

دور الإعلام الاجتماعي في تعزيز الوعي بالقضايا الوطنية الفلسطينية: دراسة تحليل مضمون

The role of social media in promoting awareness of Palestinian national issues: a content analysis study

د. نجمه بنت سعيد بن خميس السريه: أكاديمية وباحثة في الإعلام والعلاقات العامة، سلطنة عُمان.

Dr. Najma bint Saeed bin Khamis Alsareerya: Academic and researcher in media and public relations, Sultanate of Oman

المخلص:

هدفت الدراسة إلى معرفة أهمية الإعلام الاجتماعي على صعيد تعزيز وعي المتلقي بقضية فلسطين، وذلك كونها دراسة تحليل مضمون لبعض الدراسات والأبحاث السابقة التي تناولت بالبحث الموضوعات الفرعية لدراستنا، ومن أجل أن تحقّق الدراسة ما هي هادفة له، اعتمدت الباحثة المنهج العلمي الوصفي التحليلي في معرفة طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة، وقد خلص البحث إلى نتائج عدة، أهمها: تحول وسائل التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة إلى منابر سياسية وإعلامية للساسة، يؤثرون على الشعوب ويتلقون معلومات منهم أو حول توجهاتهم، ويمكن ملاحظة أن وسائل التواصل الاجتماعي صارت أحد مصادر المعلومات وعملت على تعزيز الوعي بالقضية الفلسطينية وقضاياها المختلفة. وأوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات، أبرزها: ضرورة إجراء العديد من الدراسات التي تتناول القضايا الفلسطينية جزئياً، مع عمل دراسات مقارنة بين مجتمعات عربية مختلفة للتعرف على أي مجتمع عربي يساند القضية الفلسطينية بشكل أكبر، خاصة في ظل تعاطف بعض الشعوب العربية تعاطفاً كبيراً مع قضية فلسطين مثل شعب الجزائر.

الكلمات المفتاحية: إعلام اجتماعي - إعلام جديد - قضية فلسطينية - وعي سياسي.

Abstract:

The study aimed at identifying the role of social media in promoting awareness of Palestinian national issues, as a content analysis study of some previous studies that dealt with the sub-themes of our studies. The study found a set of results, most significant: Social networking sites have recently become political and media platforms for politicians, influencing peoples and receiving information from them or about their orientations. It can be considered that social networking sites have become a source of information and have enhanced awareness of the Palestinian issue and its various causes. The study recommended a group of recommendations, and the most significant was: the necessity of carrying out in part several studies that deal with Palestinian issues. Furthermore, to conduct comparative studies between different Arab societies to identify any Arab society that supports the Palestinian issue more, especially in light of the great sympathy of some Arab peoples with The Palestinian issue like Algerian people.

Keywords: social media, new media, Palestinian issue, political awareness

الإطار المنهجي للدراسة

المقدمة:

يُعدُّ الإعلام الاجتماعي واحدًا من الموضوعات التي ازداد الحديث عنها مؤخرًا على الصعيد الاجتماعي، خاصةً بعد ظهور موقف Facebook واستخدامه لتحقيق أغراض أخرى غير الاجتماعية، مثل الأبعاد السياسية وغيرها، وازدادت أهمية الإعلام الاجتماعي بالتزامن مع انتشار ما يُعرف بـ"الدبلوماسية الرقمية"، وذلك حينما صار الساسة والمسؤولون الحكوميون يقضون أوقاتًا مختلفةً على مواقع التواصل الاجتماعي ترويجًا لسياساتهم أو دفاعًا عن طروحاتهم.

ويُعدُّ الإعلام الاجتماعي واحدًا من أكثر الوسائل والأدوات فعاليةً في التأثير في الجمهور، خاصةً تزامنًا مع سرعة انتشار المواد المستعملة على هذه المواقع، بجانب إمكانية وصول أكبر عدد ممكن من الناس حول العالم إلى تلك الوسائل دون تكاليف تُذكر مقارنةً ببعض مواقع الإعلام الاجتماعي أو الإعلام التقليدي.

ومن الواضح أنَّ وسائل التواصل الاجتماعي قد صارت مؤخرًا منابر سياسية وإعلامية للساسة، يؤثرون على الشعوب ويتلقون معلومات منهم أو حول توجهاتهم، ويمكن ملاحظة أنَّ تلك الوسائل صارت أحد مصادر المعلومات وصارت عاملاً في تعزيز الوعي بالقضية الفلسطينية وقضاياها المختلفة.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

كانت دراسة (الشرافي، 2022: 716) قد كشفت الدراسة بأن الإعلام الجديد يساهم في تعزيز القضايا الوطنية بنسبة "كبيرة جدًا"، بنسبة 39.9%. ثم في الترتيب الثاني يرى بعض المبحوثين "بنسبة كبيرة"، وذلك نسبتهم 33.3%، وجاء في الترتيب الثالث متوسط نسبتهم 15.8% من أفراد العينة. وفي المرتبتين الرابعة والخامسة "قليل" بنسبة 8.7% و"قليل جدًا" بنسبة 2.2% (الشرافي، 2022: 715). في حين أشارت الدراسة نفسها إلى أنَّ مواقع الإعلام الاجتماعي أحد أهم مصادر المعلومات في مختلف القضايا وبنسبة 92.7%، وورد في الترتيب الثاني "متابعة التغييرات السياسية والاجتماعية على الصعيد العربي والدولي" في الترتيب الثاني بـ 90.1%، بالتالي تدور إشكالية الدراسة حول دور الإعلام الاجتماعي على صعيد تعزيز الوعي بالقضايا الفلسطينية.

وتتمثل مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس: ما دور الإعلام الاجتماعي في تعزيز الوعي بالقضايا الوطنية الفلسطينية؟

- وتنبثق من هذا السؤال مجموعة أسئلة فرعية على النحو التالي:

- ما المقصود بالإعلام الاجتماعي؟ وما أهميته؟ وما مجالات استخدامه؟
- ما أبرز القضايا الوطنية في المشهد السياسي الفلسطيني؟
- كيف عمل الإعلام الاجتماعي على تعزيز الوعي بالقضايا الوطنية الفلسطينية؟

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على المنهج العلمي الوصفي التحليلي، وذلك في عرض وتحليل المعلومات للتعبير بدقة عن متغيرات الدراسة، واختارت الباحثة المنهج العلمي الوصفي التحليلي في الاستشهاد بالعديد من الأرقام والإحصاءات المتوصل إليها من الدراسات الميدانية السابقة، كما اعتمدت الباحثة نظرية تحليل المضمون في تحليل عديد من نصوص ونتائج الدراسات السابقة.

أهداف الدراسة:

- التعرف على مفهوم الإعلام الاجتماعي، وأهميته، ومجالات استخدامه.
- فهم أبرز القضايا الوطنية في المشهد السياسي الفلسطيني.
- التعرف على كيفية عمل الإعلام الاجتماعي على تعزيز الوعي بالقضايا الوطنية الفلسطينية.

الدراسات السابقة:

1) دراسة الشرافي (2022): دور الإعلام الجديد في تعزيز قضية المصالحة الوطنية: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين العاملين في قطاع غزة

الهدف من الدراسة معرفة دور الإعلام الجديد في تعزيز قضية المصالحة الفلسطينية ومحاولات إنهاء الانقسام، ولتحقيق هدف الدراسة فقد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي القائم على التحليل الكمي باستخدام برنامج SPSS الإحصائي والمنهج المسحي. تمثل مجتمع الدراسة في الإعلاميين الفلسطينيين العاملين في قطاع غزة، في حين تمثلت عينة الدراسة في 183 مفردة. وكان من أبرز نتائج الدراسة: أنَّ مسألة تفاعل الإعلاميين مع قضية "المصالحة الوطنية" كان "كبيراً جداً" وبنسبة 78.7%. أوصت الدراسة بتوحيد جهود مستخدمي الإعلام الجديد والانطلاق بوثيقة وطنية من شأنها أن تهدف حشد كافة الجهات لصالح القضايا الوطنية الفلسطينية.

2) دراسة العسولي (2022): دور وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج لنصرة قضية القدس

هدفت الدراسة إلى معرفة أنواع وآليات ترويج مواقع التواصل لقضية القدس، وأثر العمليات الترويجية، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت صحيفة الاستقصاء كأداة رئيسة للدراسة، وطُبِّقَت أداة الدراسة على عينة عمدية من مستخدمي وسائل التواصل بعدد

150 فردًا. واستُخدم برنامج SPSS لتحليل البيانات، ومن أبرز ما توصلت إليه الدراسة: أن وسائل الإعلام الاجتماعي تروج لقضية القدس سياسيًا بنسبة كبيرة بلغت 73.2%، وضعف ترويج تلك الوسائل لقضية القدس على الأصعدة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفكرية والعقائدية، ومن أهم توصيات الدراسة: ضرورة تجنب المصادر غير الموثوقة في النشر الإلكتروني، وضرورة تعزيز الرقابة المهنية في النشر الإلكتروني، وضرورة التحلي بالمعايير المهنية والأخلاقية تجاه المجتمع، ضرورة التحلي بالمسؤولية الاجتماعية.

3) دراسة الشرافي (2020): دور الإعلام الجديد في تعزيز القضايا الوطنية الفلسطينية: دراسة ميدانية على الإعلاميين في قطاع غزة 2011-2020

الهدف من الدراسة معرفة دور الإعلام الجديد في تعزيز القضايا الفلسطينية، وكذلك معرفة أهم القضايا الوطنية التي يتناولها الإعلاميون الفلسطينيون عبر وسائل وتطبيقات الإعلام الجديد، ويأتي البحث في نطاق الدراسات الوصفية، إذ استُخدم منهج الاتصال، والمنهج الوصفي التحليلي القائم على التحليل الكمي من خلال برنامج SPSS الإحصائي والمنهج المسحي. ولقد تمثل مجتمع الدراسة في الإعلاميين، وجاءت عينة في 183 مفردة (وهم إعلاميون من كلا الجنسين)، في قطاع غزة. ومن أبرز ما توصلت إليه الدراسة من نتائج: أن قضية "المصالحة" جاءت في الترتيب الأول بـ 78.7%. جاءت في الترتيب الثاني قضية "القدس" بـ 63.9%. تأتي قضية الأسرى بنسبة 49.7%. وجاءت قضية "اللاجئين" في الترتيب الرابع بـ 47% وكانت قضية "المقاومة" في الترتيب الخامس، بـ 41.5%. وأخيرًا، جاءت قضية الاستيطان بنسبة 37.2%. أوصت الدراسة بتوحيد جهود مستخدمي الإعلام الجديد والانطلاق بوثيقة وطنية من شأنها أن تهدف إلى حشد كافة الجهات لصالح القضايا الوطنية الفلسطينية.

4) دراسة جودة (2018): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز عروبة القدس لدى طلبة جامعة الأقصى

هدفت إلى الكشف عن دور مواقع التواصل على صعيد تعزيز عروبة القدس، ومعرفة أكثر تلك المواقع استخدامًا من قبل طلبة جامعة الأقصى، واعتمدت على المنهج العلمي الوصفي التحليلي، واعتمدت الاستبانة كأداة أساسية لجمع البيانات، وتمثل مجتمع البحث في طلبة جامعة الأقصى، وكانت العينة البحثية مكونة من 48 طالب و 99 طالبة. ومن أبرز نتائج الدراسة: أن لمواقع التواصل دورًا كبيرًا على صعيد تعزيز عروبة القدس لدى طلبة جامعة الأقصى، وأنها تؤدي دورًا لدى الطالبات، وأن أكثر تلك المواقع استخدامًا Facebook. وأوصت الدراسة بمجموعة توصيات، أبرزها: ضرورة تأهيل الشباب الفلسطينية وتدريبهم كي يستفيدوا من تلك المواقع في الترويج لقضية القدس والتأكيد على عروبتها.

5) دراسة عيسى (2011): فاعلية استخدام وسائل الإعلام الجديد في نجاح فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني: دراسة على نشاط الإعلام الجديد

هدف هذا البحث لمعرفة فاعلية توظيف وسائل الإعلام الجديد في نجاح فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني لدى نشاط الإعلام الجديد، وكذلك التعرف على خصائص نشاط المجتمع الفلسطيني الذين استخدموا وسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني، من خلال وسائل التواصل، ومعرفة أبرز المشكلات التي قللت من فاعلية هذا الدور. استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، وقد طُبِّقَت أداة الدراسة وهي الاستبانة على عينة مقدارها 100 مفردة، من نشاط المجتمع الفلسطيني المستخدمين لوسائل الإعلام الجديد. ومن أبرز ما توصلت إليه الدراسة: أن Facebook كان أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا، وأنه أكثر وسائل الإعلام الجديد استخدامًا في الدعوة إلى فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني، ووصلت نسبة مستخدميه إلى 71.9% من المبحوثين.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي في الإعلام الاجتماعي

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة تعريفات ومفاهيم للإعلام الاجتماعي، نذكر منها ما يلي:

1) "الإعلام الاجتماعي": "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع" (عبد الغفار، 2015: 82).

2) تعريف كلية شريديان التكنولوجية Sheridan للإعلام الجديد إجرائيًا: "أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الانتاج والعرض، أما التفاعلية فتتمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته" (صادق، 2011: 9).

3) تعريف قاموس التكنولوجيا الرفيعة (High-Tech Dictionary) للإعلام الجديد: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة". أما (ليستر Lester) فيعرّف الإعلام الجديد بأنه "مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي نشأت عبر تزاوج الكمبيوتر ووسائل الإعلام التقليدية: الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو (إبراهيم، 2017: 18).

ونتيجةً لما سبق عرضه من تعريفات، يستطيع الباحث تعريف الإعلام الاجتماعي SOCIAL MEDIA بأنه ذلك الإعلام الذي يأخذ أشكالاً متعددة ويعتمد الوسائط والنماذج المختلفة، ويعتمد كذلك على شبكة الإنترنت بما فيها من مواقع وبرامج وتطبيقات، ويعمل على تحويل بعض وسائل الإعلام القديمة إلى وسائل إعلام رقمية، ويتميز عن وسائل الإعلام التقليدية بسمات، منها: الشمول، والتنوع، والتفاعل، والحرية الواسعة.

تسميات الإعلام الاجتماعي:

يُعدُّ مفهوم الإعلام الاجتماعي واحدًا من المفاهيم التي لا إجماع عليها حتى الآن، إذ يتقاطع هذا الحقل المعرفي مع مجموعة من الحقول المعرفية الأخرى، مثل الإعلام وعلم السياسة وغيرها، وكذلك لا يوجد اتفاق بين العلماء على تسميته بالإعلام الاجتماعي، إذ يحمل العديد من المفاهيم الأخرى، ويمكن تفصيلها على النحو التالي (صادق، 2011: 3-4):

- **الإعلام الرقمي:** جاء هذا الوصف من بعض تطبيقات الإعلام القائمة على التكنولوجيا الرقمية، مثل: التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي، أو للإشارة إلى أنظمة تتدمج مع الحاسوب.
- **الإعلام الشبكي الحي** على خطوط الاتصال (Online Media): جاءت تسميته من خلال التركيز على تطبيقاته في الإنترنت.
- **إعلام المعلومات (Info Media):** "للدلالة على التزاوج داخله بين الحاسوب والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج بها".
- **إعلام الوسائط المتعددة (Multimedia):** "حالة الاندماج التي تحدث داخل الإعلام الجديد، أي بين النص والصورة والفيديو".
- **الإعلام التفاعلي (Interactive Media):** "جاءت هذه التسمية لتوفير حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الإنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الإنترنت وغيرها من النظم التفاعلية الجديدة" (فطافطة، 2012: 18).

مميزات وسائل التواصل الاجتماعي:

تتمتع تلك الوسائل بمميزات عدة، وذلك على النحو التالي:

1. **العالمية:** إذ لا وجود للحدود وللحواجز الجغرافية، إذ إنه بإمكان الفرد في الشرق أن يتواصل مع الغرب، ببُسر وسهولة، والوصول عبر مواقع التواصل هذه إلى أي محتوى عام حيثما كان مكان تواجده.

2. **التفاعلية:** إذ إن دور الفرد لا يعود سلبيًا كما في الإعلام القديم، فالفرد في الإعلام الجديد مرسل ومستقبل، وقارئ وكاتب، وله حيز واسع للمشاركة التفاعلية، لذلك نلاحظ أن هذه المواقع تشبه المجتمع من حيث تكوينه من أشخاص متفاعلين فيما بينهم، لذلك فهذه المواقع تمثل مجتمعات افتراضية.
3. **التنوع وتعدد الاستعمالات:** تتنوع استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي حسب الغرض الذي يسعى المستخدم لتحقيقه، فيوظفها الطلبة من أجل التعلم، ويوظفها العلماء لنشر علومهم، ويوظفها الكتاب من أجل أن يتواصلوا مع جمهور القراء... إلخ.
4. **سهولة الاستخدام:** فوسائل الإعلام الجديد تستخدم، إلى جانب الحروف، الصور والرموز، ما يسهّل تفاعل المستخدمين.
5. **التوفير والاقتصادية:** الاقتصاد في المال والوقت والجهد، إذ إن الاشتراك في تلك المواقع مجاني، يجعل بإمكان الفرد الاشتراك أيًا كان وضعه المادي، فليست تلك الوسائل حكرًا على طبقة أو شريحة معينة. يُشار إلى أن Facebook تحتل حاليًا المركز الثالث من حيث الإقبال والشهرة بعد كل من Google وMicrosoft، وعدد مستخدمي Facebook بلغ أكثر من 800 مليون مستخدم (بن ورقة، 2015: ص 203).

أهمية وسائل التواصل الاجتماعي:

كان لوسائل التواصل الاجتماعي انعكاساتٌ بالغةً على قواعد حرية التعبير والنشر وتدعيم حقوق الإنسان وتدعيم الفكر الديمقراطي، وغيرها من تلك المفاهيم التي اجتمعت حولها الفئات التي استفادت من استخدامها الذي لا يتطلب تكاليف مادية أو خبرات تكنولوجية.

وفرضت هذه المواقع نفسها على المجتمعات بقوة، وكانت السبب في إحداث ضجة ضخمة بسبب ما تقدّمه من سهولة ويسر في التواصل بين الناس، واتسعت شهرتها وكثر استخدامها فأصبحت شغلهم الشاغل، إذ يستخدمون هذه الوسائل للتواصل وللتعارف ومعرفة أخبار الآخرين، وتلقّي كل ما هو جديد من أخبار ومعلومات وموضوعات في الساحة.

وتبرز أهمية هذه المواقع في أن لها دور مساعد يسهّل على المستخدمين أن يتابعوا الجديد في المجالات المختلفة، إذ إنها تمنح المستخدمين فرصة التواصل وإنتاج المعلومات ومشاركتها والتواصل مع الآخرين والتعبير عن ذواتهم بحريّة.

وأكدت أبحاث عدة درست مواقع التواصل الاجتماعي أنها وسائل تواصل تفاعلية ذات فوائد

عديدة:

- تساعد مستخدميها على أن يتابع المستجدات في المجالات الحياتية المتنوعة عبر اطلاعه على المؤشرات وغيرها.
- تحقق التفاعلية والمرونة للمستخدم، فهي تجعله متلقيًا وملقيًا.
- تشكل إسهامًا في تنمية وعي مستخدميها بالقضايا المجتمعية المتنوعة.
- تنمي اتساع الأفق وروح المبادرة والحوار لدى المستخدم، ما يساعدهم على تبادل المقترحات والآراء.
- تنمي مهارات متنوعة، مثل التفكير والبحث، والاتصالات، والعرض والتحدث والإقناع والتفاوض واتخاذ القرار وغيرها (أبو يعقوب، 2015: 33).

مآخذ على وسائل التواصل الاجتماعي:

على الرغم من أهمية وسائل التواصل، فإن لتلك الوسائل آثارًا سلبية، إذ تُعد تلك الوسائل سلاحًا ذا حدين، وقد تعرضت لانتقادات كثيرة وتحذيرات بشأنها بعد انتشارها وتغلغلها في المجتمعات. وهناك من يعبر أن محاولة الأفراد نشر أفكار غير بناءة، وبث الفتن وغرس بذور التفرقة في المجتمعات، ونشر المعلومات المضللة والإشاعات، ونشر ما هو غير ذي أهمية، كل ذلك من أهم سلبيات تلك الوسائل.

ومن الملاحظ أن خطر مواقع التواصل قد يكون في كونها مكانًا لولادة أفكار غريبة أو شاذة، لكنها تمثل آراء الشارع، والشباب على وجه التحديد، إذ إن السواد الأعظم من مستخدمي الشبكة العنكبوتية من الشباب، فإن صدى الأخبار الجديدة يُسمع أولًا بأول على وسائل التواصل الاجتماعي، عبر مجموعات متنوعة الآراء، بعضها متصارع، فهناك مجموعات تهتم بالبرامج التلفزيونية، وهناك برامج تهتم بالفرق الرياضية، وبعض المجموعات تهتم بالتعبير عن حالات عامة مثل الشعور بالحزن أو الوحدة، ومجموعات أخرى تهتم بفنانين أو سياسيين أو مطربين أو كتاب... إلخ. (أبو يعقوب، 2015: 35).

وسائل التواصل الاجتماعي والوعي السياسي بالقضية الفلسطينية:

دخلت وسائل التواصل مناحي الحياة المتنوعة في المجتمعات كافة، ومنها المجتمع الفلسطيني، إذ أصبحت نسبة كبيرة من الشباب الفلسطيني تهتم بتلك الوسائل وما يتعلق بها من برامج وأنشطة وغيرها، وأصبح الشباب الفلسطيني يتفاعل مع تلك الوسائل من أجل تنمية ذاته ووعيه ومسؤوليته، عبر مشاركة ما يؤمن به مع الآخرين على مواقع التواصل، وفتح حوارات ونقاشات جادة معهم، إذ إنه يعي رسالته ومهمته التي سيؤديها تجاه قضيته، ويبذل أقصى جهده في سبيل البحث عن الأدوات المتاحة على الأصعدة كافة، في ظل معاناته وآلامه وجروحه ومآسيه.

في ظل الواقع الفلسطيني الصعب كان لا بد للشباب الفلسطيني من أن ينشر قصته في العالم بأسره، وأن يدافع عن قضيته ويفضح الاحتلال الصهيوني وجرائمه ضد شعبه، فلجأ الشباب الفلسطيني لفضح جرائم الاحتلال من خلال وسائل التواصل ومواقع الإعلام الاجتماعي التي ضخ من خلالها آلاف الصفحات والمواقع ونشر كل ما يتعلق بقضيته بالصوت والصورة ليصل صوته إلى العالم بأسره.

أصبح بإمكان الشباب الفلسطيني أن يطلق حملاتٍ ودعواتٍ من خلال منصات الإعلام الاجتماعي، وأن يحشد ويجمع الأصوات المناصرة والمؤيدة لقضيته الوطنية. إن دعوات الدعم والحشد والمناصرة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي توصل رسالة الشباب الفلسطيني وصوته قوياً للشعوب العربية وشعوب العالم كافة، كما تحمل رسائله لشعبه الفلسطيني من أجل تغيير واقع هذا الشعب والاحتلال الغاشم على أرضه الفلسطينية حتى تحريرها.

ساهمت وسائل الإعلام الاجتماعي في تعزيز الإدراك بالقضايا السياسية والاجتماعية والقضايا الوطنية، وتعزيز القيم السياسية وتوعية المجتمعات من أجل الانخراط في العمل السياسي والمشاركة السياسية ونقل ما يدور من مواقف وأحداث على المستويات كافة، الداخلية والخارجية، إذ ما يزال الشعب الفلسطيني يواجه حملات صهيونية شرسة هدفها محاولة طمس تاريخ الشعب الفلسطيني وثقافته وتراثه، وما يزال يواجه القتل والتدمير والتخريب والتهميش والاعتقال.

والمنتبع لوسائل الإعلام الاجتماعي يلاحظ وجود آلاف الصفحات المختصة بتناول القضية الفلسطينية، فكان هناك صفحات كثيرة وجادة حملت الهم الفلسطيني الوطني وعالجت الكثير من القضايا المهمة، وعلى رأسها قضية اللاجئين والأسرى والقدس والاستيطان، والانقسام، أهمها: "أحرار 15 آذار"، "فلسطين حرة"، "مثقفو فلسطين لنشر الوعي الوطني ومقاومة الانقسام والتطبيع مع العدو الصهيوني"، "المجد الأمني"، "شهاب"، "شبكة قدس الإخبارية"، "يوم الشعب 29 نيسان" (أبو يعقوب، 2015: 48-49)،

المبحث الثاني: دور الإعلام الاجتماعي في تعزيز الوعي بالقضايا الوطنية – تحليل مضمون

1- موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا:

عند مطالعة أبحاث عدة أجريت على استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي على صعيد القضايا الوطنية الفلسطينية نلاحظ أنَّ الفئة الأكبر من مجتمعات الدراسات أو العينات المبحوثة تستخدم الإعلام الجديد بشكل كبير جدًا، وفي هذا السياق فقد أشارت دراسة (الشرافي، 2022) إلى أنَّ 42.6% من عينة الدراسة تستخدم الإعلام الجديد بصورة كبيرة جدًا، وأنَّ نسبة 41.0% تستخدم الإعلام الجديد بصورة كبيرة، وهذا يعني أنَّ 83.6% يستخدمون الإعلام بشكل كبير.

وأشارت دراسة (الشرافي، 2022) إلى أنَّ أكثر مواقع الإعلام الجديد استخدامًا Facebook بشكل عام من قبل المبحوثين، وذلك بنسبة 85.2% (أي 156 مفردة)، تلاه تطبيق WhatsApp بفارق كبير بنسبة بلغت 74.3%، ثم جاء e-mail في الترتيب الثالث بـ 44.3%، و YouTube في الترتيب الرابع بـ 42.1% و Instagram الخامسة بنسبة 35.0%.

وتشير دراسة (سكيك، 2014: 128) إلى أنَّ شبكة Facebook جاءت في الترتيب الأول بـ 93.3%، جاء بعده بفارق كبير Twitter بنسبة 49.65%، تلتها الشبكات الأخرى بنسبة 35%. وتشابهت هذه النتائج مع دراسة (حمودة، 2013)، والتي بينت أنَّ Facebook من أكثر مواقع التواصل استخدامًا. واتفقت كذلك مع دراسة (الشرافي، 2012) والتي بينت أنَّ Facebook جاء في الترتيب الأول على صعيد متابعة عينة الدراسة للإعلام التفاعلي يتلوه e-mail يتلوه YouTube يتلوه Twitter. كما تشابهت مع دراسة (عيسى، 2102)، والتي بينت أنَّ شبكة Facebook في مقدمة الشبكات التي يستخدمها المبحوثون، وجاء بعده بفارق كبير Twitter ثم LinkedIn، فيما لم يستخدم أحد من المبحوثين بقية مواقع الإعلام الاجتماعي.

2- مدى عمل الإعلام الجديد على تعزيز القضايا الوطنية

بتحليل بعض الدراسات بخصوص استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي على صعيد دعم القضايا الفلسطينية كمفهوم واحد، نلاحظ أنَّ هذه المواقع قد أسهمت إلى حد كبير في تعزيز القضية الفلسطينية، وتشير دراسة (الشرافي، 2022:) إلى أنَّ الإعلام الاجتماعي أسهم في تعزيز القضايا الوطنية لدى أفراد العينة المبحوثة، وعند تحليل دور الإعلام الجديد في دعم القضايا الوطنية الفلسطينية يتبين لنا أنَّ 88.1% من أفراد العينة قد أشاروا إلى أنَّ الإعلام الاجتماعي يساهم في تكوين آراء تجاه المسائل الوطنية والسياسية بالنسبة لهم، وبجانب ما سبق يرى 79.9% من أفراد العينة المبحوثة أنَّ الإعلام الجديد يسمح لهم بمناقشة القضايا السياسية. وفضلاً عن ذلك، يرى

79.3% من أفراد العينة المبحوثة أنّ الإعلام الاجتماعي قد أسهم في زيادة حرية التعبير عن الرأي نحو القضايا الوطنية بالنسبة لهم. وكذلك فهناك 74.3% من أفراد العينة المبحوثة يرون أنّ الإعلام الاجتماعي أسهم في توعيتهم سياسياً وثقافياً. وأخيراً، ويرى 71.5% من أفراد العينة المبحوثة أنّ الإعلام الاجتماعي يساعدهم في المشاركة السياسية.

بتحليل مدى إسهام وسائل الإعلام الاجتماعي على صعيد دعم القضايا الوطنية من خلال بحث (الشرافي، 2022) يتبين أنّ الإعلام الاجتماعي يساهم في ذلك بنسبة "كبيرة جداً"، بواقع 73 مفردة وبنسبة 39.9%. وفي المرتبة الثانية يرى بعض المبحوثين أنّ وسائل الإعلام الاجتماعي تعمل على تعزيز القضايا الوطنية "بنسبة كبيرة"، وذلك بواقع 61 مفردة ونسبتهم 33.3%. وهذا يعني أنّ 73.2% من أفراد العينة يعتقدون أنّ الإعلام الجديد يقدّم إسهاماً على صعيد رفع الوعي بالقضايا الوطنية بشكل كبير.

من خلال النظر إلى مدى عمل الإعلام الجديد على تكوين الآراء والاتجاهات السياسية تجاه المسائل الوطنية نلاحظ في دراسة (الشرافي، 2022): أنّ النسبة الأكبر من الإعلاميين يعتقدون أنّ الإعلام مؤثر بشكل "كبير"، وعددهم 78% ونسبتهم 42.6%. وفي المرتبة الثانية يرى 52 مفردة ونسبتهم 28.4% أنّ الإعلام الجديد يلعب دور "كبيراً جداً". ويعتقد 20 مفردة ونسبتهم 10.9% أنّ الإعلام يلعب دوراً "متوسطاً" في تشكيل الاتجاهات السياسية نحو القضايا الوطنية، في حين يرى 19 مفردة ونسبتهم 10.4% أنّ الإعلام الجديد يلعب دوراً "قليلاً" في هذا المجال. وأخيراً، يرى 14 مفردة ونسبتهم 7.7% أنّ الإعلام الجديد يلعب دوراً "قليلاً جداً" في تشكيل الاتجاهات السياسية نحو القضايا الوطنية.

وربما كان لافتاً للانتباه ما جاء في دراسة (الشرافي، 2020: 155-157)، إذ تناولت ست قضايا وطنية هي: القدس، واللاجئون، والاستيطان، والأسرى، والمصالحة، والمقاومة، وقد استنتجت أنّ قضية "المصالحة" هي الأولى من حيث الترتيب، وذلك بواقع 144 مفردة وبنسبة 78.7%، وجاءت قضية "القدس" في الترتيب الثاني بـ 117 مفردة بـ 63.9%. وجاءت قضية "الأسرى" في الترتيب الثالث بـ 91 مفردة بـ 49.7%. وجاءت قضية "اللاجئين" في الترتيب الرابع بـ 86 مفردة بـ 47%. وكانت قضية "المقاومة" في الترتيب الخامس بـ 76 مفردة بـ 41.5%، وأخيراً، كان "الاستيطان" في الترتيب الأخير بـ 68 مفردة بـ 37.2%.

واختلفت دراسة (الشرافي، 2020) عن دراسة (سكيك، 2014: 113)، إذ رأت الأخيرة أنّ "قضية الأسرى" في سجون الاحتلال حازت على المرتبة الأولى بنسبة بلغت 42.1%، تلتها بفارق كبير قضية "القدس" بنسبة بلغت 23.2%، ثم قضية "الاستيطان" تلتها بفارق صغير بنسبة بلغت 11.2%، ثم قضية اللاجئين بنسبة بعيدة إلى حد ما بلغت 1.1%، ثم "المصالحة" بـ 4%.

القضايا الوطنية التي يساندها الإعلام الاجتماعي

1- قضية القدس

بينت نتائج دراسة (العسولي، 2022) إلى أنَّ "أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في حشد وتوجيه الطاقات الشعبية لنصرة قضية القدس"، وذلك بوزن نسبي 82%، وهذا يؤكد مدى قوة وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تعبئة وحشد الرأي العام نحو القضايا المختلفة، وهو ما يتفق مع ما خلص إليه بحث (بربخ، 2015) الذي بيَّن أن شبكات الإعلام الاجتماعي تتصدر مصادر الحصول على معلومات في أثناء العدوان، وأن الأخبار السياسية والميدانية كانت الأكثر تداولاً من خلال منصات الإعلام الاجتماعي، ودراسة (عيسى، 2011) إذ أظهرت أن Facebook أكثر شبكات التواصل والإعلام الاجتماعي الجديد متابعةً واستخداماً في الدعوة لإنهاء الانقسام الفلسطيني.

ولا تبتعد دراسة (الشرافي، 2020: 158-160) عن سابقتها، إذ تناولت موضوعاتٍ مختلفةً لقضية القدس مثل: التهويد، والتقسيم الزمني والمكاني، ونقل السفارة الأمريكية إلى القدس، وهدم المنازل وعدم الترخيص للمقدسيين، ومصادرة الأراضي وأملاك الغائبين، وتطبيع الدول العربية، وعند تحليل دور الإعلام الاجتماعي في تعزيز الوعي بقضية القدس يتبيَّن أنَّ "التطبيع" جاء في الترتيب الأول بـ113 مفردة بـ61.7%، وأنَّ "التهويد" جاء في الترتيب الثاني بـ109 مفردة بـ59.6%، وفي الترتيب الثالث جاء "نقل السفارة الأمريكية إلى القدس" بواقع 95 مفردة ونسبة 51.9%، وفي الترتيب الرابع جاءت قضية منازل المقدسيين بواقع 92 مفردة ونسبة 50.3%. وجاءت قضية "مصادرة الأراضي وأملاك الغائبين" في الترتيب الخامس بـ70 مفردة بـ38.3%، وجاءت قضية "التقسيم الزمني والمكاني" في الترتيب الأخير بـ66 مفردة بـ36.1%.

2- قضية المصالحة الوطنية

حللت دراسة (الشرافي، 2022) دور الإعلام الجديد في مسألة المصالحة الوطنية، ورأت أنَّ هذا الإعلام يلعب دوراً بارزاً في المصالحة الفلسطينية كقضية وطنية بالغة الأهمية، وعند تدقيق النظر في الدراسة يتبيَّن أنَّ حوارات المصالحة قد جاءت في الترتيب الأول بـ104 مفردة بـ56.8%. كانت "اتفاقيات المصالحة" في الترتيب الثاني بـ103 مفردة ونسبة 56.3%. ومن الواضح أنها قد جاءت في الترتيب الثاني لأنها أقل أهمية من الحوارات ذاتها فيما يتعلق بالإعلاميين، إذ شهدت السنوات الثلاثة عشر الماضية توقيع أكثر من اتفاقية دون الالتزام بها. كما جاءت قضية "إدارة الانقسام" في الترتيب الثالث بـ90 مفردة بـ49.5%. وجاءت حركات المصالحة الوطنية والتغيرات الحكومية في الترتيب الرابع بـ49 مفردة لكل واحدة ونسبة 26.8% لكليهما.

3- قضية اللاجئين

لم تكن قضية اللاجئين الفلسطينيين بمنأى عن الدراسات، إذ تناولت العديد من الدراسات هذه القضية بالرصد والتحليل، وأشارت دراسة (الشرافي 2020: 16160-162) إلى موضوعات تفصيلية من قضية اللاجئين مثل: التوطين، والأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، والأوضاع التعليمية والثقافية، والعمل والتوظيف، والحلول السلمية، ووفق الدراسة نفسها جاءت "الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية" في الترتيب الأول بـ136 مفردة بـ74.3%، وجاءت "مسألة التوطين" في الترتيب الثاني بـ81 مفردة بـ44.3%، "مسألة التوظيف" في الترتيب الثالث بـ74 مفردة بـ40.4%، وجاءت "العملية التعليمية والثقافية" في الترتيب الرابع بـ66 مفردة بـ36.1%، و"مسألة الحلول السلمية" في الترتيب الأخير بـ28 مفردة ونسبة 15.3%.

4- قضية الاستيطان

حللت العديد من الدراسات موقف الإعلام الاجتماعي تجاه "قضية الاستيطان"، وأكدت أغلب الدراسات أن الإعلام الاجتماعي عمل إلى حد كبير على مساندة قضية الاستيطان وزيادة الوعي بها، وتناولت دراسة (الشرافي، 2020: 162-164) كلاً من: المستوطنات، وجدار الفصل العنصري، وعمليات الضم، ومصادرة المياه، والانسحاب "الإسرائيلي" من غزة. وأشارت الدراسة نفسها إلى أن قضية "الضم" جاءت في الترتيب الأول بـ135 مفردة بـ73.8%. وجاءت قضية "المستوطنات" في الترتيب الثاني بـ109 مفردة بـ59.6%، وجاء "جدار الفصل العنصري" في المرتبة الثالثة بواقع 89 مفردة ونسبة 48.6%، وجاءت قضية "مصادرة أو سرقة المياه الفلسطينية في الضفة الغربية" في الترتيب الرابع بـ61 مفردة بـ33.3%، وجاء "الانسحاب الإسرائيلي من قطاع غزة" عام 2005 في الترتيب الخامس والأخير بـ56 مفردة بـ30.6%.

5- قضية الأسرى الفلسطينيين

تناولت بعض الدراسات قضية الأسرى الفلسطينيين القابعين خلف القضبان الحديدية في سجون الاحتلال الصهيوني، وأكدت أغلب هذه الدراسات أن الإعلام الاجتماعي يلعب دوراً بالغ التأثير من حيث تناول قضية الأسرى الفلسطينيين، وتناولت دراسة (الشرافي، 2020: 164-165) موضوعاتٍ مختلفة تتعلق بمسألة الأسرى، مثل: الأوضاع الحياتية للأسرى، وسياسات الاحتلال تجاه الأسرى، والاعتقال والإفراج، وصفقات التبادل، وإضرابات الأسرى. وعند تحليل موقف الإعلام الاجتماعي من القضايا سابقة الذكر يتبين أن "الأوضاع المعيشية للأسرى" تأتي في الترتيب الأول بـ125 مفردة بـ68.3%، وجاءت "السياسات الإسرائيلية تجاه الأسرى" في الترتيب الثاني بـ107 مفردة بـ58.5%،

وجاءت "إضرابات الأسرى" في الترتيب الثالث بـ103 مفردة بـ56.3%، وجاءت "صفقات التبادل" في الترتيب الرابع، ومسألة "الاعتقال والإفراج" في الترتيب الخامس والأخير بـ82 بـ44.8%.

6- قضية المصالحة الوطنية

أخذت هذه القضية حيزًا واسعًا من دراسات الإعلام الاجتماعي، وعلى سبيل المثال فقد تناولت دراسة (الشرافي، 2020: 166-167) هذه القضية ضمن عناوين فرعية: حوارات المصالحة، واتفاقيات المصالحة، والتغيرات الحكومية، وحركات المصالحة، وإدارة الانقسام. وخلص البحث إلى أن "حوارات المصالحة" كانت في الترتيب الأول بـ104 مفردة بـ56.8%، وجاءت "اتفاقيات المصالحة" في الترتيب الثاني بـ103 مفردة بـ56.3%، وجاءت قضية "إدارة الانقسام" في الترتيب الثالث بـ90 مفردة بـ49.5%، وجاءت "حركات المصالحة الوطنية" في الترتيب الرابع بـ49 مفردة بـ26.8% لكليهما.

7- قضية المقاومة

هناك أبحاث عدة درست قضية المقاومة في فلسطين بمختلف أشكالها، وعلى سبيل المثال، فقد تناولت دراسة (الشرافي، 2020: 168-169) من خلال المحاور الآتية: المقاومة السلمية، المقاومة العسكرية، المقاومة الدبلوماسية، المقاومة الشعبية، والمقاومة الذكية. وخلص البحث إلى أن "المقاومة الشعبية" كانت في الترتيب الأول بـ110 مفردة بـ60.1%، وجاءت "المقاومة المسلحة" في الترتيب الثاني بـ90 مفردة بـ49.2%، وجاءت "المقاومة السلمية" في الترتيب الثالث بـ74 مفردة بـ40.4%، وجاءت كل من "المقاومة الدبلوماسية" و"المقاومة الذكية" في المرتبة الرابعة، إذ حصلت كل واحدة على 61 مفردة وبواقع 33.3% لكل منهما.

الخاتمة والنتائج والتوصيات:

بدا واضحًا من العرض السابق أنَّ الإعلام الاجتماعي يلعب دورًا بالغ الأهمية في تعزيز الوعي بالقضايا الوطنية الفلسطينية، خاصةً في ظل انتشار البطالة وزيادة معدلاتها في الأراضي الفلسطينية، وما نتج عن ذلك من تفرغ كبير لدى الفلسطينيين وانشغالهم في متابعة التطورات والأحداث على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد خدم هذا الأمر القضية الفلسطينية على صعيد العديد من النواحي، أبرزها زيادة المحتوى الفلسطيني على وسائل الإعلام الاجتماعي والمساهمة في العديد من الحملات الإلكترونية للفلسطينيين ضد الاحتلال الصهيوني.

وخلصت الدراسة إلى نتائج عدة، أبرزها ما يلي:

- ما تزال مواقع التواصل الاجتماعي موضع خلاف بين العلماء والمنظرين، خاصة ما يتعلق بالمفهوم والتسميات والأغراض ومدى الفائدة منها في كونها بديلاً مناسباً أو غير مناسب للإعلام التقليدي (القديم).
- تعمل وسائل التواصل الاجتماعي على إلغاء حواجز المكان بين مريديها، ويستطيع أي شخص التفاعل مع الأحداث الجارية في العالم حتى بلغة بلده، خاصة في ظل توفر إمكانية الترجمة التلقائية إلى لغات مختلفة حول العالم.
- أثارت شبكات الإعلام الاجتماعي ضجةً هائلة، إذ تمكنت من فرض نفسها وبقوة في مختلف دول العالم وفي مختلف المجتمعات، بسبب سهولة استخدامها في التواصل الاجتماعي، واتسعت شهرتها وكثر استخدامها فأصبحت شغل الناس الشاغل، إذ باتت تُستخدم للتعرف ومعرفة أخبار الآخرين، وتلقي الأخبار والمستجدات.
- على الرغم من المميزات الكبيرة لوسائل الإعلام الاجتماعي، فإن لديها العديد من العيوب، فهي أداة سهلة لبث الكراهية والتطرف والإشاعات، وكذلك فقد عملت على زيادة الفجوة بين الناس ونقلتهم من مجتمعاتهم الحقيقية إلى المجتمع الافتراضي.
- ساهمت وسائل الإعلام الجديد في رفع الوعي على صعيد القضايا الاجتماعية والسياسية وتعزيز قيم المشاركة السياسية وتعزيز إدراك الناس بما يجري حولهم وبما يستجد من مواقف وأخبار على الأصعدة كافة، داخلياً وخارجياً وما يتعلق بالقضية الفلسطينية، إذ ما يزال الشعب الفلسطيني يتعرض لحمولات صهيونية شرسة لطمس تاريخه وتراثه، إضافةً إلى العدوان والتدمير والتخريب والقتل للإنسان والحجر والشجر.
- تحولت شبكات الإعلام الاجتماعي مؤخراً إلى منابر سياسية وإعلامية للساسة، يؤثرون على الشعوب ويتلقون معلومات منهم أو حول توجهاتهم، ويمكن ملاحظة أن هذه الشبكات صارت أحد مصادر المعلومات وساهمت في تعزيز الوعي بالقضية الفلسطينية وقضاياها المختلفة.
- عند مطالعة أبحاث عدة أجريت على استخدام شبكات الإعلام الاجتماعي ودورها على صعيد تعزيز القضايا الوطنية الفلسطينية، نلاحظ أن النسبة الأكبر من مجتمعات الدراسات أو العينات المبحوثة تستخدم الإعلام الجديد بشكل كبير جداً، مع التركيز على Facebook أكثر من شبكات الإعلام الاجتماعي الأخرى.

- أسهم الإعلام الاجتماعي على صعيد تكوين الآراء والاتجاهات السياسية نحو القضايا الوطنية، ونلاحظ من خلال دراسة (الشرافي، 2022) أنَّ النسبة الأكبر من الإعلاميين يعتقدون أن الإعلام مؤثر بشكل "كبير"، وعددهم 78% ونسبتهم 42.6%. وفي المرتبة الثانية يرى 52 مفردة ونسبتهم 28.4% أن الإعلام الجديد يلعب دوراً "كبيراً جداً".

توصي الباحثة بما يلي:

- ضرورة إجراء العديد من الدراسات التي تتناول القضايا الفلسطينية جزئياً، مع إعداد دراسات مقارنة بين مجتمعات عربية مختلفة للتعرف على أي مجتمع عربي يساند القضية الفلسطينية بشكل أكبر، خاصةً في ظل تعاطف بعض الشعوب العربية بشكل كبير مع قضية فلسطين مثل شعب الجزائر.
- ضرورة الاستفادة من شبكات الإعلام الاجتماعي في الوصول بمستوى أكبر إلى الشعب الفلسطيني، وتوظيف ذلك في الدبلوماسية الرقمية بشكل يمكن أن يزيد من مكانة القضية الفلسطينية في ظل ازدياد التعاطي الإيجابي عربياً وعالمياً مع الاحتلال الصهيوني.

قائمة المصادر والمراجع:

1. إبراهيم، علي حجازي (2017): الإعلام البديل، عمان: دار المعتر.
2. أبو يعقوب، شدان يعقوب خليل (2015): أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح، رام الله: جامعة النجاح، رسالة ماجستير غير منشورة.
3. بربخ، نضال عبد الله (2015): اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، غزة: الجامعة الإسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة.
4. بن ورقة، نادية (2013): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 5، العدد 11، ص 200-217.
5. الجعبري، باسم (2009): الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، ط1، الرواد.
6. الشرافي رامي حسين (2022): دور الإعلام الجديد في تعزيز قضية المصالحة الوطنية: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين العاملين في قطاع غزة، مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث،

العدد السابع، المجلد الثاني، الصفحات 687 – 718.

7. الشرافي، رامي حسين حسني (2020): دور الإعلام الجديد في تعزيز القضايا الوطنية الفلسطينية: دراسة ميدانية على الإعلاميين في قطاع غزة 2011-2020، الخرطوم: جامعة القرآن الكريم وتأسيس العلوم، أطروحة دكتوراه غير منشورة.
8. صادق، عباس مصطفى (2011): الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية.
9. طعيمة، رشدي، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، أسسه، مفهومه، استخداماته، دار الفكر.
10. عبد الغفار، فيصل محمد (2015): شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الجنادرية.
11. عبد الغفار، فيصل محمد (2016): شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، عمان: دار يافا العلمية.
12. إبراهيم، علي حجازي (2017): الإعلام البديل، عمان: دار المعتز.
13. عيسى، طلعت (2011): فاعلية استخدام وسائل الإعلام الجديد في نجاح فعاليات إنهاء الانقسام الفلسطيني: دراسة على نشاط الإعلام الجديد، بحث مقدم، لمؤتمر محو الأمية الرقمية والإعلامية الذي عقد في الجامعة الأمريكية في بيروت، 28-31 أكتوبر.
14. فطافطة، محمود (2012): علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين: الـ Facebook نموذجاً، رام الله: المركز الفلسطيني للتنمية والحريات.
15. المقدادي، خالد غسان (2014): ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، ط1، دار النفائس.