

Shaping Iraqi public opinion regarding the Al-Aqsa Flood issue on social networking sites: Facebook and X applications as a model: "A field study".

صناعة الرأي العام العراقي ازاء قضية طوفان الأقصى في مواقع التواصل الاجتماعي: تطبيق فيس بوك واكس انموذجاً: دراسة ميدانية

Lecturer . Khalid Ali Saleh^{1,*}
¹ University of Tikrit/ College of Arts / Department of media

المدرس: خالد علي صالح^{١،*}
جامعة تكريت/ كلية الآداب/ قسم الإعلام

ABSTRACT

The research addresses the trends and opinions of the Iraqi public towards social media networks' handling of the Al-Aqsa Flood issue after these networks turned into a broader field of producing content, values and political expressions that outline the interests and priorities of Iraqi public opinion regarding the issue. The emergence of social media platforms was accompanied by a new wave of technological progress with a democratic impact on dialogue. Political, which contributed to renewed interest in the theory of the public sphere, as a starting point, and the research monitors the Iraqi public's uses of social networking sites and their opinions on how to deal with events and crises therein. It is a field study on a sample of (400) respondents from the Iraqi public, relying on the field survey method and the questionnaire tool. The research revealed that one of the reasons and motivations for respondents following the sites is the nature of their updated and rapid news coverage of Gaza events.

الخلاصة

يتناول البحث اتجاهات وآراء الجمهور العراقي نحو معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لقضية طوفان الأقصى بعد أن تحولت هذه الشبكات لمجال أوسع لإنتاج مضامين وقيم وتعبيرات سياسية ترسم اهتمامات وأولويات الرأي العام العراقي ازاء القضية، ورافق ظهور منصات التواصل الاجتماعي موجة جديدة من التقدم التكنولوجي ذات التأثير الديمقراطي على الحوار السياسي، الذي أسهم في تجدد الاهتمام بنظرية المجال العام، كنقطة انطلاق، والبحث يرصد استخدامات الجمهور العراقي لمواقع التواصل الاجتماعي وآرائهم في كيفية معالجة الأحداث والأزمات فيها، وهي دراسة ميدانية على عينة من (٤٠٠) مبحوث من الجمهور العراقي بالاعتماد على منهج المسح الميداني وأداة الاستبيان وقد توصل البحث الى العديد من النتائج أهمها أن اسباب ودوافع متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي جاء لطبيعة أخبارها المتجددة والسريعة في تغطية الأحداث في قضية طوفان الأقصى، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تحلت بالمسؤولية الاجتماعية في التعامل مع أحداث غزة وأنها أسهمت في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية.

الكلمات المفتاحية:

مواقع التواصل الاجتماعي، طوفان الأقصى، الرأي العام، المجال العام.

Keywords:

social networking sites, Al-Aqsa flood, public opinion, public sphere.

Received	Accepted	Published online
استلام البحث	قبول النشر	النشر الالكتروني
23/1/2024	25/3/2024	15/6/2024

المقدمة:

تزايد الاهتمام بدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الحياة السياسية، في ظل الدور الذي قامت به خلال السنوات العشر الماضية أثناء ما سُمي بثورات "الربيع العربي"، في حشد الرأي العام، بعد أن تحول دورها من مجرد كونها منصات للتواصل الاجتماعي وتكوين الصداقات الجديدة إلى آلية تستخدمها وسائل الإعلام ومراكز الفكر كمنابر اعتماداً على ما توفره من قدر كبير من الاتصال بين الجماهير، ثم مواقع يستغلها مستخدموها للعمل السياسي وفق مفاهيم جديدة للمشاركة السياسية، ومناقشة الأزمات السياسية الداخلية والخارجية، وحشد الرأي العام خلف قضايا معينة للتأثير على متخذي القرار، والضغط على الحكومات والأنظمة السياسية، كما حدث في مصر وغيرهما من دول سُمي بـ "الربيع العربي"، فضلاً عن تحولها لتصبح بمثابة أحد أهم وسائل القياس والتنبؤ بحركة الشارع وأحد آليات دراسة الحشود الجماهيرية والاحتجاجات الشعبية.

وعلى الرغم من إسهام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل فاعل في تشكيل وحشد الرأي العام وتحريك الشارع، من خلال عملها على كسر حاجز الخوف والتركيز على أخطاء وإخفاقات النظم السياسية، قد استندت دراسة الظروف والمؤثرات التي أسهمت في اضطلاع هذه الشبكات بدور سياسي لاسيما في الدول التي حدثت فيها الثورات العربية، ومن ثم التأكيد على أن هذه الثورات لم تصنع على منصات ومواقع التواصل الاجتماعي، وإن هذا الدور إنما يظل مرهوناً بأسباب اجتماعية واقتصادية تتعلق بموازين القوى بين طبقات المجتمع ومصالحهم الحاكمة لسلوكهم إزاء بعضهم البعض.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

نحن نعيش في عالم يشهد تغيرات وتطورات متسارعة، فتعددت وسائل الإعلام وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منبراً لكل من يريد إيصال المعلومات، فنبتعت في هذا الفضاء الجديد للتواصل حضارة توازن بين الرأسمالية المعرفية والقيم التحررية والجماعية ونهضة المواطنين في فترة الأزمات، وبما أن مصطلح الأزمة متعدد المعاني والمواقف فمن اللازم تحديد مفهوم مختلف الأزمات وتصنيفها من خلال مواقف معينة، ومع أن كل أزمة ترتبط بأزمة معلومات، وكل من لا يتقن إدارة المعلومات لن يتقن إدارة الأزمة بما في ذلك الجوانب العملية التنفيذية المباشرة، كما أن التعقيدات والتشعبات لمختلف شبكات الاتصال القائمة والمترابطة تشكل عاملاً من عوامل الضعف يزيد من تفاقم الأزمة والتي تتحول من حالة كامنة إلى حالة حادة مع عدم الشعور بالترابط، حيث إن الشبكات الاجتماعية تبني أنظمة تتحسن وتتطور كلما استخدمها الجمهور.

ومن هنا نتحدد مشكلة البحث في رصد اتجاهات وآراء الجمهور العراقي نحو معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لقضية طوفان الأقصى بعد أن تحوّلت هذه الشبكات لمجال أوسع لإنتاج مضامين وقيم وتعبيرات سياسية تُرسمُ اهتمامات وأولويات الرأي العام العراقي، حيث رافق ظهور منصات التواصل الاجتماعي "موجة جديدة من التفاؤل التكنولوجي" التي أكدت على إمكانات هذه المنصات ذات التأثير الديمقراطي على الحوار السياسي، من خلال توفير ساحات مفتوحة وسهلة الوصول وتسبب هذا أيضاً

في تجدد الاهتمام بنظرية المجال العام، كنقطة انطلاق، حيث إنها توفر الأساس المعياري لدراسة طبيعة وهيكल النقاشات السياسية داخل الساحات الرقمية ومن خلال الملاحظة الاستكشافية ومتابعة التطور الملحوظ لشبكات التواصل الاجتماعي يتبين انتشارها المتعظم، وهو ما يستدعي دراسة حجم تعرض الجمهور العراقي واستخداماتهم لمواقع التواصل الاجتماعي وآرائهم فيما تحتويه هذه المواقع وكيفية معالجة الأحداث والأزمات.

ثانياً: تساؤلات البحث:

١. منذ متى بدأ الجمهور العراقي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. ما اسباب ودوافع متابعة الجمهور العراقي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
٣. ما أهم المجالات التي يتابعها الجمهور العراقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
٤. ما مدى اعتماد الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى؟
٥. ما مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للجمهور العراقي كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات حول قضية طوفان الأقصى؟
٦. ما الجوانب التي يعتمد فيها الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف إلى الأخبار حول قضية طوفان الأقصى؟
٧. ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تفاقم أو حل قضية طوفان الأقصى؟
٨. ما اتجاهات الجمهور العراقي نحو قضية طوفان الأقصى وفقاً لشبكات التواصل الاجتماعي؟
٩. ما مؤشرات ومعايير تقييم معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية طوفان الأقصى؟

ثالثاً: أهمية البحث:

- (١) **الأهمية العلمية:** تأتي هذه الدراسة في وقت تزامن فيه الجدل بشأن سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي خاصة في ظل الأزمات السياسية التي تمر بها البلاد، حيث أدت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تفاقم العديد من تلك الأزمات، فكان لابد من دراسة دور تلك المواقع في معالجة وتناول قضية طوفان الأقصى وكيف تفاعل معها الجمهور العراقي.
- (٢) **الأهمية العملية:** وتتمثل في تحقيق البحث للفائدة لكل من المهتمين والباحثين في شؤون الإعلام والكشف عن موقف شبكات التواصل الاجتماعي من الأزمات التي يمر بها العالم والاطلاع على هذه التغيرات يعد مرجعية للمسؤولين وصناع القرار من خلال اطلاعهم عليها واستفادتهم منها بحيث يتكون لديهم صورة واقعية عن الأزمات السياسية وكيفية تعامل الجمهور العراقي مع مواقع التواصل الاجتماعي. وإيجاد الطرق والوسائل التي من شأنه توضيح كيف يمكن أن نتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي في ظل وجود أزمة حيث إنها تؤدي دوراً محورياً في تغيير الاتجاهات والتأثير على المواقف والآراء.

رابعاً: أهداف البحث:

التعرف على اتجاهات معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للأزمات السياسية وأنماط استخدام الجمهور العراقي لهذه الشبكات، وينبثق من الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية الآتية:

١- الكشف عن أهم القيم الاخلاقية التي ينتهجها المستخدمون عند معالجة قضية معينة على مواقع التواصل الاجتماعي.

٢- رصد وتحليل وتقييم علاقة الجمهور العراقي بمواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن، والكشف عن أسلوب تعامل الجمهور العراقي مع المضمون الذي تقدمه هذه المواقع.

٣- التعرف على اتجاهات وآراء الجمهور العراقي نحو قضية طوفان الأقصى وإلى أي مدى تنجح هذه المواقع في تقديم معالجة متوازنة وموضوعية في تغطيتها للأزمات السياسية.

خامساً: نوع البحث ومنهجه:

ينتمي البحث إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة تجاه موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف معين أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها حيث تسعى إلى رصد وتحليل اتجاهات الجمهور العراقي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية طوفان الأقصى.

واعتمد الباحث على منهج المسح الميداني، لمسح عينة من الجمهور العراقي باستخدام أسلوب المسح بالعينة.

سادساً: مجتمع البحث وعينته :

هو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها وهو بمثابة الجمهور المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته وتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته إلا أنه من الصعب الوصول إليه، ولهذا يتم التركيز على المجتمع المتاح الذي يمكن الوصول إليه واختيار العينة منه، ويتمثل مجتمع البحث في الجمهور العراقي.

سابعاً: حدود ومجالات البحث

الحدود المكانية: أجرى الباحث توزيع الاستبانة على الجمهور العراقي في مدينة بغداد.

الحدود الزمنية: اقتصرت فتره اجراء الدراسة الميدانية على الفترة الزمنية من ١٥-١١-٢٠٢٣م إلى ١٥-١٢-٢٠٢٣م.

الحدود البشرية: سكان مدينة بغداد في جانبي الكرخ والرصافة على (٤٠٠) مفردة.

ثامناً: أدوات جمع البيانات

تم جمع بيانات البحث الميدانية من خلال أداة الاستبيان، بوصفها أداة تستخدم في جمع البيانات عن طريق استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية للحصول منهم على أفكار وآراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحثين في التقرير الذاتي للباحثين عن هذه البيانات.

تاسعا: المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات، إدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS Statistical Package For the Social Science"، للوصول إلى النتائج الخاصة بخصائص العينة الدراسة الميدانية ونتائج اختبارات الفروض، حاول الباحث توظيف تلك الأساليب في الوصول إلى النتائج البحثية سواء كان ذلك في التباين ذي البعد الواحد ومعرفة مصدر التباين بين المجموعات ورصد شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة، واستخدم الباحث الأساليب الإحصائية التي تحقق أهداف الدراسة، وتم الاستغناء عما سواها، فقد استخدم العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة كالتكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية للأفراد عينة الدراسة، وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة، وتم استخدام المقاييس الإحصائية التالية:

١. **المتوسط الحسابي "MEAN"** وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن المحاور الرئيسية.

٢. **الانحراف المعياري "Standard Deviation"** للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي، ويلاحظ أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، إلى جانب المحاور الرئيسية، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها بين المقاييس.

٣. **معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation** لدراسة شدة العلاقة الارتباطية بين متغيرين كمين من متغيرات الدراسة.

٤. **معامل التوافق (Contingency Coefficient)** الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين إسميين.

٥. **اختبار "ت" T. Test** للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة.

٦. **معامل ألفا كرونباخ** لقياس ثبات أداة الدراسة.

٧. **اختبار تحليل التباين الأحادي** لمعرفة دلالة الفروق في آراء عينة الدراسة باختلاف متغيراتهم الشخصية والوظيفية التي تنقسم إلى أكثر من فئتين.

عاشرا: إجراءات صدق والثبات على صحة الاستقصاء

أ- **اختبار الصدق:** بعد الانتهاء من التصميم المبدئي لصحيفة الاستقصاء، قام الباحث بعرض صحيفة الاستقصاء على عدد من المحكمين لإبداء أية ملاحظات عليها. وقام الباحث بعرض الاستمارة الميدانية قبل تطبيقها على عدد من المحكمين من أساتذة الإعلام والعلاقات العامة والإعلان، ومناهج البحث والإحصاء. وتم التأكد منهم من صحة تلك الاستمارات وتم تنفيذ كافة الملاحظات عليها.

ب-ثبات الاستبانة: تحقق الباحث من ثبات الاستبانة من خلال استخدام طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة وجاءت النتائج كما هي مبينة في الجدول.

حادي عشر: التعريفات الإجرائية

١. **الرأي العام:** وهو "مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها عدد من الأفراد والتي تعبر عن آرائهم تجاه إحدى المشكلات أو القضايا"^(١).

٢. **طوفان الأقصى:** وهي "عملية قامت بها (المقاومة الفلسطينية) بقطاع غزة على إسرائيل وذلك بتاريخ ٧ (أكتوبر) ٢٠٢٣م، وتم خلالها الهجوم جويًا وبحريًا وبريًا، كما تمكنت المقاومة الفلسطينية من التسلل إلى المستوطنات الموجودة بغلاف مدينة غزة"^(٢).

٣. **فيس بوك Facebook :** أولى شبكات التواصل الاجتماعي الكبرى تم تأسيسه عام ٢٠٠٤م بواسطة مارك زوكربيرغ Zuckerberg Mark وآخرين، وما يجعل المواقع مثل Facebook متميزة أنها منصات متكاملة تجمع بين العديد من الوسائط وتقنيات المعلومات والاتصالات مثل صفحة الويب، أو البريد الإلكتروني، أو الصورة الرقمية، أو الفيديو الرقمي، أو مجموعات النقاش، أو سجل الزوار أو محرك البحث"^(٣).

٤. **اكس X :** هي تدوينات قصيرة تنشر عبر موقع X (تويتر سابقاً)، يتشترط ان لا يتجاوز النص المكتوب (٢٨٠) حرفاً"^(٤).

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام بشأن غزة

تأثير الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام تجاه قضية طوفان الأقصى

أصبحت وسائل الاتصال والإعلام الرقمية من ضرورات الحياة، وهي بمثابة حلقة الوصل بين كل مؤسسات ومكونات البناء الاجتماعي، وعلى عاتقها تقوم عمليات شرح وتقديم ما لدى كل مؤسسة اجتماعية للأخرى، إذ تؤدي وسائل الإعلام دوراً بالغ الأهمية والخطورة في تشكيل الرأي العام وفي تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة، مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافياً أو غير متجانسة ديموغرافياً. وزادت التطورات التكنولوجية الهائلة قدرة وسائل الاتصال الرقمية في تحقيق المزيد من التأثير على الجماهير، وتوجيهها نحو آراء وأفكار معينة"^(٥).

(١) مزمل أبو القاسم الشريف حسين، دور وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل الرأي العام وصنع القرار (الرأي العام المصري نموذجاً). مجلة كلية التربية بتفهن الأشراف، ٢٠٢٤م، ص ٦٣٩.

(٢) أحمد عبد المجيد، وحنين سعد سلمان، أساليب الدعاية الإسرائيلية في تغريدات (أفيخاي أدرعي) على منصة (X) أثناء عملية (طوفان الأقصى) - دراسة تحليلية. مجلة المعهد، ٢٠٢٣م، ص ٣٦.

(٣) هاجر ثروت محمد الحيني، الصورة الإعلامية لدولة الصين كما تعكسها قناة CGTN عبر منصتها على فيسبوك (دراسة تحليلية). مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، في يناير ٢٠٢٤م، ص ٤٧٩.

(٤) أحمد عبد المجيد، وحنين سعد سلمان، أساليب الدعاية الإسرائيلية في تغريدات (أفيخاي أدرعي) على منصة (X) أثناء عملية (طوفان الأقصى) - دراسة تحليلية. مجلة المعهد، ٢٠٢٣م، ص ٣٦.

(5) pablo, P. B., Jost, J., Nagler, J., Tucker, J., & Bonneau, R. (2015). Tweeting from left to right: Is online political communication more than an echo chamber? Psychological Science, 10, pp. 1531–1542.

وساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية، وبالتالي التأثير على تصور المواطن للسياسة، وتتخذ هذه الشبكات موقفا فريدا في هذه العملية، إذ تمارس تأثيرات قوية على صانعي القرار وفي تشكيل الرأي العام، فوسائل الاتصال تمثل حلقة وصل بين الرأي العام وصانعي القرار.

يقول بعض الخبراء أن وسائل الإعلام تؤثر في السياسة من وجهتين يرتبط بعضهما ببعض أشد الارتباط:

- تركز الواجهة الأولى على تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام الذي يؤثر بدوره في صانعي القرار.
- وترتكز الواجهة الثانية على تأثير وسائل الإعلام المباشر على صانعي القرار، بتوفير المعلومات والأفكار والصور المختلفة التي تشكل رؤيتهم للعالم⁽¹⁾.

ويختلف تأثير وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام تبعا للبيئات الاتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي، إذ تختلف باختلاف وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية، فلكل وسيلة إعلامية عدد من المزايا التي تجعلها تختلف من حيث التأثير عن الوسيلة الأخرى، وتكرار التعرض لوسائل الاتصال يزيد من قوة تأثيرها في تشكيل اتجاهات الرأي العام، وقد تميزت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بقوة التأثير؛ لأنها جمعت كل مزايا وسائل الاتصال التقليدية المقروءة والمسموعة والمرئية في الرسالة التي تقدمها⁽²⁾.

وهناك اتجاهين مختلفين في دراسة تأثير الشبكات الاجتماعية، الاتجاه الأول يربط بين التغيرات التي تحدث في الرأي العام على المستوى الجمعي والتغييرات التي تحدث في محتوى وسائل الاتصال؛ وبالتالي فإن وسائل الاتصال حين تقدم اتجاهات مختلفة ومتعارضة بصدد قضية معينة، فقد يكون ممكنا قياس تأثير كل من هذه الاتجاهات في الرأي العام.

أما الاتجاه الثاني، فهو على المستوى الفردي، فيوضح اختلاف تأثير وسائل الإعلام من فرد لآخر، حيث تعتمد التأثيرات على عملية ذات مرحلتين، وهما:

١. التعرض لرسائل الاتصال التي تقدمها وسائل الإعلام وفهمها (مرحلة التلقي).

٢. وقبول محتوى هذه الرسائل (مرحلة القبول).

وهاتان العمليتان بدورهما تتأثران بمستوى الوعي السياسي لدى الأفراد. ومن وجهة نظر جون زيللر، وهو أحد الباحثين في العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام، فإن للميول السياسية والوعي السياسي وخطاب الصفوة دورا في تشكيل الرأي العام، إضافة إلى طبيعة البيئة المعلوماتية التي تقدم من خلالها الرسائل الإعلامية، واعتبرها زيللر عاملا مهما في طبيعة التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في

(1) Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. doi:https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118.

(2) Conway, B. A., Kenski, K., & Wang, D. (2015). The rise of Twitter in the political campaign: Searching for intermedia agenda-setting effects in the presidential primary. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 4, pp. 363–380.

تشكيل اتجاهات الرأي لهذا تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي من قبل التجمعات السياسية والتنظيمات كوسيلة للتحفيز السياسي، وخلق الأنصار والمؤيدين، والتفوق على المنافسين أو المناقشة وطرح الأفكار، حتى إن معظم رؤساء العالم والسياسيين لديهم مدونات شخصية يتواصلون مع الناس من خلالها، وذهب بعض الرؤساء مثل الرئيس الأمريكي السابق ترمب إلى الاعتماد على منصة تويتر بصورة أساسية خلال فترة إدارته وتجاهل وسائل الإعلام التقليدية في أغلب الأوقات⁽¹⁾.

ويشير مصطلح المعلومات الذي استخدمه ريلز إلى المعلومات السياسية المتدفقة في وسائل الاتصال وتشمل التقارير الإخبارية والتعليقات، وأحاديث الصفوة عن التوجهات الإيديولوجية والحزبية للرسالة الإقناعية. وهناك عدة متغيرات يتم من خلالها فهم تأثير نوع الوسيلة الإعلامية التي تقدم من خلالها الرسالة على أسلوب معالجة المعلومات وتشكيل الاتجاهات. ومن هذه المتغيرات ما يتعلق بالرسالة مثل: قابلية الرسالة للفهم، وحيوية الرسالة، وقوة البراهين، بالإضافة إلى متغيرات متعلقة بخصائص القائم بالاتصال، وتحافظ على انتباه الأفراد لكونها معلومات ملموسة ومثيرة للخيال وقريبة زمنياً ومكانياً وحسبياً، وبناء على ذلك فإن المعلومات المقدمة من خلال الإذاعة والتلفزيون تعد أكثر حيوية من تلك المقدمة من خلال الصحافة المطبوعة،⁽²⁾ والمعلومات المقدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية أصبحت أكثر حيوية من المعلومات المقدمة من الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون، ومن المفترض أن تكون المعلومات الأكثر حيوية هي الأكثر تأثيراً في تشكيل اتجاهات الرأي العام؛ ذلك لأن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية؛ ومن ثم التلفزيون يعد أكبر من تأثير الإذاعة والصحيفة المطبوعة، فضلاً عن تفوق هذه الشبكات على وسائل الإعلام الأخرى لكونها أدوات اتصال تفاعلي متزامن وغير متزامن تضمن وصول رسائلها إلى الجمهور بسرعة فائقة.

المبحث الثالث: صناعة الرأي العام العراقي إزاء قضية طوفان الاقصى في مواقع التواصل

الاجتماعي: الدراسة الميدانية

أجرى الباحث الاستطلاع التطبيقي لمستخدمي فيس بوك واكس من الجمهور العراقي كنموذج لقياس صناعة الرأي العام العراقي إزاء قضية طوفان الاقصى في مواقع التواصل الاجتماعي في أهم منصتين، إذ وُزع الباحث استبانته على عينة من (٤٠٠) مفردة تمثل الجمهور العراقي، وجرت الخطوات على وفق المنهج المسحي الميداني، ويمكن متابعة الخطوات حسب الجداول أدناه.

(1) Anstead, N., & O'Loughlin, B. (2014, March). Social Media Analysis and Public Opinion: The 2010 UK General Election. JOURNAL OF COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION, pp. 204-220.

(2) Barberá, P., & Rivero, G. (2015). Understanding the Political Representativeness of Twitter Users. Social Science Computer Review, 6, pp. 712-729.

جدول (١) نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

المقياس	معامل ألفا كرونباخ
مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى	.٩١٤
مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات حول قضية طوفان الأقصى	.٩٢٦
مستوى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية طوفان الأقصى	.٩٥٩
اتجاهات تغطية مواقع التواصل الاجتماعي لقضية طوفان الأقصى	.٩٦٣
تأثير التوجه السياسي للصفحة على موضوعية تغطيتها لقضية طوفان الأقصى	.٩٠٠
معامل ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستبانة	٠.٩٨١

تشير بيانات الجدول (١) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة، حيث جاءت قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الاستبانة (٠.٩٨١) وهذا يعنى أن معامل الثبات مرتفع، وتكون الاستبانة في صورتها النهائية قابلة للتطبيق، وبذلك يكون الباحث قد تأكدت من صدق استبانة الدراسة وثباتها، مما يجعلها على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحياتها لتحليل النتائج والإجابة عن أسئلة الدراسة.

جدول (٢) البيانات الديموغرافية للمبحوثين

النوع	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	١٧٩	٤٤.٨
	أنثى	٢٢١	٥٥.٣
السن	من ١٨ إلى ٢٥	٧١	١٧.٨
	أكثر من ٢٥ حتى ٣٥ سنة	١٧٣	٤٣.٣
	من ٣٥ إلى ٤٥ سنة	١٠١	٢٥.٣
	من ٤٥ حتى ٦٠ سنة	٥١	١٢.٨
	من ٦٠ سنة فأكثر	٤	١.٠
التعليم	طالب	٧٥	١٨.٨
	مؤهل متوسط	٧٨	١٩.٥
	مؤهل جامعي	١٨٧	٤٦.٨
	دراسات عليا	٦٠	١٥.٠
الدخل	أقل من ٥٠٠	٢٣٦	٥٩.٠
	من ٥٠٠ لأقل من ١٠٠٠	١٤٤	٣٦.٠
	من ١٠٠٠ فأكثر	٢٠	٥.٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى جدول (٢) البيانات الشخصية للمبحوثين، وجاء في الترتيب الأول الاناث من حيث النوع حيث بلغت قيمتها ٥٥.٣%، وفي الترتيب الثاني الذكور بنسبة بلغت ٤٤.٨%،

أما من حيث السن فجاء في الترتيب الأول الفئة العمرية من أكثر من ٢٥ حتى ٣٥ سنة بنسبة بلغت ٤٣.٣%، وفي الترتيب الثاني من ٣٥ إلى ٤٥ سنة بنسبة بلغت ٢٥.٣%، وفي الترتيب الثالث من ١٨ إلى ٢٥ بنسبة بلغت ١٧.٨%، وفي الترتيب الرابع جاء من ٦٠ سنة فأكثر بنسبة بلغت ١.٠%.

أما من حيث التعليم فجاء في الترتيب الأول التعليم الجامعي بنسبة بلغت ٤٦.٨%، يليها مؤهل متوسط بنسبة بلغت ١٩.٥%، وجاء في الترتيب الثالث طالب بنسب بلغت ١٨.٨%، وفي الترتيب الأخير جاء من حيث الدراسات العليا كانت بنسبة ١٥.٠%.

أما من حيث الدخل جاء في الترتيب الأول الفئة الأقل من ٥٠٠ دولار بنسبة بلغت ٥٩.٠%، يليها من ٥٠٠ لأقل من ١٠٠٠ دولار بنسبة بلغت ٣٦.٠%، وفي الترتيب الأخير جاء من ١٠٠٠ دولار فأكثر بنسبة بلغت ٥.٠%.

المحور الاول: اتجاهات الجمهور العراقي نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (٣) مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	مستوي الاستخدام
الأولى	٧١.٠	٢٨٤	أكثر من ثلاثة أعوام
الثانية	١٦.٠	٦٤	منذ ثلاثة أعوام
الثالثة	٨.٠	٣٢	منذ عامين
الرابعة	٥.٠	٢٠	منذ عام واحد
	١٠٠.٠	٤٠٠	المجموع

أظهرت نتائج الجدول (٣): أن مستوى استخدام الجمهور العراقي لمواقع التواصل الاجتماعي جاء أكثر من ثلاثة أعوام في المرتبة الاولى بنسبة ٧١% وفي المرتبة الثانية جاء منذ ثلاثة أعوام بنسبة ١٦% وفي المرتبة الثالثة جاء منذ عامين بنسبة ٨% وفي المرتبة الرابعة جاء منذ عام واحد بنسبة ٥%.

جدول (٤) استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي في المرة الواحدة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
الأولى	٥٤.٠	٢١٦	ثلاث ساعات فأكثر
الثانية	٢٢.٠	٨٨	من ساعة إلى أقل من ساعتين
الثالثة	٢١.٠	٨٤	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
الرابعة	٣.٠	١٢	أقل من ساعة
	١٠٠.٠	٤٠٠	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن معدل استخدام الجمهور العراقي لمواقع التواصل الاجتماعي في المرة الواحدة جاء في الترتيب الأول ثلاث ساعات فأكثر بنسبة بلغت ٥٤%، يليها من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة بلغت ٢٢% وفي الترتيب الثالث جاء من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة بلغت ٢١%.

جدول (٥) اسباب ودوافع متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

المرتبة	النسبة	التكرار	اسباب ودوافع متابعة المبحوثين للمواقع
الأولى	٨٠.٥	٣٢٢	أخبارها متجددة وسريعة في تغطية الأحداث
الثانية	٧٩.٧	٣١٩	مشاركة الأخبار والمعلومات حول القضايا المختلفة.
الثالثة	٧٨.٠	٣١٢	وسيلة إعلامية جديدة ومصدر للأخبار اليومية لا يمكن الاستغناء عنها.
الرابعة	٥٩.٠	٢٣٦	تنمية معارفي ومعلوماتي السياسية
الخامسة	٥٠.٢	٢٠١	الحصول على الكثير من المصادر المختلفة حول قضية معينة
السادسة	٤٩.٧	١٩٩	تكوين اتجاهات سياسية محددة نحو مختلف القضايا والأحداث السياسية.
السابعة	٣١.٢	١٢٥	التعبير عن رأيي في الموضوعات المطروحة على الساحة

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن اسباب ودوافع متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي جاء أخبارها متجددة وسريعة في تغطية الأحداث في المرتبة الأولى بنسبة ٨٠.٥% وفي المرتبة الثانية جاء السبب مشاركة الأخبار والمعلومات حول القضايا المختلفة بنسبة ٧٩.٧% وفي المرتبة الثالثة جاء وسيلة إعلامية جديدة ومصدر للأخبار اليومية لا يمكن الاستغناء عنها بنسبة ٧٨% وفي المرتبة الرابعة جاء السبب تنمية معارفي ومعلوماتي السياسية بنسبة ٥٩%.

ويتضح مما سبق أن مع اتساع استخدام تلك الشبكات والوعي أصبح لها أدواراً جديدة في البحث ونشر المعلومات، ودخلت الإطار السياسي بعد الأحداث التي غزت العالم العربي، كما أن كثير من الجمهور يحرصون على المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي الجديدة ويعود ذلك إلى قناعة هؤلاء بأهمية الإعلام السياسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام.

وتتفق ونتائج دراسة (حسن ٢٠٢١م)^(١) ودراسة (بوشهري ٢٠٢١م)^(٢) التي أظهرت أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً للمعلومات المختلفة والمتنوعة عبر أشكالها المتعددة، التي لجأ إليها المجتمع الانساني بمختلف فئاته الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية، من أجل المشاركة الفعالة بما يطرحه المشاركون من افكار وقضايا تتعلق بالتطورات السياسية والاجتماعية التي تعيشها الشعوب بمختلف ثقافات ومعتقداتها وراؤها، كما تتفق ونتائج دراسة كلا من (McGregor 2017)^(٣) ودراسة (Jungherr)^(٤) التي أظهرت أن مواقع التواصل الاجتماعي برزت كأحد أهم الأدوات التي

(١) محمود عبدالنواب، عبدالسلام حسن، اعتماد صانعي القرار بجمهورية مصر العربية على وسائل التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرارات : دراسة تطبيقية، جامعة المنصورة، كلية الآداب، ٢٠٢١م.

(٢) سعود عبد العزيز بوشهري، دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على صنع القرار بدولة الكويت. مجلة البحوث المالية والتجارية، ٢٠٢١م، الصفحات ٣٠٦-٣٤٤.

(3)McGregor, S. C. (2017). Twitter as a tool for and object of political and electoral activity: Considering electoral context and variance among actors. Journal of Information Technology & Politics, 2, pp. 154-167. doi:https://doi.org/10.1080/19331681.2017.1308289

(4) Jungherr, A. (2014, March 19). The Logic of Political Coverage on Twitter: Temporal Dynamics and Content. BIG DATA IN COMMUNICATION RESEARCH, 2, pp. 239-259. doi:https://doi.org/10.1111/jcom.12087

تسهم في تنمية الوعي السياسي من خلال المعلومات التي تقدمها للأفراد، والتي تسهم في تكوين قيم واتجاهات سياسية، ولها دور في عملية التنشئة السياسية وحث الأفراد على المشاركة السياسية، كما برز تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واضح في الحياة السياسية للدول العربية من خلال ما يعرف بأحداث "الربيع العربي" حيث أسهمت هذه المواقع في خلق وعي تراكمي يقتضي التغيير لأنظمة عربية هيمنت على الحكم لعقود متتالية بحيث تم استخدامها لنشر وتبادل المعلومات السياسية وتعبئة المحتجين وتنظيمهم عن طريق تسهيل التواصل فيما بينهم، وتحديد مواعيد وأماكن تجمع الحشود الجماهيرية، وكذلك نقل الوقائع بشكل مباشر.

جدول (٦) ترتيب أهم المجالات التي يتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أهم المجالات التي يتابعها الجمهور
الأولى	٧٨.٧	٣١٥	(١) سياسية
الثانية	٥٢.٧	٢١١	(٢) اجتماعية
الثالثة	٥٢.٢	٢٠٩	(٣) رياضية
الرابعة	٥٠.٠	٢٠٠	(٤) دينية
الخامسة	٤٩.٠	١٩٦	(٥) صحية
السادسة	٢٨.٢	١١٣	(٦) ثقافية

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن أهم المجالات التي يتابعها الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان المجال السياسي في المرتبة الأولى بنسبة ٧٨.٧% وفي المرتبة الثانية المجال الاجتماعي بنسبة ٥٢.٧% وجاء المجال الرياضي في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٢.٢%.

جدول (٧) ترتيب أهم الصفحات التي يحرص المبحوثون على متابعتها على مواقع التواصل

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أهم الصفحات التي يحرص المبحوثون على متابعتها
الأولى	٨٢.٧	٣٣١	الصفحات الرسمية للمؤسسات والمنظمات الخاصة.
الثانية	٧٦.٧	٣٠٧	الصفحات الرسمية للمؤسسات والمنظمات الإعلامية.
الثالثة	٧٥.٥	٣٠٢	الصفحات الرسمية للمؤسسات والمنظمات الحكومية.
الرابعة	٤١.٥	١٦٦	الصفحات الرسمية للأحزاب.

أظهرت نتائج جدول (٧) أن الصفحات الرسمية للمؤسسات والمنظمات الخاصة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٨٢.٧% وفي المرتبة الثانية جاءت الصفحات الرسمية للمؤسسات والمنظمات الإعلامية بنسبة ٧٦.٧% وفي المرتبة الثالثة جاءت الصفحات الرسمية للمؤسسات والمنظمات الحكومية بنسبة ٧٥.٥%، وفي المرتبة الرابعة جاءت الصفحات الرسمية للأحزاب بنسبة ٤١.٥%.

جدول (٨) أسباب تفضيل متابعة المبحوثين لتلك الصفحات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أسباب تفضيل متابعة المبحوثين لتلك الصفحات
الأولى	٨١.٢	٣٢٥	يعبر عن مشاكل الجمهور ويستجيب لآرائه حول الأحداث والقضايا المختلفة
الثانية	٧٨.٥	٣١٤	يتمتع بسرعة التواصل وسهولة المشاركة الجماهيرية معه.
الثالثة	٧٧.٧	٣١١	يتسم بسعة الانتشار وبمكانة جماهيرية كبيرة.
الرابعة	٧٥.٥	١٣٦	يتميز بأنه يقدم الحقيقة بموضوعية وحيادية تامة دون تزيف وخداع.
الخامسة	٦٤.٠	٢٥٦	يوفر كمية كبيرة من الأخبار والمعلومات حول الأحداث وسرعة الحصول عليها.

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن أسباب تفضيل متابعة المبحوثين لتلك الصفحات جاء في مقدمتها انها تعبر عن مشاكل الجمهور ويستجيب لآرائه حول الأحداث والقضايا المختلفة بنسبة ٨١.٢% وفي المرتبة الثانية جاء يتمتع بسرعة التواصل وسهولة المشاركة الجماهيرية معه بنسبة ٧٨.٥% وفي المرتبة الثالثة جاء يتسم بسعة الانتشار وبمكانة جماهيرية كبيرة بنسبة ٧٧.٧%.

وتتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج دراسة (المرزوقي ٢٠٢١م)^(١) ودراسة (البرنس ٢٠٢١م)^(٢) ودراسة (Shirky 2011)^(٣) ودراسة (عبدالحاميد ٢٠١٦)^(٤) والتي أثبتت أن من أهم عوامل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وتفضيل متابعتها أنها كانت أكثر مصادر الأخبار مصداقية بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تناولها للأحداث السياسية، واستطاعت أن تفرض نفسها بقوة على الجمهور في العالم، حيث يشهد هذا العصر نزوحًا من قبل الأفراد على اختلاف مستوياتهم نحو استخدام المنصات الاجتماعية، وأدى هذا الاستخدام الكثيف والإقبال المتزايد على هذه المواقع إلى إنتاج الأخبار والمعلومات وتحليلها وتوزيعها على جماهير مترابطة تكنولوجياً ولا تحدها حدود جغرافية، وأضحى ملايين الأفراد يلجؤون إلى مواقع التواصل الاجتماعي لجذب الانتباه إلى القضايا المهمة.

(١) أسماء عبده زكي المرزوقي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحداث الخارجية : دراسة ميدانية. جامعة المنصورة، كلية الآداب، ٢٠٢١م.

(٢) ليلي محمد رشاد البرنس، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والشائعات السياسية : الحالة المصرية نموذجاً. جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ٢٠٢١م.

(3) Shirky, C. (2011). The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change. Foreign Affairs, pp. 28–41. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/25800379..>

(٤) عمرو محمد محمود عبدالحاميد. مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار حول الأحداث السياسية المصرية وعلاقتها بظاهرة العداء لوسائل الإعلام لدى الجمهور المصري. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، (أكتوبر، ٢٠١٦)، الصفحات ٤٧٥-٤٨٥. <https://doi.org/10.21608/ejsrt.2016.89960>

جدول (٩) مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى

مدي الاعتماد الصفحة	أعتمد عليها بشكل كبير	أعتمد عليها إلى حد ما	لا اعتمد عليها اطلاقا		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقييم	مرتبة		
أكس X	٢٠٤	٥١٠	١٤٠	٣٥٠	٥٦	١٤٠	٢٠٤	أعتمد عليها بشكل كبير	الأولى	
الفيسبوك	١٥٦	٣٩٠	٢١٢	٥٣٠	٣٢	٨٠	٢٠٣	أعتمد عليها بشكل كبير	الثانية	
الإجمالي									أعتمد عليها بشكل كبير	
					٢٠٣	٤٨٩				

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن نسبة كبيرة من الجمهور العراقي تعتمد على أكس X في المرتبة الاولى في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى

جدول (١٠) مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات حول قضية طوفان الأقصى

مرتبة	التقييم	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أهمية لها		مهمة إلى حد ما		مهمة جداً		مدي الأهمية الصفحة
الأولى	مهمة جداً	.٧٦٨	٢.٥	١١.٠	٤٤	٤١.٠	١٦٤	٤٨.٠	١٩٢	أكس X
الثانية	مهمة جداً	.٤٨٩	٢.٣	١٧.٠	٦٨	٢٠.٠	٨٠	٦٣.٠	٢٥٢	الفيسبوك
	مهمة جداً	.٦٤٥	٢.٤	الإجمالي						

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن أكس X جاء في المرتبة الاولى من حيث مدى الأهمية بالنسبة للمبحوثين كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات حول قضية طوفان الأقصى

جدول (١١) ترتيب الجوانب المعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار حول قضية طوفان الأقصى

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	ترتيب الجوانب المعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار حول قضية طوفان الأقصى
الأولى	٩٠.٢	٣٦١	التعرف على كل القضايا السياسية المطروحة على الساحة الإعلامية بشكل عام.
الثانية	٨١.٢	٣٢٥	التعرف على القضايا السياسية الخارجية والإقليمية للدول المجاورة.
الثالثة	٧٢.٧	٢٩١	التعرف على تفسير وتحليل التفاصيل المهمة حول هذه القضايا السياسية ومسبباتها الرئيسية.
الرابعة	٧٢.٠	٢٨٨	التعرف على قرارات الدولة نحو القضايا السياسية المتعلقة بها مع الدول الأجنبية والخارجية.
الخامسة	٧١.٢	٢٨٥	التعرف على كل ما تتخذه الدولة من قرارات وسياسات تجاه هذه القضايا والأحداث.
السادسة	٥٤.٧	٢١٩	التعرف على كل القضايا السياسية المطروحة على الساحة الإعلامية بشكل عام.

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن التعرف على كل القضايا السياسية المطروحة على الساحة الإعلامية بشكل عام جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٩٠.٢% وفي المرتبة الثانية جاء التعرف على القضايا السياسية الخارجية والإقليمية للدول المجاورة بنسبة ٨١.٢% وفي المرتبة الثالثة جاء التعرف على تفسير وتحليل التفاصيل المهمة حول هذه القضايا السياسية ومسبباتها الرئيسية بنسبة ٧٢.٧%.

وتتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج دراسة (Jungherr, Twitter 2016)^(١) ودراسة (KING, SCHNEER and WHITE 2017)^(٢) التي أثبتت وجود علاقة وطيدة وارتباط مباشر بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستويات المعرفة السياسية لدى مستخدمي تلك المنصات، هذه المعرفة تعتمد على نوع المعلومات المتداولة وطبيعتها، ففي الوقت الذي يتم تداول معلومات صحيحة ونافعة في رفع المستوى المعرفي والحقائق والمفاهيم السياسية لدى المواطن، فإن التضليل والتلاعب بالرأي العام قد يكون لهما تأثير في عملية التجهيل والتلاعب بعقول وأفكار المتلقين، من دون قيود زمانية أو مكانية، وبمنهجية واحترافية عاليتين.

(1) Jungherr, A. (2016). Twitter use in election campaigns: A systematic literature review. Journal of Information Technology & Politics , pp. 72-91. doi:https://doi.org/10.1080/19331681.2015.1132401.

(2) KING, G., SCHNEER, B., & WHITE, A. (2017). How the news media activate public expression and influence national agendas. science, 358, pp. 776-780. doi:https://doi.org/10.1126/science.aao1100

جدول (١٢) تأثير متابعه المبحوثين لأحداث قضية طوفان الأقصى على اتجاهات المبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	تأثير المتابعة
الأولى	٤٨.٠	١٩٢	نعم
الأولى	٤٨.٠	١٩٢	لا
الثانية	٣٢.٠	١٢٨	الى حد ما
المجموع	١٠٠.٠	٤٠٠	

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن ٤٨% من الجمهور اقر انه كان هناك تأثير لمتابعه أحداث قضية طوفان الأقصى على اتجاهات المبحوثين وكان ل ٤٨% أيضا انه لم يكن هناك تأثير، وفي المرتبة الثانية اقر ٣٢% من الجمهور انه يوجد تأثير إلى حد ما.

وتتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج دراسة (زيد ٢٠١٦م) ^(١) ودراسة (مصطفى ٢٠٢١م) ^(٢) التي أثبتت أن وسائل الإعلام الاجتماعي لم تعد مصدرا للأخبار أو أداة للترفيه بل انها اضحت تسهم بشكل كبير في صياغة الآراء والقيم ويمكنها تعبئة الرأي العام في اتجاه هي تريده ويجمع المتخصصون على الدور المحوري الذي تؤديه في مرافقة الأزمات في ظل تعددها وتنوعها أو تساعد حدثها ويلاحظ دورها كأداة رئيسية من أدوات إدارة الأزمات فيما يتعلق بالأزمات السياسية ذات الطبيعة السياسية.

جدول (١٣) مستوى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية طوفان الأقصى

مرتبة	التقييم	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أثق بها		أثق بدرجة متوسطة		أثق بدرجة كبيرة		مدى الثقة الصفحة
الأولى	أثق بدرجة متوسطة	٧٢٠.	٢.١	١٩.٠	٧٦	٤٥.٥	١٨٢	٣٥.٥	١٤٢	الفيسبوك
الثانية	أثق بدرجة متوسطة	٧٣٩.	٢.٠	٢٥.٠	١٠٠	٤٥.٣	١٨١	٢٩.٨	١١٩	أكس X
	أثق بدرجة متوسطة	٧٠٢.	٢.١	الإجمالي						

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن مستوى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية طوفان الأقصى جاءت بدرجة متوسطة.

جدول (١٤) الدور الذي تقوم به مواقع التواصل من أجل تفعيل تنمية المشاركة السياسية

(١) هيام انور احمد ابو زيد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية، جامعة عين شمس، معهد الطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٦م.

(٢) مها مصطفى محمود مصطفى، تعرض الشباب لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحوها : دراسة تطبيقية. مصر: جامعة المنصورة، كلية الآداب، ٢٠٢١م.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل تنمية المشاركة السياسية
الأولى	٧٨.٠	٣١٢	تشكل مجموعات ضاغطة لحل ومتابعة بعض القضايا
الثانية	٧٤.٥	٢٩٨	تعمل على تقريب وجهات النظر حول القضايا المختلفة.
الثالثة	٦٤.٠	٢٥٦	مراقبة البيئة المجتمعية بما يدور حولها من تطورات وأحداث
الرابعة	٦٢.٠	٢٤٨	تساهم في حل كثير من المشكلات الساسية والاجتماعية والاقتصادية
الخامسة	٥٨.٢	٢٣٣	تتيح لي فرصة المشاركة ومناقشة القضايا المجتمعية
السادسة	٥٥.٧	٢٢٣	تعتبر نافذة فريدة من نوعها لحرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع السائدة في المجتمع
السابعة	٥٤.٢	٢١٧	تعتبر قنوات اتصالية فعالة لتشكيل رأيي الخاص
الثامنة	٥٣.٧	٢١٥	تعمل على زيادة الوعي الثقافي والسياسي
التاسعة	٤٢.٢	١٦٩	تعمل على فتح قنوات تواصل مباشرة مع المسؤولين وصناع القرار

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل تنمية المشاركة السياسية جاء في مقدمته انها تشكل مجموعات ضاغطة لحل ومتابعة بعض القضايا بنسبة ٧٨% وفي المرتبة الثانية جاء انها تعمل على تقريب وجهات النظر حول القضايا المختلفة بنسبة ٧٤.٥% وفي المرتبة الثالثة جاء مراقبة البيئة المجتمعية بما يدور حولها من تطورات وأحداث بنسبة ٦٤%، وفي المرتبة الرابعة جاء انها تساهم في حل كثير من المشكلات السياسية والاجتماعية والاقتصادية بنسبة ٦٢%.

جدول (١٥) اتجاهات تغطية مواقع التواصل الاجتماعي لقضية طوفان الأقصى

نوع التغطية الصحفية	إيجابية		محايدة		سلبية		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقييم	ت
الفيسبوك	١٤٠	٣٥٠	٢٠٤	٥١٠	٥٦	١٤٠	٢.٢	٠.٦٦٨	محايدة	١
أكس X	١٣٦	٣٤٠	١٢٨	٣٢٠	١٣٦	٣٤٠	٢.٠	٠.٨٢٥	محايدة	٢
الإجمالي										
							٢.١	٠.٦٩٨	محايدة	

أظهرت نتائج جدول ١٥ أن اتجاهات تغطية مواقع التواصل لقضية طوفان الأقصى جاءت محايدة. جدول (١٦) مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تفاهم أو حل قضية طوفان الأقصى

مستوى التأثير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
نعم	١٩٦	٤٩.٠	الأولى
إلى حد ما	١٤٠	٣٥.٠	الثانية
لا	٦٤	١٦.٠	الثالثة
المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠	

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تفاقم أو حل قضية طوفان الأقصى جاء قويا بنسبة ٤٩% وفي المرتبة الثانية كان ل ٣٥% من الجمهور رأي أنها مؤثرة إلى حد ما، وفي المرتبة الأخيرة رأي ١٦% من الجمهور انه لا يوجد تأثير.

جدول (١٧) تأثير التوجه السياسي للصفحة على موضوعية تغطيتها لقضية طوفان الأقصى

مدى التأثير الصفحة	تؤثر		تؤثر إلى حد ما		لا تؤثر		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقييم	ت
الفيسبوك	٢٧٢	٦٨.٠	٧٦	١٩.٠	٥٢	١٣.٠	٢.٥	٧١٣	تؤثر	١
أكس X	١٨٠	٤٥.٠	١٣٢	٣٣.٠	٨٨	٢٢.٠	٢.٣	٧٨٦	تؤثر	٢
الإجمالي										
							٢.٤	٥١٣	تؤثر	

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن هناك تأثير للتوجه السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي على موضوعية تغطيتها لقضية طوفان الأقصى.

المحور الثاني: اتجاهات الجمهور العراقي نحو قضية طوفان الأقصى وفقا لشبكات التواصل الاجتماعي

وقد تضمن المحور في الجدول (١٨) عدد من الفقرات التي ترتبت كما يأتي:

- الفقرة (١) أصبح المجتمع الإسرائيلي في حالة إضراب وحداد
- الفقرة (٢) انتاب قطاع كبير من الرأي العام الإسرائيلي الشعور بالإهانة والهزيمة بعد العملية العسكرية
- الفقرة (٣) الصدمة من عدم جاهزية أجهزة الأمن والاستخبارات الإسرائيلية، والتي عجزت بدورها عن توقع واستباق هذه العملية
- الفقرة (٤) تفرض هذه العملية واقعا سياسيا جديدا في الداخل الإسرائيلي
- الفقرة (٥) طوفان الأقصى هي رد على السياسة الإسرائيلية الراضية لكل مبادرات "السلام" التي طرحها الفلسطينيون والمجتمع الدولي.
- الفقرة (٦) ظهر البعد العقائدي للعملية العسكرية منذ بدايتها حيث بدأت حملة أو معركة "طوفان الأقصى" بسبب التبعات المستمرة على المسجد الأقصى.
- الفقرة (٧) الهدف المركزي للهجوم الإسرائيلي هو "المقاومة - الإرهاب" وليس الشعب الفلسطيني أو السلطة الرسمية الفلسطينية.
- الفقرة (٨) من بين الأهداف التي يريد الإعلام الغربي تحقيقها من خلال تغطياته هو خلق نوع من الرأي العام المتعاطف مع الطرف الإسرائيلي
- الفقرة (٩) الحرب ليست لإعادة احتلال غزة أو تهجير سكانها بل لتدمير القدرة العسكرية لحماس
- الفقرة (١٠) حماس اغتصبت السلطة وتقيّد الحريات وتفرض أيديولوجيتها الدينية على المجتمع الفلسطيني.
- الفقرة (١١) أنهت عملية "طوفان الأقصى" أسطورة إسرائيل الأمنية والعسكرية والاستخبارية

الفقرة (١٢) لقد أعادت العملية قضية فلسطين إلى واجهة الأحداث، وذلك بعد سنوات من الجمود والإهمال.

الفقرة (١٣) استمرار اقتحام الجيش الإسرائيلي للمدن والقرى والبلدات الفلسطينية في الضفة الغربية، وشن حملة اعتقالات وهدم للبيوت ومصادرة الأراضي.

الفقرة (١٤) أن حجم العملية التي نفذتها حماس، يجعل من رد الفعل الإسرائيلي انتقامي بشكل غير مسبق

الفقرة (١٥) استمرار تقويض دور السلطة الفلسطينية وتهميشها من طرف الحكومة الإسرائيلية

الفقرة (١٦) حصلت إسرائيل على تضامن وتعاطف من بعض الدول على الصعيد الدولي

جدول (١٨) اتجاهات المبحوثين نحو قضية طوفان الأقصى.

ت	التقييم	اكس	فيسبوك	درجه الموافقة العبارة
٤	٢.٣	٢.٤	٢.٣	الفقرة (١)
٤	٢.٣	٢.٢	٢.٣	الفقرة (٢)
٣	٢.٤	٢.٣	٢.٦	الفقرة (٣)
٦	٢.١	١.٩	٢.٢	الفقرة (٤)
٧	٢.٠	٢.٠	٢.١	الفقرة (٥)
٤	٢.٣	٢.٤	٢.٣	الفقرة (٦)
١	٢.٦	٢.٧	٢.٦	الفقرة (٧)
٦	٢.١	٢.٠	٢.٢	الفقرة (٨)
٥	٢.٢	٢.٠	٢.٤	الفقرة (٩)
٧	١.٧	١.٦	١.٨	الفقرة (١٠)
٦	٢.١	٢.٢	٢.١	الفقرة (١١)
٤	٢.٣	٢.٤	٢.٣	الفقرة (١٢)
٢	٢.٥	٢.٦	٢.٥	الفقرة (١٣)
٣	٢.٤	٢.٦	٢.٣	الفقرة (١٤)
٦	٢.١	٢.٢	٢.١	الفقرة (١٥)
٨	١.٥	١.٤	١.٦	الفقرة (١٦)
	٢.٢	٢.١	٢.٢	التقييم العام للمقياس

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن اتجاهات المبحوثين نحو قضية طوفان الأقصى جاء في مقدمتها ان الهدف المركزي للهجوم الإسرائيلي هو “المقاومة – الإرهاب” وليس الشعب الفلسطيني أو السلطة الرسمية الفلسطينية، وفي المرتبة الثانية جاء استمرار اقتحام الجيش الإسرائيلي للمدن والقرى والبلدات الفلسطينية في الضفة الغربية، وشن حملة اعتقالات وهدم للبيوت ومصادرة الأراضي وفي المرتبة الثالثة جاء أن حجم العملية التي نفذتها حماس، يجعل من رد الفعل الإسرائيلي انتقامي بشكل غير مسبوق وفي المرتبة الرابعة جاء لقد أعادت العملية قضية فلسطين إلى واجهة الأحداث، وذلك بعد سنوات من الجمود والإهمال، وفي المرتبة الخامسة جاء الحرب ليست لإعادة احتلال غزة أو تهجير سكانها بل لتدمير القدرة العسكرية لـ حماس.

المحور الثالث: اتجاهات الجمهور العراقي نحو معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لقضية طوفان الأقصى

جدول (١٩) الوظائف التي تقوم بها مواقع التواصل عند معالجتها لقضية طوفان الأقصى

مرتبة	التقييم	الوسط الحسابي التجميعي	أكس X	الفيسبوك	درجة الموافقة الوظائف
الأولى	قوي	٢.٣	٢.٣	٢.٢	شاركت في توعية القارئ بالأحداث.
الثانية	قوي	٢.٥	٢.٥	٢.٤	ساهمت في حشد وتعبئة الجمهور نحو الأحداث.
الثالثة	متوسط	٢.١	٢.٢	٢.٠	ساهمت في تفسير الأحداث وفهمها
الرابعة	متوسط	٢.٠	٢.٠	١.٩	وجهت القارئ لاتخاذ موقف معين تجاه الأحداث
الخامسة	متوسط	١.٨	١.٩	١.٦	أقتصرت على سرد الأحداث فقط

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن الوظائف التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي خلال معالجتها لقضية طوفان الأقصى جاء في مقدمتها انها شاركت في توعية القارئ بالأحداث وفي المرتبة الثانية جاء انها ساهمت في حشد وتعبئة الجمهور نحو الأحداث وفي المرتبة الثالثة جاء انها ساهمت في تفسير الأحداث وفهمها وفي المرتبة الرابعة جاء انها وجهت القارئ لاتخاذ موقف معين تجاه الأحداث وفي المرتبة الأخيرة جاء انها اقتصرت على سرد الأحداث فقط.

جدول (٢٠) مؤشرات ومعايير تقييم معالجة مواقع التواصل لقضية طوفان الأقصى

ت	التقييم	الوسط الحسابي للمقياس	أكس X	الفيسبوك	درجة الموافقة العبارة
٣	متوسط	٢.٢	٢.٣	٢.١	إسناد الأخبار إلى مصادرها
١	قوي	٢.٥	٢.٤	٢.٥	تتميز بالفعورية والسرعة في نقل الأخبار المتعلقة بالقضية
٤	متوسط	٢.٢	٢.١	٢.٢	تهتم بإبراز الأخبار المتعلقة بالقضية
٣	قوي	٢.٣	٢.٣	٢.٢	فصل الرأي عن الخبر
٥	متوسط	٢.١	٢.٠	٢.١	عدم التحيز لوجهة نظر بالحذف أو الانتقاء
٧	متوسط	١.٩	١.٨	١.٩	الاعتماد على كتاب وصحفيين ومصادر ذو مصداقية
٧	متوسط	١.٩	١.٨	٢.٠	عدم التلاعب في الصورة الصحفية المصاحبة للموضوع
٥	متوسط	٢.١	٢.٠	٢.٢	نشرها العناوين الصادقة التي تعبر عن المضمون
٤	متوسط	٢.٢	٢.٢	٢.١	اتسمت تغطيتها بالشمولية للأحداث
٦	متوسط	٢.٠	٢.١	١.٩	تميزت بدقة المعلومات والأرقام والاحصائيات
٢	قوي	٢.٤	٢.٤	٢.٣	التمثيل المتعادل للقوى السياسية
٤	متوسط	٢.٢	٢.٢	٢.١	تغليب الجوانب العقلانية على الجوانب العاطفية.
٦	متوسط	٢.٠	١.٩	٢.٠	اهتمت بالتحليل والتفسير وتقديم الخلفيات وخدمة الخبر.
١	قوي	٢.٥	٢.٥	٢.٤	اعتمدت على إبراز الجوانب الإيجابية فقط
٢	قوي	٢.٤	٢.٤	٢.٣	التزمت التغطية بالخط السياسي العام للدولة
٢	قوي	٢.٤	٢.٥	٢.٣	تعتمد على المبالغة والتهويل في معالجتها للأخبار المتعلقة بالقضايا
٢	قوي	٢.٤	٢.٥	٢.٢	اعتمدت على التصريحات الرسمية تجاه الأحداث أكثر من الحدث نفسه.
٥	متوسط	٢.١	٢.١	٢.٠	حرصت على الحيادية في تغطيتها للأحداث
٣	قوي	٢.٣	٢.٣	٢.٢	عبرت عن الرأي و الرأي الآخر فيما يتعلق بالقضايا السياسية.
١	قوي	٢.٥	٢.٦	٢.٤	ركزت التغطية لطرف على حساب آخر
٣	قوي	٢.٣	٢.٢	٢.٣	عملت على احتواء الصراع القائم في المجتمع
١	قوي	٢.٥	٢.٥	٢.٤	عمدت إلى التشهير ببعض الشخصيات أو المؤسسات في المجتمع.
٤	متوسط	٢.٢	٢.٣	٢.١	ساهمت في بث الدعوات المتعلقة بالكراهية أو التحريض في بعض الأحيان اعتمادا على مرتكزات سياسية أو فكرية أو دينية.
٣	قوي	٢.٣	٢.٢	٢.٤	تعرض الصفحات الأحداث الخاصة بالقضايا بشفافية
٢	قوي	٢.٤	٢.٣	٢.٦	تساهم في تغطية الازمات بشكل جيد يراعي المعايير الإعلامية، المهنية والأخلاقية
١	قوي	٢.٥	٢.٤	٢.٥	تحفز الجمهور على عدم تقبل الازمات وتفاقمها
	قوي	٢.٣	٢.٢	٢.٢	التقييم العام للمقياس

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن هناك العديد من مؤشرات ومعايير تقييم معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية طوفان الأقصى جاء في مقدمتها انها تحفز الجمهور على عدم تقبل الازمات وتفاقمها وانها عمدت إلى التشهير ببعض الشخصيات أو المؤسسات في المجتمع كما انها ركزت التغطية لطرف على حساب آخر واعتمدت على إبراز الجوانب الإيجابية فقط و تتميز بالفورية والسرعة في نقل الأخبار المتعلقة بالقضية وفي المرتبة الثانية جاء انها تساهم في تغطية الازمات بشكل جيد يراعي المعايير الإعلامية، المهنية والأخلاقية والتزمت التغطية بالخط السياسي العام للدولة وتعتمد على المبالغة والتهويل في معالجتها للأخبار المتعلقة بالقضايا واعتمدت على التصريحات الرسمية تجاه الأحداث أكثر من الاهتمام بالحدث نفسه وفي المرتبة الثالثة جاء إسناد الأخبار إلى مصادرها وعملت على احتواء الصراع القائم في المجتمع و عبرت عن الرأي و الرأي الآخر فيما يتعلق بالقضايا السياسية وإسناد الأخبار إلى مصادرها.

جدول (٢٠) تقييم المبحوثين لمدي التزام مواقع التواصل الاجتماعي بأخلاقيات التغطية الصحفية لقضية طوفان الأقصى

درجة الموافقة أخلاقيات المعالجة	الفيس بوك	أكس X	المتوسط الحسابي	مرتبة
راعت الذوق وآداب العامة للمجتمع.	٢.٤	٢.٦	٢.٥	الأولى
التزمت بالقوانين ومواثيق الشرف الصحفي.	٢.٢	٢.٣	٢.٣	الثانية
كفلت حق الرد والتصحيح	٢.٣	٢.١	٢.٢	الثالثة
تجنب العنف اللفظي في التغطية.	٢.١	٢.١	٢.١	الرابعة
حافظت على حرمة الحياة الخاصة للأفراد والشخصيات العامة.	٢.٠	٢.٢	٢.١	الخامسة
التقييم العام للمقياس	٢.٢	٢.٢	٢.٢	

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن تقييم المبحوثين لمدي التزام مواقع التواصل الاجتماعي بأخلاقيات التغطية الصحفية لقضية طوفان الأقصى جاء في المقدمة انها راعت الذوق وآداب العامة للمجتمع وفي المرتبة الثانية انها التزمت بالقوانين ومواثيق الشرف الصحفي وفي المرتبة الثالثة جاء انها كفلت حق الرد والتصحيح.

جدول (٢١) تقييم المبحوثين لمدي التزام مواقع التواصل الاجتماعي بالممارسة المهنية خلال معالجتها لقضية طوفان الأقصى

ت	التقييم	المتوسط الحسابي	أكس X	الفيسبوك	درجة الموافقة المعايير المهنية
٤	متوسط	١.٩	١.٧	٢.٠	حرصت على الحيادية في تغطيتها للأحداث .
٣	متوسط	٢.١	٢.٠	٢.٢	رعت وضوح اللغة والأفكار والأهداف من وراء نشر المضمون
٢	متوسط	٢.٢	٢.٢	٢.١	عبرت عن الرأي و الرأي الآخر فيما يتعلق بقضية طوفان الأقصى.
٢	متوسط	٢.٢	٢.٢	٢.٣	ركزت التغطية لطرف على حساب آخر
١	قوي	٢.٤	٢.٥	٢.٤	خلطت بين الرأي والخبر في تغطيتها للأحداث.
	متوسط	٢.٢	٢.١	٢.٢	التقييم العام

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن تقييم المبحوثين لمدي التزام مواقع التواصل الاجتماعي بالممارسة المهنية خلال معالجتها لقضية طوفان الأقصى جاء في مقدمته انها خلطت بين الرأي والخبر في تغطيتها للأحداث وفي المرتبة الثانية جاء انها عبرت عن الرأي والرأي الآخر فيما يتعلق بقضية طوفان الأقصى وركزت التغطية لطرف على حساب آخر وفي المرتبة الثالثة جاء انها رعت وضوح اللغة والأفكار والأهداف من وراء نشر المضمون الصحفي.

جدول (٢٢) مستوى التزام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي بالمسؤولية الاجتماعية في تغطيتها لقضية طوفان الأقصى

ت	التقييم	المتوسط الحسابي	أكس X	الفيسبوك	درجة الموافقة معايير المسؤولية الاجتماعية
٢	متوسط	٢.٢	٢.٢	٢.١	ركزت على توحيد الصف بين أفراد المجتمع.
١	قوي	٢.٣	٢.٤	٢.٣	أسهمت في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية
١	قوي	٢.٣	٢.١	٢.٤	عملت على احتواء الصراع القائم في المجتمع.
٥	متوسط	١.٨	١.٧	١.٨	اعترفت بالأخطاء المهنية فور وقوعها.
٣	متوسط	٢.١	٢.١	٢.٠	أفادت المجتمع من خلال تغطيتها لهذه الأحداث.
٢	متوسط	٢.٢	٢.٢	٢.١	عمدت إلى التشهير بشخصيات أو مؤسسات المجتمع.
٢	متوسط	٢.٢	٢.٢	٢.٠	ساهمت في بث دعوات الكراهية أو التحريض
١	قوي	٢.٣	٢.٤	٢.٣	أخطأت في فهم حرية الرأي والتعبير وأساءت استخدامه.
٤	متوسط	١.٩	١.٩	٢.٠	لم تراعي تحقيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع في تغطيتها لهذه القضية.
	متوسط	٢.١	٢.١	٢.١	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول السابق: أن مستوى التزام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي بالمسؤولية الاجتماعية في تغطيتها لقضية طوفان الأقصى جاء في مقدمتها أنها أسهمت في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية وعملت على احتواء الصراع القائم في المجتمع وأخطأت في فهم حرية الرأي والتعبير وأساءت استخدامه وفي المرتبة الثانية جاء عمدت إلى التشهير ببعض الشخصيات أو المؤسسات في المجتمع وساهمت في بث الدعوات المتعلقة بالكراهية أو التحريض في بعض الأحيان اعتمادا على مرتكزات سياسية أو فكرية أو دينية و ركزت على توحيد الصف بين أفراد المجتمع وفي المرتبة الثالثة جاء أفادت المجتمع من خلال تغطيتها لهذه الأحداث وفي المرتبة الرابعة جاء لم تراعي تحقيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع في تغطيتها لهذه القضية.

❖ نتائج فروض البحث:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى ومستوى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية طوفان الأقصى جدول (٢٣) معامل ارتباط سبيرمان لإثبات العلاقة بين مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى و مستوى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية طوفان الأقصى

مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي				مستوى الثقة
معامل بيرسون	مستوى الدلالة	اتجاه العلاقة	قوة العلاقة	
٠.٠٠٠	طردى	متوسط		

تشير بيانات الجدول السابق وباستخدام معامل ارتباط سبيرمان لدلالة العلاقة بين متغيرين رتبين يتضح لنا أن هناك علاقة ارتباط طردية متوسطة بين مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى و مستوى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية طوفان الأقصى، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان ٠.٠٠٠، وعند مستوى دلالة ٠.٠٠٠. وهى قيمة دالة إحصائية .

وبذلك ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى ومستوى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية طوفان الأقصى

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات حول قضية طوفان الأقصى و مستوى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية طوفان الأقصى. جدول (٢٤) معامل ارتباط بيرسون لإثبات العلاقة بين مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات حول قضية طوفان الأقصى ومستوى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية طوفان الأقصى

مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات حول قضية طوفان الأقصى				
مستوى الثقة	معامل بيرسون	مستوى الدلالة	اتجاه العلاقة	قوة العلاقة
	٠.٤٧٣**	٠.٠٠٠	طردي	متوسط

تشير بيانات الجدول السابق وباستخدام معامل ارتباط بيرسون لدلالة العلاقة بين متغيرين كميين يتضح لنا أن هناك علاقة ارتباط طردية متوسطة بين مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات حول قضية طوفان الأقصى ومستوى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية طوفان الأقصى، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٤٧٣. وعند مستوى دلالة ٠.٠٠٠ وهي قيمة دالة إحصائية.

وبذلك ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات حول قضية طوفان الأقصى ومستوى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية طوفان الأقصى

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات تغطية مواقع التواصل الاجتماعي لقضية طوفان الأقصى وتأثير التوجه السياسي للصفحة على موضوعية تغطيتها لقضية طوفان الأقصى.

جدول (٢٥) معامل ارتباط بيرسون لإثبات العلاقة بين اتجاهات تغطية مواقع التواصل الاجتماعي لقضية طوفان الأقصى وتأثير التوجه السياسي للصفحة على موضوعية تغطيتها لقضية طوفان الأقصى.

اتجاهات التغطية			معامل بيرسون
قوة العلاقة	اتجاه العلاقة	مستوى الدلالة	
قوي	طردي	٠.٠٠٠**	التوجه السياسي للصفحة

تشير بيانات الجدول السابق وباستخدام معامل ارتباط بيرسون لدلالة العلاقة بين متغيرين كميين يتضح لنا أن هناك علاقة ارتباط طردية قوية بين اتجاهات تغطية مواقع التواصل الاجتماعي لقضية طوفان

الأقصى وتأثير التوجه السياسي للصفحة على موضوعية تغطيتها لقضية طوفان الأقصى، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.697^{**} وعند مستوى دلالة 0.00 . وهي قيمة دالة إحصائية.

وبذلك ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات تغطية مواقع التواصل الاجتماعي لقضية طوفان الأقصى وتأثير التوجه السياسي للصفحة على موضوعية تغطيتها لقضية طوفان الأقصى

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى تبعًا لخصائصهم الديموغرافية جدول (٢٦) معنوية الفروق بين المبحوثين (عينة الدراسة) في مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى تبعًا لخصائصهم الديموغرافية.

المتغيرات		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	مؤشرات إحصائية
						القيمة المعنوية
النوع	ذكور	١٧٩	٢.٣	٠.٢٥٣	٣٩٨	T=127. ٠.٨٩٩
	إناث	٢٢١	٢.٣	٠.٢٥٤		
السن	من ١٨ إلى ٢٥	٧١	٢.٣	٠.١٩٢١	٢ ٣٩٧	F=3.599 ٠.٠٠
	أكثر من ٢٥ إلى ٣٥	١٧٣	٢.٣	٠.٢٨٦٦		
	أكثر من ٣٥ إلى ٤٥	١٠١	٢.٤	٠.٢١١١		
	من ٤٥ حتى ٦٠	٥١	٢.٥	٠.٢٦٨		
	من ٦٠ فأكثر	٤	٢.٣	٠.٠٠٠		
المستوى التعليمي	طالب	٧٥	٢.٣	٠.١٤٢	٢ ٣٩٧	F=440. ٠.٧٢٤
	تعليم متوسط	٧٨	٢.٤	٠.٢٤٣		
	تعليم جامعي	١٨٧	٢.٣	٠.٢٧٥		
	تعليم فوق جامعي	٦٠	٢.٣	٠.٣٠٥		
المستوى الاقتصادي	منخفض	٢٣٦	٢.٢	٠.٢٦٨	٢ ٣٩٧	F=17.496 ٠.٠٠٠
	متوسط	١٤٤	٢.٤	٠.٢٠٩		
	مرتفع	٢٠	٢.٣	٠.١٤٦		

تبين بيانات هذا الجدول صحة الفرض جزئياً، حيث إنه يؤكد على وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين (عينة الدراسة) في مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى من وجهة نظر المبحوثين تبعًا لخصائصهم الديموغرافية وفقاً للسن والمستوى الاقتصادي ورفضه من حيث النوع والمستوى التعليمي، وسيتضح ذلك بالتفصيل فيما يلي:

❖ عدم وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين في مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى من وجهة نظر المبحوثين حيث بلغت قيمة "T" (١٢٧) . وهى قيمة غير دالة وذلك عند مُستوي معنوية (٠.٠٥)، حيث بلغت قيمة معنويتها (٠.٠٩) وذلك عند درجة حرية (٣٩٨) .

❖ وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين سن للمبحوثين فى مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى، حيث بلغت قيمة "F" (٣.٥٩٩) وهى قيمة دالة، وذلك عند مُستوي معنوية (٠.٠٥)، حيث بلغت قيمة معنويتها (٠,٠٠٠) وذلك عند درجتى حرية = (٢) بن المجموعات & (٣٩٧) داخل المجموعات .

❖ عدم وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين في مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى، حيث بلغت قيمة "F" (٤٤٠) . وهى قيمة غير دالة، وذلك عند مُستوي معنوية (٠.٠٥)، حيث بلغت قيمة معنويتها (٠,٧٢٤) وذلك عند درجتى حرية = (٢) بين المجموعات & (٣٩٧) داخل المجموعات .

❖ وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين مستوى دخل المبحوثين في مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى، حيث بلغت قيمة "F" (١٧.٤٩٦) وهى قيمة دالة، وذلك عند مُستوي معنوية (٠.٠٥)، حيث بلغت قيمة معنويتها (٠,٠٠) وذلك عند درجتى حرية = (٢) بين المجموعات & (٣٩٧) داخل المجموعات ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين (عينة الدِّرَاسَةِ) فى مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى من وجهة نظر المبحوثين (عينة الدِّرَاسَةِ) في تبعًا للسن، قام الباحث بإجراء اختبار بعدي Post Hoc بطريقة LSD، وقد أسفر عن النتيجة التالية :

جدول (٢٧) اختبار LSD لمعنوية الفروق بين مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى من وجهة نظر المبحوثين (عينة الدِّراسة) تبعًا للسن

المُتغير	المجموعة	المجموعات المقارنة	الفرق بين المتوسطات	الخطأ المعياري	مُسْتَوِي المعنوية
السن	من ١٨ إلى ٢٥	أكثر من ٢٥ إلى ٣٥	.01151	.03531	.745
		من ٣٥ إلى ٤٥	-.03824	.03880	.325
		من ٤٥ حتى ٦٠	-.13458	.04598	.004
		من ٦٠ فأكثر	.00059	.12874	.996
	أكثر من ٢٥ إلى ٣٥	من ١٨ إلى ٢٥	-.01151	.03531	.745
		من ٣٥ إلى ٤٥	-.04974	.03137	.114
		من ٤٥ حتى ٦٠	-.14609	.03992	.000
		من ٦٠ فأكثر	-.01092	.12670	.931
	أكثر من ٣٥ إلى ٤٥	من ١٨ إلى ٢٥	.03824	.03880	.325
		أكثر من ٢٥ إلى ٣٥	.04974	.03137	.114
		من ٤٥ حتى ٦٠	-.09634	.04304	.026
		من ٦٠ فأكثر	.03882	.12772	.761
	من ٤٥ حتى ٦٠	من ١٨ إلى ٢٥	.13458	.04598	.004
		أكثر من ٢٥ إلى ٣٥	.14609	.03992	.000
		من ٣٥ إلى ٤٥	.09634	.04304	.026
		من ٤٥ حتى ٦٠	.13517	.13008	.299
	من ٦٠ فأكثر	من ٦٠ فأكثر	-.00059	.12874	.996
		من ١٨ إلى ٢٥	.01092	.12670	.931
		أكثر من ٢٥ إلى ٣٥	-.03882	.12772	.761
		من ٣٥ إلى ٤٥	-.13517	.13008	.299
		من ٤٥ حتى ٦٠	.01151	.03531	.745

* دال عند مُستَوِي معنوية ٠,٠٥

وبالاطلاع على جدول LSD اتضح أنه فيما يخص مُتغير السن، فإنه فيما يتعلق مجموعة من ١٨ إلى ٢٥ فإنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من مجموعة المبحوثين الفئة العمرية من ٤٥ حتى ٦٠

و من ١٨ إلى ٢٥ حيث بلغ قيمة معنوياتها ٠.٠٠٤، ولا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الفئة العمرية من ١٨ إلى ٢٥ وغيرها من الفئات العمرية.

كذلك فيما يتعلق الفئة العمرية أكثر من ٢٥ إلى ٣٠ سنة، ومن ٤٥ حتى ٦٠ سنة فإنه توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجموعتين حيث بلغ قيمة المعنوية ٠.٠٠٠، وعدم وجود فروق بين تلك المجموعة وغيرها من الفئات العمرية الأخرى.

أما فيما يتعلق بالفئة العمرية أكثر من ٣٥ إلى ٤٥ سنة و من ٤٥ حتى ٦٠ فإنه توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجموعتين حيث بلغ قيمة المعنوية ٠.٠٠٢، وعدم وجود فروق بين تلك المجموعة وغيرها من الفئات العمرية الأخرى.

أما فيما يتعلق بالفئة العمرية من ٤٥ حتى ٦٠ سنة و أكثر من ٢٥ إلى ٣٥ فإنه توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجموعتين حيث بلغ قيمة المعنوية ٠.٠٠٠. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من مجموعة المبحوثين الفئة العمرية من ٤٥ حتى ٦٠ و من ١٨ إلى ٢٥ حيث بلغ قيمة معنوياتها ٠.٠٠٤، ولا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الفئة العمرية من ١٨ إلى ٢٥ وغيرها من الفئات العمرية، ووجود فروق ذات دلالة احصائية بين ٣٥ إلى ٤٥ سنة و من ٤٥ حتى ٦٠ حيث بلغ قيمة المعنوية ٠.٠٢.

ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين (عينة الدِّراسة) في مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى من وجهة نظر المبحوثين (عينة الدِّراسة) تبعاً للمستوى الاقتصادي، قام الباحث بإجراء اختبار بعدي Post Hoc بطريقة LSD، وقد أسفر عن النتيجة التالية

جدول (٢٨) اختبار LSD لمعنوية الفروق بين مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأحداث والأخبار حول قضية طوفان الأقصى من وجهة نظر المبحوثين (عينة الدِّراسة) تبعاً للمستوى الاقتصادي

المتغير	المجموعة	المجموعات المقارنة	الفرق بين المتوسطات	الخطأ المعياري	مُستوي المعنوية
المستوى الاقتصادي	منخفض	متوسط	-0.15175	0.02579	0.000
		مرتفع	-0.09141	0.05680	0.108
	متوسط	منخفض	0.15175	0.02579	0.000
		مرتفع	0.06034	0.05820	0.300
	مرتفع	منخفض	0.09141	0.05680	0.108
		متوسط	-0.06034	0.05820	0.300

وبالاطلاع على جدول LSD، اتضح أنه فيما يخص مُتغير المستوى الاقتصادي، فإنه فيما يتعلق بمجموعة الدخل المنخفض، فإنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من مجموعة المبحوثين للمستوى الاقتصادي المنخفض والمتوسط حيث بلغ قيمة معنوياتها ٠.٠٠، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى المتوسط وغيرها من مستويات الدخل.

وفيما يتعلق مجموعة المبحوثين ذوي الدخل المتوسط، فإنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من مجموعة المبحوثين للمستوى الاقتصادي متوسط والمنخفض، حيث بلغ قيمة معنوياتها ٠.٠٠، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي المنخفض والمرتفع.

أما فئة المستوى الاقتصادي المرتفع فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تلك المجموعة وغيرها من مستويات الدخل.

❖ خاتمة البحث

لن تمر عملية طوفان الأقصى التي شنتها حركة حماس ومعها فصائل المقاومة الفلسطينية ضد إسرائيل دون عواقب على القضية الفلسطينية، وعلى الشرق الأوسط ككل، وربما العالم، لقد أعادت الحرب القضية الفلسطينية إلى الواجهة، وكشفت عن تآكل حاد في قوة الردع الإسرائيلية، وربما إخفاق في الحسابات التي ظنت أنه يمكن حشر شعب بكامله في الزاوية إلى الأبد، ويمكن التطرق إلى بعض التأثيرات والتداعيات المتوقعة للحرب التي شنها الفلسطينيون على إسرائيل على النحو الآتي:

١ - تآكل الردع الإسرائيلي وتغيير المشهد السياسي الداخلي :

لقد نجحت العملية التي قامت بها الفصائل الفلسطينية بقيادة حركة حماس في إلحاق هزيمة كبرى بالجيش الإسرائيلي، فقد أكدت العملية على فشل استخباراتي وفشل عسكري كبير، حيث لم تتوقع أجهزة الأمن الإسرائيلي التي تدعي تفوقها الفائق في التنبؤ بالهجوم الذي غير قواعد الاشتباك بين إسرائيل وفصائل المقاومة، وتحول الفصائل من حرب الرشقات الصاروخية المحسوبة، إلى الهجوم الميداني برا وبحرا وجوا، لقد كشفت العملية أيضا عن أن قوة الردع الإسرائيلي باتت محل شك، فهناك انكشاف واسع للقوة، واحتاجت إسرائيل إلى قوة الردع الأمريكية لكي تستعيد توازنها النفسي، ولكي تعيد

استجماع قوتها، وربما ستبقى هذه العملية بعد حرب أكتوبر ١٩٧٣ من الهزائم الكبرى لإسرائيل، لهذا فإن إسرائيل سيكون همها خلال المعركة الحالية هو استعادة زمام المبادرة، ورفع تكلفة الصراع على حماس واستغلال رخصة القتل التي تمنحها إياها الولايات المتحدة تحت مقولة حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها لعملية عسكرية لا تراعي أي اعتبارات إنسانية ضد قطاع غزة في محاولة لإحراج الفصائل بما في ذلك قطع الغذاء والوقود كما أعلن الجيش الإسرائيلي، لكن ربما لن يمحو أثر هذه الهزيمة أي تصعيد واستخدام مفرط للقوة تجاه القطاع وبقية الأراضي الفلسطينية.

٢ - استعادة القضية الفلسطينية زخمها وتعزيز موقع حماس وتحريك ملف الأسرى:

لقد أعادت العملية قضية فلسطين إلى واجهة الأحداث، وذلك بعد سنوات من الجمود والإهمال، وحصرها في القضايا الأمنية، فردود الفعل الدولية والإقليمية تشير إلى أن القضية ستكون في قلب الصراع الجيوسياسي الذي تشهده المنطقة، وربما تأخذ القضية زخماً أكبر في ظل التنافس الدولي القائم، ففي مجلس الأمن حاولت الولايات المتحدة تشكيل رأي عام يدين حركة حماس ويتضامن مع إسرائيل، لكن الصين وروسيا كان موقفهما متوازناً ومساوياً بين الجانبين.

٣ - صعود البعد العقائدي وجاذبية الخطاب الديني وتأثيراته:

ظهر البعد العقائدي للعملية العسكرية منذ بدايتها حيث بدأت حملة أو معركة “طوفان الأقصى” بسبب التبعيات المستمرة على المسجد الأقصى، واقتحامه، ففي السابع والعشرين من يوليو ٢٠٢٣م اقتحم وزير الأمن القومي الإسرائيلي إيتمار بن غفير باحات المسجد الأقصى وسط حماية أمنية إسرائيلية، قائلاً: “هذا المكان هو الأهم لشعب إسرائيل وإليه يجب أن نعود ونظهر سيادتنا عليه”. واعتبر المتحدث باسم حماس حينئذ أن هذه الخطوة “تصعيد خطير للحرب الدينية”، وفي أول هذا الشهر أكتوبر ٢٠٢٣م، اقتحم مئات المستوطنين باحات المسجد الأقصى، وسط حماية من قوات الأمن، وكررت حماس تأكيدها أن هذه الخطوات بمثابة تصعيد للحرب الدينية.

❖ المراجع

- (١) أحمد عبد المجيد، وحنين سعد سلمان، أساليب الدعاية الإسرائيلية في تغريدات (أفيخاي أدراعي) على منصة (X) أثناء عملية (طوفان الأقصى) - دراسة تحليلية. مجلة المعهد، ٢٠٢٣م.
- (٢) أسماء عبده زكي المرزوقي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحداث الخارجية : دراسة ميدانية. جامعة المنصورة، كلية الآداب، ٢٠٢١م.
- (٣) سعود عبد العزيز بوشهري، دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على صنع القرار بدولة الكويت. مجلة البحوث المالية والتجارية، ٢٠٢١م.
- (٤) عمرو محمد محمود عبدالحميد. مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار حول الأحداث السياسية المصرية وعلاقتها بظاهرة العداء لوسائل الإعلام لدى الجمهور المصري. المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون، (أكتوبر، ٢٠١٦م) .
- (٥) ليلي محمد رشاد البرنس، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والشائعات السياسية : الحالة المصرية نموذجاً. جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ٢٠٢١م .
- (٦) محمود عبدالنواب، عبدالسلام حسن، اعتماد صانعي القرار بجمهورية مصر العربية على وسائل التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرارات : دراسة تطبيقية، جامعة المنصورة، كلية الآداب، ٢٠٢١م.
- (٧) مزمل أبو القاسم الشريف حسين، دور وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل الرأي العام وصنع القرار (الرأي العام المصري نموذجاً). مجلة كلية التربية بتفها الأشراف، ٢٠٢٤م.
- (٨) مها مصطفى محمود مصطفى، تعرض الشباب لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحوها : دراسة تطبيقية. مصر: جامعة المنصورة، كلية الآداب، ٢٠٢١م.
- (٩) هاجر ثروت محمد الحيني، الصورة الإعلامية لدولة الصين كما تعكسها قناة CGTN عبر منصتها على فيسبوك (دراسة تحليلية). مجلة الآداب والعلوم الانسانية، في يناير ٢٠٢٤م.
- (١٠) هيام انور احمد ابو زيد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية، جامعة عين شمس، معهد الطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٦م .

❖ Foreign references

- 1) Ahmed Abdel Majeed and Hanin Saad Salman, Israeli propaganda methods in Avichai Adraee's tweets on the (X) platform during Operation (Al-Aqsa Flood) - an analytical study. Institute Journal, 2023.
- 2) Amr Mohamed Mahmoud Abdel Hamid. The credibility of social networking sites as sources of news about Egyptian political events and their relationship to the phenomenon of hostility towards the media among the Egyptian public. Scientific Journal of Radio and Television Research, (October, 2016).

- 3) Anstead, N., & O'Loughlin, B. (2014, March). Social Media Analysis and Public Opinion: The 2010 UK General Election. JOURNAL OF COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION.
- 4) Asmaa Abdo Zaki Al-Marzouqi, The role of social media networks in shaping young people's attitudes towards external events: a field study. Mansoura University, Faculty of Arts, 2021.
- 5) Barberá, P., & Rivero, G. (2015). Understanding the Political Representativeness of Twitter Users. Social Science Computer Review.
- 6) Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. Proceedings of the National Academy of Sciences. doi:<https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>.
- 7) Conway, B. A., Kenski, K., & Wang, D. (2015). The rise of Twitter in the political campaign: Searching for intermedia agenda-setting effects in the presidential primary. Journal of Computer-Mediated Communication.
- 8) Hajar Tharwat Muhammad Al-Heni, the media image of the State of China as reflected by the CGTN channel through its platform on Facebook (Analytical study). Journal of Arts and Humanities, January 2024.
- 9) Hiam Anwar Ahmed Abu Zaid, The role of social networking sites in shaping youth attitudes towards some Egyptian political crises, Ain Shams University, Childhood Institute, Department of Media and Child Culture, 2016.
- 10) Jungherr, A. (2014, March 19). The Logic of Political Coverage on Twitter: Temporal Dynamics and Content. BIG DATA IN COMMUNICATION RESEARCH,2.
- 11) Jungherr, A. (2016). Twitter use in election campaigns: A systematic literature review. Journal of Information Technology & Politics.
- 12) KING, G., SCHNEER, B., & WHITE, A. (2017). How the news media activate public expression and influence national agendas. science, 358, pp. 776–780.
- 13) Laila Muhammad Rashad Al-Prince, social networking sites and political rumours: the Egyptian case as an example. Cairo University, Faculty of Economics and Political Science, 2021.

- 14) Maha Mustafa Mahmoud Mustafa, Youth exposure to the pages of influencers on social networking sites and their attitudes towards them: An applied study. Egypt: Mansoura University, Faculty of Arts, 2021.
- 15) Mahmoud Abdel Tawab, Abdel Salam Hassan, reliance of decision makers in the Arab Republic of Egypt on social media in making decisions: an applied study, . Mansoura University, Faculty of Arts, 2021.
- 16) McGregor, S. C. (2017). Twitter as a tool for and object of political and electoral activity: Considering electoral context and variance among actors. *Journal of Information Technology & Politics*, 2, :<https://doi.org/10.1080/19331681.2017.1308289>
- 17) Muzammil Abu Al-Qasim Al-Sharif Hussein, The role of modern media in shaping public opinion and decision-making (Egyptian public opinion as an example). *Journal of the Faculty of Education in Tafhana Al-Ashraf*, 2024.
- 18) pablo, P. B., Jost, J., Nagler, J., Tucker, J., & Bonneau, R. (2015). Tweeting from left to right: Is online political communication more than an echo chamber? *Psychological Science*.
- 19) Saud Abdul Aziz Bushahri, The role of social media in influencing decision-making in the State of Kuwait. *Journal of Financial and Business Research*, 2021.
- 20) Shirky, C. (2011). *The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change*. *Foreign Affairs*, Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/25800379>.