشكل كبير في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية. ذلك ان مضامين الأيديولوجيا تدور في حلقات سياسية ويتم استخدامها على نطاق واسع في الحياة اليومية للفرد والمجتمع.

● الأيديولوجيا لغة:

الأيديولوجيا هي كلمة يونانية الأصل، تنقسم الى جزئين الأول هو **“Idea”** ايديا وتعني فكرة، اما الجزء الثاني فهو **“Logos”** “لوغوس” ويعني علم أي بالعربية الأيديولوجيا هي علم الفكر والأفكار او منطق أفكار الادلوجة²

● الأيديولوجيا اصطلاحا:

الأيديولوجيا هي النسق الكلي للأفكار والمعتقدات والاتجاهات العامة الكامنة في النمط سلوكية معينة يعد أنطوان ديستو دو تراسي **“Antoine Destutte De Tracy”** وهو فيلسوف فرنسي الأصل وهو اول صاغ

¹ محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط3، القاهرة، مصر، 2000، ص109

² خضر إبراهيم، مفهوم الأيديولوجيا، 2017، ص356=368

هذا المصطلح في عصر التنوير الفرنسي في كتابه عناصر الأيديولوجيا وهو يعني بالأيديولوجيا علم الأفكار أو العلم الذي يدرس مدى صحة أو خطأ الأفكار التي يحملها الناس.

ويعرفها دوركهايم *Durkheim* في كتابه الشهير "قواعد المنهج الاجتماعي" أنها: تعني النقاش أو التحليل القائم على أفكار مجردة لا تنطبق على الواقع.

وعرفها كارل ماركس *Karl Marx* ان الأيديولوجيا هي: الثقافة والأفكار وطريقة العيش والاذواق والقيم الواعية منها والغافلة، على الصعيدين الفردي أو المجتمعي.¹

ويقول جيمس جيرارد روشي *James Gerard Roche* ان الأيديولوجيا: هي نسق من الأفكار والاحكام الظاهرة والمنظمة عموماً تستخدم لتصف وتفسر وتشرح أو تبرر وضع مجموعة أو جماعة من الناس، والذي تستوحى من مفاهيم القيم بشكل عام ويحدد اتجاه الفعل التاريخي لهذه المجموعة أو جماعة من الناس.¹

● التعريف الإجرائي:

الأيديولوجيا الرقمية هي مصطلح يشير الى مجموعة من المعتقدات والقيم والمبادئ التي تتعلق بالعالم الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على حياة المجتمع وطبيعة ثقافته. تشمل هذه الأيديولوجيا النظريات والمفاهيم حول التطور التكنولوجي عبر الفضاء الافتراضي من خلال الحقوق الرقمية، الخصوصية على الانترنت وشبكات التواصل، التحرر الرقمي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتحول الرقمي في المجتمع والاقتصاد.

¹ عبد الله البريدي وفاطمة لغفيلي، الأيديولوجيا في سياق الفكر الإداري، 2024، ص22=38

¹ الزويرير بن عون، ماهية الأيديولوجيا، ص26_40

ر إبراهيم، مفهوم الأيديولوجيا، 2017، ص356=368

الوعي السياسي

● الوعي السياسي اصطلاحاً:

هو إدراك ما يجري حولنا على المستوى السياسي، والمقصود بالمستوى السياسي كل ما له علاقة بشؤون الناس والحكم والدول والأحزاب والحركات السياسية، وكل ما له علاقة في المجتمع الذي نعيش فيه.¹

الوعي السياسي هو الفهم العام للمناخ السياسي وما يحركه من تجاذبات ومخططات من الفاعلين السياسيين داخل القطر أو حتى خارجه نظراً للترابط العالمي للأحداث ويتعلق مفهوم الوعي السياسي للأفراد والمجتمعات والمنظمات على حد سواء.²

● التعريف الاجرائي:

هو مفهوم يشير الى درجة فهم الافراد للشؤون والعمليات السياسية في المجتمع، يتضمن ذلك معرفة المؤسسات الحكومية، وفهم القضايا السياسية واستيعاب مختلف تأثيراتها، والتفاعل مع العمليات الديمقراطية بما في ذلك المشاركة في الانتخابات وفهم تأثير السياسات على الحياة اليومية، ويعتبر الوعي السياسي أداة هامة في صنع القرارات السياسية والنهوض بالمجتمع وتحقيق التغيير.

التزييف العميق:

● التزييف اصطلاحاً:

هو تقنية صناعة مقاطع فيديو يتم انشائها عبر الكمبيوتر باستخدام الذكاء الاصطناعي، ويتم هذا عبر خوارزميات تعيد تشكيل ملامح الأشخاص وتحريك وجوههم وأطراف الجسد ويتم إعادة دمجها مع مقاطع مسجلة مسبقاً لأفراد آخرين حقيقيين

¹ ريم فتحة قدوري، دور الاعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2018، ص48

² دعاء عادل الليثي، علاقة الوعي السياسي بالتنمية السياسية، مجلة بحوث كلية الآداب، المجلد 32، العدد 126، جامعة منوفية، مصر، 2021، ص323_344

إضافة الى قدرتها على تركيب صور الوجه لشخص محدد مع إضافة تعبيرات وحركات مشابهة لتخرجها في صفة نهائية طبق الأصل للشخص المستهدف من العملية.¹

و يمكن ان تمثل تقنية التزييف العميق تهديدا حقيقيا عندما تستخدم كأداة لإنشاء و توزيع مقاطع الصوت ،الفيديوهات و المعلومات الزائفة عن افراد ,مسؤولين و شخصيات معروفة تقول و تفعل أشياء لم تحدث ابدا ، كما يمكن لهذه الصور و الفيديوهات ان توضع خارج موقعها لتبدو كمواقف و احداث حقيقية ، و يجري عادة استغلال تقنية التزييف العميق لأغراض مسيئة كالتلاعب بالرأي العام ،خلق ادلة ملفقة ، الاضرار بسمعة الافراد و الدول و زعزعة الثقة باستخدام واقع مزيف يمكن حدوثه .²

● التعريف الاجرائي:

هو تقنية تستخدم الذكاء الاصطناعي لإنشاء مقاطع فيديو وصور مزيفة تبدو واقعية لدرجة كبيرة، يتم استخدام تقنيات تعلم الآلة لإنشاء محتوى مزيف يظهر كما لو كان ناتجا عن جهد بشري، مما يجعله أكثر صعوبة في اكتشافه وتمييزه عن المحتوى الحقيقي.

¹ يوسف ديبح، استخدام تقنية التزييف العميق والية غرف الصدى بالتلاعب بالرأي العام الرقمي عبر الشبكات الاجتماعية، 2023، ص276_282

² ليليا بوسجرة، عبد القادر بودريالة، التزييف العميق والدعاية الرقمية في عصر التمكين الرقمي، 2023، ص30_36

شبكات التواصل الاجتماعي:

• شبكات التواصل الاجتماعي اصطلاحا:

لقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت تعرف بالإعلام الجديد، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، وما لبثت حتى أصبحت أداة إعلامية سمعية بصرية تؤثر في الجمهور وطريقة اتخاذ قراراتهم وكيفية استجابتهم للرسالة الإعلامية.

وهي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات.

وتعرف أيضا على انها مجموعة من المواقع عبر شبكة الانترنت العالمية تتيح التواصل عبر افراد المجتمع في بيئة مجتمع افتراضي ظهرت مع الجيل الثاني للويب، يجمع هذه المجتمعات مجموعات لها نفس الاهتمامات او شبكات الانتماء.¹

• التعريف الاجرائي:

هي منصات عبر الانترنت تمكن المستخدمين من انشاء ملفات شخصية لهم والتفاعل مع الاخرين عن طريق مشاركة محتويات خاصة بهم مثل الصور ومقاطع فيديوهات... وتستخدم للتواصل الاجتماعي وبناء شبكة علاقات عبر الانترنت.

تطبيق الفيسبوك: Facebook

• تطبيق الفيسبوك اصطلاحا:

الفيسبوك هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، يسمح للمشاركين به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع، وتكوين روابط وصدقات من خلاله، كما يسمح للأشخاص الطبيعيين بصفتهم الحقيقية او الأشخاص الاعتباريين كالشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح افاق جديدة لتعريف المجتمع بهويتهم.¹

¹ مجلة كلية التربية، إثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، 2016، ص330

تجاوز عدد المسجلين 3,88 مليار مستخدم في شهر جوان 2023، حيث يعمل المستخدمون على زيارة صفحاتهم باستمرار وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو فيما بينهم، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار وموضوعات متنوعة وجديدة يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة والتي غالباً ما تكون في المحادثات والدرشات.²

• التعريف الاجرائي:

فيسبوك هو موقع تواصل اجتماعي عبر الإنترنت يسمح للأفراد بإنشاء ملفات شخصية والتواصل مع أصدقائهم والعائلة، يتيح للمستخدمين مشاركة صورههم وفيديوهاتهم وأفكارهم، ويستخدم على نطاق واسع للتفاعل الاجتماعي وتبادل المعلومات.

الرأي العام الالكتروني:

• الرأي العام الالكتروني اصطلاحاً:

هو ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير داخل القطر الواحد أو خارجه في هذا الفضاء الواسع على الشبكة العنكبوتية المعروفة بالإنترنت والتأثير على أكبر شريحة يمكن الوصول إليها من خلال هذه الشبكة، كالمنتديات الرقمية والمجموعات الفيسبوكية وساحات الحوار والمدونات الالكترونية وغيرها من مواقع الشبكات الاجتماعية، وتختلف القضايا التي يدور عليها الرأي العام الرقمي وتتعدد، ما بين قضايا اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية أو رياضية أو غيرها.³

الرأي العام الرقمي هو مجموع الآراء والمشاعر والأفكار الشخصية حول موضوع معين تمثله نسبة كبيرة من السكان داخل أو خارج منطقة جغرافية معينة عبر شبكة الإنترنت⁴

¹ رضا إبراهيم عبد الله البيومي، مواجهة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الفقه الإسلامي، 2019، ص12

² عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، 2015، ص63

³ نورين عشاش ومحمد بشير، الرأي العام الالكتروني وحرية الرأي والتعبير في المجال الافتراضي، 2020، ص257_269

⁴ (2022.p1105_1116)، Analyzing online public opinion effect on public policy، Haisheng Hu

● التعريف الاجرائي:

الرأي العام الرقمي هو مجموعة التفاعلات والآراء التي يشاركها الافراد عبر منصات الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، ويتشكل هذا النوع من الرأي العام من خلال تعبير الافراد عن آرائهم وتفاعلاتهم الرقمية حول مواضيع مختلفة وقضايا متعددة عبر الشبكة العنكبوتية.

الأخبار الكاذبة:

● الاخبار الكاذبة اصطلاحا:

هي ظاهرة من الظواهر متزايدة الانتشار على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وهي ذات ابعاد عالمية، وهي تعتبر قوة تقنية تنشر الدعاية بشكل فائق وبطريقة مهيمنة وواسعة التأثير، فهي تمثل حقيقة أحد اهم ما يمكن ان يهدد الديمقراطية والنقاش الحر، كما تتعدى تهديد الديمقراطية الى المساس بالأمن القومي للدول.

ولقد تعدى الكذب في الأخبار من الممارسة العفوية الى الاعتماد على عمليات واسعة، منظمة وممنهجة تعتمد على جملة من الأساليب والتقنيات على غرار "الضربة الواحدة one shot" و"جنود الكذب lying soliders" و"القواعد الضخمة big data" ...

وكلها تعتبر عمليات واسعة لهندسة الرأي العام واحداث التأثيرات المطلوبة.¹

● التعريف الاجرائي:

الأخبار الكاذبة هي معلومات غير صحيحة أو مضللة تنشر عبر وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، بهدف ايهام الجمهور بأحداث غير حقيقية أو تشويه الحقائق من خلال الدعاية والإشاعات لخلق رأي عام أو التأثير عليه.

¹ نصر الدين بوزيان، الأخبار الكاذبة الذباب الإلكتروني وتزييف الوعي، ص 34-35-36

صناعة الوهم:

• التعريف الاجرائي:

هي عملية انشاء وتصميم محتوى او تجارب على وسائل الاعلام التقليدية او شبكات التواصل الاجتماعي، قد تبدو هاته التجارب واقعية ولكنها في الحقيقة بعيدة كل البعد عن الواقع يتم استخدامها في الأفلام والإعلانات والتصوير لخلق تأثيرات ومعلومات غير صحيحة او مغلوطة بهدف التلاعب والآراء وتظليل الجمهور المستهدف.

الخوارزميات الرقمية:

• الخوارزميات الرقمية اصطلاحا:

هي برمجيات صممت لتحقيق مهام معينة، هذه البرمجيات يتم كتابتها بإحدى لغات الحاسب كمجموعة من التعليمات او الخطوات المتتابعة والتي تتضمن مجموعة من الاحتمالات لفرض الوصول الى هدف محدد هو في حقيقته الوظيفة التي من اجلها تم تصميم هذه الخوارزمية. وتشمل تنفيذ كافة المهام الحسابية والمنطقية البسيطة والمعقدة التي يمكن للحاسب القيام بها من توفير الية الجمع والطرح الى فلترة الكلمات التي يدخلها المستخدمون في محركات البحث وربطها بنوعيات محددة من المحتوى.

وكأي برنامج يقوم بوظيفة محددة، تخضع الخوارزميات لعملة تحديث مستمرة من جانب المطورين لتحسين الية عملها في تحقيق الأهداف المطلوبة.¹

وعليه فان للخوارزميات القدرة على التحكم في بيانات ما، هذه البيانات قد تكون متعلقة بالمستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي او بالمحتوى الذي ينتجه او يتلقاه، وهذا ما يعرف بإدارة المحتوى²

¹ فاطمة الزهراء محمد احمد السيد، الخوارزميات وهندسة تفضيلات مستخدمي الاعلام الجماهيري، 2020، ص194

² عائشة كريكت، خوارزميات الذكاء الاصطناعي واخلاقيات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي أي دور؟ وأي علاقة؟، 2022، ص411_421

• **التعريف الاجرائي:**

الخوارزميات الرقمية هي مجموعة من الارشادات البرمجية او الخطوات المحددة التي تستخدم لحل مشكلة او اجراء عملية معينة باستخدام الأرقام والمعلومات الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، تقوم بتحديد المحتوى او المنشورات التي تتوافق مع رغبات واهتمامات المستخدم وتصنيف البيانات، وغيرها، تقوم عليها مجموعة واسعة من التطبيقات بدءا من معالجة الصور وانتهاء بتحليل البيانات والتعلم الآلي.

الذباب الالكتروني:

• **التعريف الاصطلاحي:**

هو عملية الاستخدام المكثف لحسابات مزيفة على منصات التواصل الاجتماعي لخدمة هدف او مجموعة من الأهداف التي تصب في اتجاه الدفاع عن وجهة نظر معينة، او الهجوم على وجهات النظر الأخرى المخالفة لها. لا يقترن نشاط الذباب الالكتروني لمجال معين بل يشمل مختلف المجالات السياسية والاجتماعية، الاقتصادية والثقافية التي تحمل في طياتها او من ورائها رهانات جماهيرية.

يعد الذباب الالكتروني أحد ارهاصات وتجليات التطورات التكنولوجية من جهة والممارسات التضليلية من جهة أخرى، بحيث سمحت التكنولوجيات والتقنيات المتاحة في ظهور لجان ومجموعات الإلكتروني متخصصة في الترويج للمعلومات، الأفكار، الآراء وحتى الشخصيات¹

• **التعريف الاجرائي:**

الذباب الإلكتروني هو تلك الرسائل الغير مرغوب فيها التي تصل للأفراد عبر منصات التواصل الاجتماعي او البريد الإلكتروني، تشمل والرسائل الاحتيالية التي تحتوي على روابط مشبوهة أو ضارة كما يشمل نلك التعليقات المسيئة من الحسابات المزيفة على المنشورات سواء كانت سياسية، اجتماعية، اقتصادية وغيرها من المجالات.

¹ نصر الدين بوزيان، الاحبار الكاذبة، الذباب الالكتروني وتزييف الوعي: سبل الوقاية وأساليب المواجهة، 2021، ص38=47

الإطار النظري

للدراصة

الفصل الأول:

الأيدولوجيا والبيئة التواصلية

الفصل الأول: الأيديولوجيا والبيئة التواصلية

1. ماهية الأيديولوجيا
2. خصائص الأيديولوجيا
3. وظائف الأيديولوجيا
4. ماهية الأيديولوجيا الرقمية
5. تعريف البيئة التواصلية
6. عوامل تطور البيئة التواصلية
7. مظاهر البيئة التواصلية
8. سمات البيئة التواصلية
9. تعريف شبكات التواصل الاجتماعي
10. تعريف تطبيق الفيسبوك

1. ماهية الأيديولوجيا:

الأيديولوجيا هي مصطلح كان ولا يزال محل جدل عارم بين الباحثين والعلماء وخاصة السياسيين الذين يحملون على عاتقهم التصدي لها، ولم يفي أي تعريف - من بين مئات التعاريف التي قدمت شرحا لماهية هذا المفهوم المعقد - الغرض المطلوب لفهم هذا المصطلح الذي تم تداوله بشكل واسع خاصة بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، كما واصل العلماء والباحثين السعي للحصول على مفهوم مناسب للأيديولوجيا في كل زمن.¹

ويمكن حصر تعريف الأيديولوجيا فيما يلي:

الأيديولوجيا هي نظرة الانسان للأشياء المحيطة به والتصور الذي يشكله عن العالم، وهي الوقت نفسه تشير الى مجموعة الخبرات والأفكار والآراء التي يستند عليها في تقييمه للظواهر المحيطة به، أي انها تجعل رؤية الفرد للواقع ذات قاعدة فكرية صلبة تشكلت جراء تراكمات لمختلف الآراء والخبرات التي على أساسها يبنى المجتمع.²

وعلى مدار النصف الأخير من القرن العشرين، قفز هذا المصطلح ليصير واحدا من اعقد المصطلحات وأكثرها اثارة للجدل بين منظري السياسة والمؤرخين والفلاسفة واللغويين وعلماء الانثروبولوجيا الثقافية والسوسيولوجيين وعلماء النفس، ذلك ان الأيديولوجيا ليست مفهوما عاديا انما هي مفهوم اجتماعي تاريخي وبالتالي يحمل تطورات وصراعات اجتماعية وسياسية عديدة.

كان الفرنسيون اول من نحت مصطلح الأيديولوجيا في القرن ال 19، حيث ان أنطوني لويس كلود دو تراسيه هو من وضع المصطلح في سياقات عديدة دلت على انه ينظر اليه باعتباره علم الأفكار، ويعتبر نابليون بونابرت

¹ عمار علي حسن، الأيديولوجيا، الموسوعة السياسية للشباب، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص10

² السعيد عموري، الكتابة والتشكيل الأيديولوجي في الرواية العربية المعاصرة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الآداب واللغات، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2013، ص12

اول من وسم مصطلح الأيديولوجيا بدلالة سلبية، فاتخذ المفهوم عنده دلالة التحقير والاستهجان والتهكم في بعض الأحيان، حيث يرى ان نظريات دو تراسيه هي نظريات سياسية واجتماعية لا تستند الى رؤية واقعية، وتناقض في جوهرها حقيقة الطبيعة البشرية.¹

ويحظى تعريف الألماني كارل ماركس بعدد من الملامح الحاسمة كالاتسام الأيديولوجيا بالوهم والغموض فهي مسؤولة عن رؤية زائفة للعالم وهذا ما جاء في تعريفه " تعد الأفكار السائدة في كل حقبة أفكار الطبقة الحاكمة، أي ان الطبقة التي تمثل القوة المادية الحاكمة في المجتمع هي في نفس الوقت القوة الفكرية الحاكمة. فالطبقة التي تملك وسائل الإنتاج المادي تحت تصرفها تسيطر في ذات الوقت على وسائل الإنتاج العقلي "

و منذ ستينيات القرن الماضي تداول مصطلح الأيديولوجيا في نطاق واسع حول العالم ، فيعرفه مارتن سيلجر باعتباره مجموعة من الأفكار يضع من خلالها الناس و يفسرون و يبررون غايات و وسائل النشاط الاجتماعي المنظم بغض النظر عما اذا كان النشاط يهدف الى الحفاظ على نظام اجتماعي بعينه او تعديله او اقتلعه او إعادة بنائه ، ومن خلال هذا التعريف لم تعد الأيديولوجيات لا جيدة و لا سيئة، و لا صادقة و لا كاذبة ، و لا منفتحة و لا مغلقة ، و انما الأيديولوجيا يمكن ان تشمل جميع هذه الاحتمالات .²

¹ عمار علي حسن، المرجع نفسه، ص10-11

2. خصائص الأيديولوجيا:

من خلال الدراسات والبحوث العلمية التي انشغلت بدراسة الأيديولوجيا تم استخلاص مجموعة من الخصائص والسمات التي تميز مفهوم الأيديولوجيا عن غيره، نذكر منها:

- **أولاً: العقلانية:** تحاول الأيديولوجيا تقديم تفسير للواقع من خلال طابع المنطقية والاتساق، فالأيديولوجيا تمثل نظام من الأفكار والاحكام المعلنة من جانب فئة او مهنة او دولة، ولهذا فهي تحاول باستمرار ان تقدم شرح لبيئة المجتمع المعقدة.
- **ثانياً: التوعية:** تساعد الأيديولوجيا على فهم الواقع وتفسيره بطريقة معينة، وذلك من خلال تقديم شروحات توعوية لمبنيي هذه الايدولوجيا، على سبيل المثال من الذي يستغل الفرد ولماذا؟ ومن هو الصديق ومن هو العدو؟ كما توضح سبب تقدم دول القوى العظمى على حساب دول العالم الثالث
- **ثالثاً: خدمة مصالح معينة:** توجه الايدولوجيا من أصحاب المصالح الى الجماعات المستهدفة بغرض اقناعهم لتغيير معتقداتهم وأفكارهم واعتناق احكام معينة بما يناسب أصحاب السلطة والمتحكمين في وسائل الإنتاج لتبرير الوضع القائم. فللأيديولوجيا ليست امر مجرد منفصل عن الواقع بل هي تشير الى مصالح مباشرة للفرد والجماعة.
- **رابعاً: استغلال الحالات السيكولوجية او الانفعالات القوية:** تركز هذه الخاصية على نفسية الفرد وترتبط ارتباطاً وثيقاً ب الخاصية السابقة وهي خدمة المصالح، حيث يتم انتهاز الجانب السيكولوجي للفرد من اجل التأثير فيه وذلك من خلال استغلال بعض المواقف النفسية الخاصة بالفرد،

1

¹ اندرو هيود، ترجمة محمد صفار، مدخل الى الأيديولوجيات السياسية، المركز القومي للترجمة، مصر، 2012، 21_15

والتي تقوم على مبدئين، الأول يقوم على زرع حالات القلق والتوتر والخوف والتي تتلاءم مع الأيديولوجيات المحافظة. وتقوم الثانية على حالات العدوان الناجم عن احباطات كثيرة ومتعاقبة، والتي تتوافق مع الأيديولوجيات الثورية والإصلاحية.

● **خامسا: تقديم اهداف وقيم لتغيير سلوك الأفراد:** توجه الايدولوجيا للجماعة لا للفرد، وتحاول رسم وتقديم اهداف المرغوب بتحقيقها لتنمية الشعور بالقوة والفاعلية عند الفرد، وتقوم هذه القيم بربط الفرد بجماعته التي تؤمن بنفس الأفكار وأساليب العمل، وهذا الارتباط هو الذي يميز الأيديولوجيا عن العلم، فالعلم يفسر الواقع والأيديولوجيا تحاول تقديم تفسير وتقييم وحكم للواقع

● **سادسا: الطابع الطوعي للأيديولوجيا:** تحاول الأيديولوجيا اجتذاب الأفراد او جماعات معينة الى اعتناق أهدافهم والايمان بها طوعا لا اجبار بطرق غير مباشرة مغلقة بطابع عقلي او منطقي للواقع، وعرض حلول واقعية قابلة للتحقيق في صورة تجعل الفرد يظن ذلك.¹

2. وظائف الأيديولوجيا:

1_وظيفة التجمع: تقوم الأيديولوجيا بخلق تعارف بين الافراد وتعيين الأعداء والأصدقاء بينهم وتهدف الى ايقاظ مشاعر جد بدائية بحيث تدفع الفرد الى الغوص ضمن مجموعات وحثه على استخدام أسلوب العنف مع كل من لا ينتمي الى مجموعته.

2_وظيفة التبرير: يجب إعطاء ادلة مقنعة للمناصرين تجعلهم يختارون هذا المعسكر الأيديولوجي بدل الاخر، لان الأيديولوجيا هي الاكتساح العاطفي الجامع لقيمة ما، كالحرية والمساواة والرفاهية والنظام ومحاولة إقامة مجتمع على هذا الأساس.²

¹اندره هيوود، المرجع نفسه

² نبيل محمد السمالوطي، الأيديولوجيا وقضايا علم الاجتماع النظرية والمنهجية والتطبيقية، دار المطبوعات الجديدة للطباعة والدراسات والنشر، مصر، ص35_37

3_وظيفة إخفاء المصالح: تقوم الأيديولوجيا بإخفاء المصالح والعواطف اتجاه الافراد من اجل مصلحتهم وذلك لان اظهار العواطف العدوانية. قد يؤدي بصاحبه الى إجراءات قانونية وعقابية.

4_وظيفة التعمين: تسمح الأيديولوجيا بتعيين قيمة او عدة قيم التي على أساسها يبنى المجتمع وتمكن أيضا من تقليص دائرة عدم اليقين وترجع الواقع بصياغة بسيطة وتمس هذه الوظيفة العديد من القطاعات الاجتماعية.

5_وظيفة الادراك: تقوم هذه الأيديولوجيا بتبسيط اقصى المعطيات للإدراك الواقع الاجتماعي كواقع حقيقي واستنتاج أفكار جديدة للتحكم في المستقبل وتكتسب هذه الوظيفة أهمية مضاعفة كلما تزايد طموح الفاعل وعزمه على التصرف في قطاعات أكثر شمولية.¹

3. تعريف الأيديولوجيا الرقمية:

الأيديولوجيا الرقمية هي مصطلح يشير الى مجموعة من المعتقدات والقيم والمبادئ التي تتعلق بالعالم الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على حياة المجتمع وطبيعة ثقافته. تشمل هذه الأيديولوجيا النظريات والمفاهيم حول التطور التكنولوجي عبر الفضاء الافتراضي من خلال الحقوق الرقمية، الخصوصية على الانترنت وشبكات التواصل، التحرر الرقمي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتحول الرقمي في المجتمع والاقتصاد. (بدون تهميش)

4. ماهية البيئة التواصلية:

5-1: تعريف البيئة الاتصالية:

¹ الزبير بن عون، ماهية الأيديولوجيا، جامعة عمار ثليجي، الجزائر، ص28_31

هي المجال المكاني والزمني والموضوعي والجو العام بجميع عوامله وعناصره ومؤثراته، حيث يتواجد القائمين على شبكات التواصل الاجتماعي ومستخدميها في أجواء معينة تصنع بمجملها مخرجات الاعلام ورسائله والعلاقة بين مكونات العملية الاتصالية في واقع افتراضي.¹

ونعني بالبيئة الاتصالية انها تلك المساحة الافتراضية التي تتيح للمستخدمين حرية التعبير والنشر على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم ومستمر بواسطة الشبكة العنكبوتية، متجاوزة جميع العوامل التي تؤثر على عملية التواصل مثل المكان والزمان، اللغو والثقافة والدين التي تتطور وتتوسع بالتطور التكنولوجي لشبكات التواصل الاجتماعي.

5. عوامل تطور البيئة الاتصالية:

6-1 العامل التقني: يتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر والانترنت وتكنولوجيات الاتصال، والتي اندمجت مع بعضها البعض لتشكيل لنا وسائط وشبكات تواصلية، جعلت من العالم مكان منكمشا وازالت الحواجز بين القريب والبعيد، وأسقطت تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي الجدار بين الواقع والوهم وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع البشر وكائنات رمزية التي انتجتها تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتي تقطن في فضاء معلوماتي.

6-2 العامل الاقتصادي: عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من تسريع حركة السلع ورؤوس الأموال، حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي قوى اقتصادية تستلزم التدفق للمعلومات وذلك لكون هذه المعلومات منتج وسلعة اقتصادية للنهوض بالسوق الإعلامية وتنمية النزاعات الاستهلاكية للمستخدمين وتوزيع السلع الصناعات الثقافية مثل الفن والبرامج التلفزيونية.

¹ مريم احمد صلاح العامري، البيئة الاتصالية في ظل الاعلام الجديد، جامعة بغداد، العراق، 2019، ص5

6-3 العامل السياسي: يتمثل في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لإنشاء بيئة اتصالية سياسية بهدف السيطرة على موازين القوى في العالم واحكام قبضتها على سيرورة الأمور التي تحدث عبر شبكات التواصل الاجتماعي.¹

6. مظاهر البيئة التواصلية:

7-1 التغير الاجتماعي: يشهد التاريخ ان المجتمعات الإنسانية في حالة تغير مستمر لا يمكن إيقافه، فهي حالة دائمة من الحركة و التغيير في المؤسسات الاجتماعية و العلاقات بين افرادها، قد يكون هذا التغير بطيئا في المجتمعات البدائية و المنعزلة جغرافيا و اجتماعيا و حضاريا، الا ان مختلف المجتمعات حول العالم بمختلف ثقافتها وخلفياتها العرقية أصبحت مجتمعات تتعامل مع البيئة التواصلية بشكل يومي و اصبح من الصعب الاستغناء عنها كون ان البيئة التواصلية سهلت العملية الاتصالية بين الأفراد و اتاحت الفرصة للتعرف على شعوب و ثقافات و مجتمعات مختلفة و جديدة.

7-2 الاغتراب الحضاري: تختلف النظم الاجتماعية من مجتمع لأخر كالعادات والتقاليد، القانون والرأي العام، وترتبط هيكله النظام الإتصالي الجديد بظاهرة الاغتراب الحضاري رغم الخدمات التي تم تطويرها ومن اهم ما يميز هذه الخدمات التفاعلية بالنسبة للمستخدمين اذ تسمح لهم بحرية التعبير والتعليق على ما يتم طرحه على البيئة التواصلية مما أدى ذلك الى الغاء العديد من طرق التواصل التقليدية.

7-3 الانتشار: توفر البيئة التواصلية الفرصة لانتشار العناصر الثقافية والمادية والفكرية من مجتمع الى اخر، وان انتشار ثقافة بشكل واسع يؤدي الى احداث تغيرات داخلية في ثقافة أخرى.

¹ زينب بن عودة، البيئة الاتصالية الجديدة سياقات التطور، والخصائص والواقع في البلدان العربية، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد الأول، العدد الثاني، جامعة الجزائر، 2019، ص ص7-30

4-7 الشبكة العنكبوتية والعمولة: تمكن الشبكة العنكبوتية من فتح المجال للمستخدمين للتبادل والتفاعل فيما بينهم عبر بيئة تواصلية يعني الانفتاح مع اجندة العمولة بكل اشكالها، إضافة الى دخول عادات وثقافات للمجتمع والتي تأثرت بهذه العادات والثقافات الدخيلة.¹

7. سمات البيئة التواصلية:

1-8 التفاعلية: ساعدت التفاعلية على انشاء صفحات خاصة للمستخدمين الذين يشتركون في نفس الاهتمامات من خلال تبادل الخبرات والأنشطة، وتكون التفاعلية بين المرسلين المستقبلين، او بين الانسان والالة او بين الرسالة وقراءها، حيث تمكن من الاستفادة من اراء الجمهور حول ما يتم نشره في شبكات التواصل الاجتماعي.

2-8 اللاتزامنية: إمكانية ارسال واستقبال الرسائل في وقت غير محدد، ولا تتطلب تفاعل المستخدمين عبر البيئة التواصلية ومشاركتهم في آن واحد.

3-8 الشبوع والانتشار: ساعدت البيئة التواصلية شيوع الثقافات والعادات والتقاليد من مجتمع الى آخر بواسطة شبكات التواصل الاجتماعي حول العالم.

4-8 الكونية: اسهمت الثورة التكنولوجية بانفتاح البيئة التواصلية على العالم فأصبحت تدفق المعلومات يكون بشكل سريع ودقيق عبر شبكات التواصل الاجتماعي.²

¹ ليليا شامي، الهوية الثقافية وتأثير البيئة الاتصالية الجديدة على مقوماتها، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 10، العدد 02، جامعة الجزائر 3، 2022، ص ص 45-55

² زينب بن عودة، مرجع سبق ذكره، ص ص 16-30

8. تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

هي شبكات الكترونية اجتماعية تتيح للمستخدمين ارسال وتبادل والتواصل المرئي والسمعي فيما بينهم، في مكان وزمان بالعالم، وتتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي، تجمعهم وفق مجموعات يشتركون في نفس الاهتمامات او شبكات انتماء كالبلد او الجامعة او المدرسة او مكان العمل، ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الصور والرسائل ومشاركة منشورات الاخرين ومعرفة الاخبار والمعلومات المتاحة للعرض.¹

10. تعريف الفيسبوك:

الفيسبوك يعني وجه الكتاب او كتاب الوجود، يرجع هذا الاسم الى اسم الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الامريكية لطلابها المستجدين و فيه أسماء و صور زملائهم و اصداقائهم و معلومات مختصرة عنهم ، و الفيسبوك هو موقع مهمته الأساسية تكوين علاقات بين المستخدمين و تمكينهم من تبادل المعلومات و الملفات و الصور الشخصية و مقاطع الفيديو...²

__ الفيسبوك هو شبكة اجتماعية استأثرت قبول و تجاوب كبير من الناس ، خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، ظهرت هذه الشبكة في جامعة هارفرد على يد طالب يدعى مارك زوكربيرغ سنة 2004 و ظلت مقتصرة على عدد معين من الزوار حتى عام 2007، حيث حقق القائمون على الشبكة إمكانات جديدة و منها اتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة شبكة الفيسبوك، بحيث تجاوز الفيسبوك حدود

¹ سهيلة بوعمر واخرون، شبكات التواصل الاجتماعي: أدوات التواصل المتنوعة وتأثيرات اجتماعية متعددة، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، الجزائر، 2021، ص ص 183_198

² سعداوي فاطمة الزهراء، الحاج سالم عطية، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل القيم الافتراضية لدى الشباب الجزائري -الفيسبوك نموذجا- مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 3، 2022، ص ص 732-736

الولايات المتحدة الأمريكية الى كافة دول العالم، و تحتل شبكة الفيسبوك او شركة ميتا حاليا من حيث الشهرة و الاقبال بعد موقعي قوقل و مايكروسوفت، و بلغ عدد المشتركين فيها اكثر من 2.85 مليار سنة 2022.¹

¹ عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 64

الفصل الثاني:

الرأي العام الالكتروني والقضية
ال فلسطينية

الفصل الثاني: الرأي العام الإلكتروني والقضية الفلسطينية

1. تعريف الرأي العام الإلكتروني
2. أهمية الرأي العام الإلكتروني
3. خصائص الرأي العام الإلكتروني
4. تأثير الرأي العام الإلكتروني
5. القضية الفلسطينية
6. جذور القضية الفلسطينية
7. أبرز المراحل التاريخية للقضية الفلسطينية
8. انتفاضة طوفان الأقصى
9. طوفان الأقصى ودوره في توجيه الرأي العام الإلكتروني نحو المقاومة الفلسطينية

1. تعريف الرأي العام الإلكتروني :

تعددت التعريفات والشروحات حول مفهوم الرأي العام على مر السنين باعتباره مفهوماً واسعاً وشاملاً إلى حد كبير، ولكن مع ظهور النسخة الإلكترونية منه توجب على الباحثين والعلماء إيجاد تعريفات مناسبة لهذا المصطلح المواكب للتطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الاتصال، ورغم الاختلاف بين الباحثين في تحديد ماهية هذا المصطلح، إلا أنه تم الاتفاق على أن الرأي العام الإلكتروني ارتبط ظهوره كنتيجة لظهور الفضاء العام الرقمي وكل ما يتم تقديمه من خدمات الكترونية.

ومن بين تلك التعريفات لمفهوم الرأي العام الإلكتروني نذكر منها :

"هو كل رأي أو فكرة يشارك فيها عدد كبير من الأفراد الذين لا يقل عددهم عن نصف مليون شخص عبر العالم الافتراضي "الإنترنت"، يؤمنون بيهها و يسعون إلى تحقيقها على أرض الواقع، لتصل إلى نتيجة سياسية عامة، يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة."¹

ويمكن تعريفه أيضاً أنه: " ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في الفضاء الرقمي، والتأثير في أكبر شريحة يمكن الوصول لها، والرأي العام الإلكتروني هو كل فكرة، رأي، اقتراح، مشاركة أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين أو تدافع عن أيديولوجيا بعينها."²

¹ نورين عشاش ومحمد بشير، الرأي العام الإلكتروني وحرية الرأي والتعبير في المجال الافتراضي، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 05، العدد 02، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، جويلية 2020، ص ص 257-269

² علي عبد الهادي عبد الأمير، اتجاهات اساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني إزاء الأزمات الأمنية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 33، العراق، ص ص 118-128

2. أهمية الرأي العام الإلكتروني :

يكتسي الرأي العام أهمية كبيرة كونه يعتبر احد أساسيات بناء النظام السياسي في الدول، ولا تختلف أهمية الرأي العام الإلكتروني عن أهميته في الواقع، غير أن النسخة الافتراضية للرأي العام قد تكون أكثر وضوحا و تعبيرا عن الرأي منه في الواقع، خاصة في دول العالم الثالث، لأن المستخدمين يعبرون عن آرائهم و افكارهم حول مختلف القضايا دون الشعور بالرهبة او الخوف، فإنهم لا يخشون تبعات آرائهم مهما كانت شدة معارضتها مادام يمكن للمستخدم التعبير عن رأيه بهوية غير حقيقية.¹

كما تعتبر أهمية الرأي العام الإلكتروني في انه يعمل على مواجهة المشكلات التي نعيشها والاستعداد لمواجهة تحديات المستقبل، وأول ما يطرحه استخدام التقنيات الحديثة في طريق التغيير والتعبير والتأثير في الرأي العام، أنها ببساطة مجرد وسيلة مهما بلغ شأنها ونمت فعاليتها، فهذه الفعالية مشروطة مفعولها الواقعي ما بين طرفين، هما: الجهة التي تستخدمها، والجهة المستهدفة.²

¹ نورين عشاش ومحمد بشير، الرأي العام الإلكتروني وحرية الرأي والتعبير في المجال الافتراضي، مرجع سبق ذكره، ص ص 262-269

² فتحي حسين عامر، الرأي العام الإلكتروني، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 2012، ص 168

3. خصائص ومميزات الرأي العام الإلكتروني:

يتسم الرأي العام الإلكتروني بالعديد من الخصائص التي تميزه عن النسخة التقليدية منه ونذكر من هذه الخصائص :

أ- الرأي العام الإلكتروني مرتبط فقط بمستخدمي الشبكة العنكبوتية، الذين يعبرون عن فيها عن آرائهم ومواقفهم المؤيدة أو الراضة لقضية او قانون او قرار ما.

ب- يسعى الرأي العام الإلكتروني إلى تجسيد الآراء والتوجهات التي تم التوافق عليها إلكترونياً إلى أرض الواقع، فلا فائدة من تشكيل رأي عام تبقى توجهاته حبيسة فضاء افتراضي، ولا يتم تجسيدها في الميدان، فقيام ما أطلق عليها (ثورات الربيع العربي) وخاصة منها في تونس ومصر، إنما كانت شرارتها الأولى تطبخ في المجال الافتراضي العام، حيث لعبت الوسائل الاتصالية الجديدة السلطة الخامسة ومنها الفيس بوك، التويتر، اليوتيوب والشبكات الاجتماعية دوراً لا يستهان به في نجاح هاتين الثورتين.

ج- يسعى الرأي العام الإلكتروني إلى التأثير في أكبر عدد ممكن من المستخدمين لشبكة الانترنت حتى تتسع دائرة من يتبنون الرأي ذاته¹.

د- يساهم الرأي العام الإلكتروني في دعم القرارات مما يسهم في نجاحها أو معارضتها فتفشل في تحقيق الهدف الذي اتخذت من اجله.

هـ- يقوم الرأي العام الإلكتروني باختصار المسافات الاتصالية مع مختلف أنحاء العالم وتحقيق التقارب الثقافي مع المجتمعات الأخرى في العالم.

و- تحسين مستوى الخطاب والحوار بين افراد المجتمع وإبداء الآراء من دون خوف او وجل .

¹ نورين عشاش ومحمد بشير، الرأي العام الإلكتروني وحرية الرأي والتعبير في المجال الافتراضي، مرجع سبق ذكره، ص ص 258-269

ز- معرفة آراء واتجاهات وطريقة تفكير الآخرين تجاه عدد من القضايا المهمة ذات المساس المباشر بأفراد المجتمع خاصة القضايا الأمنية والاقتصادية¹.

ح- الرأي العام الإلكتروني يتغير باستمرار فهو لا يتسم بالثبات، وذلك لنقل صوت وآراء الناس بسرعة فائقة.

ط- سهولة قياس اتجاهاته وذلك من خلال الاعتماد على برامج تقنية تقوم بتوفير إحصائيات دقيقة يمكن الاعتماد عليها في صنع القرار²

¹ علي عبد الهادي عبد الأمير، اتجاهات اساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني ازاء الأزمات الأمنية، مرجع سبق ذكره، ص ص 119-128

² محمود مصطفى وحيدر حيدر، الرأي العام وطرق قياسه، معهد الفتح الإسلامي دمشق، سوريا، د.ت، ص 122

4. تأثير الرأي العام الإلكتروني :

رغم أن نشاط هذه الشريحة من الجماهير التي تمثل الرأي العام الإلكتروني ينحصر داخل هذا العالم التخيلي فالأمر لا يتعدى وسيلة جيدة للتواصل والنقاش وتبادل الآراء أو العمليات التثقيف ونشر الوعي حول مختلف القضايا العامة والمشاركة، ووسيلة من وسائل نشر مبادئ العولمة ومناهضتها وتحديدها في الوقت نفسه. إلى غير ذلك مما يمكن أن نسميه (معارك الأيديولوجيات)، كل حسب رؤيته ومصالحه وأهدافه، إلا أن الأمر تعدى مؤخرا ذلك الواقع التخيلي بتحول الشبكة إلى ساحة للفعل المدني والتعبوي في أرض الواقع، من خلال التشبيك بين الناشطين والتنسيق بينهم، والمثال الواضح على ذلك المظاهرات التي تم تنظيمها ضد الحكم الفاسد والبرلمان المزور والأوضاع المتدهورة في مصر منذ 30 سنة، بعدما فشلت المفاوضات السلمية والمطالبات الشعبية للحكومة في العديد من المحافظات المصرية، وأطلقت مسميات عليها مثل: يوم الغضب وجمعة الغضب ومسيرات المليونية في العاصمة وباقي المحافظات المصرية.¹

كما قام الرأي العام الإلكتروني مؤخرا بكشف الدعاية الصهيونية لتبرير جرائمه الخاصة بالإبادة الجماعية و غيرها من جرائم الحرم المرتكبة ضد الشعب الفلسطيني مما اثر في اتجاه الرأي العام العالمي و تحوله نحو الوقوف بجانب الشعب الفلسطيني، وأصبحت تعبئة الرأي العام الدولي هذه ممكنة بفضل الدور الذي لعبه مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي إذ تمكنوا من رصد الأخبار الكاذبة وتفكيك سرديّة وحجج المعتدين الباطلة، وشارك العديد من المؤثرين الغربيين على شبكات التواصل الاجتماعي مقاطع فيديو على حساباتهم، حيث كشفوا أنّ القنوات التي كانت تدعي المهنية، كانت ترسل لهم رسائل شخصية تطلب منهم التوقف عن دعم القضية الفلسطينية ومساعدة الكيان الصهيوني بمقابل مادي.²

¹ فتحي حسين عامر، الرأي العام الإلكتروني، المرجع نفسه، ص 170

² العدوان على غزة: نصر ساحق للقضية الفلسطينية في شبكات التواصل، موقع الإذاعة الجزائرية، مقال متاح على الرابط التالي : <https://news.radioalgerie.dz>

4-1 الانتفاضة الإلكترونية ضد الكيان الصهيوني :

تعد الانتفاضة الإلكترونية أو الرأي العام الإلكتروني سلاحا جديدا ضد إسرائيل. والمقاومة البشرية هي السلاح الفعال لصددهم، وكذلك ضد الفساد المجتمعي والظلم الاجتماعي والمطالبة بالحقوق المشروعة للشعوب، وبالرغم من أن عمر الانتفاضة الإلكترونية يكاد يكون قصيرا نسبيا، فإن الفزع من الحرب على الإنترنت cyberwar بات يهدد إسرائيل حتى توالى المؤتمرات والندوات والتعليقات والدراسات الراصدة، فالاستجابة القوية للمسلمين والعرب مع بدء الانتفاضة أفلقت وعطلت في حينه الكثير من المواقع الإسرائيلية على الإنترنت، وهو ما يمكن تسميته (إنتر - فاضة)، والتي لم تكن أكثر ما أزعج النخب في إسرائيل، إذ أزعجهم توحيد الإنترنت للمسلمين على أرض الواقع.¹

ومنذ بداية طوفان الأقصى في السابع من أكتوبر 2023، توسعت الاحتجاجات والانتفاضات الإلكترونية ضد حرب الإبادة التي يرتكبها الكيان الصهيوني على قطاع غزة خاصة على تطبيقات الميتا- والتي سرعان ما تم الغائها-، لتشمل مختلف شرائح المجتمع من مختلف دول العالم، حيث ساعدت هذه الانتفاضات الإلكترونية على فتح عين الرأي العام الغربي على وحشية إسرائيل وتدمير الصورة النمطية التي عمل الكيان الصهيوني لعقود على ترزينها أمام العالم والتي انهارت بسبب هذه الانتفاضات في عدة أيام فقط.

تحولت اغلب الانتفاضات الإلكترونية الى انتفاضات واقعية تنبأها بعض شعوب العالم، حيث أصبح الطلاب في الجامعات الأمريكية يخرجون في احتجاجات يومية من اجل المطالبة بوقف إطلاق النار في غزة إلا أنهم يواجهون بالردع و اعتقال مئات المتظاهرين منهم، كما كشف تشبث هؤلاء الطلاب بمواقفهم المنددة باغتيال حقوق الإنسان والواصفة لما يحدث في غزة بالمسميات الحقيقية من تطهير عرقي وإبادة جماعية، و عن الفشل الذريع للإعلام العالمي التقليدي في تشكيل الرأي العام، فقد أخفقت المحطات الأمريكية العالمية والصحف الكبرى في

¹ فتحي حسين عامر، الرأي العام الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص ص 183-184

الفصل الثاني: الرأي العام الالكتروني والقضية الفلسطينية الإطار النظري للدراسة

التأثير ولو بنسبة بسيطة في موقف الطلاب بينما نجحت وسائل التواصل الاجتماعي و البيئة الرقمية في تشكيل رأي عام الكتروني غير قابل للتصدي له.

5. القضية الفلسطينية:

تعد القضية الفلسطينية احد القضايا السياسية و الإنسانية التي لا زالت تشغل الرأي العام العالمي و العربي ، و التي عجزت الإدارة الدولية عن إيجاد حل لها ، رغم ما تشهده الساحة الفلسطينية في السنوات الأخيرة من الارتفاع المتزايد في مستوى جرائم الاحتلال منذ 1948 الى يومنا هذا ، و أساس القضية ان مجموعة من اليهود أرادوا إنشاء وطن لهم على الأراضي الفلسطينية بحكم تاريخهم مع فلسطين و ارض كنعان ، و قد استعانوا بالإنجليز لمساعدتهم لتصبح الأراضي الفلسطينية ملك لليهود لكي تكون تابعة للإنجليز فيما بعد ، فبدأ اليهود بالنزوح الى فلسطين الى ان احتلوا معظم مناطق الأراضي الفلسطينية حالياً¹ .

6. الجذور التاريخية للقضية الفلسطينية:

جاء التفكير الاستعماري الصهيوني على ارض فلسطين مستخدماً مصطلح الصهيونية السياسية، وإقامة دولة اسرائيل على الأراضي الفلسطينية. وان بداية هذا الاستعمار والمخططات التآمرية هدفت في مجملها الى خلق كيان غريب مرتبط بالقوى الاستعمارية ولكن مدعوم منها. و لقد عرفت القضية الفلسطينية مواقف غريبة منذ الاحتلال البريطاني لها سنة 1917 و فترة الانتداب التي بدأت سنة 1922 ، و اصدار وعد بلفور الذي يعطي الحق لليهود بإقامة وطن داخل فلسطين مما أدى الى زيادة الهجرة اليهودية نحو الأراضي الفلسطينية وصولاً الى سنة 1948 التي تم بها اعلان عن قيام دولة إسرائيل حيث سارعت بعض الدول الى الاعتراف بالدولة مثل أمريكا و المانيا و فرنسا و غيرها من الدول ، كما اقرت الأمم المتحدة ضمها اليها سنة 1949 و منذ بدأ الانتداب البريطاني على فلسطين أوائل عشرينات القرن الماضي شكلت المقاومة احدى ركائز العمل الجماهيري

¹ هبة احمد رزق سنيد، معالجة القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي لأحداث طوفان الأقصى، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الاعلام، جامعة بني سويف، مصر، 2023ص536

للحركة الوطنية، وبرزت تشكيلات من المقاومة التي تفاوتت في تأثيراتها على مجريات الاحداث السياسية في فلسطين¹.

7. أبرز محطات القضية الفلسطينية:

مرت القضية الفلسطينية بالعديد من النزاعات الغربية على أراضيها والتي كانت الدافع الأساسي والأول في احتلال الكيان الصهيوني لها واعلان قيام دولة إسرائيل على الأراضي الفلسطينية، ولعل من أبرز هاته المراحل نذكر ما يلي:

1917: احتلال بريطانيا لفلسطين بعد نهاية الحرب العالمية الأولى وطرده العثمانيين من الأراضي الفلسطينية، واصدار وعد بلفور الشهير الذي نص على احقية اليهود في إقامة وطن قومي في فلسطين وحرية التمتع بالحقوق المدنية والدينية والسياسية.

1920: انعقاد سان ريمو الذي يمنح بريطانيا حق الانتداب على فلسطين حيث اندلعت بعدها مظاهرات في القدس احتجاجا على وعد بلفور وتأكيدها على الهوية الفلسطينية العربية.

1935: موافقة القيادة الفلسطينية المقترح الذي طرحه المندوب البريطاني في مسألة تشكل مجلس تشريعي والذي قبل بالرفض من مجلس العموم البريطاني في لندن.

1936-1939: اندلاع الثورة العربية في فلسطين وفرار رئيس الهيئة الفلسطينية امين الحسيني الى سوريا التي كانت تحت الانتداب الفرنسي.

1947: الأمم المتحدة توصي بتقسيم دولة فلسطين الى قسمين عربية ويهودية، واخضاع القدس والمناطق المحيطة بها الى سيطرة دولية، ورفض اللجنة العربية لهذا القرار.

¹ بوزياني زبيدة، القضية الفلسطينية وحرب الاعلام، مجلة دراسات تاريخية، المجلد 10، ال عدد2، جامعة ابي بكر بلقايد، الجزائر، 2022، ص ص 560-

1948: ولادة دولة إسرائيل التي أعلنت عن نشأتها بعد انتهاء الانتداب البريطاني، وتهجير نحو 3 أرباع مليون فلسطيني على الأقل من ديارهم وتأسيس وكالة غوث اللاجئين الفلسطينيين (الأونروا)

1949: شن الفلسطينيون هجومات على إسرائيل من قواعد لهم في مصر وقطاع غزة بتشجيع مصري.

1956-1957: شن العدوان الثلاثي على مصر عقب تأمين قناة السويس وذلك باتفاق إسرائيل مع بريطانيا وفرنسا، لأسباب منها إيقاف الهجمات التي كان ينفذها الفدائيون الفلسطينيون.

1967: تمكن إسرائيل في أعقاب حرب جويية التي دامت 6 اسام وانتهت باحتلال القدس الشرقية والضفة الغربية وقطاع غزة وهضبة الجولان السورية وشبه جزيرة سيناء المصرية.

1987: اندلاع الانتفاضة الفلسطينية الأولى في الأراضي الفلسطينية المحتلة والإعلان عن تأسيس حركة المقاومة الفلسطينية حماس في قطاع غزة.

1988: تنازل الأردن عن مطالبته بالضفة الغربية لصالح منظمة التحرير الفلسطينية، وإعلان المجلس الوطني الفلسطيني قيام الدولة الفلسطينية في اجتماع بالجزائر.

1993: توقيع ياسر عرفات وإسحاق رابين على إعلان أوسلو برعاية أمريكية الذي نص على إقامة حكم ذاتي فلسطيني.¹

2002: إقامة إسرائيل لجدار عازل داخل الأراضي الفلسطينية في الضفة الغربية بالقرب من الخط الأخضر بهدف منع دخول الفلسطينيين الى المناطق الإسرائيلية في ذروة الانتفاضة الثانية.

¹ أبرز المحطات التي مرت بها القضية الفلسطينية، مقال الكتروني تم نشره في 29 نوفمبر 2023 على الرابط التالي:

<https://www.bbc.com/arabic/articals>

2003: تعيين ياسر عرفات لمحمود عباس رئيساً لوزراء السلطة الفلسطينية الوطنية وتكليفه بعمليات التفاوض مع إسرائيل والولايات المتحدة التي ترفضان التعامل مع عرفات.

2004: وفات ياسر عرفات، وانتخاب محمود عباس رئيساً لفلسطين.

2006: فوز حركة حماس في الانتخابات التشريعية الفلسطينية وتشكيل حكومة جديدة من طرف إسماعيل هنية، واندلاع صراع بين حركتي فتح وحماس على السلطة.

2010: استئناف مفاوضات المصالحة بين فتح وحماس، ومتابعة مفاوضات السلام المباشرة بين إسرائيل والسلطة الوطنية الفلسطينية.

2013: تعليق مصر لوساطتها في مفاوضات المصالحة بين حركتي فتح وحماس بعد الإطاحة بالرئيس المصري محمد مرسي من قبل الجيش.

2014: حظر مصر لنشاط حركة حماس بسبب علاقتها بجماعة الاخوان المسلمين.

2017: اعتراف الرئيس الأمريكي دونالد ترامب بالقدس عاصمة لدولة إسرائيل ونقل سفارة الولايات المتحدة من تل ابيب الى القدس كاعتراف رسمي منه سن 2018.

2020: توقيع الامارات العربية والبحرين على اتفاق لتطبيع العلاقات مع إسرائيل في حفل البيت الأبيض باتفاق يسمى ب ابراهام.

2021: إطلاق حماس الاف الصواريخ على المدن الإسرائيلية بسبب دخولهم للمسجد الأقصى ورد إسرائيل عليهم بشن غارات على مدن القطاع أدت الى استشهاد 250 فلسطيني بينما قتل 8 إسرائيليين.¹

¹ المرجع السابق على الرابط التالي: <https://www.bbc.com/arabic/articles>

8. انتفاضة طوفان الأقصى:

ان طوفان الأقصى عملية استراتيجية برية وبحرية وجوية، نفذتها القوات العسكرية الفلسطينية "كتائب القسام" ضد الاحتلال الإسرائيلي في السابع من أكتوبر عام 2023، حيث تفاجأ الكيان الصهيوني بمباغته صاروخية انطلقت من الأراضي الفلسطينية نحو المستوطنات الإسرائيلية، وأعلن عن هذه العملية قائد الأركان في كتائب عز الدين القسام "محمد الضيف"، واعتبر هذا الهجوم هو أكبر هجوم على إسرائيل لحد الان، وقد تجاوزت الضربات الأولى نحو 5 آلاف صاروخ وقذيفة كانت موجهة نحو المطارات والتحصينات العسكرية للكيان الصهيوني.

ويحمل الاسم الذي اختارته المقاومة الفلسطينية "طوفان الأقصى" دلالة للرد على الانتهاكات الصهيونية المستمرة على المقدسات الموجودة في الأراضي الفلسطينية.

وقد أعلن الجيش الإسرائيلي عن حالة الطوارئ وإطلاق صفارات الإنذار في المستوطنات الإسرائيلية، حيث أفادت وسائل الإعلام عن وقوع اشتباكات مسلحة بين الجهتين انتهت بخسائر بشرية كبيرة.

وقد تمكنت المقاومة من احكام السيطرة على غزة ويرجع ذلك الى التخطيط المحكم والمدروس والاستراتيجيات المتوازنة للمقاومة الفلسطينية من خلال القدرة على إدارة العمل القتالي والاختيار المناسب للزمان والمكان للانتفاضة.¹

9. طوفان الأقصى ودوره في توجيه الرأي العام الإلكتروني نحو المقاومة الفلسطينية:

تروج الدعاية الإسرائيلية ان حماس تمارس ديكتاتورية على السلطة وتفرض ايديولوجياتها الدينية على المجتمع الفلسطيني بشكل قصري، ومنذ بداية انتفاضة طوفان الأقصى انقلبت الموازين على القوات الإسرائيلية وبدأ

¹ على مطهر العثري، طوفان الأقصى ومسيرة النضال الفلسطيني، مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، اليمن، المجلد 2 العدد 1، 2024، ص ص 512-

الرأي عام الإلكتروني بالتحول من داعم للاحتلال الى مؤيد للقضية والمقاومة الفلسطينية، حيث أدركت إسرائيل خطورة تحولات الرأي العام التقليدي عامة والإلكتروني خاصة والخوف من تشويه صورتها في الذهن الدولي وتتجلى هذه التحولات فيما يلي:

○ تراجع نسبة المؤيدين لإسرائيل منذ بداية الانتفاضة من 41% الى 32%، كما جاء في بعض الإحصاءات ان 68% من الأمريكيين وقف اطلاق النار على غزة). وليد عبد الحي، تحولات الرأي العام الدولي و طوفان الأقصى، المركز الفلسطيني للإعلام، 2024/05/30¹ .

○ أشار تقرير لمعهد الدراسات الأمن القومي الإسرائيلي الى أن المظاهرات المؤيدة لإسرائيل و الفلسطينيين حول العالم خلال الفترة الأخيرة الى ان عدد المظاهرات المؤيدة لإسرائيل في العالم منذ بداية الانتفاضة 395 مظاهرة مقابل 3482 مظاهرة مؤيدة للمقاومة الفلسطينية منها 182 مظاهرة مؤيدة لإسرائيل مقابل 402 مؤيدة لفلسطين في الولايات المتحدة الأمريكية.

○ و اشارت دراسات أخرى الى ان عدد المظاهرات خلال الفترة نفسها 3761 مظاهرة مؤيدة لفلسطين مقابل 529 مظاهرة مؤيدة لإسرائيل، أي ان تأييد الرأي العام هو نحو 86% لصالح الفلسطينيين²

○ اما بالنسبة لتحليل مضمون الصحف و المواقع الالكترونية تم جمع 1080 صحيفة حول العالم على أساس مضمون العنوان و بعد الفرز تبين أن:

أ- 726 عنوان مؤيد للمقاومة الفلسطينية بنسبة 67.2%

ب- 317 عنوان مؤيد لإسرائيل بنسبة 29.3%

¹ <https://www.palinfo.com/news/2023>

² <https://www.reuters.com/graphics> mapping the conflict in Israel and Gaza, Reuters,30/05/2024

ج-37 عنوان إما يؤيد الطرفين او يعارضهما بنسبة 3.5.

o و اشارت نتائج احد استطلاعات الراي العام حول الانتفاضة الى ان:

أ- 69% من المستجوبين يتابعون مجريات الصراع حول غزة، مقابل 62% يتابعون الموضوع الأوكراني.

ب- 74% من المستجوبين مهتمين بالمدنيين الفلسطينيين مقابل 71% مهتمين بالمدنيين الإسرائيليين.

- ومن اهم هذه التدايعات موقف اليهود في العالم ومشاركتهم في الظاهرة المؤيدة للمقاومة الفلسطينية مما اثار استياء الإسرائيلي. ¹

¹ وليد عبد الحي، تحولات الرأي العام الدولي و طوفان الأقصى، مرجع سبق ذكره

الفصل الثالث:

التربية الإعلامية الرقمية والوعي السياسي

الفصل الثالث: التربية الإعلامية الرقمية والوعي السياسي:

1. تعريف التربية الاعلامية

2. مهام التربية الإعلامية

3. تعريف التربية الإعلامية الرقمية

4. مجالات التربية الإعلامية الرقمية

5. أسس التربية الإعلامية الرقمية

6. تعريف الوعي السياسي

7. أهمية الوعي السياسي

8. مصادر الوعي السياسي

1. تعريف التربية الإعلامية:

يمكن تعريف التربية الإعلامية على أنها تلك الجهود المخططة للمؤسسات الرسمية و الغير رسمية، الى تمكين الافراد من فهم و وسائل الاعلام ومنتجاتها، تهدف الى تنمية معارفهم الخاصة باختيار الوسائل و نقد محتواها و المشاركة الإبداعية في انتاج الرموز و المعاني لدعم المعايير الثقافية و الأخلاقية و المشاركة الديمقراطية.¹ و في تعريف اخر هي القدرة على تكوين قراءة اتصالية و تحليلية و تقويم المحتوى و انتاجه، فالوعي الإعلامي هو المشاركة الواعية و الهادفة لإنتاج المحتوى الإعلامي.²

I. مهام التربية الإعلامية:

- 1- تنمية قدرات المستخدمين للتحلي بروح النقد والقراءة العقلانية للمواد الإعلامية المعروضة عليهم.
- 2- تنمية المهارات الاتصالية في المجتمعات و تأهيل المستخدمين ليصبحوا بدورهم المنتجين للمواد الإعلامية و المشاركة في تكوين رأي عام و ممارسة الحق في النشر و حرية التعبير.
- 3- إدراك غايات المواد الإعلامية واليات إنتاجها.
- 4- التحليل النقدي للخطابات و المواد الإعلامية و المضامين التي تبثها وسائل الاعلام.
- 5- استعمال وسائل الاعلام بطريقة إبداعية للتعبير عن الأفكار و الآراء و نشر الاخبار.³

¹ قوعيش جمال الدين، التربية الإعلامية و الاعلام الرقمي _مبحث في التحديات و الاستراتيجيات، مجلة الرسالة للدراسات و البحوث الإنسانية، المجلد 1، العدد 3، 2017، ص ص 256-284

² بشرى حسين الحمداني، التربية الإعلامية و نحو الامية الرقمية، دار وائل للنشر و التوزيع، الطبعة 1، 2015، ص 89

³ بشرى حسين الحمداني، مرجع سبق ذكره، ص 98

2. تعريف التربية الإعلامية الرقمية:

يقصد بالتربية الإعلامية الرقمية انها التربية التي تسهم في تنمية مهارات استخدام تقنيات التكنولوجيا الرقمية والوسائط الجديدة وتصفح الشبكات الرقمية بجانب تنمية مهارات التفكير الناقد لمحتوى تلك التقنيات والشبكات فهي التوجيه المخطط من قبل المعلمين للتلاميذ او من الآباء الى الأبناء، والاستخدام الفعلي لهذه المصادر والتقنيات الرقمية يهدف الى تنمية المهارات والسلوكيات التي تمكنهم من ان يصبحوا مواطنين رقميين متفاعلين مع الاخرين من خلال الاتصال المباشر او اثناء عملية التدريس.

تعرفها بشرى الحمداني على انها: "ثقافة وآداب التعامل المناسب والأمثل مع التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال، من خلال تنظيم محاضرات وندوات وحلقات نقاشية وورش عمل لجميع افراد المجتمع، وخاصة للأطفال والشباب في المدارس والجامعات، تتناول إيجابيات وسلبيات التكنولوجيات الرقمية وكيفية الاستفادة المثلى من هذه التقنيات وآداب التعامل معها، وذلك للحفاظ على الحياة الخاصة للآخرين وحررياتهم."

كما يعرفها جمال الدهشان على انها: "مجموعة القواعد و الضوابط و المعايير و الأعراف المتبعة في الاستخدام الأمثل و القويم للتكنولوجيا، و التي يحتاجها الافراد كبارا و صغارا من اجل المساهمة في رقي الوطن، فهي تهتم بكيفية التعامل مع هذه التكنولوجيا من خلال التوعية نحو منافعها و الحماية من اخطارها¹

أي ان التربية الإعلامية هي مجموعة من المهارات والمفاهيم التي تهدف الى تمكين الافراد من فهم واستخدام وسائل الاعلام الرقمية بشكل فعال ومسؤول

وتشمل هذه المهارات كيفية تقييم مصادر المعلومات على الانترنت وحماية خصوصيتهم وفهم الاستعمال الصحيح للشبكات.

¹ حياة قزادري، أهمية التربية الإعلامية الرقمية في تعزيز التنشئة الاجتماعية داخل الاسرة والمجتمع في ظل التحديات التكنولوجية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة محمد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، العدد 03، المجلد 09، 2022، ص ص455-466

3. مجالات التربية الإعلامية الرقمية:

- 3-1 المجال المعرفي:** ويشمل القدرات العقلية التي تتضمن المعرفة والفهم والتذكر لمساعدة المستخدم على فهم البيئة الرقمية والقدرة على تحليل ونقد المضامين المعروضة عليها والتحكم فيها.
- 3-2 المجال الوجداني:** يضم المشاعر والاحاسيس والقيم، وذلك بإثارة فضول المستخدم وجذب انتباهه، ومساعدته على التكيف مع الشبكات الرقمية وتوجيهه بشكل إيجابي في استخدامها في حياته اليومية.
- 3-3 المجال السلوكي:** ويكون بالممارسة والاتقان والابداع وذلك لمساعدة المستخدم على استغلال الشبكات الرقمية في عملية الحوار والتعبير عن الرأي وانتج مضامين إعلامية خاصة به.¹

4. أسس التربية الإعلامية الرقمية:

4-1 أساس التمكين والمهارات:

يظن البعض ان السبيل لحماية أطفالهم من اخطار العالم الرقمي يكون بمنعهم من الولوج والانخراط في هذا العالم، الا اننا بذلك سنحرمهم مدى الحياة من متعة التعلم الذاتي وفرص عديدة التي يمنحها المجتمع الرقمي، وهذا ما يجعل التربية الإعلامية على استعمال وسائل الاعلام والتكنولوجيا الرقمية دون معنى، إذا لا يمكن الحديث عن التربية الإعلامية الرقمية الا في إطار بيئات وسياقات تربوية مرتبطة بالتكنولوجيا الرقمية. ويتطلب تعليم وتلقين الأطفال والمراهقين الأسس المعرفية والمهارات التي تسمح لهم بالانخراط في العالم الرقمي من اجل تمكينهم من التمييز بين ما هو صائب ونافع لهم والعمل به وبين ما هو ضار وخطير بالنسبة لهم وتجنبه، والحديث عن المهارات يقودنا الى الحديث لكل ما هو تقني يمكن الفرد من التحكم الاوتوماتيكي في المعدات والبرامج والمهارات التي تضمن للفرد النجاح والفعالية في العالم الرقمي.

¹ سحر خليفة، راضي رشيد، كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقيين، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 40، كلية الاعلام، العراق، ص ص 35-56

4-2 الأساس الأخلاقي القيمي:

والمقصود بذلك مجموع المعايير والقيم والضوابط الأخلاقية التي تنظم العلاقات والمعاملات في العالم الرقمي كالمسؤولية والاحترام والاستقامة، مما يجعل الافراد يخضعون لرقابة ذاتية تحكم تعاملاتهم في العالم الرقمي دون وجود قوانين واضحة ومفروضة للقيام بذلك

4-3 الأساس الأمني والقانوني:

والمقصود هنا هو تربية نشأ واعي بحقوقه وواجباته على دراية تامة بالعواقب القانونية المرتبطة بكل فعل رقمي يهدف الى التخريب وإلحاق الأذى للآخرين، والملاحظ ان الكثير من الجرائم الالكترونية تتعلق بسرقة وتخريف نظم وشبكات المعلومات وجرائم التنمر والتشهير والاستغلال الجنسي وجرائم الامن العام والاتجار في البشر والمخدرات.¹

5. تعريف الوعي السياسي:

هو مقدار وعي الشعب بالسياسة وقدرته على تنمية الفضيلة السياسية عن طريق المشاركة السياسية، وهو أيضا مجموعة من الآراء تجسد نظريا السياسة التي تنتهجها طبقة معينة من الجماعة تمارس فيها ايدولوجيات تؤثر مباشرة في حياة الناس والمجتمع.²

6. أهمية الوعي السياسي:

أ- يلعب الوعي السياسي دورا مهما في العملية الديمقراطية ويتيح للمواطنين القدرة على فهم البيئة واستيعاب ما يجري على الصعيدين المحلي والدولي

¹ حياة قزداري، مقال سبق ذكره، ص ص 461-466

² دعاء عادل الليثي، علاقة الوعي السياسي بالتنمية السياسية، مجلة بحوث كلية الآداب، ص ص 324-344

ب- يساعد الوعي السياسي في رصد مواطن القوة والضعف وتدارك أهمية قضايا الوطن، لأنه يساعد في التكهن بتداعيات الظروف السياسية للمجتمع

ج- يجسد الوعي السياسي رقي الشعوب والدول ومؤشر لمستوى ثقافتها وذلك في إطار التواصل الحضاري الذي يخدم مسيرة الدولة نحو التقدم.

هـ- يساهم الوعي السياسي في تقدم المجتمع، حيث يستطيع الافراد فهم المصلحة عللا حقيقتها واحترام الحريات والحقوق وممارستها.

و- يساعد هذا النوع من الوعي في القضاء على الاستبداد السياسي الذي يعد من اهم العقبات التي تقف بوجه البلدان ذات النظام الاستبدادي، لان الوعي السياسي أصبح من ضرورات التطور والتنمية السياسية.¹

7. مصادر الوعي السياسي:

1-7 الأسرة: تعود أهمية الاسرة في عملية التنشئة السياسية لأنها اللبنة الأولى التي من خلالها يكتسب الفرد قيمه وبيني شخصيته ويحدد سلوكه في المجتمع، فالأسرة هي مؤسسة اجتماعية وتمثل شكلا مصغرا للدولة.

2-7 النظام التربوي: يتجسد النظام التربوي من خلال المؤسسات التربوية والتعليمية، فالمدرسة تعمل على غرس قيم الوعي السياسي لدى الطفل وتلجأ لها الحكومات لبث قيم جديدة بطرق مباشرة عن طريق المقررات الدراسية مثل كتب التاريخ والتربية الوطنية التي تحوي على ما تريده الحكومة من قيم لغرسها في نفوس الأطفال والشباب.

¹ عيدو عبدال عبدو، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، المجلة الأكاديمية لجامعة نوروز، المجلد الثاني، العدد 11، كردستان العراق، 2021، ص ص 98-107

3-7 المؤسسات الدينية: تدعو المؤسسات الدينية الى ترسيخ القيم والاتجاهات السياسية التي يدعوا اليها النظام والتمسك بها، وتتسم هذه المؤسسات بنوع من الهالة والقداسة تصيغ أنماط معينة من التفكير في شؤون الحياة منها الحياة السياسية.

4-7 وسائل الإعلام: تلعب وسائل الاعلام دورا هاما في عملية التنشئة السياسية فهي تزود الفرد بالمعلومات العامة والسياسية وتشارك في تكوين وترسيخ القيم الاجتماعية والسياسية، كما ان لوسائل الاعلام تأثير على توجهات الافراد ومواقفهم السياسية فهي تعد من اهم مصادر الثقافة السياسية للفرد.

5-7 البناء الاجتماعي: يتجلى دور البناء الاجتماعي من خلال الدور الجوهري الذي تلعبه كافة طبقات المجتمع، من خلال الطرق التي تتم في ظل الصراع بين التيارات السياسية.

6-7 النظام السياسي: تكمن أهمية النظام السياسي في صناعة الوعي السياسي لتجسيد حقيقي لطبيعة النظام السائد بما يحمله من قيم ومعتقدات وتقاليد.¹

¹ بلوم جمال الدين، الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر 2، 2018، ص ص 49-53

الإطار التطبيقي

للدراصة

المحور الأول: تطبيق الفيسبوك وآليات الممارسة الأيديولوجية:

الجدول (01): يوضح اعتماد العينة على تطبيق الفيسبوك كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	نادرا	أحيانا	دائما			
82	18	48	16	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%9.0	%24.0	%8.0	النسبة المئوية		
118	25	62	31	التكرار	أنثى	
%59	%12.5	%31.0	%15.5	النسبة المئوية		
200	43	110	47	التكرار	المجموع	
%100	%21.5	%55.0	%23.5	النسبة المئوية		
136	28	77	31	التكرار	18 من	السن
%68	%14	%38.3	%15.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	12	15	11	التكرار	26 من	
%19.0	%6.0	%7.5	%5.5	النسبة المئوية	الى 35	
26	3	18	5	التكرار	36 من	
%13.0	%1.5	%9.0	%2.5	النسبة المئوية	الى 40	
200	43	110	47	التكرار	المجموع	
100%	21.5%	55.0%	23.5%	النسبة المئوية		
5	2	2	1	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%1.0	%1.0	%0.5	النسبة المئوية	مستوى	
7	0	4	3	التكرار	متوسط	
%3.5	%0.0	%2.0	%1.5	النسبة المئوية		
36	9	18	9	التكرار	ثانوي	
%18.0	%4.5	%9.0	%4.5	النسبة المئوية		
152	32	86	34	التكرار	جامعي	
%76.0	%16.0	%43.0	%17.0	نسبة المئوية		
200	43	110	47	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

المتغير	ك2	الدلالة الإحصائية
الجنس	0.350	لا توجد علاقة ارتباطية
السن	0.168	لا توجد علاقة ارتباطية
المستوى التعليمي	0.647	لا توجد علاقة ارتباطية

يتضح من خلال الجدول أعلاه ان اغلب افراد العينة يتخذون أحيانا تطبيق الفيسبوك كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات، والذين قدرت نسبتهم ب 55% من جميع المتغيرات الديموغرافية لدراستنا، في حين كانت نسبة الذين يعتمدون على الفيسبوك كمصدر أساسي للأخبار ب 23% والذين يعتمدون عليه نادرا بنسبة 21%.

حسب متغير الجنس، فإن نسبة الإناث احتلت الصدارة في الإجابة بأحيانا بنسبة 31% تليها نسبة 24% من الذكور، أما نسبة الإناث في الإجابة بدائما كانت 15% تليها نسبة 8% من الذكور، وأخيرا كانت نسبة الإناث في الإجابة بنادرا 12.5% تليها نسبة الذكور والتي قدرت ب 9%. وعند حساب الدالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.350 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس واتخاذ افراد العينة تطبيق الفيسبوك كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات.

وفي متغير السن فإن الفئة العمرية "18-25" جاءت في المرتبة الأولى مجيبين باحيانا بنسبة 38.5%، تليها الفئة "26-35" بنسبة 7.6%، أما فئة "36-40" فكانت نسبتها ب 9%. بينما كانت أقل نسبة للفئة العمرية "36-40" الذين يعتمدون بشكل دائم على الفيسبوك كمصدر للأخبار والتي قدرت ب 2.5%، و قدرت نسبة الفئة العمرية "18-25" ب 14% الذين يعتمدون على تطبيق الفيسبوك بشكل نادر في تلقى الاخبار وهي تعتبر اعلى نسبة للإجابة بنادرا. وعند حساب الدالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بل غت 0.168 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس و واتخاذ افراد العينة تطبيق الفيسبوك كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات.

أما في متغير المستوى التعليمي كانت أعلى نسبة للجامعيين في الإجابة بأحيانا بنسبة 43%، يليها المستوى الثانوي بنسبة 9%، أما فئتي المتوسط ودون المستوى فكانت نسبتها ضئيلة جدا في كل الإجابات حيث وصلت نسبة المجيبين بدائما من فئة دون مستوى ل 0.5% وأما نسبة فئة المتوسط المجيبين بنادرا فقدرت ب 0.0%. وعند حساب الدالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بل غت 647.0 هي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي و واتخاذ افراد العينة تطبيق الفيسبوك كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات.

الجدول (02): جدول يوضح تفرغ إجابات العينة حول تقييمهم لتطبيق الفيسبوك من حيث حرية النشر

والتعبير:

المجموع	الإجابات				المتغيرات		
	جيد	متوسط	حسن	سيئ			
82	17	31	15	19	التكرار	نكر	الجنس
%41	%8.5	%15.5	%7.5	%9.5	النسبة المئوية		
118	24	36	42	16	التكرار	أنثى	
%59.0	%12.0	%18.0	%21.0	%8.0	النسبة المئوية		
200	41	67	57	35	التكرار	المجموع	
100%	20.5%	33.5%	28.5%	17.5%	النسبة المئوية		
136	29	43	41	23	التكرار	من 18	السن
%67.5	%14.5	%21.5	%20.0	%11.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	10	11	11	6	التكرار	من 26	
%19.0	%5.0	%5.5	%5.5	%3.0	النسبة المئوية	الى 35	
26	2	13	5	6	التكرار	من 36	
%13.0	%1.0	%6.5	%2.5	%3.0	النسبة المئوية	الى 40	
200	41	67	57	35	التكرار	المجموع	
%100	%20.5	%33.5	%28.5	%17.5	النسبة المئوية		
5	0	2	1	2	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.0	%1.0	%0.5	%1.0	النسبة المئوية	مستوى	
7	3	2	2	0	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.5	%1.0	%1.0	%0.0	النسبة المئوية		
36	13	11	9	3	التكرار	ثانوي	
%18.0	%6.6	%5.5	%4.5	%1.5	النسبة المئوية		
152	25	52	45	30	التكرار	جامعي	
	%12.5	%26.0	%22.5	%15.0	نسبة المئوية		
200	41	67	57	35	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

%100	%20.5	%33.5	%28.5	%17.5	النسبة المئوية	
------	-------	-------	-------	-------	----------------	--

المتغير	ك2	الدلالة الإحصائية
الجنس	0.209	لا توجد علاقة ارتباطية
السن	0.023	توجد علاقة ارتباطية
المستوى التعليمي	0.264	لا توجد علاقة ارتباطية

تبين النتائج الإحصائية المتعلقة بتقييم المبحوثين لتطبيق الفيسبوك من حيث حرية النشر والتعبير ان معظمهم يرون تطبيق الفيسبوك متوسط في حرية النشر والتعبير والذين قدرت ب 33.5%، أما اللذين منحوا تقيما حسنا للفاسبوك كانت نسبتهم 28.0% يليهم أصحاب التقييم الجيد بنسبة 25.5% وأخيرا أصحاب التقييم السيئ بنسبة 17.5%.

حسب متغير الجنس فإن نسبة الاناث المحييين بحسن قدرت ب 21.0% وهي اعلى نسبة، تليها فئة الذكور بنسبة 7.0%، اما الاناث الذين كانت اجابتهم بمتوسط قدرت نسبتهم ب 18.0% تليها نسبة الذكور ب 8,5% وحصل تقييم سيئ على نسبة 9.5% من فئة الذكور و 8.0% من فئة الاناث. تم حساب كاف تربيع والذي كان غير دال احصائيا لان الدلالة بلغت 0.209 اي أكبر من 0.05 وبالتالي لا وجود لعلاقه ارتباطيه بين متغير الجنس و تقييم المبحوثين لتطبيق الفيسبوك من حيث حرية النشر والتعبير.

اما بالنسبة لمتغير السن فإن إجابات فئة العمر من "18-25" كانت متقاربة في الإجابات 21.5% بتقييم متوسط وحسن، حيث قدرت نسبة المحييين بمتوسط ب 21.5% والمحييين بحسن 20.5%. اما الفئة العمري "26-35" تحصلت على نفس النسبة في الإجابة بتقييم حسن ومتوسط والتي قدرت ب 5.5%، اما المحييين بتقييم جيد كانت نسبتهم 5.0% وبتقييم سيئ كانت نسبتهم 3.0%. في حين تحصلت الفئة العمرية "36-40" على أدني نسبة في الإجابة بتقييم جيد وذلك قدر بنفي جميع الإجابات بنسبة 1.0%، كما كانت النسب متقاربة في الإجابة بتقييم سيئ وحسن والتي كانت نسبة تقييم سيئ ب 3.0% وتقييم حسن

ب 2.5%. تم حساب كاف تريبع والذي كان دال احصائيا لان الدلالة بلغت 0.023 اي اقل من 0.05 وبالتالي وجود علاقة ارتباطيه بين متغير السن وتقييم المبحوثين لتطبيق الفيسبوك من حيث حرية النشر والتعبير. و في متغير المستوى التعليمي نجد ان الجامعيين تحصلوا على اعلى نسبة بداية من تقييم متوسط و الذي قدرت نسبته ب 26.0% ، و تقييم حسن بنسبة 22.0% ثم سيئ بنسبة 15.0% و جيد بنسبة 12.5%، اما بالنسبة للثانويين نجد ان اعلى نسبة كانت لصالح الإجابة بجيد و قدرت ب 7.5% تليها الإجابة بمتوسط بنسبة 5.5% اما نسبة الإجابة بحسن فكانت النسبة ب 2.5% و تقدير سيئ ب 1.5% و بالنسبة للفئتين المتوسط و دون مستوى كانت نسبهما متقاربة و منخفضة حيث ان كليهما تحصلا على نسبة 1.0% من الإجابة بمتوسط و تقدير سيئ بنسبة 0.0% و تقدير جيد بنسبة 0.5% بالنسبة لفئة دون مستوى. تم حساب كاف تريبع والذي كان غير دال احصائيا لان الدلالة بلغت 0.209 اي أكبر من 0.05 وبالتالي لا وجود لعلاقه ارتباطيه بين متغير الجنس وتقييم المبحوثين لتطبيق الفيسبوك من حيث حرية النشر والتعبير.

الجدول (03): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة حول مدى قيام تطبيق الفيسبوك بإظهار محتويات

معينة على حساب محتويات أخرى مهمة:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	نادرا	أحيانا	دائما			
82	5	47	30	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%2,5	%23.5	%15.0	النسبة المئوية		
118	11	77	30	التكرار	أنثى	
%59.0	%5.5	%38.5	%15.0	النسبة المئوية		
200	16	124	60	التكرار	المجموع	
%100	%8.0	%62.0	%30.0	النسبة المئوية		
136	14	88	34	التكرار	من 18 الى 25	السن
%68	%7.0	%44.0	%17.0	النسبة المئوية		
38	0	19	19	التكرار	من 26 الى 35	
%19	%0.0	%9.5	%9.5	النسبة المئوية		
26	2	17	7	التكرار	من 36 الى 40	
%13.0	1.0	8.5	3.5	النسبة المئوية		
200	16	124	60	التكرار	المجموع	
%100	%8.0	%62.0	%30.0	النسبة المئوية		
5	0	2	3	التكرار	دون مستوى	المستوى التعليمي
%2.5	%0.0	%1.0	%1.5	النسبة المئوية		
7	1	4	2	التكرار	متوسط	
%3.5	%0.5	%2.0	%1.0	النسبة المئوية		
36	6	19	11	التكرار	ثانوي	
%17.0	%3.0	%8.5	%5.5	النسبة المئوية		

الإطار التطبيقي للدراسة

152	9	99	44	التكرار	جامعي
%76.0	%4.5	%49.5	%22.0	نسبة المتوية	
200	16	124	60	التكرار	المجموع
%100	%8.0	%62.0	%30.0	النسبة المتوية	
الدلالة الإحصائية		ك2		المتغير	
لا توجد علاقة ارتباطية		0.650		الجنس	
لا توجد علاقة ارتباطية		0.697		السن	
توجد علاقة ارتباطية		0.025		المستوى التعليمي	

يوضح الجدول اعلاه النتائج الإحصائية التي تبين مدى قيام تطبيق الفاسبوك بإظهار محتويات معينه على حساب محتويات اخرى تم وافراد العينة حيث احتلت المرتبة الاولى الإجابة بأحياننا والتي قدرت نسبتها 62% لتليها نسبه الإجابة دائما 30% والإجابة بنادرا قدرت ب 8%.

في متغير الجنس نجد ان فئة الاناث احتلت الصدارة من حيث النسبة في الإجابة بأحياننا والتي قدرت ب 38.5% لتليها نسبه الذكور ب 23.5% اما في الإجابة دائما نلاحظ حصول كل فئتين على نفس النسبة والتي قدرت ب 18% وفي الإجابة بنادرا قدرت نسبه الاناث ب 5.5% لتليها نسبه الذكور 2.5%. تم حساب كاف تربيع والذي كان غير دال احصائيا لان الدلالة بلغت 0.650 اي أكبر من 05.0 وبالتالي لا وجود لعلاقه ارتباطيه بين متغير الجنس وقيام تطبيق الفاسبوك بإظهار محتويات معينه على حساب محتويات اخرى تم المبحوثين.

اما في متغير السن نجد ان الفئة العمرية من 18 الى 25 احتلت الصدارة من حيث الإجابة بأحياننا حيث قدرت نسبتها ب 44% تليها نسبه الفئة العمرية من 26 الى 35 ب 25% ثم نسبه في العمرية من 36 الى 40 ب 8.5% اما من حيث الإجابة بدائمات نجد ان نسبه الفئة العمرية الاولى قدرت ب 25% تليها الفئة العمرية الثانية بنسبه 9.5% ثم نسبه الفئة العمرية الثالثة 3.5% وفي الإجابة بنادره نجد نسبه الفئة العمرية الاولى قدرت بسبعة فاصل 5% ونسبه الفئة الثالثة العمرية الثانية فنسبتها كانت منعدمه تماما. تم حساب كاف تربيع والذي كان غير دال احصائيا لان الدلالة بلغت 0.697 اي انها أكبر من 0.05 وبالتالي لا وجود لعلاقة ارتباطيه بين متغير السن وقيام تطبيق فيسبوك بإظهار محتويات معينه على حساب محتويات اخرى تم المبحوثين.

المستوى التعليمي نجد ان اعلى نسبة كانت لصالح المستوى التعليم الجامعي والتي قدرت به 49.5% للإجابة احيانا تليها نسبة المستوى الثانوي ب 8.5% ثم المستوى المتوسط ب 4% ونسبة فئة دون مستوى قدرت ب 1% وفي الإجابة بدائمات نجد نسبة المستوى الجامعي قدر ب 22% تليها نسبة مستوى الثانوي ب 5.5% ثم نسبة فئة دون مستوى ب 1.5% ثم بنسبه المستوى متوسط ب 1% اما في الإجابة بنادرا جاءت نسبة المستوى الجامعي ب 4.5% تليها نسبة المستوى الثانوي ب 3% ثم نسبة المستوى المتوسط ب 0.5% اما نسبة فئة دون مستوى كانت منعدمه تماما. تم حساب كاف تربيع والذي كان دال احصائيا لان الدلالة بلغت 0.025 اي اقل من 0.05 وبالتالي وجود علاقة ارتباطيه بين متغير المستوى التعليمي وقيام تطبيق الفاسبوك بإظهار محتويات معينه على حساب محتويات اخرى تم المبحوثين.

الجدول (04): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة حول قيام تطبيق الفيسبوك بتوفير معلومات دقيقة

وموثوقة:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	معارض	محايد	موافق			
82	35	36	11	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%17.5	%18.0	%5.5	النسبة المئوية		
118	43	59	16	التكرار	أنثى	
%59.0	%21.5	%29.5	%8.0	النسبة المئوية		
200	78	95	27	التكرار	المجموع	
%100	%39	%47.5	%13.5	النسبة المئوية		
136	52	64	20	التكرار	18 من	السن
%68.0	%26.0	%32	%10.0	النسبة المئوية	الى 25	
38	13	20	5	التكرار	26 من	
%19.0	%6.5	%10.0	%2.5	النسبة المئوية	الى 35	
26	13	11	2	التكرار	36 من	
%100	%6.5	%5.5	%0.1	النسبة المئوية	الى 40	
200	78	95	27	التكرار	المجموع	
%100	%39	%47.5	%13.5	النسبة المئوية		
5	4	1	0	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%2.5	%0.5	%0.00	النسبة المئوية	مستوى	
7	1	4	2	التكرار	متوسط	
%3.5	%0.5	%2.5	%1.5	النسبة المئوية		
36	10	16	10	التكرار	ثانوي	
%18.0	%5.0	%8.0	%5.0	النسبة المئوية		
152	63	74	15	التكرار	جامعي	
%76.0	%31.5	%37.0	%7.5	نسبة المئوية		
200	78	95	27	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

النسبة المئوية	13.5%	47.5%	39%	100%
المتغير	ك2	الدلالة الإحصائية		
الجنس	0.296	لا توجد علاقة ارتباطية		
السن	0.772	لا توجد علاقة ارتباطية		
المستوى التعليمي	0.157	لا توجد علاقة ارتباطية		

يوضح الجدول على النتائج الإحصائية التي تبين مدى قيام تطبيق الفيسبوك بتوفير معلومات دقيقة وموثوقة لأفراد العينة حيث جاءت اعلى نسبة لصالح اجاباته بمحايد 47.5% لديها نسبة الإجابة بمعاذ ب 39.5% اما نسبة اجابات بموافق فقط قدرت ب 13.5%.

في متغير الجنس نجد ان نسبة الاناث في الإجابة بمحايد قدرت بي 29.5% تليها نسبة الذكور ب 18% اما نسبة الاناث في الإجابة بمعارضه قدرت ب 21.5% تليها نسبة الذكور ب 17.5% وفي الإجابة بموافق جاءت نسبة الاناث بثمانية بالمئة تليها نسبة الذكور ب 5.5%. تم حساب كاف تربيع والذي كان غير دار إحصائية لان الدلالة بلغت 0.2 اي أكبر من 0.05 وبالتالي لا وجود لعلاقه ارتباطيه بين متغير الجنس ومذاقنا تطبيق الفاسبوك بتوفير معلومات دقيقه وموثوقة للمبحوثين.

اما في متغير ان نسبه الفئة العمرية من 18 الى 25 قدرت بس 32% تليها نسبة الفئة العمرية من 26 الى 35 ب 10% ثم نسبة الفئة العمرية من 36 الى 40 ب 5.5% وفي الإجابة بمعارض قدرت نسبة الفئة الاولى ب 26% تليها نسبة الفئة العمرية الثانية والثالثة ب 6.5% اما في الإجابة بموافق جاءت نسبة الفئة العمرية الاولى ب 10% تليها نسبة الفئة العمرية الثانية ب 2.5% ثم نسبة الفئة العمرية الثالثة ب 1.0%. تم حساب كاف تربيع والذي كان غير دال إحصائية لان الدلالة بلغت 0.772 اي أكبر من 0.05 وبالتالي لا وجود لعلاقه ارتباطيه بين متغير السن ومدى قيام تطبيق الفيسبوك بتوفير معلومات دقيقه وموثوقة للمبحوثين. وحسب متغير المستوى التعليمي نجد ان نسبة المستوى التعليمي الجامعي في الإجابة بمحايد قدرت ب 37% تليها نسبة المستوى الثانوي 8% ثم نسبة المستوى المتوسط 2% ونسبة فئة دون مستوى 0.5% اما في

الإجابة بمعارض جاءت نسبة المستوى الجامعي به 31.5% تليها نسبة المستوى الثانوي ب 5% ثم نسبة مستوى المتوسط 0.5 وفي فئة دون مستوى نسبه 2% وفي الإجابة بموافق جاءت نسبة المستوى الجامعي ب 7.5% ونسبة المستوى الثانوي ب 5.5% والمستوى متوسط 1% ثم نسبه في دون مستوى 0%. تم حساب كاف تربيع والذي كان غير الدال الإحصائيات لان الدلالة بلغت 0.157 اي أكبر من 0.05 وبالتالي لا وجود لعلاقه بين متغير المستوى التعليمي ومدى قيام تطبيق الفيسبوك بتوفير معلومات دقيقه وموثوقة للمبحوثين.

الجدول (05): جدول يوضح تفرغ إجابات العينة حول مدى تلقيهم منشورات وفيديوهات مفبركة لأفراد

معينين عبر تطبيق الفيسبوك:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	نادرا	أحيانا	دائما			
82	20	44	18	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%10.0	%22.0	%9.0	النسبة المئوية		
118	33	69	16	التكرار	أنثى	
%59.0	%16.5	%34.5	%8.0	النسبة المئوية		
200	53	113	34	التكرار	المجموع	
%100	%26.5	%56.5	%17.0	النسبة المئوية		
136	36	77	23	التكرار	18 من	السن
%68.0	%18.0	38.0	11.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	12	21	5	التكرار	26 من	
%19.5	%6.5	%10.5	%2.5	النسبة المئوية	الى 35	
26	5	15	6	التكرار	36 من	
%13.0	%2.5	%7.5	%3.0	النسبة المئوية	الى 40	
200	53	113	34	التكرار	المجموع	
%100	%26.5	%56.5	%17.0	النسبة المئوية		
5	0	2	3	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.0	%2.0	%1.5	النسبة المئوية	مستوى	
7	2	4	1	التكرار	متوسط	
3.5	%1.5	%2.0	%0.5	النسبة المئوية		
36	13	19	4	التكرار	ثانوي	
%18.0	%6.5	%9.5	%2.5	النسبة المئوية		
152	38	88	26	التكرار	جامعي	
%76.0	%19.0	%44.0	%13.0	نسبة المئوية		
200	53	113	34	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

%100	%26,5	%56.6	17.0	النسبة المئوية	
				2ك	المتغير
				0.389	الجنس
				0.910	السن
				0.690	المستوى التعليمي

يوضح الجدول اعلاه النتائج الإحصائية التي تبين مدى تلقي افراد العينة لمنشورات وفيديوهات مفبركة لأفراد معينين عبر تطبيق الفيسبوك، حيث نجد ان أعلى نسبة كانت لصالح الإجابة بأحيانا والتي قدرت ب 56.5%، لتليها نسبة الإجابة بنادرا ب 26.5% ثم نسبة الإجابة بدائما والتي قدرت ب 17%

في متغير الجنس نلاحظ نسبة فئة الإناث في الصدارة من حيث الإجابة بأحيانا والتي قدرت ب 34.5% لتليها نسبة الذكور ب 22%، اما في الإجابة بنادرا قدرت نسبة ب 16.6% تليها نسبة الذكور ب 10% وفي الإجابة بدائما قدرت نسبة الذكور ب 9% تليها نسبة الإناث ب 8% تم حساب كاف تربيع والذي كان غير دال احصائيا لأن الدلالة قدرت ب 0.389 اي أكبر من 0.05 وبالتالي لا وجود لعلاقة ارتباطية بين متغير الجن وتلقي المبحوثين لمنشورات وفيديوهات مفبركة لأفراد معينين عبر تطبيق الفيسبوك.

اما في متغير السن نجد ان الفئة العمرية من 18 الى 25 جاءت في المرتبة الأولى من حيث الإجابة بأحيانا و قدرت نسبتها ب 38.5% تليها نسبة الفئة العمرية من 26 الى 35 ب 10.5% ثم نسبة الفئة العمرية من 36 الى 40 والتي قدرت نسبتها ب 7.5% وفي الإجابة بنادرا نجد ان نسبة الفئة العمرية الأولى قدرت ب 18% لتليها نسبة الفئة العمرية الثانية ب 6% ثم نسبة الفئة العمرية الثالثة ب 2.5%. اما في الإجابة بدائما جاءت نسبة الفئة العمرية الأولى ب 11.5% تليها نسبة الفئة العمرية الثالثة ب 3% ثم نسبة الفئة العمرية الثانية ب 2.5%. تم حساب كاف تربيع والذي كان غير دال احصائيا لأن الدلالة قدرت ب 0.910 اي أكبر من 0.05 وبالتالي لا وجود لعلاقة ارتباطية بين متغير الجنس وتلقي المبحوثين لمنشورات وفيديوهات مفبركة لأفراد معينين عبر تطبيق الفيسبوك.

وحسب متغير المستوى التعليمي نجد ان المستوى التعليمي الجامعي احتل المرتبة الأولى من حيث الإجابة بأحيانا والذي قدرت نسبته ب 44% تليها نسبة المستوى التعليمي الثانوي ب 9.5% ثم نسبة المستوى المتوسط ب 2% ونسبة فئة دون مستوى ب 1%. وفي الإجابة بنادرا قدرت نسبة المستوى الجامعي ب 19% تليها نسبة المستوى الثانوي ب 6.5% ثم نسبة المستوى المتوسط ب 1% اما نسبة فئة دون مشنوى فقد كانت منعدمة. وفي الإجابة بدائما قدرت نسبة المستوى الجامعي ب 13% تليها نسبة المستوى الثانوي ب 2% ثم نسبة فئة %دون مستوى ب 1.5 وأخيرا نسبة المستوى المتوسط ب 0.5

تم حساب كاف ترييع والذي كان غير دال احصائيا لأن الدلالة قدرت ب 0.690 اي أكبر من 0.05 وبالتالي لا وجود لعلاقة ارتباطية بين متغير المستوى التعليمي وتلقي المبحوثين لمنشورات وفيديوهات مفبركة لأفراد معينين عبر تطبيق الفيسبوك.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (06): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة حول مدى تلقيتهم محتويات وثقافات مغايرة تماما

لاهتماماتهم:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	نادرا	أحيانا	دائما			
82	11	58	13	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%5.5	%29.0	6.5%	النسبة المئوية		
118	18	73	27	التكرار	أنثى	
%59.0	%9.0	%36.5	%13.5	النسبة المئوية		
200	29	131	40	التكرار	المجموع	
%100	%14.5	%65.5	%20.0	النسبة المئوية		
136	21	87	28	التكرار	من 18	السن
%68.0	%10.5	%43.5	%14.0	النسبة المئوية	الى 25	
38	5	27	6	التكرار	من 26	
%19.0	%2.5	%13.5	%3.0	النسبة المئوية	الى 35	
26	3	17	6	التكرار	من 36	
%13.0	%1.5	%8.5	%3.0	النسبة المئوية	الى 40	
200	29	131	40	التكرار	المجموع	
%100	%14.5	%65.5	%20.0	النسبة المئوية		
5	0	4	1	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.0	%2.0	0.5%	النسبة المئوية	مستوى	
7	2	5	0	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.0	%2.5	%0.0	النسبة المئوية		
36	6	24	6	التكرار	ثانوي	
%18.0	%3.0	%12.0	%3.0	النسبة المئوية		
152	21	98	33	التكرار	جامعي	
%67.0	%10.5	%49	%16.5	نسبة المئوية		
200	29	131	40	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

%100	%14.5	%65.5	%20.0	النسبة المئوية	
				ك2	المتغير
الدلالة الإحصائية				0.978	الجنس
لا توجد علاقة ارتباطية				0.133	السن
لا توجد علاقة ارتباطية				0.836	المستوى التعليمي

تبين النتائج الإحصائية في الجدول أعلاه نسب تلقي العينات محتويات وثقافات مغايرة لاهتماماتهم، حيث تبين ان معظمهم يتلقى هذه المحتويات والثقافات أحيانا حيث قدرت نسبة هذا التقدير بـ 65.5% تليها نسبة المجيبين بدائما بنسبة 20.0% ثم نسبة نادرا بـ 14.5%.

حسب متغير الجنس فان النسبة الأعلى كانت الإجابة بأحيانا تحصلت عليها فئة الاناث والتي قدرت بـ 36.5% تليها نسبة فئة الذكور والتي كانت 29.0% اما بالنسبة للإجابة بدائما فكانت بنسبة الاناث 13.5% تليها نسبة الذكور بـ 6.5% وتحصلت الاناث على اعلى نسبة أيضا في الإجابة بنادرا والتي قدرت بـ 9% بينما قدرت نسبة الذكور بـ 5.5%. تم حساب كاف ترييع والذي كان غير دال احصائيا لأن الدلالة قدرت بـ 0.978 اي أكبر من 0.05 وبالتالي لا وجود لعلاقة ارتباطية بين متغير الجنس وتلقي المبحوثين لمحتويات وثقافات مغايرة لاهتماماتهم تطبيق الفيسبوك.

اما بالنسبة لمتغير السن نجد ان فئة "18 – 25" تحصلت على اعلى النسب في كل الإجابات بداية مع نسبة الإجابة بأحيانا والتي قدرت بـ 43.5% ونسبة الإجابة بدائما والتي قدرت بـ 19% ثم نسبة الإجابة بنادرا والتي قدرت بـ 10.5% اما بالنسبة للفئة العمرية "26 – 35" فقد كانت متطابقة النسبة مع فئة "36 – 40" من حيث الإجابة بدائما والتي قدرت بـ 3%. اما نسبة الإجابة بأحيانا فقدرت بـ 3.5% وبالنسبة لفئة "26 – 35" وكانت 8.5% بالنسبة لفئة "36 – 40" وكانت النسب متقاربة جدا لكل من فئة "26 – 35" وفئة "36 – 40" في الإجابة بنادرا، حيث قدرت نسبة الفئة الأولى 2.5% ونسبة الفئة الثانية بـ

1.5%. تم حساب كاف ترييع والذي كان غير دال احصائيا لأن الدلالة قدرت ب 0.133 اي أكبر من 0.05 وبالتالي لا وجود لعلاقة ارتباطية بين متغير السن وتلقي المبحوثين لمحتويات وثقافات مغايرة لاهتماماتهم تطبيق الفيسبوك.

وفي متغير المستوى التعليمي نجد ان المستوى التعليمي الجامعي في المرتبة الأولى من حيث النسب في جميع الأجوبة بداية بنسبة 49.0% للإجابة بأحياننا، نسبة 6.5% للإجابة بدائما ونسبة 10.5% للإجابة بنادرا اما بالنسبة للمستوى التعليمي الثانوي فتحصل المجهيين بأحياننا على 12.0% ونسبة 3.0% للمجهيين بدائما ونادرا. واما النسبة لكل من فئة دون مستوى وفئة المستوى التعليمي المتوسط انعدمت وكانت 0.0% في الإجابة بدائما ونادرا وكانت النسب متقاربة في الإجابة بأحياننا حيث قدرت بنسبة فئة دون مستوى ب 2.0% ونسبة 2.5% لفئة المستوى المتوسط ونسبة 1.0 في الإجابة بنادرا. تم حساب كاف ترييع والذي كان غير دال احصائيا لأن الدلالة قدرت ب 0.863 اي أكبر من 0.05 وبالتالي لا وجود لعلاقة ارتباطية بين متغير الجنس وتلقي المبحوثين لمحتويات وثقافات مغايرة لاهتماماتهم تطبيق الفيسبوك.

المحور الثاني: مدى انتشار الوعي السياسي لدى المستخدمين الشباب لتطبيق الفيسبوك:

الجدول (01): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة حول طبيعة المحتوى السياسي المفضل لهم على تطبيق

الفاسبوك:

المجموع	الإجابات				المتغيرات		
	أخرى	قضايا رأي عام عالمية	قضايا رأي عام وطنية	قضايا رأي عام عربية			
82	11	35	19	17	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%5.5	%17.5	%9.5	%8.5	النسبة المئوية		
118	30	45	16	27	التكرار	أنثى	
%59.0	%15.0	%22.5	%8.0	%13.5	النسبة المئوية		
200	41	80	35	44	التكرار	المجموع	
%100	%20.5	%40.0	%17.5	%22.5	النسبة المئوية		
136	33	56	18	29	التكرار	من 18	السن
%68.0	%16.5	%28.0	%9.0	%14.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	6	15	8	9	التكرار	من 26	
%19.0	%3.0	%7.5	%4.0	%4.5	النسبة المئوية	الى 35	
26	2	9	9	6	التكرار	من 36	
%13.0	%1.0	%4.5	%4.5	%3.0	النسبة المئوية	الى 40	
200	41	80	35	44	التكرار	المجموع	
%100	%20.5	%40.0	%17.5	%22.0	النسبة المئوية		
5	0	2	1	2	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.0	%1.0	%0.5	%1.0	النسبة المئوية	مستوى	
7	0	3	2	2	التكرار	متوسط	
%3.5	%0.0	%1.5	%1.0	%1.0	النسبة المئوية		
36	9	12	7	8	التكرار	ثانوي	
%18.0	%4.5	%6.0	%3.5	%4.0	النسبة المئوية		

الإطار التطبيقي للدراسة

152	32	63	25	32	التكرار	جامعي
%76.0	%16.0	%31.0	%12.5	%16.0	نسبة المتوية	
200	41	80	35	44	التكرار	المجموع
%100	%20.5	%40.0	%17.5	%22.0	النسبة المتوية	
الدلالة الإحصائية			ك2		المتغير	
لا توجد علاقة ارتباطية			0.98		الجنس	
لا توجد علاقة ارتباطية			0.133		السن	
لا توجد علاقة ارتباطية			0.839		المستوى التعليمي	

يتضح لنا في الجدول أعلاه الذي يبين ماهية المحتوى السياسي الذي يستهوي الباحثين على تطبيق الفيسبوك، ان معظم افراد العينة يهتمون بمحتويات قضايا الرأي العام العالمية وذلك بنسبة %40.0 يليها نسبة المهتمين بقضايا الرأي العام العربية والتي قدرت ب %22.0، ثم محتويات أخرى بنسبة %20.5، تليها اقل نسبة لقضايا الرأي العام الوطنية بنسبة %17.5.

نرى في متغير الجنس ان اعلى نسبة في الإجابة بقضايا الرأي العام العالمية كانت لصالح فئة الاناث التي قدرت ب %22.5 لتليها نسبة الذكور التي كانت %17.5، اما المحيين بقضايا الرأي العام الوطنية كانت اعلى لصالح الذكور والتي قدرت ب %9.5 لتليها نسبة الاناث ب %8.0، كما نجد ان نسبة فئة الاناث تفوقت مجددا على فئة الذكور وذلك في كل من الرحابة بقضايا الراي العام العربية التي قدرت ب %5.13 والإجابة بمحتويات أخرى ب %15، اما نسبة الذكور المحيين بقضايا الراي العام العربية قدرت ب %8.5 و %5.5 للمحيين بمحتويات أخرى. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.98 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وماهية المحتوى السياسي الذي يستهوي الباحثين على تطبيق الفيسبوك.

حسب متغير السن نجد ان الفئة العمرية "18-25" تحتل المرتبة الأولى من حيث نسبة المهتمين بقضايا الراي العام العالمية و التي قدرت ب %28 لتليها الفئة العمرية "26-35" بنسبة %7.5 ثم الفئة العمرية

"36-40" ب 4.5%، كما نجد ان الفئة العمرية الثالثة تميل الى قضايا الراي العام الوطنية التي قدرت نسبتهم ب 4.5% اما بالنسبة للفئة العمرية الأولى و الثانية المهتمين بقضايا الراي العام العربية قدرت نسبتهم ب 14% و 4.5%، و المهتمين بمحتويات قدرت نسبتهم ب 16.5% للفئة العمرية الأولى و 3% للفئة الثانية و 1% للفئة الثالثة و 3% للمجيبين بقضايا الراي العام العربية من نفس الفئة العمرية. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.133 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن وماهية المحتوى السياسي الذي يستهوي المبحوثين على تطبيق الفيسبوك.

اما في متغير المستوى التعليمي نجد ان اعلى نسبة في الإجابة بقضايا الراي العام العالمية جاءت لصالح فئة المستوى الجامعي و التي قدرت نسبتهم ب 31%، تليها نسبة المستوى الثانوي ب 6% و المستوى المتوسط ب 1.5%، اما فئة دون المستوى جاءت نسبتها ب 1%، كما نجد تطابق في نسبة المجيبين بقضايا الراي العام العربية و المحتويات الأخرى للمستوى التعليمي الجامعي و التي قدرت نسبتهم ب 16% و نسبة 12.5% للمجيبين بقضايا الراي العام الوطنية، اما فئة المستوى الثانوي فجاءت نسبة المجيبين بمحتويات أخرى 4.5% و المجيبين بقضايا الراي العام العربية 4% و 3.5% لقضايا الراي العام العربية، و في فئة المستوى المتوسط نلاحظ وجود نفس النسبة لكل من قضايا الراي العام العربية و قضايا الراي العام الوطنية و التي قدرت ب 1%، حيث تلك كانت نفس نسبة المجيبين بقضايا الراي العام العربية من فئة دون مستوى، أيضا نجد نسبة منعدمة في الإجابة بمحتويات اخرى لكل من فئة دون مستوى و المستوى التعليمي المتوسط قدرت ب 0%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.839 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي وماهية المحتوى السياسي الذي يستهوي المبحوثين على تطبيق الفيسبوك.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (2): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة حول المعيار الذي يحدد من خلاله التفاعل مع منشور

سياسي معين:

المجموع	الإجابات				المتغيرات		
	حسب الموضوع	عدد التعليقات	عدد الإجابات	عدد المشاركات			
82	64	9	7	2	التكرار	ذكر	الجنس
%41	%32.0	%4.5	%3.5	%1.0	النسبة المئوية		
118	98	13	4	3	التكرار	أنثى	
%59.0	%49.0	%6.5	%2.0	%1.5	النسبة المئوية		
200	162	22	11	5	التكرار	المجموع	
%100	%81.0	%11.0	%5.5	%2.5	النسبة المئوية		
136	111	15	7	3	التكرار	من 18	السن
%68.0	%55.5	%7.5	%3.5	%1.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	33	2	1	2	التكرار	من 26	
%19.0	%16.5	%1.0	%0.5	%1.0	النسبة المئوية	الى 35	
26	18	5	3	0	التكرار	من 36	
%13.0	%9.0	%2.5	%1.5	%0.0	النسبة المئوية	الى 40	
200	162	22	11	5	التكرار	المجموع	
%100	%81.0	%11.0	%5.5	%2.5	النسبة المئوية		
5	1	3	1	0	التكرار	دون مستوى	المستوى التعليمي
%2.5	%0.5	%1.5	%0.5	%0.0	النسبة المئوية		
7	4	3	0	0	التكرار	متوسط	
%3.5	%2.0	%1.5	%0.0	%0.0	النسبة المئوية		
36	26	2	6	2	التكرار	ثانوي	
%18.0	%13.0	%1.0	%3.0	%1.0	النسبة المئوية		
152	131	14	4	3	التكرار	جامعي	
%76.0	%65.5	%7.0	%2.0	%1.5	نسبة المئوية		

الإطار التطبيقي للدراسة

المجموع	التكرار	5	11	22	162	200
	النسبة المئوية	%2.5	%5.5	%11.0	%81.0	%100
المتغير	ك2					
الجنس	0.479			لا توجد علاقة ارتباطية		
السن	0.275			لا توجد علاقة ارتباطية		
المستوى التعليمي	0.000			توجد علاقة ارتباطية		

يوضح الجدول أعلاه النتائج الإحصائية التي تبين المعيار الذي من خلاله يتفاعل أفراد العينة مع المنشورات السياسية عبر تطبيق الفيسبوك، إلى أن النسبة الأعلى كانت من نصيب الفئة التي أجابت بحسب طبيعة الموضوع 81% المجيبين بعدد التعليقات والتي قدرت ب 11% ثم عدد العجابات والتي قد بنسبه 5.5% وعدد المشاركات ب 2.5%.

حسب متغير الجنس نرى أن فئة الإناث جاءت في المرتبة الأولى من حيث الإجابة حسب طبيعة الموضوع في تفاعلهم مع المنشورات السياسية عبر تطبيق الفيسبوك والتي قدرت ب 49% أما الذكور ب 32% أما المجيبين بعدد التعليقات قدرت نسبة الإناث ب 6.5% ونسبة الذكور 4.5% كما كانت النسب متقاربة للجنسين في كل من الإجابة بعدد الإعجابات وعدد المشاركات حيث قدرت نسبة الإناث ب 2% ونسبة الذكور 3.5% للمجيبين بعدد الإعجابات أما عدد المشاركات فجاءت نسبة الإناث 1.5% لتليها نسبة الذكور 1%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.479 وهي أكبر من 0.05 أي أنه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وطبيعة المعيار الذي من خلاله يتفاعل أفراد العينة مع المنشورات السياسية عبر تطبيق الفيسبوك.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد أن أعلى نسبة كانت لصالح الفئة العمرية من 18 إلى 25 من حيث الإجابة بحسب طبيعة الموضوع والتي قدرت ب 55.5% لتليها نسبة الفئة العمرية من 26 إلى 40 والتي قدرت نسبتها ب 9% أما بالنسبة للمجيبين بعدد التعليقات فقد قدرت نسبة الفئة العمرية الأولى منهم ب 17.5% لتليها نسبة الفئة العمرية من 36 إلى 40 بنسبة 2.5% أما الفئة العمرية من 26 إلى 35 فكانت نسبتها

1% وكانت نسب الاجابات بعدد المشاركات من متقاربة الى منعدمة بداية بنسبة الفئة العمرية الاولى والتي قدرت 1.5 والفئة الثانية 1% و 0.0% بالنسبة للفئة العمرية من 36 الى 40 . وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.275 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وطبيعة المعيار الذي من خلاله يتفاعل افراد العينة مع المنشورات السياسية عبر تطبيق الفيسبوك.

وفي متغير المستوى التعليمي نجد المستوى التعليمي الجامعي في المرتبة الاولى من حيث نسبه ثانوي والتي قدرت بـ 13% المتوسط بـ 2% ونسبة فئة دون مستوى قدرت بـ 0.5% المجهين بعدد التعليقات نجد ان فئة المستوى الجامعي قدرت 7 اما نسبة فئة المتوسط ودون المستوى قدرت نسبتهم بـ 1.5% وكانت نسبة المستوى التعليمي الثانوي قدرت بـ 1% اما بالنسبة للمجهين بعدد الاعجابات وعدد المشاركات كانت نسبتهم من متقاربة الى منعدمة فنجد ان نسبة المستوى التعليم الجامعي قدرت بـ 1.5% واثنين بالمئة في عدد المشاركات وعدد الاعجابات ونسبة المستوى الثانوي و قدرت بـ 1% و 3% في عدد الاعجابات اما بالنسبة لفئة دون المستوى والمستوى المتوسط فقد كانت النسب منعدمة في كل من عدد المشاركات كما قدرت نسبة فئة دون مستوى 0.5% في الإجابة بعدد الإعجابات. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.000 وهي أقل من 0.05 أي انه توجد علاقة ارتباطية بين متغير المستوى التعليمي وطبيعة المعيار الذي من خلاله يتفاعل افراد العينة مع المنشورات السياسية عبر تطبيق الفيسبوك.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (3): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة حول إمكانية نقد ما يتم نشره ومشاركته عبر تطبيق

الفيسبوك قبل التفاعل معه:

المجموع	الإجابات			المتغيرات			
	حسب الموضوع	لا	نعم				
82	50	5	27	التكرار	ذكر	الجنس	
%41.0	%25.0	%2.5	%13.5	النسبة المئوية			
118	78	4	36	التكرار	أنثى		
%59.0	%39.0	%2.0	%18.0	النسبة المئوية			
200	128	9	63	التكرار	المجموع		
%100	%64.0	%4.5	%31.5	النسبة المئوية			
136	91	5	40	التكرار	18 من الى 25	السن	
%68.0	%45.5	%2.5	%20.0	النسبة المئوية			
38	21	2	15	التكرار	26 من الى 35		
%19.0	%10.5	%1.0	%7.5	النسبة المئوية			
26	16	2	8	التكرار	36 من الى 40		
%13.0	%8.0	%1.0	%4.0	النسبة المئوية			
200	128	9	63	التكرار	المجموع		
%100	%64.0	%4.5	%31.5	النسبة المئوية			
5	2	0	3	التكرار	دون مستوى	المستوى التعليمي	
%2.5	%1.0	%0.0	%1.5	النسبة المئوية			
7	5	0	2	التكرار	متوسط		
%3.5	%2.5	%0.0	%1.0	النسبة المئوية			
36	20	5	11	التكرار	ثانوي		
%13.0	%10.0	%2.5	%5.5	النسبة المئوية			
152	101	4	47	التكرار	جامعي		
%76.0	%50.5	%2.0	%23.5	نسبة المئوية			

الإطار التطبيقي للدراسة

المجموع	التكرار	63	9	128	200
	النسبة المئوية	%31.5	%4.5	%64.0	%100
المتغير	ك2	الدلالة الإحصائية			
الجنس	0.584	لا توجد علاقة ارتباطية			
السن	0.652	لا توجد علاقة ارتباطية			
المستوى الدراسي	0.084	لا توجد علاقة ارتباطية			

يوضح الجدول أعلاه النتائج الإحصائية التي تبين أهمية نقد ما يتم نشره قبل التفاعل معه من قبل الباحثين على تطبيق الفاسبوك، حيث نجد ان اعلى نسبة كانت لصالح الفئة التي اجابت ب "حسب الموضوع" والتي قدرت ب 64% لتليها نسبة المجيبين ب "نعم" والتي قدرت ب 31%، اما افراد العينة الذين يرون انه ليس من المهم نقد ما يتم نشره على تطبيق الفاسبوك قبل التفاعل معه تمثلت في 4.5%

في متغير الجنس نجد اعلى نسبة من المجيبين بنعم كانت لصالح فئة الإناث ب 55.5% تليها نسبة الذكور ب 34.5%، أما اعلى نسبة من المجيبين بلا كانت لصالح فئة الذكور بنسبة 6.5% تليها نسبة الإناث ب 5.5%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 584.0 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس أهمية نقد ما يتم نشره قبل التفاعل معه من قبل الباحثين على تطبيق الفيسبوك.

اما في متغير السن نجد ان الفئة العمرية "18-25" جاءت في المرتبة الأولى من حيث نسبة المجيبين بنعم و التي قدرت ب 60.5% لتليها الفئة العمرية "26-35" بنسبة 16% ثم نسبة الفئة العمرية "36-40" ب 11.5%، كما نجد ان الفئة العمرية "36-40" احتلت الصدارة من حيث الإجابات بلا و ذلك بنسبة 12%، تليها الفئة العمرية "18-25" بنسبة 3% و الفئة العمرية "26-35" بنسبة 1.5%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.658 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن أهمية نقد ما يتم نشره قبل التفاعل معه من قبل الباحثين على تطبيق الفيسبوك.

وحسب متغير المستوى التعليمي نجد اعلى نسبة من المجيبين بنعم كانت لصالح المستوى التعليمي الجامعي و التي قدرت ب 67% تليها نسبة المستوى التعليمي الثانوي ب 15% ثم المستوى التعليمي المتوسط بنسبة 2.5% اما اعلى نسبة للمجيبين بلا كانت أيضا لصالح المستوى الجامعي بنسبة 9% تليها نسبة المستوى الثانوي ب 3% اما نسبة كل من فئة دون مستوى و المستوى التعليمي المتوسط و فئة دون مستوى فقد كانت نسبتها منعدمة تماما و التي قدرت ب 0%. و عند حساب الدلالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.084 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي و أهمية نقد ما يتم نشره قبل التفاعل معه من قبل الباحثين على تطبيق الفيسبوك.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (4): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة حول إمكانية التحقق من مصداقية الاخبار السياسية التي يتلقونها عبر الفيسبوك من مصادر أخرى:

المجموع	الإجابات		المتغيرات		
	لا	نعم			
82	13	69	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%6.5	%84.5	النسبة المئوية		
118	11	107	التكرار	أنثى	
%59.0	%5.5	%53.5	النسبة المئوية		
200	24	176	التكرار	المجموع	
%100	%12.0	%88.0	النسبة المئوية		
136	15	121	التكرار	من 18	السن
%68.0	%7.5	%60.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	6	32	التكرار	من 26	
%19.0	%3.0	%16.0	النسبة المئوية	الى 35	
26	3	23	التكرار	من 36	
%13	%1.5	%11.5	النسبة المئوية	الى 40	
200	24	176	التكرار	المجموع	
%100	%12.0	%88.0	النسبة المئوية		
5	0	5	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.0	%2.5	النسبة المئوية	مستوى	
7	0	7	التكرار	متوسط	
%3.5	%0.0	%3.5	النسبة المئوية		
36	6	30	التكرار	ثانوي	
%18.0	%3.0	%15.0	النسبة المئوية		
152	18	134	التكرار	جامعي	
%76.0	%9.0	%67.0	نسبة المئوية		

الإطار التطبيقي للدراسة

المجموع	التكرار	176	24	200
	النسبة المئوية	%88.0	%12.0	%100
المتغير	ك2	الدلالة الإحصائية		
الجنس	0.162	لا توجد علاقة ارتباطية		
السن	0.725	لا توجد علاقة ارتباطية		
المستوى الدراسي	0.497	لا توجد علاقة ارتباطية		

يظهر في الجدول أعلاه النتائج الإحصائية التي تبين ما إذا كان أفراد العينة يتحققون من مصداقية الأخبار السياسية التي يتلقونها عبر تطبيق الفيسبوك من مصادر أخرى، حيث جاءت أعلى نسبة لصالح الفئة المحيية بنعم والتي قدرت ب 88% اما نسبة المحيين بلا قدرت ب 12%.

في متغير الجنس نجد ان أعلى نسبة من الإجابات بنعم كانت لصالح فئة الاناث ب 5.53% تليها نسبة الذكور ب 34.5%، اما أعلى نسبة من المحيين بلا كانت لصالح فئة الذكور والتي قدرت ب 6.5% تليها فئة الاناث بنسبة 5.5%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.162 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وتحقق افراد العينة من مصداقية الأخبار السياسية التي يتلقونها عبر تطبيق الفيسبوك من مصادر أخرى.

اما في متغير السن نجد ان الفئة العمرية "18-25" جاءت في المرتبة الأولى من حيث نسبة الإجابات بنعم والتي قدرت ب 60.5% لتليها الفئة العمرية "26-35" بنسبة 16% ثم نسبة الفئة العمرية "36-40" والتي قدرت ب 11.5%، كما نجد ان الفئة العمرية "36-40" احتلت الصدارة من حيث الإجابة بلا وكان ذلك بنسبة 12% تليها الفئة العمرية "18-25" بنسبة 3%، والفئة العمرية "25-36" بنسبة 1.5%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.497 وهي أكبر من

0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي وتحقق افراد العينة من مصداقية الأخبار السياسية التي يتلقونها عبر تطبيق الفيسبوك من مصادر أخرى.

وحسب متغير المستوى التعليمي نجد اعلى نسبة من المجيبين بنعم كانت لصالح المستوى التعليمي الجامعي والتي قدرت ب 67%، تليها نسبة المستوى التعليمية الثانوي ب 15%، ثم المستوى التعليمي المتوسط بنسبة 3.5% وفئة دون المستوى 2.5%، اما اعلى نسبة للمجيبين بلا كانت أيضا لصالح المستوى التعليمي الجامعي بنسبة 9% تليها نسبة المستوى الثانوي 3% اما نسبة كل من المستوى التعليمي وفئة دون المتوسط كانت منعدمة تماما والتي قدرت ب 0%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.162 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وتحقق افراد العينة من مصداقية الأخبار السياسية التي يتلقونها عبر تطبيق الفاسبوك من مصادر أخرى..

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (5): جدول يوضح تفريخ إجابات العينة في مدى قدرتهم على التمييز بين الأخبار الحقيقية

والاخبار المفبركة حول قضية سياسية معينة عبر تطبيق الفيسبوك:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	نادرا	أحيانا	دائما			
82	9	47	26	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%4.5	%23.5	%13	النسبة المئوية		
118	10	72	36	التكرار	أنثى	
%59.0	%5.0	%36.0	%18.0	النسبة المئوية		
200	19	119	62	التكرار	المجموع	
%100	%9.5	59.5	%31.0	النسبة المئوية		
136	16	83	37	التكرار	من 18	السن
%68.0	%8.0	%41.5	%18.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	0	23	15	التكرار	من 26	
%19.0	%0.0	%11.5	%7.5	النسبة المئوية	الى 35	
26	3	13	10	التكرار	من 36	
%13.0	%1.5	%6.5	%5.0	النسبة المئوية	الى 40	
200	19	119	62	التكرار	المجموع	
%100	%9.5	%59.5	%31.0	النسبة المئوية		
5	1	1	3	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.5	%0.5	%1.5	النسبة المئوية	مستوى	
7	2	5	0	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.0	%2.5	%0.0	النسبة المئوية		
36	5	21	10	التكرار	ثانوي	
%12.0	%2.5	%10.5	%5.5	النسبة المئوية		
152	11	92	49	التكرار	جامعي	
%76.0	%5.5	%46.0	%24.5	نسبة المئوية		
200	19	119	62	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

%100	%9.5	%59.0	%31.0	النسبة المئوية	
				ك2	المتغير
				0.798	الجنس
				0.142	السن
				0.123	المستوى التعليمي

يوضح الجدول أعلاه النتائج الإحصائية التي تبين قدرة افراد العينة على التمييز بين الاخبار الحقيقية والاخبار المفبركة حول قضية سياسية معينة عبر تطبيق الفاسبوك، حيث احتلت المرتبة الأولى من حيث نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأحياننا والتي قدرت ب 59.5% تليها نسبة الإجابات بدائمت والتي قدرت ب 31% اما نسبة نادرا فقدرت ب 9.5%.

في متغير الجنس نجد ان نسبة الاناث جاءت في المرتبة الأولى من حيث الإجابة بأحياننا والتي قدرت ب 36% لتليها نسبة الذكور ب 23.5%، اما نسبة الإجابة بدائمت من الاناث قدرت ب 18% لتليها نسبة الذكور ب 13% ونسبة المجيبين بنادرا من الاناث قدرت ب 5% لتليها نسبة الذكور ب 4.5%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.798 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وقدرة افراد العينة على التمييز بين الاخبار الحقيقية والاخبار المفبركة حول قضية سياسية معينة عبر تطبيق الفيسبوك.

اما في متغير السن فنلاحظ ان الفئة العمرية "18-25" اخذت اعلى نسبة من حيث المجيبين بأحياننا والتي قدرت ب 41.5 تليها نسبة الفئة العمرية "26-35" والتي قدرت ب 11.5 ونسبة الفئة العمرية "36-40" قدرت ب 6.5%، اما الإجابات بدائمت كانت نسبة الفئة العمرية الأولى 18.5% و 7.5% للفئة العمرية الثانية و 5% للفئة العمرية الثالثة، وكانت نسبة الإجابات بنادرا للفئة العمرية الأولى 8% لتليها نسبة الفئة العمرية "36-40" والتي قدرت ب 1.5% اما نسبة الفئة العمرية "35-40" فقد كانت منعدمة تماما

وتمثلت في 0%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.142 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن وقدرة افراد العينة على التمييز بين الاخبار الحقيقية والاخبار المفبركة حول قضية سياسية معينة عبر تطبيق الفيسبوك.

حسب متغير المستوى التعليمي نجد ان المستوى الجامعي اخذ المرتبة الأولى من الإجابات بأحياننا والتي قدرت ب 10.5%، نسبة فئة دون المستوى والتي كانت 1.5% ونسبة المستوى التعليمي المتوسط كانت تماما، في حين ان نسبة المجيبين بنادرا قدرت 5.5% للمستوى الجامعي، 2.5% للمستوى الثانوي، 1% للمستوى المتوسط و 0.5% لفئة دون المستوى. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.123 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى وقدرة افراد العينة على التمييز بين الاخبار الحقيقية والاخبار المفبركة حول قضية سياسية معينة عبر تطبيق الفيسبوك.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (6): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة في مدى قيام تطبيق الفاسبوك بإظهار محتويات حول

القضية الفلسطينية:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	نادرا	أحيانا	دائما			
82	33	37	12	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%16.5	%18.5	%6.0	النسبة المئوية		
118	25	66	27	التكرار	أنثى	
%59.0	%12.5	%33.0	%13.5	النسبة المئوية		
200	58	103	39	التكرار	المجموع	
%100	%29.0	%51.5	%19.5	النسبة المئوية		
136	33	72	31	التكرار	من 18	السن
%68.0	%16.5	%36.0	%15.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	13	19	6	التكرار	من 26	
%19.0	%6.5	%9.5	%3.0	النسبة المئوية	إلى 35	
26	12	12	2	التكرار	من 36	
%13.0	%6.0	%6.0	%1.0	النسبة المئوية	الى 40	
200	58	103	39	التكرار	المجموع	
%100	%29.0	%51.0	%19.5	النسبة المئوية		
5	4	0	1	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%2.0	%0.0	%0.5	النسبة المئوية	مستوى	
7	2	2	3	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.0	%1.0	%1.5	النسبة المئوية		
36	13	17	6	التكرار	ثانوي	
%18.0	%6.5	%8.5	%3.0	النسبة المئوية		
152	39	84	29	التكرار	جامعي	
%76.0	%19.5	%42.0	%14.5	نسبة المئوية		
200	58	103	39	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

النسبة المئوية	19.0	51.5	29.0	100%
المتغير	ك2			
الجنس	0.012			توجد علاقة ارتباطية
السن	0.128			لا توجد علاقة ارتباطية
المستوى الدراسي	0.70			لا توجد علاقة ارتباطية

يوضح الجدول اعلى النتائج الإحصائية التي تبين مدى قيام الفيسبوك بإظهار محتويات حول القضية الفلسطينية لأفراد العينة حيث نجد ان اعلى نسبة كانت لصالح المجيبين بأحياننا والتي قدرت ب 51% تليها نسبة المجيبين بنادرا والتي قدرت ب 29% المجيبين بدائمات والتي قدرت به 15.5%.

في متغير السن نجد ان نسبة فئة الاناث كانت الاعلى من حيث الإجابة بأحياننا و قدرت ب 33% تليها نسبة فئة الذكور ب 18.5% اما بالنسبة للمجيبين بنادرا فقد قدرت نسبة الذكور ب 16.5% لتليها فئة الاناث بنسبة 12.5% اما في الإجابة بدائمات كانت نسبة الاناث 13.5% و 6% للذكور. تم حساب كاف تربيع وكان ذلك دال احصائيا لان الدلالة الإحصائية بلغت 0.012 اي اقل من 05.0 بمعنى ان هناك علاقة ارتباطية بين متغير الجنس ومدى قيام الفاسبوك بإظهار محتويات حول القضية الفلسطينية لأفراد العينة.

اما في متغير السن نجد ان نسبة الفئة العمرية من 18 الى 25 في الإجابة بأحياننا قدرت ب 36% تليها نسبة الفعل العمرية من 26 الى 35 والتي قدرت ب 9.5% ثم نسبة الفئة العمرية من 36 الى 40 قدرت ب 6% وفي الإجابة بنادرا قدرت نسبة الفئة العمرية الاولى ب 16.5% وكانت نسبة الفئة العمرية الثانية والثالثة متقاربة حيث ان نسبة الفئة العمرية من 26 الى 35 قدرت ب 6.5% بينما قدرت نسبة الفئة العمرية من 35 الى 40 ب 6% فقط وفي الإجابة دائما قدرت نسبة الفئة الاولى ب 15.5% اما الفئة العمرية الثانية ب 3% ثم الفئة الثالثة ب 1%. تم حساب كاف تربيع وكان ذلك غير دال احصائيا لان الدلالة الإحصائية بلغت 0.128 اي أكبر من 0.05 بمعنى انه لا توجد هناك علاقة ارتباطية بين متغير السن ومدى قيام الفيسبوك بإظهار محتويات حول القضية الفلسطينية لأفراد العينة.

وحسب متغير المستوى التعليمي نجد ان المستوى التعليمي الجامعي جاء في المرتبة الاولى من حيث الاجابات بأحياننا والذي قدرت نسبته ب 42% تليه نسبة المستوى الثانوي 8.5% ونسبة المستوى المتوسط 1% اما نسبة فئة دون مستوى فكان الصفر بالمئة كما نجد نسبة 19.5% للمستوى الجامعي في الإجابة بنادرا تليها نسبة المستوى الثانوي ب 6.5% ثم نسبة فئة دون مستوى ب 2.5% و 3% للمستوى الثانوي من حيث الإجابة بدائما و 1.5% للمستوى المتوسط 14.5% للمستوى الجامعي و 0.5% لفئة دون مستوى. تم حساب كاف تربيع وكان ذلك غير دال احصائيا لان الدلالة الإحصائية بلغت 0.70 اي أكبر من 0.05 بمعنى انه لا توجد هناك علاقة ارتباطية بين متغير المستوى التعليمي ومدى قيام الفيسبوك بإظهار محتويات حول القضية الفلسطينية لأفراد العينة.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (7): جدول يوضح تفرغ إجابات العينة في مدى التفاعل مع المنشورات التي تتحدث حول

القضية الفلسطينية عبر تطبيق الفيسبوك:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	نادرا	أحيانا	دائما			
82	7	18	57	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%3.5	%9.0	%28.5	النسبة المئوية		
118	2	20	96	التكرار	أنثى	
%59.0	%1.0	%10.0	%48.0	النسبة المئوية		
200	9	38	153	التكرار	المجموع	
%100	%4.5	%19.0	%76.5	النسبة المئوية		
136	7	25	104	التكرار	من 18	السن
%68.0	%3.5	%12.5	%52.0	النسبة المئوية	الى 25	
38	2	8	28	التكرار	من 26	
%19.0	%1.0	%4.0	%14.0	النسبة المئوية	الى 35	
26	0	5	21	التكرار	من 36	
%13.0	%0.0	%2.5	%10.5	النسبة المئوية	الى 40	
200	9	38	153	التكرار	المجموع	
%100	%4.5	%19.0	%76.5	النسبة المئوية		
5	1	0	4	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.5	%0.0	%2.0	النسبة المئوية	مستوى	
7	0	4	3	التكرار	متوسط	
%3.5	%0.0	%2.0	%1.5	النسبة المئوية		
36	2	11	23	التكرار	ثانوي	
%18.0	%1.0	%5.5	%11.5	النسبة المئوية		
152	6	23	123	التكرار	جامعي	
%76.0	%3.0	%11.5	%61.5	نسبة المئوية		
200	9	38	153	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

النسبة المئوية	76.5%	19.0%	4.5%	100%
المتغير	ك2	الدلالة الإحصائية		
الجنس	0.038	توجد علاقة ارتباطية		
السن	0.816	لا توجد علاقة ارتباطية		
المستوى الدراسي	0.017	توجد علاقة ارتباطية		

يمثل الجدول اعلاه النتائج الإحصائية التي تبين تفاعل افراد العينة مع المحتويات التي تنشط حول طوفان الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك حيث كانت الإجابة دائما في اعلى نسبة ب 76.5% الإجابة بأحيانا ب 19.0% و اتت نادرا في المرتبة الأخيرة بنسبه 9%.

وحسب متغير الجنس الإجابة دائما على نسبة 48% من الإناث ونسبة 28.5% من الذكور كما حصلت اجابة احيانا على 10% من الاناث و 9% من الذكور وحصلت الإجابة نادرا على 3.5% من الذكور و 1% من الإناث.. تم حساب كاف ترييع والذي كان دال احصائيا لأن الدلالة الإحصائية بلغت 0.038 اي أقل من 0.05 بمعنى انه توجد هناك علاقة ارتباطيه بين متغير الجنس وتفاعل افراد العينة مع المحتويات التي تنشط حول طوفان الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

في متغير السن حصلت الإجابة دائما على اعلى نسبة من الفئة العمرية من 18 الى 25 والتي قدرت ب 52% والإجابة بأحيانا بنسبة 12.5% ثم نادرا بنسبة 3.5% اما بالنسبة لفئة من 36 الى 40 جاءت الإجابة بنادرا في اقل مرتبة والتي قدرت ب 0%، تليها نسبة الإجابة بأحيانا ب 2.5% ودائما بنسبة 10%. وبالنسبة لفئة 26 الى 35 اخذت الإجابة دائما اعلى نسبة ب 14% وأحيانا 4% ونادرا 1%. تم حساب كاف ترييع والذي كان غير دال احصائيا لأن الدلالة الإحصائية بلغت 0.816 اي أكبر من 0.05 بمعنى انه توجد هناك علاقة ارتباطيه بين متغير السن وتفاعل افراد العينة مع المحتويات التي تنشط حول طوفان الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

حسب المستوى التعليمي فقد حصلت فئتين دون مستوى والمستوى التعليمي المتوسط على نسب متقاربة في الإجابة بأحيانا تراوحت بين 0.0% و 2.0% بينما حصلت اجابه دائما 11.5% بالنسبة للمستوى الثانوي ونادرا على نسبة 1.0% اما بالنسبة للمستوى الجامعي حصلت الإجابة بنادرا على نسبه 3.0% والإجابة دائما على نسبه 61.0% والإجابة احيانا على 11.5%. تم حساب كاف تربيع والذي كان دال احصائيا لأن الدلالة الإحصائية بلغت 0.017 اي اقل من 0.05 بمعنى انه توجد هناك علاقة ارتباطيه بين متغير المستوى التعليمي وتفاعل افراد العينة مع المحتويات التي تنشط حول طوفان الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

المحور الثالث أساليب القمع الرقمي في تداولية المحتوى السياسي حول طوفان الأقصى عبر تطبيق

الفيسبوك:

الجدول (1): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة حول اسبقية التعرض لحسابات مزيفة تقوم بالتعليق على

منشورات طوفان الأقصى بأسلوب عدائي عبر تطبيق الفيسبوك:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	أحيانا	أحيانا	دائما			
82	22	35	25	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%11.0	%17.5	%12.5	النسبة المئوية		
118	52	46	20	التكرار	أنثى	
%59.0	%26.0	%23.0	%10.0	النسبة المئوية		
200	74	81	45	التكرار	المجموع	
%100	%37.0	%40.5	%22.5	النسبة المئوية		
136	45	62	29	التكرار	من 18	السن
%68.0	%22.5	%31.0	%14.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	17	11	10	التكرار	من 26	
%19.0	%8.5	%5.5	%5.0	النسبة المئوية	إلى 35	
26	12	8	6	التكرار	من 36	
%13.0	%6.0	%4.0	%3.0	النسبة المئوية	الى 40	
200	74	81	45	التكرار	المجموع	
%100	%37.0	%40.5	%22.5	النسبة المئوية		
5	1	1	3	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.5	%0.5	%1.5	النسبة المئوية	مستوى	
7	2	5	0	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.0	%2.5	%0.0	النسبة المئوية		

الإطار التطبيقي للدراسة

المتغير	ك2	الدلالة الإحصائية			
		الجنس	0.018	توجد علاقة ارتباطية	
السن	0.305	لا توجد علاقة ارتباطية			
المستوى الدراسي	0.149	لا توجد علاقة ارتباطية			

المجموع	التكرار	النسبة المئوية	جامعي		ثانوي	
			التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
45	81	22.5%	32	16.0%	10	5.0%
74	146	37.0%	59	29.5%	16	8.0%
200	200	100%	152	76.0%	36	18.0%

يوضح الجدول اعلاه النتائج الإحصائية التي تبين تعرض افراد العينة لحسابات مزيفه تقوم بالتعليق على منشورات طوفان الاقصى بأسلوب عدائي عبر تطبيق الفيسبوك حيث جاءت نسبة الإجابة بأحيانا في المرتبة الاولى والتي قدرت ب 40.5% تليها نسبة الإجابة بنادرا 37% ثم الإجابة بدائما بنسبة 22.5%. وفي متغير الجنس نجد ان اعلى نسبة كانت لصالح فئة الاناث في الإجابة بنادرا والتي قدرت في 26% تليها فئة الذكور بالنسبة 11% اما في الإجابة باحيانا جاءت نسبة الاناث ب 23% والذكور ب 17.5% وفي الإجابة بدائما قدرت نسبة الذكور ب 12.5% ونسبة الاناث 10%. تم حساب كاف تربيع وكان ذلك دال احصائيا لان الدلالة الإحصائية بلغت 0.018 اي اقل من 0.05 بمعنى ان هناك علاقة ارتباطيه بين متغير الجنس وتعرض افراد العينة لحسابات مزيفه تقوم بالتعليق على منشورات طوفان الاقصى بأسلوب عدائي عبر تطبيق الفيسبوك.

اما بالنسبة لمتغير السن نجد نسبة الفئة العمرية من 18 الى 25 في الإجابة باحيانا قدرت بي 31% تليها نسبة الفئة العمرية من 26 الى 35 وقدرت ب 5.5% ثم الفئة العمرية من 36 الى 40 بنسبة 4% وفي الإجابة بنادرا جاءت نسبة الفئة العمرية الاولى 22.5% والفئة العمرية الثانية بنسبة 8.5% والفئة العمرية الثالثة 6% اما في الإجابة بدائما قدرت نسبة الفئة العمرية الاولى ب 14.5% والفئة العمرية الثانية 5% والفئة العمرية الثالثة ب 3%. تم حساب كاف تربيع وكان ذلك غير داء الإحصائية لان الدلالة الإحصائية بلغت 0.305

الإطار التطبيقي للدراسة

اي أكبر من 0.05 وهذا يعني انه ليس هناك علاقة ارتباطيه بين متغير السن وتعرض افراد العينة لحسابات مزيفه تقوم بالتعليق بأسلوب عدائي على محتويات طوفان اقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

وحسب متغير المستوى التعليمي نجد ان اعلى نسبة كانت لصالح المستوى التعليمي الجامعي في الإجابة بنادرا والتي قدرت ب 30.5% ونسبة المستوى الثانوي 5% والمستوى التعليمي المتوسط 1% وفي فئة دون مستوى 0.5% اما الإجابة بدائما جاءت نسبة المستوى الجامعي 16% والمستوى الثانوي 5% وفي الدون مستوى 1.5% اما المستوى التعليمي المتوسط فقد قدرت نسبته بصفر بالمئة في الإجابة باحيانا جاءت نسبة المستوى الجامعي 29.5% والمستوى الثانوي 8% والمستوى المتوسط 2.5% دون مستوى قدرت نسبتها ب 0.5%.

تم حساب كاف تربيع وكان ذلك غير دال احصائيا لان الدلالة الإحصائية بلغت 0.149 اي أكبر من 0.5 وبالتالي لا وجود لعلاقه ارتباطيه بين متغير المستوى التعليمي وتعرض افراد العينة لحسابات مزيفه تقوم بالتعليق على منشورات طوفان الاقصى بأسلوب عدائي عبر تطبيق الفيسبوك.

الجدول (02): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة في إمكانية إلغاء مشاركة رأبي حول أحداث طوفان

الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك:

المجموع	الإجابات		المتغيرات		
	لا	نعم			
82	61	21	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%30.5	%10.5	النسبة المئوية		
118	96	22	التكرار	أنثى	
%59.0	%48.0	%11.0	النسبة المئوية		
200	157	43	التكرار	المجموع	
%100	%78.5	%21.5	النسبة المئوية		
136	110	26	التكرار	من 18	السن
%68.0	%55.0	%13.0	النسبة المئوية	الى 25	
38	32	6	التكرار	من 26	
%19.0	%16.0	%3.0	النسبة المئوية	الى 35	
26	15	43	التكرار	من 36	
%13.0	%7.5	%21.5	النسبة المئوية	الى 40	
200	157	43	التكرار	المجموع	
%100	%78.5	%21.5	النسبة المئوية		
5	1	4	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.5	%2.0	النسبة المئوية	مستوى	
7	5	2	التكرار	متوسط	
%3.5	%2.5	%1.0	النسبة المئوية		
36	28	8	التكرار	ثانوي	
%18.0	%14.0	%4.0	النسبة المئوية		
152	123	29	التكرار	جامعي	
%76.0	%61.5	%14.5	نسبة المئوية		

تم حساب كاف تربيع والذي كان دال احصائيا لان الدلالة بلغت 0.012 اي اقل من 0.05 وبالتالي وجود علاقة ارتباطية بين متغير المستوى الدراسي والغاء افراد العينة مشاركة آرائهم حول طوفان الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (03): جدول يوضح تفرغ إجابات العينة للأسباب التي تجعل الفرد يلغي نشر رايه حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	أخرى	خسارة المتابعين	الخوف من حظر حسابي			
82	24	19	39	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%12.0	%8.0	%19.5	النسبة المئوية		
118	21	32	65	التكرار	أنثى	
%59.0	%10.5	%16.0	%32.5	النسبة المئوية		
200	45	51	104	التكرار	المجموع	
%100	%22.5	%25.5	%52.0	النسبة المئوية		
136	33	29	74	التكرار	18 من الى 25	السن
%68.0	%16.5	%14.5	%37.0	النسبة المئوية		
38	6	9	23	التكرار	26 من الى 35	
%19.0	%3.0	%4.5	%11.5	النسبة المئوية		
26	6	13	7	التكرار	36 من الى 40	
%13.0	%3.0	%6.5	%3.5	النسبة المئوية		
200	45	51	104	التكرار	المجموع	
%100	%22.5	%25.5	%52.0	النسبة المئوية		
5	0	3	2	التكرار	دون مستوى	المستوى التعليمي
%2.5	%0.0	%1.5	%1.0	النسبة المئوية		
7	1	3	3	التكرار	متوسط	
%3.5	%0.5	%1.5	%1.5	النسبة المئوية		
36	15	10	11	التكرار	ثانوي	
%18.0	7.5%	%5.0	%5.5	النسبة المئوية		
152	29	35	88	التكرار	جامعي	
%76.0	%14.5	%17.5	%44.0	نسبة المئوية		
200	45	51	104	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

النسبة المئوية	52.0%	25.5%	22.5%	100%
المتغير	ك2			
الجنس	0.161		لا توجد علاقة ارتباطية	
السن	0.018		توجد علاقة ارتباطية	
المستوى الدراسي	0.13		لا توجد علاقة ارتباطية	

يوضح الجدول اعلاه النتائج الإحصائية التي تبين الاسباب التي تجعل افراد العينة يلغون نشر آرائهم حول طوفان الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك حيث جاءت الإجابة بالخوف من حظر حسابي في المرتبة الاولى بنسبة 52% تليها الإجابة بخسارة المتابعين ب 25.5% اما الإجابة بأخرى فقد قدرت نسبتها ب 22.5%. في متغير الجنس نجد ان نسبة فئة الاناث في الإجابة بالخوف من حظر حسابي قدرت ب 32.5% تليها نسبة الذكور ب 19.5% اما بالنسبة للإجابة بخسارة المتابعين قدرت نسبة الاناث في 16% والذكور ب 8% وفي الإجابة بأخرى قدرت نسبة الذكور ب 12% نسبة الاناث ب 10.5%. تم حساب كاف تربيع والذي كان غير داء الإحصائيات لان الدلالة الإحصائية بلغت 0.161 اي أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد علاقة ارتباطية بين متغير الجنس والاسباب التي تجعل افراد العينة يلغون نشر آرائهم حول طوفان اقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

اما في متغير السن جاءت الفئة العمرية من 18 الى 25 في المرتبة الاولى في جميع الاجابات بداية مع الخوف من حظر حسابي والذي قدر ب 37% خسارة المتابعين ب 14.5% والإجابة بأخرى 16.5%. اما بالنسبة للفئة العمرية من 26 الى 35 جاءت نسبتهم 11.5% للإجابة الاولى 4.5% للإجابة الثانية 3% للإجابة الثالثة والفئة العمرية من 36 الى 40 جاءت نسبتها 3.5% للإجابة الاولى 6.5% للإجابة الثانية و3% للإجابة الثالثة. تم حساب كاف تربيع والذي كان دال احصائيا لان الدلالة بلغت 0.018 اي اقل من 0.05 وبالتالي وجود علاقة ارتباطية بين متغير السن والاسباب التي تجعل افراد العينة يلغون نشر آرائهم حول طوفان اقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

وحسب متغير المستوى التعليمي نجد ان المستوى التعليمي الجامعي جاء في المرتبة الاولى من حيث الإجابة بالخوف من حظر حسابي والذي قدرت نسبته ب 44% يليه المستوى التعليمي الثانوي بنسبة 5.5% والمستوى المتوسط 1.5% وفئة دون مستوى 1% الإجابة بخسارة المتابعين جاءت نسبة المستوى الجامعي ب 17.5% تليها نسبة المستوى الثانوي 5% اما المستوى المتوسط وفعنه دون مستوى قدرت نسبتهما ب 1.5% وفي الإجابة بأخرى قدرت نسبة المستوى الجامعي ب 14.5% ثم المستوى الثانوي 7.5% المستوى المتوسط 0.5% وفي دون مستوى صفر بالمئة. تم حساب كيف تربيع وكان ذلك غير داله احصائيا لان الدلالة بلغت 0.13 اي أكبر من 0.05 وبالتالي لا وجود لعلاقه بين متغير المستوى التعليمي والاسباب التي تجعل افراد العينة يلغون نشر آرائهم حول طوفان الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (04): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة في قيامهم بتلقي محتويات حول طوفان الأقصى

باستمرار عبر تطبيق الفيسبوك:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	نادرا	أحيانا	دائما			
82	27	37	18	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%13.5	%18.5	%9.0	النسبة المئوية		
118	35	54	29	التكرار	أنثى	
%59.0	%17.5	%27.0	%14.5	النسبة المئوية		
200	62	91	47	التكرار	المجموع	
%100	%31.0	%45.5	%23.5	النسبة المئوية		
136	38	62	36	التكرار	18 من	السن
%68.0	%19.0	%31.0	%18.0	النسبة المئوية	الى 25	
38	12	20	6	التكرار	26 من	
%19.0	%6.0	%10.0	%3.0	النسبة المئوية	إلى 35	
26	12	9	5	التكرار	36 من	
%13.0	%6.0	%4.5	%2.5	النسبة المئوية	الى 40	
200	62	91	47	التكرار	المجموع	
100%	%31.0	%45.5	%23.5	النسبة المئوية		
5	4	0	1	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%2.0	%0.0	%0.5	النسبة المئوية	مستوى	
7	2	2	3	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.0	%1.0	%1.5	النسبة المئوية		
36	13	17	6	التكرار	ثانوي	
%18.0	%6.5	%8.5	%3.0	النسبة المئوية		
152	39	84	29	التكرار	جامعي	
%76.0	%19.5	%42.0	%14.5	نسبة المئوية		
200	62	91	47	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

%100	%31.0	%45.5	%23.5	النسبة المئوية	
				ك2	المتغير
				0.855	الجنس
				0.276	السن
				0.940	المستوى التعليمي
الدلالة الإحصائية		لا توجد علاقة ارتباطية			

يوضح الجدول أعلاه النتائج الإحصائية التي تبين تلقي أفراد العينة محتويات حول طوفان الأقصى تطبيق الفيسبوك حيث حصلت اجابة احيانا على اعلى نسبة ب 45.5% تليها الإجابة بنادرا ب 31.0% دائما بالنسبة 23.5%.

حسب متغير السن فقد جاءت الإجابة احيانا بأعلى نسبة 30.0% من فئة 18 الى 25 وجاءت الإجابة نادرا في المرتبة الثانية بالنسبة 19.0% والإجابة دائما 10.0% في حين جاءت الإجابة نادرا 0% دائما بنسبة 3.0% وأحيانا بنسبة 10.0% من الفئة 26 الى 35، ومن الفئة 36 الى 40 دائما على نسبة 2.5% نسبة 4.5% والإجابة نادرا على 6.0%. عند حساب الدالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.855 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وتلقي الباحثين محتويات حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

في متغير الجنس جاءت نسبة فئة الاناث في المرتبة الأولى من حيث الإجابة باحيانا والتي قدرت ب 27% تليها نسبة فئة الذكور ب 18.5%، اما بالنسبة للإجابة بنادرا جاءت نسبة فئة الاناث ب 17.5% تليها نسبة الذكور ب 13.5%، والإجابة بدائما جاءت نسبة الاناث ب 14.5% تليها نسبة الذكور ب 9%. عند حساب الدالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.272 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وتلقي الباحثين محتويات حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

وحسب المستوى التعليمي فقد حصل جميع الاجابات على نسب متقاربة بالنسبة للفئتين دون مستوى والمستوى التعليمي المتوسط بنسب تتراوح بين 0.0% و 2.5% وحسب المستوى الثانوي حصلت الإجابة احيانا على نسبه 8.5% والإجابة نادرا على 6.5% والإجابة دائما على نسبة 3.0% الجامعيين فقد اجابوا

الإطار التطبيقي للدراسة

بدائما بنسبة 14.5% والإجابة على احيانا حصلت على 42,0% والإجابة بنادرا 19.5% عند حساب الدالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.940 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس و تلقي المبحثن محتويات حول طوفان الاقصى تطبيق الفيسبوك.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (05): جدول يوضح تفريغ أجاب العينة في التفاعل مع المحتويات التي تنشط حول طوفان

الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	نادرا	أحيانا	دائما			
82	9	25	48	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%4.5	%12.5	%24.0	النسبة المئوية		
118	14	37	67	التكرار	أنثى	
%59.0	%7.0	%18.5	%33.5	النسبة المئوية		
200	23	62	115	التكرار	المجموع	
%100	%11.5	%31.0	%57.5	النسبة المئوية		
136	15	46	74	التكرار	من 18	السن
%68.0	%8.0	%23.0	%37.0	النسبة المئوية	الى 25	
38	5	10	23	التكرار	من 26	
%19.0	%2.5	%5.0	%11.5	النسبة المئوية	الى 35	
26	2	6	18	التكرار	من 36	
%13.0	%1.0	%3.0	%9.0	النسبة المئوية	الى 40	
200	23	62	115	التكرار	المجموع	
%100	%11.5	%31.0	%57.5	النسبة المئوية		
5	0	2	3	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.0	%1.0	%1.5	النسبة المئوية	مستوى	
7	1	4	2	التكرار	متوسط	
%3.5	%0.5	%2.0	%1.0	النسبة المئوية		
36	6	8	22	التكرار	ثانوي	
%18.0	%3.0	%4.0	%11.0	النسبة المئوية		
152	16	48	88	التكرار	جامعي	
%76.0	%8.0	%24.0	%44.0	نسبة المئوية		
200	23	62	115	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

النسبة المئوية	57.5%	31.0%	11.5%	100%
المتغير	ك2	الدلالة الإحصائية		
الجنس	0.965	لا توجد علاقة ارتباطية		
السن	0.648	لا توجد علاقة ارتباطية		
المستوى التعليمي	0.509	لا توجد علاقة ارتباطية		

يمثل الجدول أعلاه النتائج الإحصائية التي تبين تفاعل أفراد العينة مع المحتويات التي تنشط حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفاسبوك حيث كانت الإجابة دائما في اعلى نسبة ب 57.5% الإجابة احيانا ب 31.0% واثت نادرا في المرتبة الأخيرة بنسبة 11.5%.

وحسب متغير الجنس حصلت الإجابة دائما على نسبة 24.0% من الذكور ونسبة 33.5% من الاناث ما حصلت اجابة احيانا على 18.5% من الاناث و 12.5 من الذكور حصلت الإجابة نادرا على 7.0% من الاناث 4.5% من الذكور. عند حساب الدالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.965 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وتفاعل افراد العينة مع المحتويات التي تنشط حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

حسب متغير السن لقد حصلت الإجابة دائما على اعلى نسبة 0% الإجابة باحيانا بالنسبة 23.0% ثم نادرا بنسبة 8.0% بالنسبة لفئة 18 الى 25 الإجابة نادرا في اقل مرتبة 2.5 بالنسبة لفئة 26 الى 35 ما اخذت الإجابة دائما اعلى نسبة ب 11.5% وأحيانا 0% ومن الفئة 36 الى 40 اجابة احيانا على نسبة 0% والإجابة نادرا على 1.0% دائما على نسبة 9.0%. عند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.648 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن وتفاعل افراد العينة مع المحتويات التي تنشط حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

حسب المستوى التعليمي فقد حصلت فئتين دون مستوى والمستوى التعليمي المتوسط على نسب متقاربة تراوحت بين 0.0% و 2.0% في الإجابة باحيانا ونادرا، بينما حصلت اجابة دائما 11.0% بالنسبة

للمستوى الثانوي و4.0% في الإجابة باحيانا وحصلت نادرا على نسبة 3.0% وبالنسبة للمستوى الجامعي حصلت الإجابة نادرا على نسبة 8.0% والإجابة دائما على نسبة 44.0% والإجابة احيانا على 24.0%. عند حساب الدلالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.509 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي وتفاعل افراد العينة مع المحتويات التي تنشط حول طوفان الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

الجدول (06): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة في استخدام الحساب الشخصي عند مشاركة آرائهم

حول طوفان الأقصى:

المجموع	الإجابات		المتغيرات		
	لا	نعم			
82	37	45	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%18.5	%22.5	النسبة المئوية		
118	45	73	التكرار	أنثى	
%59.0	%22.5	%36.5	النسبة المئوية		
200	82	118	التكرار	المجموع	
%100	%41.0	%59.0	النسبة المئوية		
136	57	79	التكرار	من 18	السن
%68.0	%28.5	%39.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	14	24	التكرار	من 26	
%19.0	%7.0	%12.0	النسبة المئوية	الى 35	
26	11	15	التكرار	من 36	
%13.0	%5.5	%7.5	النسبة المئوية	الى 40	
200	82	118	التكرار	المجموع	
%100	%41.0	%59.0	النسبة المئوية		
5	2	3	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%1.0	%1.5	النسبة المئوية	مستوى	
7	3	4	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.5	%2.0	النسبة المئوية		
36	17	19	التكرار	ثانوي	
%18.0	%8.5	%9.5	النسبة المئوية		
182	60	92	التكرار	جامعي	
%76.0	%30.0	%46.0	نسبة المئوية		

الإطار التطبيقي للدراسة

المجموع	التكرار	118	82	200
	النسبة المئوية	%59.0	%41.0	%100
المتغير		ك2	الدلالة الإحصائية	
الجنس		0.323	لا توجد علاقة ارتباطية	
السن		0.845	لا توجد علاقة ارتباطية	
المستوى التعليمي		0.865	لا توجد علاقة ارتباطية	

يمثل الجدول اعلاه استخدام حسابات المبحوثين الشخصية في مشاركة آرائهم حول طوفان الاقصى حيث

كانت الإجابة بنعم بنسبه %59.0 وحصلت الإجابة لا على اقل نسبة ب %41.0

حسب متغير الجنس فقد حصلت الإجابة نعم على نسبة %36.5 والإجابة على نسبة %22.5 وعند

حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.323 وهي أكبر من 0.05 أي

انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس واستخدام المبحوثين لحساباتهم الشخصية عبر تطبيق الفيسبوك لدعم

احداث طوفان الأقصى.

وحسب متغير السن فقد حصلت الإجابة نعم لفئة من 18 الى 25 على نسبة % 39.5 وحصلت الإجابة

لا على نسبة 28.5، وحصلت الإجابة لا على نسبة %7.0 نسبه لفئة من 26 الى 35 ونعم على نسبه

%12.0، ولفئة من 36 الى 40 حصلت نعم على %7.5 ولا على %5.5. عند حساب الدلالة

الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.845 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد

علاقة بين متغير السن واستخدام المبحوثين لحساباتهم الشخصية عبر تطبيق الفيسبوك لدعم احداث طوفان

الأقصى.

حسب متغير المستوى التعليمي حصلت الإجابة نعم على نسبه 1.5 ولا على نسبه %1.0 لفئة دون مستوى

اما المستوى التعليمي المتوسط حصلت الإجابة بنعم على نسبة % 2.0 و لا على نسبة %1.5، وتقاربت

النسب في فئة المستوى الثانوي حيث حصلت نعم على %9.5 ولا على %8.5 بينما فئة الجامعيين اجابت

على نعم بنسبة %46.0 و ب لا على بنسبة %30.5

عند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.865 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن واستخدام المبحثن لحساباتهم الشخصية عبر تطبيق الفيسبوك لدعم احداث طوفان الأقصى.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (07): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة حول القيام بمتابعة صفحات متخصصة في دعم

أحداث طوفان الأقصى:

المجموع	الإجابات		المتغيرات		
	لا	نعم			
82	25	57	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%12.5	%28.5	النسبة المئوية		
118	35	83	التكرار	أنثى	
%59.0	%17.5	%41.5	النسبة المئوية		
200	60	140	التكرار	المجموع	
%100	%30.0	%70.0	النسبة المئوية		
136	43	93	التكرار	من 18	السن
%68.0	%21.5	%46.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	11	27	التكرار	من 26	
%19.0	%5.5	%13.5	النسبة المئوية	الى 35	
26	20	6	التكرار	من 36	
%13.0	%10.0	%3.0	النسبة المئوية	الى 40	
200	60	140	التكرار	المجموع	
%100	%30.0	%70.0	النسبة المئوية		
5	0	5	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.0	%2.5	النسبة المئوية	مستوى	
7	0	7	التكرار	متوسط	
%3.5	%0.0	%3.5	النسبة المئوية		
36	14	22	التكرار	ثانوي	
%18.0	%7.0	%11.0	النسبة المئوية		
152	46	106	التكرار	جامعي	
%76.0	%23.0	%83.0	نسبة المئوية		

الإطار التطبيقي للدراسة

200	60	140	التكرار	المجموع
%100	%30.0	%70.0	النسبة المئوية	
الدلالة الإحصائية		ك2		المتغير
لا توجد علاقة ارتباطية		0.900		الجنس
لا توجد علاقة ارتباطية		0.676		السن
لا توجد علاقة ارتباطية		0.090		المستوى التعليمي

يوضح الجدول اعلاه حول ما إذا كان افراد العينة يقومون بمتابعة صفحات متخصصة في دعم احداث طوفان الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك وحصلت الإجابة نعم على اعلى نسبة ب 70.0% والإجابة ب لا على 30.0%

حسب متغير الجنس فقد حصلت الإجابة نعم على اعلى نسبة من الاناث بنسبة 41.5% وتحصلت لا على نسبة 13.5% بينما كانت إجابات الذكور ب 28.5% على نعم ولا تحصلت على نسبة 17.5% بالنسبة للفتتين ب 4.0%. وعند حساب الدالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.311 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس ومتابعة صفحات متخصصة في دعم طوفان الأقصى من طرف الباحثين عبر تطبيق الفيسبوك.

حسب متغير السن اجابت الفئة العمرية من 18 الى 25 على نعم بنسبة 46.5% وعلى لا بنسبة 21.5% بينما اجابت الفئة من 26 الى 35 على نعم بنسبة 13.5% ولا بنسبة 5.5% والفئة العمرية من 30 الى 40 اجابت على نعم بنسبة 3.0% وعلى لا بالنسبة 10.0%. وعند حساب الدالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.676 وهي أكبر من 0.900 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن ومتابعة صفحات متخصصة في دعم طوفان الأقصى من طرف الباحثين عبر تطبيق الفيسبوك.

وحسب متغير المستوى التعليمي فقد حصلت الإجابة ب لا على نسبة 0.0% بالنسبة للفتتين دون مستوى والمستوى التعليمي المتوسط، بينما حصلت نعم على 2.5% لفئة دون مستوى و 3.5% مستوى التعليم

المتوسط، اما بالنسبة للمستوى التعليمي الثانوي فقد حصلت نعم على نسبة 11.0% ولا على نسبة 7.0%، بينما حصلت نعم على نسبة 83.0% بالنسبة لفئة الجامعيين وحصلت لا على نسبة 23.0%. وعند حساب الدالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.090 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي وعمل تطبيق الفيسبوك على تأجيح الانقسامات السياسية بين الناس حول احداث طوفان الاقصى.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (08): توضح تفريغ إجابات العينة حول أكثر صفحة يتابعونها للتطلع على أحداث طوفان

الأقصى:

المجموع	الإجابات					المتغيرات		
	أخرى	صفحات صحفيين متخصصين	صفحات قنوات تليفزيونية	Eye on Palest ine	In Palest ine			
82	16	20	26	11	9	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%8.0	%10.0	%13.0	%5.5	%4.5	النسبة المئوية		
118	24	27	32	26	9	التكرار	أنثى	
%59.0	%12.0	%13.5	%16.0	%13.0	%4.5	النسبة المئوية		
200	40	47	58	37	18	التكرار	المجموع	
%100	%20.0	%23.5	%29.0	%18.5	%9.0	النسبة المئوية		
136	26	27	40	28	18	التكرار	18 من	السن
%68.0	%13.0	%13.5	%20.0	%14.0	%7.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	7	12	12	5	2	التكرار	26 من	
%19.0	%3.5	%6.0	%6.0	%2.5	%1.0	النسبة المئوية	الى 35	
26	7	8	6	4	1	التكرار	36 من	
%13.0	%3.5	%4.0	%3.0	%2.0	%0.5	النسبة المئوية	الى 40	
200	40	47	58	37	18	التكرار	المجموع	
%100	%20.0	%23.0	%29.0	%18.5	%9.0	النسبة المئوية		
5	0	0	2	2	1	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.0	%0.0	%1.0	%1.0	%0.5	النسبة المئوية	مستوى	
7	2	3	2	0	0	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.0	%1.5	%1.0	%0.0	%0.0	النسبة المئوية		
36	3	7	14	7	5	التكرار	ثانوي	
%18.0	1.5%	%3.5	%7.0	%3.5	%2.5	النسبة المئوية		

الإطار التطبيقي للدراسة

152	35	37	40	28	12	التكرار	جامعي
%76.0	%17.5	%18.5	%20.0	%14.0	%6.0	نسبة المتوية	
200	40	47	58	37	18	التكرار	المجموع
%100	%20.0	%23.5	%29.0	%18.5	%9.0	النسبة المتوية	
الدلالة الإحصائية			ك2			المتغير	
لا توجد علاقة ارتباطية			0.565			الجنس	
لا توجد علاقة ارتباطية			0.584			السن	
لا توجد علاقة ارتباطية			0.312			المستوى التعليمي	

يمثل جدول اعلاه أكثر صفحة يتابعها المبحوثين للتطلع على احداث طوفان الأقصى، وجاءت الإجابة بصفحات قنوات تلفزيونية لأعلى نسبة ب 29.5% تليها صفحات صحفيين متخصصين بنسبة 23.5% صفحات اخرى بنسبه 20.0% تليها eye on Palestine بنسبة 18.5% وكانت in Palestine بنسبه 9.0%.

حسب متغير الجنس حصلت الإجابة صفحات صحفيين متخصصين على اعلى نسبة من الفئتين 13.0% من الذكور و 16.0% من الاناث، تليها الإجابة على صفحات صحفيين متخصصين بنسبة 13.0% للإناث و 10.0% للذكور، ثم نسبة الإجابة بأخرى حيث كانت 12.0% للإناث و 10.0% للذكور، بينما حصلت الإجابة in Palestine على نفس النسبة من الفئتين 4.5% وحصلت صفحة eye on Palestine على نسبة 5.5% لفئة الذكور و 13.0% بالنسبة للإناث. وعند حساب الدالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.565 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وأكثر الصفحات التي يتابعها المبحوثين للتصفح حول طوفان الأقصى.

حسب متغير السن فقد اجابت الفئة من 18 الى 25 على in Palestine بنسبة 7.5% و 14.0% eye on Palestine في الإجابة على صفحات قنوات تلفزيونية بنسبة 20.0% بينما اجابت على صفحات صحفي متخصمين بنسبه 13.5% تقريبا على صفحات اخرى ب 13.0% و في الفئة العمرية من

26 الى 35 كانت جميع النسب قليلة ومتقاربة من بعضها البعض 1.0% للإجابة الأولى، 2.5 للإجابة الثانية، 6 للإجابة الثالثة و الرابعة، 3.5 للإجابة الخامسة، ونفس الشيء بالنسبة للفئة من 36 الى 40 حيث كانت اعلى نسبة من الاجابات 4.0% على صفحات صحفيين متخصصين و 3.5% للإجابة بأخرى و 3% لصفحات قنوات تلفزيونية و 2% للإجابة ب eye on Palestine و الإجابة ب in Palestine قدرت ب 0.5%. وعند حساب الدالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.584 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن وأكثر الصفحات التي يتابعها المبحوثين للتصفح حول طوفان الأقصى.

حسب المستوى التعليمي فقط كانت الاجابات بالنسبة للفئتين دون مستوى والمستوى التعليمي المتوسط جميعها تتراوح بين 0.0% والى 1.0% وفئات الثانويين كانت اعلى نسبة في الاجابات لصفحات قنوات تلفزيونية بالنسبة 7.0% نسبتين متطابقتين 3.5% in Palestine و صفحات صحفيين متخصصين بينما الإجابة على eye on Palestine نسبة 2.5% و صفحات اخرى على نسبة 1.5% وفئة الجامعيين اجابت على صفحات صحفيين متخصصين بنسبة 18.5% قنوات تلفزيونية بنسبة 20.0% اخرى بنسبة 17.5%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.312 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي وأكثر الصفحات التي يتابعها المبحوثين للتصفح حول طوفان الأقصى.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (09): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة في امكانية مشاهدتهم حجب لإحدى الصفحات

النشطة حول احداث طوفان الاقصى التي تتابعها عبر تطبيق الفيسبوك:

المجموع	الإجابات		المتغيرات		
	لا	نعم			
82	27	55	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%13.5	%27.5	النسبة المئوية		
118	45	73	التكرار	أنثى	
%59.0	%22.5	%36.5	النسبة المئوية		
200	72	128	التكرار	المجموع	
%100	%36.0	%64.0	النسبة المئوية		
136	44	92	التكرار	من 18	السن
%86.0	%22.0	%46.0	النسبة المئوية	الى 25	
38	12	26	التكرار	من 26	
%19.0	%6.0	%13.0	النسبة المئوية	الى 35	
26	16	10	التكرار	من 36	
%13.0	%8.0	%5.0	النسبة المئوية	الى 40	
200	72	128	التكرار	المجموع	
%100	%36.0	%64.0	النسبة المئوية		
5	2	3	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%1.0	%1.5	النسبة المئوية	مستوى	
7	3	4	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.5	%2.0	النسبة المئوية		
36	16	20	التكرار	ثانوي	
%18.0	%8.0	%10.0	النسبة المئوية		
152	51	101	التكرار	جامعي	
%76.0	%25.5	%50.5	نسبة المئوية		

الإطار التطبيقي للدراسة

200	72	128	التكرار	المجموع
%100	%36.0	%64.0	النسبة المئوية	
الدلالة الإحصائية		ك2		المتغير
لا توجد علاقة ارتباطية		0.450		الجنس
توجد علاقة ارتباطية		0.014		السن
لا توجد علاقة ارتباطية		0.640		المستوى التعليمي

يوضح الجدول اعلاه ما إذا شاهد افراد العينة حجب لأحد الصفحات الناشطة حول احداث طوفان الاقصى التي يتابعونها عبر تطبيق الفيسبوك قد حصلت الإجابة نعم على اعلى نسبة ب 64.0% والإجابة ب لا على اقل نسبه 36.0%.

وحسب متغير الجنس فقد حصلت الإجابة نعم على 36.5% ولا على 22.5% بالنسبة للإناث وحصلت نسب الذكور على 27.5% ولا على نسبة 13.5% وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.450 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس ومشاهدة افراد العينة حجب لأحد الصفحات الناشطة حول احداث طوفان الاقصى التي يتابعونها عبر تطبيق الفيسبوك.

وحسب متغير السن من 18 الى 25 فقد حصلت الإجابة لا على اقل نسبة ب 22.0% والإجابة نعم على اعلى نسبة ب 46.0% وبالنسبة للفئة العمرية من 26 الى 35 فقد حصلت الإجابة نعم على 13.0% والإجابة لا على 6.0% وحسب الفئة العمرية من 36 الى 40 فكانت اعلى نسبة ب لا والتي قدرت ب 8.0% ونعم كانت اقل نسبة ب 5.0% وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.014 وهي أقل من 0.05 أي انه توجد علاقة بين متغير السن ومشاهدة افراد العينة حجب لأحد الصفحات الناشطة حول احداث طوفان الاقصى التي يتابعونها عبر تطبيق الفيسبوك.

وحسب متغير المستوى التعليمي فقد اجابت فئة الدون المستوى ب نعم بنسبة 1.5% ولا ب 1.0% والمستوى التعليمي المتوسط ب نعم 2.0% وب لا 1.5% اما فئة الثانوي اجابت ب نعم بنسبة 10.0%

ولا بنسبة 8.0% وفئة الجامعيين فقد اجابوا ب نعم بنسبة 50.5% وب لا بنسبة 25.5%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.640 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومشاهدة افراد العينة حجب لأحد الصفحات الناشطة حول احداث طوفان الاقصى التي يتابعونها عبر تطبيق الفيسبوك.

الجدول (10): جدول يوضح تفريغ إجابة العينة لأسباب قيام تطبيق الفيسبوك بتزييف الاخبار حول

طوفان الأقصى:

المجموع	الإجابات					المتغيرات		
	لست ادري	غياب النزاهة و الحيادية	تزييف و إخفاء الحقائق	دعم الفيسبوك للكيان الصهيوني	تضليل الرأي العام	التكرار	ذكر	الجنس
82	16	15	19	23	9	التكرار	ذكر	
%41.0	%8.0	%7.5	%9.5	%11.5	%4.5	النسبة المئوية		
118	25	14	29	33	17	التكرار	أنثى	
%59.0	%12.5	%7.0	%14.5	%16.5	%8.5	النسبة المئوية		
200	41	29	48	56	26	التكرار	المجموع	
%100	%20.5	%14.5	%24.0	%28.0	%13.0	النسبة المئوية		
136	28	20	37	35	16	التكرار	من 18	السن
%68.0	%14.0	%10.0	%18.5	%17.5	%8.0	النسبة المئوية	الى 25	
38	9	4	7	12	6	التكرار	من 26	
%19.0	%4.5	%2.0	%3.5	%6.0	%3.0	النسبة المئوية	الى 35	
26	4	5	4	9	4	التكرار	من 36	
%13.0	%2.0	%2.5	%2.0	%4.5	%2.5	النسبة المئوية	الى 40	
200	41	29	48	56	26	التكرار	المجموع	
%100	%20.5	%14.5	%24.0	%28.0	%13.0	النسبة المئوية		
5	0	3	1	1	0	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%3.5	%0.0	%2.5	%0.5	%0.5	%0.0	النسبة المئوية	مستوى	
7	2	2	2	1	0	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.0	%1.0	%1.0	%0.5	%0.0	النسبة المئوية		
36	10	4	7	9	6	التكرار	ثانوي	
%18.0	%5.0	%2.0	%3.5	%4.5	%3.0	النسبة المئوية		

الإطار التطبيقي للدراسة

						التكرار	جامعي	
152	29	20	38	45	20	نسبة المئوية		
%76.0	%14.5	%10.0	%19.0	%12.5	%10.0	التكرار		
200	41	29	48	56	26	النسبة المئوية		المجموع
%100	%20.5	%14.5	%24.0	%28.0	%13.0			
الدلالة الإحصائية			ك2			المتغير		
لا توجد علاقة ارتباطية			0.750			الجنس		
لا توجد علاقة ارتباطية			0.805			السن		
لا توجد علاقة ارتباطية			0.292			المستوى التعليمي		

يوضح الجدول اعلاه تطبيق الفيسبوك وتزييف الاخبار حول طوفان الاقصى وقد حصلت الإجابة دعم الفيسبوك للكيان الصهيوني على اعلى نسبة ب 28.0% تليها اجابة تزييف واخفاء الحقائق بنسبة 24.0% ثم الإجابة على لست أدري ب 20.5% تليها غياب النزاهة والحيادية بنسبة 14.5% وتظليل الراي العام جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبه 13.0%

حسب متغير الجنس فقد حصلت النتائج على النسب 16.5% لدعم الفيسبوك للكيان الصهيوني، 14.5% لتزييف وإخفاء الحقائق، 12.5% للإجابة لست أدري، 8.5% لتظليل الراي العام وجاءت الإجابة غياب النزاهة والحيادية في اخر نسبة ب 7.0% بالنسبة للإناث. وحسب الذكور فقد كان ترتيب نسب الإجابات نفس ترتيب إجابات الإناث ولكن نسبهم كانت اقل منها حيث حصلت الإجابة تظليل الراي العام على 4.5% وحصلت الإجابة دعم الفيسبوك للكيان الصهيوني على 11.5% بينما نسبة الإجابة بتزييف وإخفاء الحقائق كانت 9.5% وجاءت نسبة الإجابة لست أدري بنسبة 7.5%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.075 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وقيام تطبيق الفيسبوك بتزييف الاخبار حول طوفان الاقصى.

وحسب متغير السن فإن الفئة العمرية من 18 الى 25 قد اجابت على دعم الفيسبوك للكيان الصهيوني بنسبة 17.5% وتزييف واخفاء الحقائق ب 18.5% وتظليل الراي العام 8.0% وغياب النزاهة والحيادية

0% ولست أدرى ب 14.0% وبالنسبة للفئة العمرية من 26 الى 35 فقد اجابت على الرأي العام بنسبة 0.3% وعلى دعم الفيسبوك للكيان الصهيوني ب 6.0%، اخفاء الحقائق 3.5% وغياب النزاهة والحيادية 0.2% ولست أدرى ب 4.5% بينما حصل جميع الاجابات على نسب متقاربه من 2.2% الى 4.5% بالنسبة للفئة العمرية من 36 الى 40 و عند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.805 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن و قيام تطبيق الفيسبوك بتزييف الاخبار حول طوفان الاقصى.

وحسب المستوى التعليمي حصلت جميع الاجابات فئة دون المستوى على نسب تراوحت بين 0.0% الى 2.5% ونفس الشيء بالنسبة لفئة المتوسط بينما كانت اجابات فئة الثانوي بدعم الفيسبوك للكيان الصهيوني بنسبه 4.5%، وتزييف واخفاء الحقائق بنسبة 3.5% بينما حصلت الإجابة بتظليل الرأي العام 3.0% وبالنسبة للجامعيين فقد حصلت الإجابة تزييف واخفاء الحقائق على اعلى نسبة بين الاجابات ب 19.0% تليها الإجابة لست أدرى ب 14.5% ثم دعم الفيسبوك للكيان الصهيوني ويليها تساوي النسبتين بين تظليل الرأي العام وغياب النزاهة والحيادية. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.292 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي وقيام تطبيق الفيسبوك بتزييف الاخبار حول طوفان الاقصى.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (11): جدول يوضح تفريغ إجابة العينة في التعرض لمحتويات مزيفة لأحداث طوفان الاقصى عبر

تطبيق الفيسبوك:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	الى حد ما	لا	نعم			
82	32	20	30	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%16.0	%10.0	%15.0	النسبة المئوية		
118	45	37	36	التكرار	أنثى	
%59.0	%22.5	%18.5	%18.0	النسبة المئوية		
200	77	57	66	التكرار	المجموع	
%100	%38.5	%28.5	%33.0	النسبة المئوية		
136	51	36	49	التكرار	18 من الى 25	السن
%68.0	%25.5	%18.0	%24.5	النسبة المئوية		
38	19	11	8	التكرار	26 من الى 35	
%19.0	%9.5	%5.5	%4.0	النسبة المئوية		
26	7	10	9	التكرار	36 من الى 40	
%13.0	%3.5	%5.0	%4.5	النسبة المئوية		
200	77	57	66	التكرار	المجموع	
%100	%38.5	%28.5	%33.0	النسبة المئوية		
5	1	0	4	التكرار	دون مستوى	المستوى التعليمي
%2.5	%0.5	%0.0	%2.0	النسبة المئوية		
7	2	3	2	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.0	%1.5	%1.0	النسبة المئوية		
36	12	13	11	التكرار	ثانوي	
%18.0	%6.0	%6.5	%5.5	النسبة المئوية		
152	62	41	49	التكرار	جامعي	
%76.0	%31.0	%20.5	%24.5	نسبة المئوية		
200	77	57	66	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

النسبة المئوية	%33.0	%28.5	%38.5	%100
المتغير	ك2		الدلالة الإحصائية	
الجنس	0.503		لا توجد علاقة ارتباطية	
السن	0.249		لا توجد علاقة ارتباطية	
المستوى التعليمي	0.290		لا توجد علاقة ارتباطية	

يمثل الجدول اعلاه نسب تعرض العينة لمحتويات مزيفة حول احداث الطوفان الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك حيث احتلت الإجابة الى حد ما على اعلى نسبة ب 38.5% تليها نسبة الإجابة بنعم ب 33.0% ثم الإجابة لا ب 28.5%.

حسب متغير الجنس كانت الإجابة بنعم ولا متقاربتين من فئة الاناث بنسبة 18.0% و 18.5% والإجابة الى حد ما حصلت على نسبة 22.0%، وإجابات الذكور كانت من حيث الإجابة ب الى حد ما بنسبة 15.0% و 16.0% بنعم وحصلت الاجابة لا على نسبة 10.0% وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.503 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وتعرض العينة لمحتويات مزيفة حول احداث الطوفان الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

بالنسبة لمتغير السن قد اجابت الفئة العمرية من 18 الى 25 على نعم بنسبة 24.5% والإجابة لا ب 18.0% والى حد ما ب 25.5% والفئة العمرية من 26 الى 35 اجابت على نعم ب 4.0% والى حد ما ب 9.5% ولا ب 5.5%، اما الفئة العمرية من 36 الى 40 قدرت الإجابة ب لا بنسبة 5.0% والى حد ما 3.5% ونعم ب 4.5%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.249 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن وتعرض العينة لمحتويات مزيفة حول احداث الطوفان الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

حسب متغير المستوى التعليمي حصلت فئة دون مستوى على 2.0% في الإجابة بنعم و 0.0% ب لا و 0.5% في الإجابة ب الى حد ما، اما بالنسبة للمستوى التعليمي المتوسط حصلت الإجابة بنعم و الى حد ما على نسبة 1.0% و لا 1.5%، بالنسبة لفئة دون مستوى وقد حصلت الإجابة نعم على نسبة 5.5% ولا 6.5% والإجابة الى حد ما 6.0% بالنسبة لفئة الثانويين بينما في فئة الجامعيين حصلت الإجابة نعم على 24.5% و لا ب 20.5% والإجابة الى حد ما 31.0% وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.290 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي و تعرض العينة لمحتويات مزيفة حول احداث الطوفان الاقصى عبر تطبيق الفيسبوك.

الجدول (12): جدول يوضح تفريغ إجابات العينة في كيفية التعامل مع المحتويات المزيفة حول طوفان

الاقصى على تطبيق الفيسبوك:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	تخطي المنشور	تعليق	إبلاغ			
82	26	18	38	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%13.0	%9.0	%19.0	النسبة المئوية		
118	37	36	45	التكرار	أنثى	
%51.0	%18.5	%18.0	%12.5	النسبة المئوية		
200	63	54	83	التكرار	المجموع	
%100	%31.5	%27.0	%41.5	النسبة المئوية		
136	42	37	57	التكرار	من 18	السن
%68.0	%21.0	%18.0	%28.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	13	12	13	التكرار	من 26	
%19.0	%6.5	%6.0	%6.5	النسبة المئوية	الى 35	
26	8	5	13	التكرار	من 36	
%13.0	%4.0	%2.5	%6.5	النسبة المئوية	الى 40	
200	63	54	83	التكرار	المجموع	
%100	%31.5	%27.0	%41.5	النسبة المئوية		
5	1	2	2	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.5	%1.0	%1.0	النسبة المئوية	مستوى	
7	1	2	4	التكرار	متوسط	
%3.5	%0.5	%1.0	%2.0	النسبة المئوية		
36	14	9	13	التكرار	ثانوي	
%18.0	%7.0	%4.5	%6.5	النسبة المئوية		
152	47	41	64	التكرار	جامعي	
%76.0	%23.5	%20.5	%32.0	نسبة المئوية		
200	63	54	83	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

النسبة المئوية	41.5%	27.5%	31.0%	100%
المتغير	ك2	الدلالة الإحصائية		
الجنس	0.350	لا توجد علاقة ارتباطية		
السن	0.748	لا توجد علاقة ارتباطية		
المستوى التعليمي	0.861	لا توجد علاقة ارتباطية		

وضح الجدول اعلاه كيفية تعامل افراد العينة مع المحتويات المزيفة حول الطوفان الاقصى على تطبيق الفيسبوك حيث حصلت ابلاغ على اعلى نسبة 41.0% وتليها الإجابة على تخطي المنشور 31% ثم اقل نسبة للإجابة بتعليق 27%.

حسب متغير الجنس حصلت الإجابة تخطي المنشور على اعلى نسبة للإناث 18.5% تليها الإجابة بتعليق بالنسبة 18.0% والإجابة بإبلاغ حصلت على اقل نسبه ب 12.5%، وحصلت إجابات الذكور على 19.9% للإجابة على ابلاغ وتليها نسبة تخطي المنشور بنسبة 13.0% وأتت نسبة التعليق في المرتبة الأخيرة ب 9.0%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.350 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وكيفية تعامل الافراد المبحوثين مع المحتويات المزيفة حول طوفان الأقصى.

وحسب متغير السن فان الفئة العمرية من 18 الى 25 قد اجابت بإبلاغ بنسبة 20.5% تليها نسبه تخطي المنشور ب 21.0% و التعليق بنسبة 18.0% والفئة العمرية من 26 الى 35 فقد تساوت نسب الاجابتين ابلاغ والتخطي المنشور ب 6.5% والتعليق 6.0% والفئة العمرية من 36 الى 40 قد اجابت بإبلاغ بنسبه 6.5% و تعليق بنسبة 2.5% و تخطي المنشور بنسبة 4.0% وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.748 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن و كيفية تعامل الافراد المبحوثين مع المحتويات المزيفة حول طوفان الأقصى.

حسب المستوى التعليمي لقد حصلت الفئتين دون مستوى والمستوى التعليمي المتوسط على اقل نسبتين للإجابات من 0.5% الى 2.0% والمستوى الثانوي اجاب على تخطي المنشور بنسبه 7.0% تليها نسبة الابلاغ بنسبه 6.5% ثم التعليق بنسبه 4.5% وحصلت الإجابة بتعليق على اقل نسبه بالنسبة للفئه الجامعيين بنسبه 20.5% ثم تخطي المنشور بنسبه 23.5% واعلى نسبه كانت ابلاغ بنسبه 32.0% و عند حساب الدلالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.618 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي و كيفية تعامل الافراد المبحوثين مع المحتويات المزيفة حول طوفان الأقصى.

الجدول (13): جدول يوضع تفريغ إجابات العينة في ان صاحب تطبيق الفيسبوك يعمل على تظليل

الرأي العام العالمي الالكتروني حول احداث طوفان الأقصى من خلال اليات الحجب:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	معارض	محايد	موافق			
82	4	26	52	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%2.0	%13.0	%26.0	النسبة المئوية		
118	5	35	78	التكرار	أنثى	
%59.0	%2.5	%17.5	%39.0	النسبة المئوية		
200	9	61	130	التكرار	المجموع	
100%	%4.5	%30.5	%65.0	النسبة المئوية		
136	6	45	85	التكرار	18 من	السن
%68.0	%3.0	%22.5	%42.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	2	8	28	التكرار	26 من	
%19.0	%1.0	%4.0	%14.0	النسبة المئوية	الى 35	
26	1	8	17	التكرار	36 من	
%13.0	%0.5	%4.0	%8.5	النسبة المئوية	الى 40	
200	9	61	130	التكرار	المجموع	
%100	%4.5	30.5	%65.0	النسبة المئوية		
5	0	1	4	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.0	%0.5	%2.0	النسبة المئوية	مستوى	
7	1	4	2	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.0	%2.0	%1.0	النسبة المئوية		
36	4	11	21	التكرار	ثانوي	
%18.0	%2.0	%5.5	%10.5	النسبة المئوية		
152	4	45	103	التكرار	جامعي	
%76.0	%2.0	%22.5	%51.5	نسبة المئوية		
200	9	61	130	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

%100	%4.5	%30.5	%65.0	النسبة المئوية	
				ك2	المتغير
				0.921	الجنس
				0.725	السن
				0.114	المستوى التعليمي
الدلالة الإحصائية		لا توجد علاقة ارتباطية			

يوضح جدول اعلاه رأي العينة حول امكانية عمل صاحب تطبيق الفيسبوك على تظليل الراي العام العالمي الالكتروني حول طوفان الاقصى من خلال اليات الحجب، حيث حصلت نسبة موافق على اعلى نسبة ب 65.0% والإجابة محايد حصلت على نسبة 30.5% بينما حصلت معارض على أدنى نسبة ب 4.5% حسب متغير الجنس حصلت الإجابة بموافق على نسبه 39.0% تليها الإجابة بمحايد ب 17.5% ثم نسبه الإجابة على معارض ب 2.5% بالنسبة للإناث وحصلت اجابات الذكور على النسب 26.5% للإجابة على موافق و 13.0% للإجابة على محايد وحصلت الإجابة معارض على نسبة 2% وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.92 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس ورأي العينات المجيبين على ان صاحب تطبيق الفيسبوك يعمل على تظليل الرأي العام الإلكتروني العالمي.

حسب متغير السن فان الفئة العمرية من 18 الى 25 حصلت الاجابة بموافق على نسبة 5.42% و محايد 22.5% ومعارض 3.0% والفئة العمرية من 26 الى 35 فقد اجابت على معارض بنسبة 1.0% ومحايد 4.0% وحصلت الموافق على اعلى نسبة من هذه الفئة ب 14.0% و في الفئة العمرية من 36 الى 40 حصلت موافق على نسبة 8.5% و محايد 4.0% وحصلت الإجابة بمعارض على اقل نسبة ب 5.0% وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.725 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن و ورأي العينات المجيبين على ان صاحب تطبيق الفيسبوك يعمل على تظليل الرأي العام الإلكتروني العالمي.

وحسب المستوى التعليمي لقد تراوحت اجابات دون مستوى والمستوى التعليمي المتوسط ب 0.0% الى 2.0% وفئه الثانوي قد اجابت على موافق بنسبة 10.5% ومحاييد بنسبة 5.5% ومعارض ب 0.2% وفئه الجامعيين اجابت على موافق ب 51.5% ومحاييد 22.5% ومعارض بنسبة 2.0% وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.117 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي ورأي العينات المجيبين على ان صاحب تطبيق الفيسبوك يعمل على تظليل الرأي العام الإلكتروني العالمي.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (14): جدول يوضح تفريغ إجابة العينة في عمل تطبيق الفيسبوك على تزييف الاخبار بصفة

مكثفة حول طوفان الأقصى:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	الى حد ما	لا	نعم			
82	24	9	49	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%12.0	%4.5	%24.5	النسبة المئوية		
118	51	14	53	التكرار	أنثى	
%59.0	%25.5	%7.0	%26.5	النسبة المئوية		
200	75	23	102	التكرار	المجموع	
%100	%37.5	11.5	%51.0	النسبة المئوية		
136	55	16	65	التكرار	18 من	السن
%68.0	%27.5	%8.0	%32.5	النسبة المئوية	الى 25	
38	11	4	23	التكرار	26 من	
%19.0	%5.5	%2.0	%11.5	النسبة المئوية	الى 35	
26	9	3	14	التكرار	36 من	
%13.0	%4.5	%1.5	%7.0	النسبة المئوية	الى 40	
200	75	23	102	التكرار	المجموع	
%100	%37.5	%11.5	%51.0	النسبة المئوية		
5	0	1	4	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.5	%0.0	%0.5	%2.0	النسبة المئوية	مستوى	
7	3	0	4	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.5	%0.0	%2.0	النسبة المئوية		
36	11	7	18	التكرار	ثانوي	
%18.0	%5.5	%3.5	%9.0	النسبة المئوية		
152	61	15	76	التكرار	جامعي	
%76.0	%30.5	%7.5	%38.0	نسبة المئوية		
200	75	23	102	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

%100	%37.5	%11.5	%51.0	النسبة المئوية	
الدلالة الإحصائية		ك2		المتغير	
لا توجد علاقة ارتباطية		0.099		الجنس	
لا توجد علاقة ارتباطية		0.709		السن	
لا توجد علاقة ارتباطية		0.317		المستوى التعليمي	

يوضح الجدول في الأعلى رؤية الباحثين على ان تطبيق الفيسبوك يعمل على تزييف الاخبار بصفة مكثفه حول طوفان الأقصى، حيث بلغت الإجابة بنعم 51.0% تليها الإجابة الى حد ما بنسبة 25.5% واقل نسبة كانت للإجابة لا بنسبة 11.5% .

حسب متغير الجنس بلغت نسبة اجابة الاناث بنعم 26.5% وبلغت الإجابة بلا 7.0% وحصلت الإجابة الى حد ما على اعلى نسبة من النسب حيث بلغت 25.5%، ومن الذكور حصلت نسبة نعم على 24.5 % ونسبة الإجابة على الى حد ما 25.5% وحصلت لا على اقل نسبة ب 7.0% وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.099 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس ورؤية الباحثين على ان تطبيق الفيسبوك يعمل على تزييف الاخبار بصفة مكثفه حول طوفان الأقصى.

حسب متغير السن فقد حصلت الإجابة نعم على 32.5% من فئة السن من 18 الى 25 ومن نفس الفئة حصلت الإجابة الى حد ما على نسبه 27.5% الإجابة بلا على 8.0%، وبالنسبة للفئة العمرية من 26 الى 35 فقد حصلت الإجابة الى حد ما على نسب 5.5% وحصلت الإجابة نعم على 11.5% بينما حصلت لا على اقل نسبة وهي 2.0% وحصلت الإجابة بلا على اقل نسبة من فئة من 36 الى 40 بنسبة 1.5% الى حد ما على 4.5% والإجابة بنعم حصلت على 7.0% و عند حساب الدلالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.097 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن و رؤية الباحثين على ان تطبيق الفيسبوك يعمل على تزييف الاخبار بصفة مكثفه حول طوفان الأقصى.

الإطار التطبيقي للدراسة

وحسب متغير المستوى التعليمي فقد تراوحت نسب الاجابات والمستوى التعليمي المتوسط من 0% الى 2% بينما كانت الإجابة بلا لفئة الثانوي 5.5% 0.0% للإجابة بنعم و3.5% للإجابة الى حد ما وحصلت فئة الجامعيين على اعلى نسبة من الاجابات حيث تحصلت الإجابة بنعم على 38.0% والإجابة الى حد ما 5.0% والإجابة بلا 7.5% وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت و0.317 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي و رؤية المبحوثين على ان تطبيق الفيسبوك يعمل على تزييف الاخبار بصفة مكثفة حول طوفان الأقصى.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (15): جدول يوضح تفريغ إجابة العينة في عمل تطبيق الفيسبوك على تأجيح الانقسامات

السياسية بين الناس حول احداث طوفان الاقصى:

المجموع	الإجابات			المتغيرات		
	معارض	محايد	موافق			
82	9	22	51	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%4.0	%11.0	%25.5	النسبة المئوية		
118	8	42	68	التكرار	أنثى	
%59.0	%4.0	%21.0	%34.0	النسبة المئوية		
200	17	64	119	التكرار	المجموع	
%100	%8.5	%32.0	%59.5	النسبة المئوية		
136	13	47	76	التكرار	18 من	السن
%68.0	%6.5	%23.5	%38.0	النسبة المئوية	الى 25	
38	2	10	26	التكرار	26 من	
%19.0	%1.0	%5.0	%13.0	النسبة المئوية	الى 35	
26	2	7	17	التكرار	36 من	
%13.0	%1.0	%3.5	%8.8	النسبة المئوية	الى 40	
200	17	64	119	التكرار	المجموع	
100%	%8.5	%32.0	%59.5	النسبة المئوية		
5	1	0	4	التكرار	دون	المستوى التعليمي
%2.0	%0.5	%0.0	%2.0	النسبة المئوية	مستوى	
7	1	2	4	التكرار	متوسط	
%3.5	%0.5	%1.0	%2.0	النسبة المئوية		
36	7	11	18	التكرار	ثانوي	
18.0%	%3.5	%5.5	%9.0	النسبة المئوية		
152	8	51	93	التكرار	جامعي	
%76.5	%4.0	%25.5	%46.5	نسبة المئوية		
200	17	64	119	التكرار	المجموع	

الإطار التطبيقي للدراسة

100%	8.5%	32.0%	59.5%	النسبة المئوية	
				ك2	المتغير
				0.311	الجنس
				0.645	السن
				0.097	المستوى التعليمي
الدلالة الإحصائية		لا توجد علاقة ارتباطية			
لا توجد علاقة ارتباطية		لا توجد علاقة ارتباطية			
لا توجد علاقة ارتباطية		لا توجد علاقة ارتباطية			

يمثل الجدول أعلاه النتائج الإحصائية التي تبين عمل تطبيق الفيسبوك على تأجيج الانقسامات السياسية بين الناس عبر تطبيق الفيسبوك حول أحداث طوفان الأقصى، حيث حصلت نسبة موافق على أعلى نسبة ب 59.5% تليها محايد بنسبة 32.0% و أقل نسبة كانت للإجابة بمعارض بنسبة 8.5%.

حسب متغير الجنس فإن نسبة إجابات الإناث كانت أعلى من نسب إجابات الذكور حيث تحصلت الإجابة بموافق على نسبة 34.0% من الإناث و 25.5% من الذكور، وكانت الإجابة على محايد 0.21% بالنسبة للإناث و 11.0% بالنسبة للذكور بينما تحصلت الإجابة معارض على نفس النسبة بالنسبة للفتتين ب 4.0%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 311.0 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وعمل تطبيق الفيسبوك على تأجيج الانقسامات السياسية بين الناس حول أحداث طوفان الأقصى.

حسب متغير السن فقد بلغت الإجابة بموافق نسبة 38.0% بالنسبة لفئة من 18 الى 25 وتحصلت الإجابة محايد على نسبة 23.5% من نفس الفئة بينما جاءت الإجابة معارض في الأخير بنسبة 6.5%، كما جاءت في الأخير أيضا بالنسبة لفئة من 26 الى 35 بنسبة 1.0% ثم الإجابة محايد بنسبة 5.0% ثم أعلى نسبة للإجابة بموافق جاءت ب 38.0%، تليها الفئة من 36 الى 40 التي كانت اجاباتها 8.8% الإجابة بموافق و 3.5% الإجابة 1.0% بالنسبة للإجابة بمحايد. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تربيع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.645 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن وعمل تطبيق الفيسبوك على تأجيج الانقسامات السياسية بين الناس حول أحداث طوفان الأقصى.

حسب متغير المستوى التعليمي فإن إجابات فئة دون المستوى و المستوى التعليمي المتوسط متطابقة بالنسبة في الإجابة بموافق حيث كانت النسبة 2.0% و الإجابة معارض بنسبة 0.5% و اختلفت النسب في الإجابة بمحايد حيث كانت النسبة 0.0% من فئة دون مستوى و 1.0% من فئة المستوى التعليمي المتوسط ، و بالنسبة لفئة الثانوي فكانت الإجابة على موافق 9.0% و معارض 3.5% و محايد 5.5% ، اما بالنسبة للمستوى الجامعي كانت الإجابات الترتيب من اعلى نسبة 46.5% للإجابة بموافق تليها الإجابة بمحايد بنسبة 25.5% ثم الإجابة معارض بنسبة 4.0% . و عند حساب الدالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على دلالة إحصائية بلغت 0.097 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي و عمل تطبيق الفيسبوك على تأجيح الانقسامات السياسية بين الناس حول احداث طوفان الاقصى .

الجدول (16): جدول يوضع تفريغ إجابة العينة حول وجود جهات معينة تتحكم فيما يتم نشره حول

طوفان الأقصى بجانب مارك زوكربيرغ صاحب تطبيق الفيسبوك؟

المتغيرات	الإجابات			المجموع	
	نعم	لا	ربما		
الجنس	ذكر	التكرار	59	82	
		النسبة المئوية	%29.5	%41.0	
	أنثى	التكرار	78	118	
		النسبة المئوية	%39.0	%59.0	
المجموع	التكرار	137	200		
	النسبة المئوية	%68.5	%100		
السن	من 18 الى 25	التكرار	93	136	
		النسبة المئوية	%46.5	%68.5	
	من 26 الى 35	التكرار	29	38	
		النسبة المئوية	14.5	%19.0	
	من 36 الى 40	التكرار	15	26	
		النسبة المئوية	%7.5	%13.0	
	المجموع	التكرار	137	200	
		النسبة المئوية	%68.5	%100	
	المستوى التعليمي	دون مستوى متوسط	التكرار	5	5
			النسبة المئوية	%2.5	%2.5
		ثانوي	التكرار	3	7
			النسبة المئوية	%1.5	%3.5
جامعي		التكرار	20	36	
		النسبة المئوية	%10.0	%18.0	
المجموع		التكرار	109	152	
		النسبة المئوية	%71.7	%45.4	

الإطار التطبيقي للدراسة

نسبة المثوية	54.5%	1.5%	20.0%	76.0%
التكرار	137	12	51	200
النسبة المثوية	68.5%	6.0%	25.5%	100%
المتغير	ك2	الدلالة الإحصائية		
الجنس	0.158	لا توجد علاقة ارتباطية		
السن	0.495	لا توجد علاقة ارتباطية		
المستوى التعليمي	0.000	توجد علاقة ارتباطية		

يمثل الجدول أعلاه نسب اعتقادات مستخدمي الفيسبوك انه هناك جهات معينة تتحكم فيما يتم نشره حول طوفان الأقصى وكانت النسبة الأكبر هي الإجابة بنعم بنسبة 68.5% تليها الإجابة برما بنسبة 25.5% ثم الإجابة بلا بنسبة 6.0%.

حسب متغير الجنس فإن الإجابة بنعم حصلت على نسبة 39.0% من الاناث و 29.5% من الذكور، في حين حصلت الإجابة لا على 3.5% بالنسبة للذكور و 2.5% بالنسبة للإناث، والاجابة ربما تحصلت على نسبة 17.5% من الاناث و 8.0% من الذكور. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على نسبة 0.158% وهي أكبر من النسبة المطلوبة 0.05% أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس واعتقاد افراد العينة انه هناك جهات معينة تتحكم فيما يتم نشره حول طوفان الاقصى.

وفي متغير السن حصلت الإجابة نعم على نسبة 46.5% بالنسبة لفئة من 18 الى 25 والإجابة برما تحصلت على نسبة 18.0% ولا تحصلت على اقل نسبة ب 3.5% و 1.0% من الفئة من 26 الى 35 ومن نفس الفئة اخذت الإجابة بنعم نسبة 14.5% والإجابة بلا 1.0% وربما بنفس النسبة تقريبا مع 1.5% وتحصلت الإجابة ربما على 4.0% من الفئة 36 الى 40 ونعم على 7.5% والإجابة ربما على 1.5%. وعند حساب الدلالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على نسبة 0.495 وهي أكبر من النسبة المطلوبة 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن واعتقاد افراد العينة انه هناك جهات معينة تتحكم فيما يتم نشره حول طوفان الاقصى.

وحسب متغير المستوى التعليمي حصلت الاجابتين لا وربما على نفس النسبة ب 0.0% والإجابة نعم على 2.5% من فئة دون مستوى، بينما كانت إجابات المستوى التعليمي المتوسط متقربة حيث تراوحت بين 0.5% الى 1.5% وتساوت الاجابتين لا وربما في المستوى الثانوي بنسبة 4.5% بينما تحصلت الإجابة نعم على نسبة 10.0% وبالنسبة للمستوى الجامعي فقد تحصلت الإجابة بلا على اقل نسبة ب 1.5% تليها نسبة ربما ب 20.0% واعلى نسبة لنعم ب 54.5%. وعند حساب الدالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على 0.000 وهي أقل من النسبة المطلوبة 0.05 أي انه توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي واعتقاد افراد العينة انه هناك جهات معينة تتحكم فيما يتم نشره حول طوفان الاقصى.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول (17): جدول يوضح تفريغ البدائل التي تقدم حرية أكثر في النشر والتعبير:

المجموع	الإجابات				المتغيرات		
	أخرى	تليغرام	تيك توك	منصة اكس			
82	38	26	12	6	التكرار	ذكر	الجنس
%41.0	%19.0	%13.0	%6.0	%3.0	النسبة المئوية		
118	68	29	16	5	التكرار	أنثى	
%59.0	%34.0	%14.5	%8.0	%2.5	النسبة المئوية		
200	106	55	28	11	التكرار	المجموع	
%100	%53.0	%27.5	%14.0	%5.0	النسبة المئوية		
136	75	35	17	9	التكرار	من 18 الى 25	السن
%68.0	%37.5	%17.5	%8.5	%4.5	النسبة المئوية		
38	19	11	6	2	التكرار	من 26 الى 35	
%19.0	%9.5	%5.5	%3.0	%1.0	النسبة المئوية		
26	12	9	5	0	التكرار	من 36 الى 40	
%13.0	%6.0	%4.5	%2.5	%0.0	النسبة المئوية		
200	106	55	28	11	التكرار	المجموع	
%100	%53.0	%27.5	%14.0	%5.0	النسبة المئوية		
5	0	4	1	0	التكرار	دون مستوى	المستوى التعليمي
%2.5	%0.0	%2.0	%0.5	%0.0	النسبة المئوية		
7	3	1	3	0	التكرار	متوسط	
%3.5	%1.5	%0.5	%1.5	%0.0	النسبة المئوية		
36	19	9	7	1	التكرار	ثانوي	
%18.0	%9.5	%4.5	%3.5	%0.5	النسبة المئوية		
152	84	41	17	10	التكرار	جامعي	
%76.0	%42.0	%20.5	%8.5	%5.0	نسبة المئوية		
200	106	55	28	11	التكرار	المجموع	
%100	%53.0	%27.5	%14.0	%5.5	النسبة المئوية		

الإطار التطبيقي للدراسة

المتغير	ك2	الدلالة الإحصائية
الجنس	0.402	لا توجد علاقة ارتباطية
السن	0.727	لا توجد علاقة ارتباطية
المستوى التعليمي	0.170	لا توجد علاقة ارتباطية

يتمثل الجدول أعلاه اختيارات العينة لبدائل تقدم الحرية في النشر أكثر من تطبيق الفيسبوك حيث ان منصة اكس حصلت على نسبة 5.5% وتطبيق تيك توك حصل على نسبة 14.0% وأخذ تطبيق التليغرام نسبة 27.5%، بينما حصل اختيار بدائل أخرى على اعلى نسبة تمثلت في 53.0%

حسب متغير الجنس فان نسبة الإناث كانت الأعلى من حيث عدد افراد العينة بنسبة 0.59% وحصلت نسبة الذكور على 41.0%، حيث حصل اختيار منصة اكس على نسبة 2.5% بالنسبة للإناث و 3.0% بالنسبة للذكور، في حين تحصل تطبيق تيك توك على نسبة 6.0% من الذكور و 8.0% بالنسبة للإناث، بينما حصل التليغرام على نسبة 34.0% من الاناث و 19.0%، والنسبة الأعلى كانت لاختيار تطبيقات أخرى بنسبة 19.0% من المجيبين الذكور و 34.0% من المجيبين الاناث. وعند حساب الدالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على 0.402% وهي أكبر 0.05% أي انه لا توجد علاقة بين متغير الجنس واختيارات العينة لبدائل تقدم الحرية في النشر أكثر من تطبيق الفيسبوك.

و حسب متغير السن فقد حصلت منصة اكس على نسبة 4.5% بالنسبة للفئة العمرية من 18 الى 25 و حصل تطبيق التيك توك على نسبة 8.5% و نسبة 17.5% بالنسبة للتليغراف بينما تحصلت بدائل أخرى على نسبة 37.5% و كانت نسب الفتتين من 26الى 35 و م 36الى 40 متقاربة من حيث الإجابة على منصة اكس حيث تحصل على نسبة 1.0% للفئة الأولى و 0.0% بالنسبة للفئة الثانية ، و نسب متقاربة جدا بالنسبة لتطبيق تيك توك و التليغرام تتراوح من 3.0%الى 5.0%، و حصل اختيار بدائل أخرى على نسبة 6.0% و عند حساب الدالة الإحصائية لكاف تريبع تحصلنا على 0.727 وهي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير السن و بدائل أخرى غير تطبيق الفيسبوك.

حسب متغير المستوى التعليمي تحصلت جميع الاختيارات على نسب تراوحت بين 0.0% إلى 0.1% من طرف الفئتين دون مستوى و المستوى التعليمي المتوسط ، بينما فئة الثانوي اختارت بدائل أخرى كأكثر إجابة بنسبة 9.5% ثم التليغرام بنسبة 4.5% يليها تطبيق التيك توك ب3.5% إلى منصة اكس بنسبة 0.0% أما الجامعيين فقد اختاروا التليغرام بنسبة 20.5% و منصة اكس بنسبة 5.0% و تحصل تطبيق التيك توك على 8.5% و بدائل أخرى على 41.0% و عند حساب الدالة الإحصائية لكاف ترييع تحصلنا على 0.170 هي أكبر من 0.05 أي انه لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي و البدائل الأخرى غير تطبيق الفيسبوك .

2. الاستنتاجات العامة للدراسة:

تم تسليط الضوء في هذه الدراسة على علاقة الأيديولوجيا الرقمية بتشكيل الرأي العام الإلكتروني اجاه القضية الفلسطينية عبر الفيسبوك، وقد اخترنا فعة الشباب كعينة للدراسة لأنهم الفئة الأكثر استخداما لتطبيق الفيسبوك، حيث اسفرت الدراسة على النتائج التالية:

أولاً: الاستنتاجات حول تطبيق الفيسبوك واليات الممارسات الأيدولوجيا الرقمية

- يتبين من خلال النتائج انه 23.5% من معظم المستخدمين الشباب لتطبيق الفيسبوك الذين يعتمدون أحيانا على الفيسبوك كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات، كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- نستنتج ان تطبيق الفيسبوك اخذ تقييم متوسط من اغلب افراد العينة بنسبة 5.33% من حيث حرية النشر والتعبير، كما نجد انه هناك علاقة ارتباطية بين متغير السن وهذا الاستنتاج والتي قدرت ب 0.23.0.

- يتبين من خلال النتائج انه أحيانا يقوم تطبيق الفيسبوك بإظهار محتويات معينة على حساب محتويات أخرى لمعظم افراد العينة والذين قدر بنسبة 62%، كما نجد انه هناك علاقة ارتباطية بين متغير المستوى التعليمي وهذا الاستنتاج والتي قدرت ب 0.025.

- نستنتج ان جل افراد العينة جاءوا في صف محايد في اجابتهم بأن تطبيق الفيسبوك يقوم بتوفير معلومات دقيقة وموثوقة والذين قدرت بنسبة 74.5%، كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- يتبين من خلال النتائج ان معظم افراد العينة احيانا يتلقون منشورات وفيديوهات مفبركة عبر تطبيق الفيسبوك بنسبة 56.5%، كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- يتبين من خلال النتائج ان اغلب افراد العينة أحيانا يتلقون محتويات وثقافات مغايرة تماما لاهتماماتهم عبر تطبيق الفيسبوك والذين قدرت نسبتهم 65.5 %، كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

ثانيا: الاستنتاجات حول مدى انتشار الوعي السياسي لدى المستخدمين الشباب لتطبيق الفيسبوك

- نستنتج ان اغلب افراد العينة يميلون الى تلقي محتويات الرأي العام العالمي عبر تطبيق الفيسبوك والذين قدرت نسبتهم ب 40%، كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- يتبين من خلال النتائج ان معظم المبحوثين يرون ان طبيعة الموضوع هي المعيار الأساسي في التفاعل مع المحتويات السياسية عبر تطبيق الفيسبوك والذين قدرت نسبتهم 81%، كما نجد انه هناك علاقة ارتباطية بين متغير المستوى التعليمي وهذا الاستنتاج والتي قدرت ب 0.000.

- نستنتج ان جل افراد العينة يعتقدون ان طبيعة الموضوع هي التي تحدد أهمية نقد ما يتم نشره ومشاركته على تطبيق الفيسبوك قبل التفاعل والذي قدرت نسبتهم ب 64%، كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- يتبين من خلال النتائج ان معظم افراد العينة يتحققون من مصداقية الأخبار التي عبر تطبيق الفيسبوك من مصادر أخرى والذي قدرت نسبتهم 88%، كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- نستنتج ان جل المبحوثين قادرين أحيانا على التمييز بين الاخبار الحقيقية والاخبار المفبركة حول قضية سياسية معينة عبر تطبيق الفيسبوك والذين قدرت نسبتهم ب 59%، كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- يتبين من خلال النتائج ان تطبيق الفيسبوك يقوم أحيانا بإظهار محتويات حول القضية الفلسطينية والذين جاء بنسبة 51%، كما نجد انه هناك علاقة ارتباطية بين متغير الجنس وهذا الاستنتاج والتي قدرت ب 0.012.

-نستنتج ان معظم افراد العينة يتفاعلون دائما مع المنشورات التي تتحدث حول القضية الفلسطينية عبر تطبيق الفيسبوك بنسبة 76.5%، كما نجد انه هناك علاقة ارتباطية بين متغير المستوى التعليمي وهذا الاستنتاج والتي قدرت ب 0.017.

ثالثا: الاستنتاجات حول أساليب القمع الرقمي لتداولية المحتوى السياسي حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك

-يتبين من خلال النتائج ان جل المبحوثين يتعرضون أحيانا لحسابات مزيفة تقوم بالتعليق على محتويات طوفان الأقصى بأسلوب عدائي عبر تطبيق الفيسبوك والذين قدرت نسبتهم ب 40.5%، كما نجد انه هناك علاقة ارتباطية بين متغير الجنس وهذا الاستنتاج والتي قدرت ب 0.018.

-نستنتج ان معظم افراد العينة لم يحاولوا الغاء آرائهم حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك والذين قدرت نسبتهم ب 78.5%، كما نجد انه هناك علاقة ارتباطية بين كل من متغير السن ومتغير المستوى التعليمي وهذا الاستنتاج والتي قدرت قيمتهما ب 0.020 و 0.012.

-يتبين من خلال النتائج ان اغلب المبحوثين يخافون من حظر حساباتهم عند النشر حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك والذين قدرت نسبتهم ب 52%، كما نجد انه هناك علاقة ارتباطية بين متغير السن وهذا الاستنتاج والتي قدرت ب 0.013.

-نستنتج ان اغلب افراد العينة يتلقون أحيانا محتويات حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك والذين قدرت نسبتهم ب 45.5%، كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

-يتبين من خلال النتائج ان معظم افراد العينة دائما ما يتفاعلون مع المحتويات التي تنشط حول طوفان الأقصى والذين قدرت نسبتهم ب 75.5%، كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- نستنتج ان اغلب المبحوثين يستخدمون حساباتهم الشخصية في مشاركة آرائهم حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك والذين قدرت نسبتهم ب 59%، كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- يتبين من خلال النتائج ان جل افراد العينة يقومون بمتابعة صفحات متخصصة في دعم احداث طوفان الأقصى والذين قدرت نسبتهم ب 70%، كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- نستنتج ان معظم المبحوثين يتابعون صفحات قنوات تليفزيونية للتطلع على مستجدات طوفان الأقصى والذين قدرت نسبتهم ب 29%، كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- يتبين من خلال النتائج ان جل أفراد العينة شهدوا حجب لأحدى الصفحات النشطة حول طوفان الأقصى بنسبة 64%. كما نجد انه هناك علاقة ارتباطية بين متغير السن وهذا الاستنتاج والتي قدرت ب 0.014.

- نستنتج ان اغلب المبحوثين يرون ان تطبيق الفيسبوك يقوم بتزييف الأخبار حول طوفان الأقصى لأنه يقوم بدعم الكيان الصهيوني والذين قدرت نسبتهم ب 28%. كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- يتبين من خلال النتائج ان جل افراد العينة يتعرضون لمحتويات مزيفة حول طوفان الأقصى الى حد ما عبر الفيسبوك والذين قدرت نسبتهم ب 38.5%. كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- نستنتج ان معظم المبحوثين يتعاملون بطريقة الإبلاغ مع المحتويات المزيفة حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك والذين قدرت نسبتهم ب 41.5%. كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- يتبين من خلال النتائج ان اغلب افراد العينة يوافقون على ان صاحب تطبيق الفيسبوك يعمل على تضليل الرأي العام العالمي الإلكتروني حول احداث طوفان الأقصى من خلال اليات الحجب والذين قدرت نسبتهم ب 65%. كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- نستنتج ان جل الباحثين يرون ان تطبيق الفيسبوك يعمل على تزييف الأخبار بصفة مكثفة حول طوفان الأقصى والذين قدرت نسبتهم ب 51%. كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- يتبين من خلال النتائج ان معظم الباحثين يوافقون على ان تطبيق الفيسبوك يعمل على تأجيج الانقسامات السياسية بين الناس حول طوفان الأقصى والذين قدرت نسبتهم ب 59.5%. كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

- نستنتج ان اغلب افراد العينة يعتقدون ان هناك جهات معينة تتحكم فيما يتم نشره حول طوفان الأقصى بجانب مارك وكبيرغ والذين قدرت نسبتهم ب 68.5%. كما نجد انه هناك علاقة ارتباطية بين متغير المستوى التعليمي وهذا الاستنتاج والتي قدرت ب 0.000

- يتبين من خلال النتائج ان جل الباحثين يتخذون تطبيقات أخرى بديلة لتطبيق الفيسبوك من حيث حرية النشر والتعبير والذين قدرت ب 53%. كما نجد ان هذا الاستنتاج ليس له علاقة ارتباطية بالمتغيرات الديموغرافية للدراسة.

خاتمة

خاتمة:

منذ بداية العمل على هذه الدراسة سعينا للإجابة على إشكالية بحثية ربطت بين متغيرين أساسيين و مهمين: الأول يتمثل في الأيديولوجيا الرقمية و التي تعتبر احدى اهم الأدوات القادرة على خلق تأثيرات واسعة و مستمرة في البيئة التواصلية، اما المتغير الثاني فيكمن في الرأي العام الإلكتروني الذي يعتبر بدوره مفهوم جديد و ركيزة أساسية تلعب دورا مهما في تشكيل وعي حول مختلف القضايا و خاصة السياسية منها، و في ظل احداث طوفان الأقصى تم استخدام تطبيق الفيسبوك كوسيلة لنشر الآراء و الأفكار التي سرعان ما تم التعامل معها بالحجب او الحظر عن طريق الخوارزميات التي تخدم مصالح مالك هذا التطبيق، و بالتالي التضيق على تشكيل رأي عام الكتروني عادل. ومن خلال دراستنا لموضوع الأيديولوجيا الرقمية عبر البيئة التواصلية وتشكيل الراي العام الإلكتروني حول القضية الفلسطينية تم الخروج بمجموعة من الاستنتاجات وهي:

-ان أفراد العينة لا يعتمدون على تطبيق الفيسبوك كمصدر أساسي لتلقي الأخبار والمعلومات الا أحيانا نظرا لوجود العديد من التطبيقات والوسائل الأخرى التي يمكن الاعتماد عليها بغير الفيسبوك، وذلك راجع الى التطورات المستمرة في تكنولوجيات الاتصال.

-ان معظم المستخدمين الشباب الجزائريين لتطبيق الفيسبوك يرون انه ذو تقييم متوسط من حيث حرية النشر والتعبير، لأن سياسية الفيسبوك لا تسمح بنشر الآراء والأفكار التي تخدم مبادئ المجتمع الغربي.

-ان اغلب افراد العينة يقومون أحيانا بتلقي فيديوهات مفبركة ومحتويات مغايرة تماما لاهتماماتهم الشخصية عبر تطبيق الفيسبوك، وذلك لأن خوارزميات تطبيق الفيسبوك مصممة خصيصا لتقديم المحتويات التي تعرض الواقع الوهمي والصورة النمطية للثقافة الغربية وغيرها، كما يتم الترويج لبعض الأشخاص والمحتويات المعدلة بالذكاء الاصطناعي والتي قد تكون مضللة للرأي العام الإلكتروني في اغلب الأحيان.

-ان اغلب افراد العينة يميلون الى تلقي منشورات الرأي العام العالمية عبر تطبيق الفيسبوك ذلك لأن اغلب القضايا الواقعة والمهمة هي قضايا الرأي العالمية مثل قضية طوفان الأقصى.

- ان معظم افراد العينة يتحققون من مصداقية الأخبار السياسية التي تنشر عبر تطبيق الفيسبوك من مصادر أخرى نستنتج كما انا جل الباحثين قادرين على التمييز بين الاخبار الحقيقية والاخبار المفتركة حول قضية سياسية معينة، هذا ما يعني ان المستخدمين الشباب الجزائريين لتطبيق الفيسبوك لديهم معرفة إعلامية جيدة والتي بدورها تساهم في بناء وعي سياسي قادر على تشكيل رأي عام الكتروني حول مختلف القضايا.
- ان تطبيق الفيسبوك يقوم أحيانا بإظهار محتويات حول طوفان الأقصى، وذلك يعود الى ان تطبيق الفيسبوك يدعم الكيان الصهيوني، لذلك تدفق المحتويات التي تنشط حول احداث طوفان الأقصى لا يظهر بشكل مستمر.
- ان معظم افراد العينة حاولوا الغاء منشوراتهم حول طوفان الأقصى وذلك لخوفهم من حظر حساباتهم لأن المنشورات حول طوفان الأقصى تعارض سياسة النشر الخاصة بتطبيق الفيسبوك.
- ان اغلب افراد العينة يتفاعلون مع المحتويات التي تتحدث عن طوفان الأقصى وذلك باستخدام حساباتهم الشخصية لمتابعة صفحات تنشط حول هاته الانتفاضة او للإبلاغ عن المنشورات المسيئة للقضية.
- ان افراد العينة يتابعون احداث طوفان الأقصى من صفحات قنوات تلفزيونية، لأنهم لا يثقون تمام الثقة بما يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي، كما انهم لا زالوا يعتمدون على النسخة الالكترونية من الوسائل الإعلامية التقليدية في التأكد من صحة المعلومات التي يتلقونها
- يشهد معظم الباحثين حجب لإحدى الصفحات النشطة حول احداث طوفان الأقصى التي يتابعونها وذلك دليل على ان الباحثين على دراية بالصفحات النشطة حول احداث طوفان الأقصى.
- ان افراد عينة الدراسة يضمنون بان صاحب تطبيق الفيسبوك يقوم بتظليل الرأي العام العالمي الالكتروني بسبب اليات الحجب التي يمارسها تطبيق الفيسبوك في قمع المستخدمين وحظر حساباتهم التي تنشر حول طوفان الاقصى وانه هناك جهات اخرى غير صاحب الفيسبوك تتحكم بما يتم نشره على تطبيق الفيسبوك مثل القوى العالمية الكبرى والمحافظة على الصورة الحسنة للكيان الصهيوني.
- اختار معظم الباحثين بدائل أخرى غير تطبيق الفيسبوك وذلك لكون الفيسبوك يمارس تضيق عليهم من حيث حرية النشر والتعبير، ذلك يتجهون نحو تطبيقات أخرى لممارسة حرياتهم في النشر وإبداء الرأي.

ﺧﺘﻤﺔ

ﻭﻓﻲ ﻫﺬﺍ ﺍﻟﺴﻴﺎﻕ ﺗﺤﺘﻞ ﺍﻟﺤﺎﺟﺔ ﻣﺎﺳﺔ ﻟﺪﺭﺍﺳﺎﺕ ﺃﻋﻤﻖ ﻟﻔﻬﻢ ﺩﻳﻨﺎﻣﻴﻜﻴﺎﺕ ﺍﻻﻳﺪﻳﻮﻟﻮﺟﻴﺎ ﺍﻟﺮﺃﻱ ﻭﻋﻼﻗﺘﻬﺎ ﺑﺘﺸﻜﻴﻞ ﺍﻟﺮﺃﻱ
ﺍﻟﻌﺎﻡ ﺍﻟﺌﻠﻜﺘﺮﻭﻧﻲ.

قائمة المصادر

والمراجع¹

قائمة المصادر والمراجع:

1_ القرآن الكريم

2- عمار علي حسن، الأيديولوجيا، الموسوعة السياسية للشباب، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2007.

3- محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب للنشر، الطبعة الثالثة، صنعاء، اليمن، 2019.

4- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.

5- بدر، أحمد. أصول البحث العلمي و مناهجه : المكتبة الاكاديمية، 1996. القاهرة.

6- بشرى حسين المحمداني، التربية الإعلامية ومحو الامية الرقمية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة 1، 2015.

7- رضا إبراهيم عبد الله البيومي، مواجهة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الفقه الإسلامي، 2019.

8- شربال مصطفى وبلعيور الطاهر، الوعي الاجتماعي: المفاهيم والاختلاف بين علم النفس وعلم الاجتماع، 2018.

9- عامر إبراهيم قندلجي، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية، 1999، عمان، الأردن.

10- محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط3، القاهرة، مصر، 2000.

11- محمود مصطفى وحيدر حيدر، الرأي العام وطرق قياسه، معهد الفتح الإسلامي دمشق، سوريا، د.ت.

- 12- مصطفى ربحي عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.
- 13- نبيل محمد السمالوطي، الأيدولوجيا وقضايا علم الاجتماع النظرية والمنهجية والتطبيقية، دار المطبوعات الجديدة للطباعة والدراسات والنشر، مصر.
- 14- هيو اندرو. ترجمة محمد صفار، مدخل الى الأيدولوجيات السياسية: المركز القومي للترجمة، مصر، 2012.

المذكرات والرسائل والأطروحات:

- 1- ريم فتيحة قدوري، دور الاعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2018.
- 2- السعيد عموري، الكتابة والتشكيل الأيدولوجي في الرواية العربية المعاصرة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الآداب واللغات، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2013.
- 3- مريم احمد صلاح العامري، البيئة الاتصالية في ظل الاعلام الجديد، جامعة بغداد، العراق، 2019.
- 4- موساوي نبيلة، المسح الاجتماعي، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة وهران 2، 2023.

قائمة المجلات والمقالات:

- 1- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، 2015.
- 2- عبد الله البريدي وفاطمة لغفيلي، الأيدولوجيا في سياق الفكر الإداري، 2024.
- 3- فاطمة الزهراء محمد احمد السيد، الخوارزميات وهندسة تفضيلات مستخدمي الاعلام الجماهيري، 2020.
- 4- بوزياني زبيدة، القضية الفلسطينية وحرب الاعلام، مجلة دراسات تاريخية، المجلد 10، ال عدد 2، جامعة ابي بكر بلقايد، الجزائر، 2022.

5-حنان محمد حسن السالم، انعكاسات تزييف الوعي الديني على الواقع الاجتماعي للشباب، 2018.

6- حياة قزادري، أهمية التربية الإعلامية الرقمية في تعزيز التنشئة الاجتماعية داخل الاسرة والمجتمع في ظل التحديات التكنولوجية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة محمد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، العدد 03، المجلد 09، 2022.

7-خضر إبراهيم، مفهوم الأيديولوجيا، مجلة الاستغراب، 2017.

8-دعاء عادل الليثي، علاقة الوعي السياسي بالتنمية السياسية، مجلة بحوث كلية الآداب.

9-دعاء عادل الليثي، علاقة الوعي السياسي بالتنمية السياسية، مجلة بحوث كلية الآداب، المجلد 32، العدد 126، جامعة منوفية، مصر، 2021..

10- الزويبر بن عون، ماهية الأيديولوجيا. جامعة عمار ثليجي الاغواط، الجزائر.

11-زينب بن عودة، البيئة الاتصالية الجديدة سياقات التطور، والخصائص والواقع في البلدان العربية، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد الأول، العدد الثاني، جامعة الجزائر، 2019.

12-سحر خليفة، راضي رشيد، كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقيين، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 40، كلية الاعلام، العراق.

13-سعداوي فاطمة الزهراء، الحاج سالم عطية، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل القيم الافتراضية لدى الشباب الجزائري -الفيسبوك نموذجا- مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 3، 2022.

14-سهيلة بو عمر واخرون، شبكات التواصل الاجتماعي: أدوات التواصل المتنوعة وتأثيرات اجتماعية متعددة، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، الجزائر، 2021.

15-عائشة كريكت، خوارزميات الذكاء الاصطناعي واخلاقيات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي أي دور؟ وأي علاقة؟، 2022.

16-على مطهر العثري، طوفان الأقصى ومسيرة النضال الفلسطيني، مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، اليمن، المجلد 2 العدد 1، 2024.

- 17- علي عبد الهادي عبد الأمير، اتجاهات اساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني ازاء الأزمات الأمنية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 33، العراق.
- 18- عيدو عبدال عبدو، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، المجلة الأكاديمية لجامعة نوروز، المجلد الثاني، العدد 11، كردستان العراق، 2021.
- 19- فتحي حسين عامر، الرأي العام الإلكتروني، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 2012.
- 20- قوعيش جمال الدين، التربية الإعلامية والاعلام الرقمي _مبحث في التحديات والاستراتيجيات، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 1، العدد 3، 2017.
- 21- ليليا بوسجرة، عبد القادر بودربالة، التزييف العميق والدعاية الرقمية في عصر التمكين الرقمي، 2023.
- 22- ليليا شاوي، الهوية الثقافية وتأثير البيئة الاتصالية الجديدة على مقوماتها، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 10، العدد 02، جامعة الجزائر 3، 2022.
- 23- مجلة كلية التربية، إثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية.
- 24- نصر الدين بوزيان، الاخبار الكاذبة، الذباب الإلكتروني وتزييف الوعي: سبل الوقاية وأساليب المواجهة، 2021.
- 25- نورين عشاش ومحمد بشير، الرأي العام الإلكتروني وحرية الرأي والتعبير في المجال الافتراضي، 2020.
- 26- نورين عشاش ومحمد بشير، الرأي العام الإلكتروني وحرية الرأي والتعبير في المجال الافتراضي، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 05، العدد 02، جامعة ابو بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، جويلية 2020.
- 27- هبة احمد رزق سنيد، معالجة القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي لأحداث طوفان الأقصى، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الاعلام، جامعة بني سويف، مصر.

28- يوسف دبيح، استخدام تقنية التزييف العميق والية غرف الصدى بالتلاعب بالرأي العام الرقمي عبر الشبكات الاجتماعية، 2023.

المراجع المترجمة:

1- Haisheng Hu، Analyzing online public opinion effect on public policy، p1105_11162022.

2- المواقع الإلكترونية:

1- العدوان على غزة: نصر ساحق للقضية الفلسطينية في شبكات التواصل، موقع الإذاعة الجزائرية، تمت الزيارة في 2024/04/13. مقال متاح على الرابط التالي :

<https://news.radioalgerie.dz>

2- 2024/05/30. <https://www.palinfo.com/news/2023>

3- 30/05/2024 Reuters، mapping the conflict in Israel and Gaza

<https://www.reuters.com/graphics>

الملاحق



جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية علوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة السمعى البصرى

استمارة استبيان حول:

الأيدولوجيا الرقمية فى البيئة التواصلية وتشكيل الرأى العام الالكترونى
اتجاه القضية الفلسطينية

دراسة مسحية على عينة من المستخدمين الشباب الجزائريين لتطبيق الفاسبوك
حول طوفان الاقصم

اشراف الأستاذ :

إعداد الطالبتين :

نبيل لحر

البول شناف - بلعيدى لميس

فى إطار إجراء دراسة ميدانية لنيل شهادة ماستر تخصص اعلام سمعى بصرى, نضع بين أيديكم استمارة استبيان، و فى سبيل ذلك فإننا نتوقع منكم المساهمة الجادة فى إنجاح هذه الدراسة وذلك بالإجابة بكل موضوعية على كافة الأسئلة، وذلك بوضع علامة (X) فى الخانة التى تتفق مع رأيكم، علما بأن هذه

المعلومات تستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

السنة الجامعية

2024/2023

التساؤلات الفرعية للدراسة:

1- كيف تتم ممارسة اليات الأيديولوجيا الرقمية عبر تطبيق الفيسبوك؟

2- ما مدى انتشار الوعي السياسي لدى المستخدمين الشباب وأهميته في بناء رأي عام

الالكتروني عبر تطبيق الفيسبوك؟

3- فيما يتمثل دور الأيديولوجيا الرقمية في أساليب القمع الرقمي لتداولية المحتوى

السياسي حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك؟

البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: 25-18 35-26 40-36
- 3- المستوى التعليمي: دون مستوى متوسط ثانوي جامعي

المحور الأول: تطبيق الفيسبوك واليات الممارسة الأيديولوجية الرقمية:

- 5- هل تعتمد على تطبيق الفيسبوك كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات
- دائما احيانا نادرا
- 6- ما هو تقييمك لسياسة الفيسبوك في حرية النشر والتعبير؟
- جيد حسن متوسط سيئ
- 7- يقوم تطبيق الفيسبوك بإظهار محتويات معينة على حساب محتويات أخرى تهمك
- دائما أحيانا نادرا
- 8- يقوم تطبيق الفيسبوك بتوفير معلومات دقيقة وموثوقة

موافق محايد معارض

9- اتلقى منشورات وفيديوهات مفبركة لأفراد معينين عبر تطبيق الفيسبوك

دائما أحيانا نادرا

10- اتلقى محتويات وثقافات مغايرة تماما لاهتماماتي

دائما أحيانا نادرا

المحور الثاني: مدى انتشار الوعي السياسي لدى المستخدمين الشباب لتطبيق الفيسبوك.

10- ما هو المحتوى السياسية الذي يستهويك عبر تطبيق الفيسبوك؟

قضايا الرأي العام العالمية قضايا الرأي العام الوطنية قضايا رأي العام العربية

أخرى

11- ما هو المعيار الذي تحدد من خلاله للتفاعل مع منشور سياسي معين؟

طبيعة الموضوع عدد الإعجابات عدد التعليقات عدد المشاركات

12- هل من المهم نقد ما يتم نشره ومشاركته عبر الفيسبوك قبل التفاعل معه؟

نعم لا لا اعرف

13- اتحقق من مصداقية الاخبار السياسية التي اتلقاها عبر تطبيق الفيسبوك من مصادر أخرى؟

نعم لا

14- انا قادر على التمييز بين الاخبار الحقيقية والاخبار المفبركة حول قضية سياسية معينة عبر تطبيق الفيسبوك

دائما أحيانا نادرا

15- يقوم تطبيق الفيسبوك بإظهار محتويات حول القضية الفلسطينية

دائما أحيانا نادرا

16- افاعل مع المنشورات التي تتحدث حول القضية الفلسطينية

دائما أحيانا نادرا

المحور الثالث: أساليب القمع الرقمي في تداولية المحتوى السياسي حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك:

17- هل سبق وان تعرضت لك حسابات مزيفة تقوم بالنشر او الاعجاب او التعليق على منشورات تطبيق الفيسبوك؟

نعم لا لا اعرف

18- حاولت الغاء مشاركة أرائك حول قضية سياسية معينة خوفا من الحظر او الحجب من تطبيق الفيسبوك؟

نعم لا

19- ماهي الاسباب التي تجعل الفرد يلغى نشر رأيه حول طوفان الأقصى على تطبيق الفيسبوك

الخوف من حظر حسابي خسارة المتابعين أخرى

20- اقوم بتلقي محتويات حول طوفان الأقصى باستمرار عبر تطبيق الفيسبوك؟

دائماً أحياناً نادراً

21- افاعل مع المحتويات حول طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك؟

دائماً أحياناً نادراً

22- استخدم حسابك الشخصي في مشاركة ارائك حول طوفان الأقصى

دائماً أحياناً نادراً

24- اقوم بمتابعة صفحات متخصصة في دعم احداث طوفان الأقصى

نعم لا

24- ما هي اكثر صفحة تتابعها للتطلع على احداث طوفان الأقصى؟

صفحات قنوات تلفزيونية Eye On Palestine In Palestine

صفحات لصحفيين متخصصين أخرى

25- هل شهدت حجب أحد الصفحات النشطة حول احداث طوفان الأقصى التي تقوم بمتابعتها

عبر الفيسبوك؟

نعم لا

26- لماذا يقوم تطبيق الفيسبوك بتزييف الأخبار حول طوفان الأقصى؟

تظليل الرأي العام دعم الفيسبوك للكيان الصهيوني تزييف وإخفاء الحقائق

لست أدري

27- اتعرض الى محتويات مزيفة لأحداث طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك

نعم لا الى حد ما

28- كيف تتعامل مع المحتويات المزيفة حوب طوفان الأقصى عبر تطبيق الفيسبوك؟

ابلاغ تعليق تخطي المنشور

29- هل تظن ان صاحب تطبيق الفيسبوك يعمل على تظليل الرأي العام العالمي الالكتروني حول

احداث طوفان الأقصى من خلال اليات الحجب والحظر؟

موافق محايد معارض

30- هل ترى ان تطبيق الفيسبوك يعمل على زيادة نشر التظليل الإعلامي بصفة مكثفة وخاصة حول

احداث طوفان الأقصى؟

نعم لا الى حد ما

31- يعمل تطبيق الفيسبوك على تأجيج الانقسامات السياسية بين الناس حول احداث طوفان الأقصى

موافق محايد معارض

32- هل تعتقد انه هناك جهات معينة تتحكم فيما يتم نشره حول طوفان الأقصى بجانب مارك

زوكربيرغ صاحب تطبيق الفيسبوك؟

- نعم لا ربما

33- اختر بديل يقدم لك حرية أكثر في النشر والتعبير

التليغرام منصة اكس (تويتر سابقا) التيك توك أخرى

