

## اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر في الحصول على المعلومات حول حرب السابع من أكتوبر لعام 2023

أسماء موسى العدم - جامعة الخليل - فلسطين  
د. سليكة محمد القاضي - جامعة الخليل - فلسطين

### University students' reliance in Hebron Governorate on social media as a source of information about the October 7, 2023 war: A field study

Asmaa Musa Al-Adam - Hebron University - Palestine  
Dr. Sulaika Muhammad Al-Qadi - Hebron University - Palestine

## اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر في الحصول على المعلومات حول حرب السابع من أكتوبر لعام 2023

### دراسة ميدانية

أسماء موسى العدم - جامعة الخليل - فلسطين

د. سليكة محمد القاضي - جامعة الخليل - فلسطين

### الملخص

هدفت الدراسة تحديد درجة اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على تغطية مواقع التواصل الاجتماعي لحرب السابع من أكتوبر، وتتبع هذه الدراسة البحوث الوصفية، حيث استخدمت منهج مسح جمهوي وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات باستخدام أداة استمارة الاستبانة، التي طبقت على عينة عشوائية من طلبة الجامعات في محافظة الخليل بلغ قوامها (211) طالباً وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن نسبة اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار الحرب على غزة مرتفعة وبنسبة (69.5%)، وبيّنت الدراسة أن هناك تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية ناجمة لدى الطلبة نتيجة متابعتهم لأخبار الحرب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إذ بلغت نسبة الوزن النسبي للتأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار الحرب (85%)، يليها التأثيرات المعرفية (80%)، ثم التأثيرات السلوكية (69%)، وبناءً على هذه النتائج، أوصت الدراسة بما يأتي:

الحرص على تناول كل ما يتعلق بالحالات الإنسانية والقصص الصحفية المرتبطة بحرب السابع من أكتوبر، مع ضرورة التركيز بشكل أكبر على الجوانب الإنسانية للانتهاكات الإسرائيلية التي يتعرض لها أهل قطاع غزة.

الكلمات المفتاحية: اعتماد، طلبة الجامعات، تغطية مواقع التواصل الاجتماعي، محافظة الخليل، حرب السابع من أكتوبر.

## **University students' reliance in Hebron Governorate on social media as a source of information about the October 7, 2023 war: A field study**

**Asmaa Musa Al-Adam - Hebron University - Palestine**

**Dr. Sulaika Muhammad Al-Qadi - Hebron University – Palestine**

### **Abstract**

The study aimed to determine the extent to which university students in Hebron Governorate rely on social media platforms for coverage of the October 7th war. This study follows descriptive research, using a media audience survey methodology. Data were collected using a questionnaire administered to a random sample of university students in Hebron Governorate, consisting of 211 students. **The study reached several conclusions most notably:** that the reliance of university students in Hebron Governorate on social media to follow news about the war on Gaza is high, with a percentage of 69.5%. The study also showed that there are cognitive, emotional, and behavioral impacts on students resulting from their following of war news through social media. The relative weight of the emotional effects due to the reliance on social media for war news was 85%, followed by cognitive effects at 80%, and behavioral effects at 69%.

**Based on these findings, the study recommended the following:** Ensuring coverage of all aspects related to humanitarian cases and journalistic stories of the October 7<sup>th</sup> War, with a greater focus on the humanitarian aspects of the Israeli violations faced by the people of the Gaza Strip.

**Key words:** Reliance, University Students, social media coverage, Hebron Governorate, October 7<sup>th</sup> War.

## المقدمة:

في السنوات الأخيرة، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في تغطية الأحداث العالمية ونقل الأخبار التي تجري بطرق أكثر حداثة وتطوراً، إذ تتيح هذه المواقع لمستخدميها التفاعل بشكل سلس، مما سهّل من وصول المنشورات والمحتوى الإعلامي إلى جميع الجماهير من مختلف أنحاء العالم وإيصالها إليهم بشكل أسرع وأوسع، فقد باتت تلك المواقع مرجعاً مهماً للحصول على الأخبار والمعلومات بالنسبة لعدد كبير من الأفراد حول العالم، وقد أتاح هذه المواقع للجماهير فرصة نشر الأخبار والمحتوى بسرعة وبشكل آني، وهذا جعلهم يتمكنون أيضاً من إنتاج ونقل الأخبار بشكل أكبر مما مضى، وقد تبلور هذا خلال الحرب الأخيرة التي يشنها الاحتلال على قطاع غزة.

إنّ التطور الذي شهدته مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة جعل منها مصدراً مهماً لتقصي المعلومات والأخبار من قبل الأفراد، ولعلّ الخصائص التي تتميز بها الشبكات الاجتماعية هي ما جعلتها أحد مصادر الحصول على المعلومة لدى الجماهير من جميع البلدان، فهي تتسم بالفورية وتمتلك أدوات التفاعلية. وقد يبرز هذا الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي عند وقوع الأزمات، إذ إنّ الأزمات تُثير حالة من الارتباك والغموض لدى الأفراد، ولذلك يسعون للحصول على المعلومات لسدّ حالة الغموض لديهم، ولذلك يلجأ الجمهور إلى هذه المواقع لمتابعة كل جديد حول الأزمات المختلفة. (عصام، 2020)

تتسارع الأحداث يومياً في فلسطين، فهي منطقة دائماً الاشتعال، كونها لا تزال تقبع تحت الاحتلال، وفي ظلّ التحديات والمعوقات التي يفرضها الاحتلال على الشعب الفلسطيني، كان لا بدّ من وجود وسيلة تجعله على اطلاع مستمرّ وسريع بما يجري من أحداث في البلاد. وقد قامت مواقع التواصل الاجتماعي بهذا الدور، ويكمن السبب في ذلك في سرعة الحصول على المعلومة من خلالها، والاطلاع على تفاصيل الأحداث الواقعة في ذات اللحظة التي يقع فيها الحدث.

وبالنظر إلى فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، نجد أنّها كلما زادت حالة عدم الاستقرار وزادت الأزمات في المجتمع، كان اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي أكبر، وذلك نظراً إلى أنّ الجمهور يزداد احتياجه لمعرفة الأحداث الجارية، وتزداد الحاجة إلى الحصول على المعلومات لديه، وتكون زيادة المعرفة بما يدور بنسبة أعلى في أوقات الأزمات على عكس ما تكون عليه في أوقات الاستقرار، وإنّ درجة الاعتماد على وسائل الإعلام ترتفع كلما تحقق الإشباع المعرفي لديهم وتمّ سدّ احتياجاتهم التي يسعون إليها. (عبد المقصود، 2018)

إنَّ ظهورَ مواقعِ التواصلِ الاجتماعيِّ أدَّى إلى نقلِ الإعلامِ التقليديِّ إلى آفاقٍ لم يسبقُ له الوصولُ إليها. فقد أتاحتْ هذه المواقعُ لمستخدميها فُرصًا كبيرةً للتأثيرِ والانتقالِ عبرَ الحدودِ بلا أيِّ قيودٍ ولا رقابةٍ إلَّا بشكلٍ محدودٍ، إذ إنَّ ظهورَ مواقعِ التواصلِ الاجتماعيِّ أوجدَ قنواتٍ للبتِّ المباشرِ تُتيحُ المشاركةَ الفوريةَ للأحداثِ مع الجمهورِ، في تطورٍ غيرٍ من جوهرِ النظرياتِ الاتصاليةِ المعروفةِ (الشريف، 2014)، إذ إنَّ مواقعِ التواصلِ الاجتماعيِّ لعبت دوراً كبيراً في تغطيةِ الأزماتِ والنزاعاتِ التي تمرُّ بها الدولُ، فشبكاتِ التواصلِ الاجتماعيِّ بتحررها من سيطرةِ السلطاتِ الحاكمةِ، وتوجيهها، استطاعت تجميعِ الآلافِ وتوحيدهم في مجتمعٍ افتراضيٍّ انتقل إلى الواقعِ ضدِ الأنظمةِ الفاسدةِ رغم محاولة هذه السلطاتِ تعطيلِ عملِ هذه الشبكاتِ كالفيس بوكِ وتويتر (شقرة، 2015) عدًا عن ذلك، فقد أصبحتْ مواقعُ التواصلِ الاجتماعيِّ أداةً بارزةً في تغطيةِ أحداثِ الحروبِ ونقلها، فقد انتقلتْ مواقعُ التواصلِ الاجتماعيِّ إلى مسؤوليةِ أن تكونَ مصدرًا أساسيًا للمعلوماتِ ولأشرطةِ الفيديو وشهاداتِ الناسِ، فقد لجأ المواطنُ الصحفيُّ إلى تصويرِ الأحداثِ باستخدامِ الهواتفِ الذكيةِ ومن ثم وضعِها على شبكاتِ التواصلِ حتى باتتْ هذه المواقعُ مؤسساتٍ إعلاميةً كبرى (زويني، 2015)، وقد تمثل هذا من خلالِ تغطيةِ مواقعِ التواصلِ الاجتماعيِّ للحربِ على قطاعِ غزة 2023 حيث أصبحتْ هذه المواقعُ منبراً مهماً لنقلِ الأحداثِ وإظهارِ الجوانبِ الإنسانيةِ والمأساويةِ لما يجري في القطاعِ (العساف، 2024)، فمنذ السابعِ من أكتوبر، شهد العالمُ موجةً وسيلًا كبيراً من المعلوماتِ ونقلًا للأحداثِ الجاريةِ في القطاعِ، حيث باتتِ الحربُ كما لو أنَّها اختبارٌ لقوةِ مواقعِ التواصلِ الاجتماعيِّ في إيصالِ ما يدور في قطاعِ غزةِ إلى جميعِ أنحاءِ العالمِ، وقد نجحت في ذلك، إذ أثبتتْ هذه المواقعُ قوتها من خلالِ إيصالِها السريعِ والسهلِ لما يجري من أحداثٍ داخلَ القطاعِ إلى ملايينِ الناسِ حولَ العالمِ. وكانت من أبرزِ هذه المواقعِ منصتا "إكس" و"تيليجرام"، إذ أصبحتا نوافذَ يطلُّعُ من خلالها عددٌ كبيرٌ من الجمهورِ حول العالمِ على ما يقوم به الاحتلالُ من جرائمٍ وإبادةٍ جماعيةٍ بحقِّ أهلِ القطاعِ، إذ يتم تحميلُ آلافِ المقاطعِ يوميًا عبر وسائلِ التواصلِ الاجتماعيِّ تحتوي على توثيقٍ للجرائمِ التي يرتكبها الاحتلالُ في قطاعِ غزة.

ولذلك جاءت هذه الدراسةُ لمعرفةِ مدى اعتمادِ طلبةِ الجامعاتِ في محافظةِ الخليلِ على مواقعِ التواصلِ الاجتماعيِّ، وتحديدِها كمصدرٍ في الحصولِ على المعلوماتِ حول حربِ السابعِ من أكتوبر لعام 2023.

## مشكلة الدراسة:

تُعَدُّ مواقع التواصل الاجتماعي أحدَ أهمِّ منابر الإعلام الجديد وتحظى باهتمام كبيرٍ وواسعٍ من قبل جميع شرائح المجتمع، وخاصةً فئة الشباب، وبحسب تقرير الواقع الرقمي الفلسطيني لموقع "آيبوك" الذي صدرَ عامَ 2023، بلغت نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين 65.7% (آيبوك، 2023)، حيث توفر مواقع التواصل الاجتماعي منصاتٍ مثاليةً لجميع المستخدمين والمؤسسات الإعلامية لنشر الأخبار والقضايا وتغطيتها من جميع أنحاء العالم، وتُعَدُّ القضية الفلسطينية من أبرز القضايا التي يتمُّ تغطيتها على جميع مواقع التواصل الاجتماعي، ولعلَّ السبب الرئيس في ذلك كونها لا تزالُ تقبعُ تحت الاحتلال الإسرائيلي، فهي بذلك منطقةً دائمةً الاشتعال وتتوالى فيها الأحداث والمستجدات باستمرارٍ. وكان آخرها الحرب التي شنتها الاحتلال على قطاع غزة بعدَ عملية طوفان الأقصى التي قامت بها حركة حماس في السابع من أكتوبر عامَ 2023، وفي ظلَّ الحرب القائمة على قطاع غزة، برز دور السوشال ميديا في تسليط الضوء على الأحداث الجارية في القطاع، حيث أتاحت لجميع روادها إمكاناتٍ وقوالبٍ إعلاميةً جديدةً سُخِّرَت لتغطية ما يدورُ من مستجداتٍ في قطاع غزة. وفي ضوء ذلك، فإنَّ مشكلة الدراسة تتمثلُ في التعرفِ إلى مدى اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدِها كمصدرٍ في الحصولِ على المعلوماتِ حولَ حربِ السابعِ من أكتوبر لعام 2023.

## أهمية الدراسة:

### أهمية علمية:

1. رفدُ المكتبة الفلسطينية والعربية بأبحاثٍ ودراساتٍ جديدةٍ.
2. تبرزُ أهمية الدراسة في الكشفِ عن اعتماد طلبة الجامعات على تغطية مواقع التواصل الاجتماعي لحرب السابع من أكتوبر نظرًا لحدثة هذه القضية.

**أهمية تطبيقية:**

1. ستسهم نتائج هذه الدراسة في فتح مجالاتٍ لعملٍ دراسيٍّ وأبحاثٍ لتسخير إمكانات الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في تغطية قضايا تهمة الشباب الجامعي حول مناطق الحروب والنزاعات.
2. ستفتح نتائج هذه الدراسة الآفاق للقيام بمزيدٍ من الدراسات والأبحاث حول أفضل السبل لتسخير إمكانات شبكات التواصل الاجتماعي نحو القضايا الفلسطينية.

**أهداف الدراسة:**

- يتمثل هدف الدراسة الرئيس في التعرف إلى اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد مصدر الحصول على المعلومات حول حرب السابع من أكتوبر لعام 2023، وينبثق عن هذا الهدف عدة أهداف فرعية، وهي التعرف إلى:
1. أكثر مواقع التواصل الاجتماعي اعتماداً من قبل طلبة الجامعات في محافظة الخليل في متابعة حرب السابع من أكتوبر.
  2. أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تغطيةً لأحداث حرب السابع من أكتوبر من وجهة نظر المبحوثين.
  3. درجة اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر.
  4. درجة تفاعل طلبة الجامعات بمحافظة الخليل مع أخبار حرب السابع من أكتوبر لدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي.
  5. الأسباب التي تدفع طلبة الجامعات بمحافظة الخليل لمتابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
  6. الوسائط والأنماط التي يفضلها المبحوثون لدى متابعتهم لأخبار حرب السابع من أكتوبر على مواقع التواصل الاجتماعي.
  7. الموضوعات التي يتابعها المبحوثون في مواقع التواصل الاجتماعي خلال متابعتهم لأخبار حرب السابع من أكتوبر.
  8. أكثر الأحداث التي تطرقت إليها مواقع التواصل الاجتماعي في تغطيتها لحرب السابع من أكتوبر.
  9. التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية الناجمة عن اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر.

## تساؤلات الدراسة:

### تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي اعتماداً من قبل طلبة الجامعات في محافظة الخليل في متابعة حرب السابع من أكتوبر؟
2. ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تغطيةً لأحداث حرب السابع من أكتوبر؟
3. ما درجة اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر؟
4. ما درجة تفاعل طلبة الجامعات بمحافظة الخليل مع أخبار حرب السابع من أكتوبر لدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي؟
5. ما الأسباب التي تدفع طلبة الجامعات بمحافظة الخليل لمتابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
6. ما الوسائط والأنماط التي يفضلها المبحوثون لدى متابعتهم لأخبار حرب السابع من أكتوبر على مواقع التواصل الاجتماعي؟
7. ما الموضوعات التي يتابعها المبحوثون في مواقع التواصل الاجتماعي خلال متابعتهم لأخبار حرب السابع من أكتوبر؟
8. ما أكثر الأحداث التي تطرقت إليها مواقع التواصل الاجتماعي في تغطيتها لحرب السابع من أكتوبر؟
9. ما التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية الناجمة عن اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر؟

## حدود الدراسة:

**الحدود الموضوعية:** اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر في الحصول على المعلومات حول حرب السابع من أكتوبر لعام 2023.

**الحدود المكانية:** الجامعات الفلسطينية في محافظة الخليل، وتتمثل في الجامعات الآتية جامعة الخليل، جامعة بوليتكنك فلسطين، جامعة فلسطين التقنية، جامعة القدس المفتوحة، الكلية الذكية لتعليم الحديث.

**الحدود البشرية:** طلبة الجامعات في محافظة الخليل.

**الحدود الزمانية:** من شهر فبراير إلى شهر مايو 2024.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة

### النظرية المستخدمة في الدراسة:

تم الاستنادُ إلى نظرية الاعتمادِ على وسائل الإعلامِ، وذلك لئِنَّ موضوعَ الدراسةِ يتمثلُ في معرفةِ مدى اعتمادِ الشبابِ الجامعيِّ في محافظةِ الخليلِ على تغطيةِ مواقعِ التواصلِ الاجتماعيِّ لحربِ السابعِ من أكتوبر. وقد تمَّ اختيارُ النظريةِ لئِنَّها الأنسبُ في التعرفِ إلى مدى الاعتمادِ، والإجابةِ على تساؤلاتِ الدراسةِ وفروضِها، وأسبابِ الاعتمادِ، ودرجةِ التأثيراتِ المعرفيةِ والوجدانيةِ والسلوكيةِ.

### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ترجع نشأةُ نظريةِ الاعتمادِ على وسائلِ الإعلامِ إلى العامِ 1974 على يدِ الباحثةِ ساندرنا بول روكيتش وزملائها عندما قدموا تحت مسمى "منظور المعلومات"، كان مفادُها المطالبةُ بالانتقالِ من مفهومِ الإقناعِ لوسائلِ الإعلامِ إلى رؤيةِ قوةِ وسائلِ الإعلامِ كنظامِ معلوماتيٍّ يستمدُّ من اعتمادِ الجمهورِ على المصادرِ النادرةِ للمعلوماتِ التي تهيمُن عليها وسائلُ الإعلامِ، وهذا يوضحُ أنَّ هناكَ علاقةَ اعتمادٍ بين وسائلِ الإعلامِ والأنظمةِ الاجتماعيةِ الأخرى، وهذا يؤدي إلى أنَّ نظريةَ الاعتمادِ تستندُ إلى أنَّ العلاقةَ بين وسائلِ الإعلامِ والجمهورِ والنظامِ الاجتماعيِّ تتميزُ بصفاتٍ اجتماعيةٍ من الاعتمادِ المتبادلِ الذي تفرضه سماتُ المجتمعِ الحديثِ، فالجمهورُ يعتمدُ على وسائلِ الإعلامِ باعتبارها مصدرًا من مصادرِ تحقيقِ أهدافهم. (المفلح، 2015)

وتستندُ فكرةُ نظريةِ الاعتمادِ إلى أنَّ الاستخدامَ لوسائلِ الإعلامِ لا يتمُّ دونَ تأثيراتِ النظامِ الاجتماعيِّ الذي نعيشُ فيه معًا نحن ووسائلُ الاتصالِ. والشكلُ الذي نستخدمُ به وسائلِ الاتصالِ ونتفاعلُ به مع هذه الوسائلِ يتأثرُ بما نتعلمه من المجتمعِ، ويضمُّ أيضًا ما تعلمنا من وسائلِ الاتصالِ، ونحن نتأثرُ بما سيحدثُ في اللحظةِ التي نتعاملُ فيها مع وسائلِ الاتصالِ، وبهذا فإنَّ كلَّ رسالةٍ نتلقاها من وسائلِ الاتصالِ هناكَ احتماليةٌ أن تكونَ لها نتائجُ مغايرةٌ، اعتمادًا على خبراتنا السابقةِ عن الموضوعِ وتأثيرِ الظروفِ الاجتماعيةِ المحيطة. (كافي، 2015)

يفسرُ كثيرٌ من خبراءِ الغربِ العلاقةَ بين وسائلِ الإعلامِ والنظمِ الاجتماعيةِ ومؤسساتها في المجتمعِ على أساسِ الاعتمادِ المتبادلِ، وهذا يتفقُ مع الأسسِ الخاصةِ بالبنيةِ الوظيفيةِ، وهذا ما جعلَ ديفليوروكيتش يرى أنَّ العلاقاتَ القائمةَ على الحاجةِ المتبادلةِ بينهما يمكنُ تفسيرها في إطارِ مفهومِ الاعتمادِ المتبادلِ. فكلُّ وسائلِ الإعلامِ والمؤسساتِ الأخرى في المجتمعِ لا تستطيعُ إنجازَ أعمالها وتحقيقَ أهدافها دونَ الاعتمادِ على بعضها البعضِ، الذي

أصبح ملزماً في المجتمع الحديث، إذ تعتمد كثير من النظم الاجتماعية على وسائل الإعلام وما تقدمه من معلومات، مثل النظام السياسي والاقتصادي والتعليمي وغيرها. (عبد الحميد، 2004)

إنَّ نظرية الاعتماد تقدم رؤية ترى أنَّ الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام والمعلومات التي تقدمها، لتلبية احتياجاته في الجوانب المعرفية والعاطفية والسلوكية، إذ إنَّ نظرية الاعتماد تؤثر في أفراد المجتمع إلى المستوى الذي تدفعهم فيه إلى الاعتماد على ما تعرضه هذه الوسائل (دعيمي، 2017)، وذلك لأنَّ الأفراد مثل النظم الاجتماعية ينشئون علاقة اعتماد على وسائل الإعلام لتحقيق أهداف معينة منها:

1- الفهم: ويتمثل في معرفة الذات من خلال التعلم وتحصيل الخبرات.

2- التوجيه: ويشتمل على توجه العمل و التوجيه التفاعلي مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة.

3- التسلية: من خلال التسلية المنعزلة مثل الراحة والاسترخاء.

وترتكز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين هما: (مكاوي و السيد، 1998)

**الأهداف:** ولتحقيق الأهداف الشخصية والاجتماعية للأفراد والجماعات، فإن عليهم الاعتماد على موارد يتحيز عليها أفراد وجماعات أخرى.

**المصادر:** يهدف الأفراد والجماعات إلى البحث عن المصادر المتنوعة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام أفضل وسيلة تقدم المعلومات التي يسعى إليها الأفراد والجماعات من أجل الوصول إلى أهدافهم، إذ إنَّ وسائل الإعلام تتحكم بثلاث أنواع من المصادر تتمثل في جمع المعلومات وتنسيقها ومن ثم نشرها.

**وتتعدد مجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية تتمثل فيما يأتي:**

- **التأثيرات المعرفية:** ومنها محو الغموض الحاصل نتيجة لقلة المعلومات التي تؤدي لفهم الحدث، وذلك من خلال تقديم معلومات وتفسيرات كافية للحدث، وكذلك التأثير على إدراك الجمهور للأهمية النسبية التي تمنحها لبعض الأحداث، ومنها كذلك القيم والمعتقدات: (مكاوي و السيد، 1998)

1. **الغموض:** وينتج الغموض نتيجة لعدد من العوامل منها نقص المعلومات أو توافر معلومات فيها صراع وتناقض، فالغموض يمكن أن ينتج نتيجة نقص في المعلومات المتوفرة لدى الجمهور لفهم الأحداث الجارية.
  2. **تكوين الاتجاه:** وهي من أبرز الآثار المعرفية التي تنتج لدى الجمهور، إذ إنهم يعتمدون على المعلومات التي يستقونها من وسائل الإعلام لتكوين اتجاهاتهم نحو القضايا والأحداث المثارة في المجتمع.
  3. **ترتيب الأولويات:** حيث أنّ وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على المعلومات تؤدي دوراً كبيراً في ترتيب أولوياتهم ناحية القضايا المثارة في المجتمع.
  4. **اتساع المعتقدات:** تلعب وسائل الإعلام التي يتابعها الجمهور في توسيع المعتقدات لديهم وذلك نتيجة الحصول على معلومات عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام.
- **التأثيرات الوجدانية:** هناك علاقة ارتباطية بين العمليات الوجدانية وعدد من المصطلحات وتتمثل بالمشاعر والأحاسيس، كالخوف والتوتر والحساسية للعنف، وكذلك التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع:
1. **الفتور العاطفي:** إنّ التعرض لمشاهد عنيفة بكثرة من قبل وسائل الإعلام ينتج عنه الشعور بالتلبد واللامبالاة، وقلة الرغبة لدى الجمهور بتقديم المساعدة عند وقوع أحداث عنيفة في الواقع الحقيقي.
  2. **الخوف والقلق:** عند قيام وسائل الإعلام ببث أحداث تحتوي على العنف والرعب والكوارث، فإنها تؤدي إلى إثارة مشاعر الخوف والقلق لدى المتلقين.
  3. **الدعم المعنوي والاعتراب:** إنّ الاعتراب لدى الفرد يحدث نتيجة لعدم شعوره بأن وسائل الإعلام تعبر عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية.
- **التأثيرات السلوكية:** مثل الحركة والفعل، ويظهر ذلك في سلوك علني، وتكون هذه التأثيرات نتيجة للتأثيرات المعرفية والوجدانية:
1. **التنشيط:** ويقصد به شروع الفرد بالقيام بتصرف ما نتيجة لمتابعة وسائل الإعلام، وقد يتمثل هذا التصرف باتخاذ مؤدية إلى مطالبة الفرد بحقوقه مثلاً.

2. **الخمول:** ويعني عدم القيام بأي نشاط أو حركة وتفادي الشروع بالقيام بأي ردة فعل، وقد يتمثل في العزوف عن المشاركة السياسية وعدم المشاركة في العمليات الانتخابية.

وتبنى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على عدد من الفرضيات يمكن تلخيصها فيما يأتي:  
(عبد المقصود، 2018)

- إنَّ اختلاف المجتمعات يأتي وفقاً لدرجة الاستقرار التي تنعم بها فكلما زادت حالة عدم الاستقرار في المجتمع زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.
- كلما تم تحقيق أهداف أفراد المجتمع من قبل وسائل الإعلام وسد احتياجاتهم زاد من اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.
- إنَّ درجة الاعتماد على وسائل الإعلام تختلف من مجتمع إلى آخر وفقاً لاختلاف ظروفهم وخصائصهم وأهدافهم.

### تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في الدراسة:

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أهم النظريات التي تتيح للباحثين دراسة اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر في الحصول على المعلومات حول حرب السابع من أكتوبر لعام 2023 وذلك نظراً لعدد من الأسباب:

1. تلعب دوراً هاماً في الكشف عن مدى التأثيرات التي يخلفها اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على تغطية مواقع التواصل الاجتماعي لحرب السابع من أكتوبر، وقد تظهر هذه التأثيرات على شكل عواطف أو معرفة أو سلوكيات.
2. تسهم هذه النظريات في توضيح الدوافع التي تجعل طلبة الجامعات في محافظة الخليل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها لتقصي أخبار حرب السابع من أكتوبر.
3. تؤكد الدراسة الحالية على أهمية مبادئ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث أنَّ طلبة الجامعات يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع حاجتهم وتحقيق أهدافهم، من خلال الحصول على المعلومات والأخبار.
4. تساعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على تقديم تفسيرات عن علاقة الأزمة والصراع والحروب وعدم الاستقرار المتمثلة في حرب السابع من أكتوبر في زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام لمتابعة الأخبار أو العكس.

## الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة موضوعات مشابهة لموضوع الدراسة، لكن معظم الدراسات العربية والإنجليزية ركزت على اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات سواء فيما يتعلق بحرب السابع من أكتوبر أو حروب سابقة على قطاع غزة أو قضايا وأحداث معينة، وتم عرض الدراسات السابقة التي تناولت الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي أو القريبة من الدراسة الحالية وفقا للتسلسل الزمني من الأحدث للأقدم:

## الدراسات باللغة العربية:

1. دراسة (فايز، 2024) تفاعل الجمهور مع المضامين المتعلقة "بالحرب على غزة 2023" عبر الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة في إطار البيانات الضخمة وفق أسلوب تحليل المشاعر و نمذجة الموضوعات:

هدف البحث إلى رصد تفاعل الجمهور العربي وتحليله مع المضامين المتعلقة "بحرب غزة 2023" عبر الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، بالاعتماد على البيانات الضخمة وفق أسلوب تحليل المشاعر و نمذجة الموضوعات؛ من خلال تحليل أشكال التفاعل وتعليقات الجمهور على المنشورات المرتبطة بالحرب في صفحات الجزيرة مصر، BBC News Arabic) على موقع فيس بوك، خلال الفترة من 7 أكتوبر 2023 حتى 23 نوفمبر 2023، وتم التحليل بتقنية معالجة اللغات الطبيعية (NLP)، ولغة بايثون، لتصنيف أشكال التفاعل ونوع المشاعر المرتبطة بها، وكذلك تصنيف المشاعر الواردة في تعليقات الجمهور، إيجابية كانت أم سلبية، وفهم معاني التعليقات والردود المتداولة على تلك الصفحات، كما تمت نمذجة الموضوعات باستخدام أداة (LDA)، وذلك للوقوف على أكثر الموضوعات التي تدور حولها المناقشات والتعليقات من قبل الجمهور بخصوص الحرب، شملت عينة التحليل الخاصة بالبحث (571,267) تعليقا، و(8,353,047) شكلا للتفاعل في الصفحتين. وخلص التحليل إلى

## مجموعة من النتائج، هي:

1. اتفقت نتائج تحليل المشاعر المبني على أشكال التفاعل في صفحة (الجزيرة مصر) مع صفحة (BBC News Arabic) في تصدّر (الإعجاب) أشكال التفاعل التي تعكس مشاعر إيجابية من قبل الجمهور، وتصدّر إيموجي (الحزن) أشكال التفاعل التي عكست مشاعر سلبية في صفحة الجزيرة مصر، بينما تصدّر إيموجي (الضحك) أشكال التفاعل السلبية في صفحة BBC News Arabic.

2. أثبت تحليل المشاعر لتعليقات الجمهور وجود مشاعر (إيجابية) تضامنية من قبل جمهور صفحة (الجزيرة مصر)، و صفحة (BBC News Arabic) مع فلسطين وغزة.
3. نتج عن نمذجة الموضوعات تحديد ستة موضوعات سيطرت على التعليقات في صفحة الجزيرة؛ هي: (مناصرة القضية الفلسطينية ودعم المقاومة، والتعاطف مع الأطفال والضحايا، وتهجير أهل غزة، والدعم الأمريكي لإسرائيل، وموقف الأزهر من الأحداث، والموقف الرسمي العربي)، كما حددت ثلاثة موضوعات في صفحة BBC News Arabic، هي: (التضامن مع فلسطين وغزة، والاعتداءات الإسرائيلية على المستشفيات والمدنيين، وسياسة الصفحة تجاه الأحداث).

#### وأوصت الدراسة:

1. الاهتمام بتدريس الخصائص المرتبطة بصناعة الرأي العام الافتراضي وتحليله وآليات وتقنيات تحليل البيانات الضخمة لطلبة وباحثي الإعلام.
2. ضرورة إعادة النظر في بنية ومكونات المقررات الإعلامية المعنية برصد توجهات جمهور وسائل الإعلام.

#### 2. دراسة (حسن، 2024) استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بدعم

##### القضية الفلسطينية عبر حملات المقاطعة:

يهدفُ البحثُ التعرفُ إلى درجة حُرِّية التعبيرِ كمجالٍ عامٍ تشكُّلهُ وسائلُ التواصلِ الاجتماعيِّ فيما يخصُّ المقاطعة، ورصدِ أهمِّ الأنشطةِ التفاعليةِ التي يقومُ بها الجمهورُ العامُّ فيما يخصُّ المقاطعةَ عبرَ وسائلِ التواصلِ الاجتماعيِّ، وتحديدِ أهمِّ تأثيراتِ وسائلِ التواصلِ الاجتماعيِّ (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) على المبحوثينَ تجاهَ حملاتِ المقاطعة، وكذلك أهمِّ الصعوباتِ والسبلِ الكفيلةِ بزيادةِ فاعليةِ تلكَ الوسائلِ نحوَ حملاتِ المقاطعة، ومن أهمِّ نتائجِ الدراسة:

1. النسبة الكبرى من أفراد عينة الدراسة (66%) يتابعون القضية الفلسطينية عبر وسائل التواصل الاجتماعي "بشكل دائم".
2. كما تصدرت "الصفحات الرسمية" أهم المصادر التي يتابع من خلالها الأفراد وسائل التواصل الاجتماعي (67.7%)، يليها في المرتبة الثانية وبفارق بسيط "شهود عيان من قطاع غزة".

3. كما وافق نحو (92%) من أفراد العينة على أن "المقاطعة العربية للمنتجات والخدمات التي تدعم إسرائيل" كأكثر الأحداث الخاصة بالقضية الفلسطينية متابعة؛ حيث جاءت في المرتبة الأولى، وجاء الفيسبوك كأكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يتابع من خلالها أفراد العينة القضية الفلسطينية "بشكل دائم".
4. وبالنسبة للتأثيرات المعرفية أكد نحو (89.3%) من أفراد العينة أن وسائل التواصل الاجتماعي "أسهمت في معرفتهم بأهم قوائم الشركات والمنتجات الداعمة لإسرائيل"؛ حيث جاءت في المقام الأول، بينما في المرتبة الثانية جاء "ساعدتهم على فضح ممارسات الاحتلال الإسرائيلي كدافع للمقاطعة"، أما أكثر العبارات الخاصة (بالتأثيرات الوجدانية) لتلك الوسائل، فجاءت عبارة "زادت من تقبلي لشراء المنتجات المحلية حتى لو أقل جودة من المنتجات الداعمة لإسرائيل" في المقام الأول، وفيما يخص العبارات الخاصة (بالتأثيرات السلوكية) لتلك الوسائل، فجاءت عبارة "جعلتني أقاطع بالفعل المنتجات الداعمة لإسرائيل".

### وأوصت الدراسة:

1. يجب إبقاء القضية الفلسطينية وحملات المقاطعة قضية حية مع النشر والتفاعل اليومي ونشر ثقافة المقاطعة بشكل دائم.
2. محاولة مواجهة الرواية الإسرائيلية وكشف الأخبار الكاذبة والمضللة التي ينشرها الاحتلال.

### 3. دراسة (بن عياد، 2024) تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الرأي العام تجاه حرب

#### غزة:

تهدفُ الدراسةُ التَّعْرُفُ إلى ماهية مؤثري التواصل الاجتماعي كقوةٍ جديدةٍ في البيئة الاتصالية ودورهم في بناء الرأي العامِّ العالميِّ نحوَ حربِ غزةٍ وتأثيرهم في مجرياتِ الأحداثِ، إضافةً إلى الكشفِ عن التحدياتِ التي تعرَّضوا لها في إيصالِ رسائلهم.

#### ومن نتائج الدراسة:

1. يؤدي مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي كقوة جديدة في المجتمع الرقمي دورًا كبيرًا في صناعة الرأي العام في الكثير من القضايا.

2. تفعيل وسائل التواصل الاجتماعي في الحرب لا يقل قدرة عن السلاح حيث ساهم المؤثرون المتضامنون مع الشعب الفلسطيني في إحداث تغييرات كبيرة في الرأي العام العالمي.

4. دراسة (حبري، 2023) "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية": هدفت الدراسة معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين في الجزائر نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، والوقوف عند أهم الأسباب التي تجعل الطلبة الجامعيين أكثر إقبالاً على الصحافة الإلكترونية، وتنتمي هذه الدراسة إلى المنهج الوصفي وقد كان مجتمع الدراسة مجموعة من الطلبة الجامعيين في عينة مقدارها 222 طالب وطالبة، واستخدم الباحث الاستبانة كأداة لإجراء الدراسة، وتوصلت إلى نتائج أهمها:

1. أن اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو عادات وأنماط الصحف الإلكترونية كانت إيجابية وذلك نظراً لمدى السرعة في إيصال الخبر والتنوع الكبير في مادة الخبر.
2. أن غالبية الطلبة عبروا بمواقف إيجابية عن واقع الصحافة الإلكترونية وذلك نظراً للخدمات التفاعلية التي تقدمها الصحافة الإلكترونية بالإضافة إلى المضامين التي تتمتع بنصوص مرئية وسمعية والتي تجعلها أكثر مقروئية لديهم.

5. دراسة (حاتمة، 2022) "تغطية الصحف الرقمية العربية نحو الحرب على قطاع غزة عام 2021" دراسة تحليلية:

هدفت الدراسة التعرف إلى تغطية الصحف الرقمية العربية (اليوم السابع المصرية، الراية القطرية، الشروق الجزائرية) نحو الحرب على قطاع غزة عام 2021 والموضوعات التي تطرقت إليها وسبل المعالجة التي استخدمتها، في الفترة الواقعة بين 10 إلى 21 أيار لعام 2021، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التحليلية والتي اعتمدت منهج المسح، وكانت أداة الدراسة استبانة تحليل المضمون، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1. أظهرت الدراسة أن صحيفة اليوم السابع المصرية جاءت في المرتبة الأولى في تغطيتها للحرب على قطاع غزة 2021، تلتها صحيفة الراية ثم صحيفة الشروق الجزائرية.
2. أظهرت النتائج أن الصحف التي تم تحليل مضمونها اعتمدت على جهات فلسطينية كقوى فاعلة في تغطيتها للحرب على قطاع غزة وبنسبة (31.7%) تلتها جهات دولية رسمية.
3. بينت الدراسة أن الموضوعات السياسية جاءت في المرتبة الأولى من حيث التغطية تلتها الموضوعات العسكرية.

## 6. دراسة (أبو حشيش، 2022) اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية:

تهدف الدراسة التعرف إلى درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، واعتمدت على منهج المسح، وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، واستخدمت أداتي صحيفة الاستقصاء التي وزعت على عينة قوامها (200) مفردة من النخبة الإعلامية الفلسطينية، والمقابلة المعقمة لمجموعة من النخب والخبراء، واستندت الدراسة إلى نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام والقائم بالاتصال.

### توصلت الدراسة إلى:

1. أن درجة ثقة النخبة الإعلامية الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية متوسطة بنسبة 51.6%.
2. أهم الصفحات الإخبارية التي تعتمد عليها النخبة الإعلامية الفلسطينية كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية كانت وكالة شهاب للأخبار بنسبة 60.4%، يليها كل من شبكة قدس الإخبارية بنسبة 39.6%، ووكالة الصحافة الفلسطينية (صفا) بنسبة 34.1%.

### وأوصت الدراسة:

1. تعزيز التعاون بين الجهات الأمنية والمؤسسات الإعلامية.
2. تفعيل دور النخب بشكل أكبر، وبناء جسور من الثقة المتبادلة بين جميع الأطراف، خاصة فيما يتعلق بإدارة الأزمات الأمنية، وزيادة الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

### الدراسات الأجنبية:

## 7. (Hayes, 2023) Palestinian Solidarity on Social Media: The Distribution of Images of Occupation on Twitter, Facebook, and Instagram by Advocacy Organisations

هدفت هذه الدراسة التحقيق في الطرق التي تستخدم بها منظمات المناصرة الفلسطينية الدولية منصات التواصل الاجتماعي، وتحديدًا فيسبوك وتويتر وإنستغرام، كشكل من أشكال النشاط لتوزيع الصور الثابتة والمتحركة التي تلتقط التفاعلات بين قوات الأمن الإسرائيلية والفلسطينيين، وتناولت الدراسة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المنظمات الدولية المناصرة للفلسطينيين لتوزيع الصور الثابتة والمتحركة التي توثق التفاعلات بين قوات

الأمن الإسرائيلية والفلسطينيين، تم اتباع نهج متعدد المنصات، مع جمع البيانات من حسابات فيسبوك وتويتر وإنستغرام لإحدى عشرة منظمة نشرت على هذه المنصات باللغة الإنجليزية للجمهور، وتم جمع البيانات (الصور والتعليقات النصية والاستجابات "الإعجابات والمشاركات والتعليقات")، وأجري تحليل كمي ونوعي لفهم أنواع الصور التي تم نشرها، والطرق التي استخدمت بها المنظمات ميزات منصات التواصل الاجتماعي لمشاركة الصور، واستجابة الجمهور للصور.

### ومن أبرز نتائج الدراسة:

1. أن الصور في معظمها تصور العنف الجسدي وغير الجسدي ضد الفلسطينيين وتم نشرها مع تعليقات نصية تضع هذه الأفعال في سياق استعماري استيطاني.
2. كان غالبية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي عبر المنصات الثلاث داعمين للقضية الفلسطينية.
3. انخفاض المشاركة بشكل عام عبر جميع المنصات والحسابات، وكذلك انخفاض الإعجابات والتعليقات وذلك بسبب عدم وصول المحتوى لعدد أكبر من الجمهور.

### 8. دراسة (Ertekin, 2020) The Attitudes of the Young towards Social Media:

هدفت الدراسة التعرف إلباتجاهات الشباب نحو وسائل التواصل الاجتماعي وتكونت عينة الدراسة من 391 طالباً جامعياً يدرسون في كليات مختلفة، وتم استخدام المنهج الوصفي لإجراء الدراسة واستخدمت الاستبانة كأداة لإتمام الدراسة، وكان قوام عينة الدراسة 391 طالباً وطالبة من طلبة الجامعات ومن كليات مختلفة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

1. أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 82.1%.
2. أن تطبيق الفيسبوك كان الأكثر استخداماً والأكثر شعبية بين الشباب بنسبة 93.3%.

### التعقيب على الدراسات السابقة:

#### مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

1. التعرف إلى موضوع الدراسة ووضع الخطة العامة لها.
2. التعرف إلى المناهج والأدوات المستخدمة والقدرة على تحديد المنهج المناسب للدراسة.
3. وضع تساؤلات الدراسة بشكل علمي لتحقيق أهداف الدراسة.
4. تحديد مجتمع الدراسة وعينتها.
5. صياغة مشكلة الدراسة بشكل دقيق وتحديد الأهداف التي تريد تحقيقها.

### أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

1. يكمن وجهُ الشبهِ بينَ الدراسةِ الحاليةِ وبعضِ الدراساتِ السابقةِ في اختيارِ الشبابِ الجامعيِّ كعينةٍ للدراسةِ.
2. يوجدُ تشابهٌ بينَ الدراسةِ الحاليةِ والدراستينِ السابقتينِ (Ertekin، 2020) و(حبري، 2023) في استخدامِ الاستبانةِ كأداةٍ للدراسةِ.
3. هناكُ تشابهٌ بينَ الدراسةِ الحاليةِ وبعضِ الدراساتِ السابقةِ في تناولِ موضوعِ مواقعِ التواصلِ الاجتماعيِّ.
4. يوجدُ اختلافٌ بينَ الدراسةِ الحاليةِ ودراسةِ (Ertekin، 2020) و(حبري، 2023) في تناولِ موضوعِ الحربِ على غزة.
5. يوجد تشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة (حسن، 2024)، ودراسة (بن عياد، 2024)، و(Hayes، 2023) من حيث تناول حرب السابع من أكتوبر.
6. هناكُ اختلافٌ بينَ الدراسةِ الحاليةِ والدراساتِ السابقةِ الثلاثِ فيما يتعلقُ بمجتمعِ الدراسةِ، حيثُ تركّزُ الدراسةُ الحاليةُ على الشبابِ الجامعيِّ في محافظةِ الخليلِ كمجتمعٍ للدراسةِ.
7. اعتمدت دراسة (Hayes، 2023) و(حاتمة، 2022) و(فايز، 2024) على استخدام تحليل المضمون للموضوعات خلافاً للدراسة الحالية التي اعتمدت أداة استمارة الاستبانة لجمع البيانات من المبحوثين.

### الإجراءات المنهجية للدراسة

#### إجراءات الدراسة:

#### نوع الدراسة:

تُعَدُّ هذه الدراسةُ من الدراساتِ الوصفيةِ التي تسعى لدراسةِ حالةٍ معينةٍ، وهي مناسبةٌ لدراسةِ اعتمادِ طلبةِ الجامعاتِ في محافظةِ الخليلِ على مواقعِ التواصلِ الاجتماعيِّ كمصدرٍ في الحصولِ على المعلوماتِ حولَ حربِ السابعِ من أكتوبرَ لعامِ 2023، ووصفِ هذهِ الحالةِ، وتشخيصِ المجالاتِ التي تحدثُ فيها المشكلةُ وتحديدها، ووضعِ التحسيناتِ الملائمةِ. (قنديلجي، 2020).

## منهج الدراسة:

منهج الدراسة هو الأسلوب الذي يعتمد عليه الباحث للوصول إلى إجابات عن تساؤلات تطرحها مشكلة الدراسة (المشهداني، 2020)، وتستخدم هذه الدراسة منهج المسح، وذلك بأسلوب (منهج مسح جمهور وسائل الإعلام)، الذي يُعدّ الأفضل لدراسة اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر في الحصول على المعلومات حول حرب السابع من أكتوبر لعام 2023، والحصول على المعلومات من مصادرها الأولية. فمنهج المسح هو: "جمع منظم للمعلومات المرتبطة بمؤسسات إدارية أو علمية أو ثقافية أو اجتماعية". (قنديجي، 2020)

## أداة الدراسة:

يُقصدُ بأداة الدراسة الطرق والوسائل المستخدمة للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لإنجاز البحث العلمي (علي، 2015)، وقد استخدمت الباحثان استمارة الاستبانة باعتبارها أداة لجمع البيانات من المبحوثين وتحليلها وتفسيرها والخروج بنتائج الدراسة. تجدر الإشارة إلى أنه تم تحويل الإجابات اللفظية إلى رقمية لأغراض التحليل، حيث أُعطيت الإجابة "موافق بشدة" خمس درجات، والإجابة "موافق" أربع درجات، والإجابة "محايد" ثلاث درجات، والإجابة "معارض" درجتين، والإجابة "معارض بشدة" درجة واحدة. والجدول (2) يوضح تصنيف الإجابات ودرجاتها.

جدول (2) تصنيف الإجابات ودرجاتها

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض
الدرجة	5	4	3	2	1

## صدق الأداة:

تم إجراء الصدق والثبات من خلال عرض الاستبانة على مجموعة من المحكّمين من ذوي الاختصاص<sup>(1)</sup>، بهدف التأكد من مناسبة الاستبانة لما أُعدت من أجله، وسلامة صياغة الفقرات وانتماء كل منها للمجال الذي وُضعت فيه.

### ثبات أداة الدراسة:

للتحقق من ثبات أداة الدراسة، تم استخدام ثبات الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة باستخدام معادلة الثبات كرونباخ ألفا على عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول (3)

#### جدول (3) قيم معامل الثبات كرونباخ ألفا لمحاور الدراسة

محور الدراسة	عدد الفقرات	قيمة معامل الثبات ألفا
التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية	13	.63

يلاحظ من الجدول (3) أن درجة ثبات محور الدراسة مرتفعة، حيث بلغت قيمة معامل الثبات كرونباخ ألفا (63%)، وتعد نتائج هذا المقياس مناسبة حيث أن مقياس ثبات كرونباخ ألفا يجب أن يكون أكبر من (60%) وهو ما نتج في قياس ثبات أداة الدراسة.

#### المعالجة الإحصائية:

بعد استعادة الاستبانة، تم تدقيقها ومراجعتها، ثم إدخالها إلى الحاسوب وتفرغها في برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for the Social Sciences) (SPSS) وذلك لمعالجة البيانات إحصائياً، حيث تم تحويل الإجابات اللفظية إلى رقمية لأغراض التحليل، وتم فحص ثبات أداة الدراسة باستخدام معادلة الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، وللإجابة عن أسئلة الدراسة، فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية، كما تم استخدام معامل الارتباط (Spearman) لاختبار فرضية الدراسة.

#### مقياس الدراسة:

بهدف تحديد درجة فقرات الاستبانة وأهميتها لكل محور من محاورها، والحكم على النتائج من المتوسطات الحسابية، فقد تم وضع المقياس الوزني للمتوسطات الحسابية وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي حيث نجد أن المدى (4=5-1) بالتالي فإن طول الفئة (8=4/5)، والجدول (4) يوضح مقياس الدراسة.

#### جدول (4) مقياس الدراسة

الرقم	المتوسط الحسابي	الدرجة
1	2.60 فأقل	درجة منخفضة
2	3.40 - 2.61	درجة متوسطة
3	أكثر من 3.41	درجة مرتفعة

**مجتمع الدراسة:**

يُقصدُ بمجتمع الدراسة جميعُ مكوناتِ ووحداتِ الظاهرةِ تحتَ البحثِ، فقد يكونُ المجتمعُ متمثلاً في سكانِ مدينةٍ أو عيِّنةٍ من الأفرادِ في إحدى المناطقِ (النعيمي وآخرون، 2015)، وبهذا، فإنَّ مجتمعَ الدراسةِ لهذا البحثِ يتمثَّلُ في طلبةِ الجامعاتِ الآتية: جامعة الخليل، جامعة بوليتكنك فلسطين، جامعة فلسطين التقنية، جامعة القدس المفتوحة، الكليةِ الذكيةِ لتعليمِ الحديث، في محافظة الخليل. ويتكوَّنُ مجتمعُ الدراسةِ من جميعِ طلبةِ الجامعاتِ بمحافظة الخليل، والذين يبلغُ عددهم (23930) طالباً وطالبةً.

**عينة الدراسة:**

تمَّ الاعتمادُ في هذا البحثِ على العيِّنة العشوائية البسيطة، وتعرَّفُ العيِّنة العشوائية البسيطة بأنها "العيناتُ التي تُتيحُ فرصاً متساويةً أمام جميعِ وحداتِ الظاهرةِ المدروسة" (مصباح، 2020)، وتكوَّنت عيِّنة الدراسةِ من (211) فرداً من طلبةِ الجامعاتِ بمحافظة الخليل ومن جميعِ التخصصات، حيثُ تمَّ توزيعُ (211) استبانةً بشكلٍ إلكترونيٍّ وورقيٍّ، واستردادها كاملةً، و(210) استبانةً صالحةً للتحليلِ بنسبة (99%) من إجمالي الاستباناتِ الموزعة، ويوضِّحُ الجدولُ رقم (1) الخصائصَ الديموغرافيةَ لعيِّنة الدراسة.

**جدول (1): الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة**

المتغير	مستويات المتغير	العدد	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	55	26.2%
	أنثى	155	73.8%
الإجمالي		210	100%
مكان السكن	مدينة	92	43.8%
	قرية	112	53.3%
	مخيم	6	2.9%
الإجمالي		210	100%
العمر	18 - أقل من 21	137	65.3%
	21 - أقل من 24	66	31.4%
	24 - أقل من 27	4	1.9%
	27 - أقل من 30	-	-
	30 إلى أكثر	3	1.4%
الإجمالي		210	100%

%64.2	135	أحد مجالات العلوم التطبيقية.	التخصص
%22.9	48	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام.	
%12.9	27	إعلام، اتصال، صحافة.	
<b>% 100</b>	<b>210</b>	<b>الإجمالي</b>	
%20.0	42	الكلية الذكية	الجامعة
%37.2	78	جامعة الخليل	
%9.0	19	جامعة القدس المفتوحة	
%26.2	55	جامعة بوليتكنيك	
%7.6	16	جامعة فلسطين التقنية _ العروب	
<b>% 100</b>	<b>210</b>	<b>الإجمالي</b>	
%36.2	76	دبلوم	المستوى التعليمي
%63.3	133	بكالوريوس	
%5.5	1	دراسات عليا	
<b>% 100</b>	<b>210</b>	<b>الإجمالي</b>	
%30.0	63	أولى	مستوى الدراسة
%37.2	78	ثانية	
%13.8	29	ثالثة	
%19.0	40	رابعة	
<b>% 100</b>	<b>210</b>	<b>الإجمالي</b>	

مناقشة وتحليل النتائج واختبار الفروض

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

عرض نتائج تحليل أسئلة الدراسة

1. ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي اعتماداً من قبل طلبة الجامعات في محافظة الخليل

لمتابعة حرب السابع من أكتوبر؟

للإجابة عن السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (5)

جدول (5): أكثر مواقع التواصل الاجتماعي اعتماداً من قبل طلبة الجامعات في محافظة الخليل في متابعة حرب السابع من أكتوبر

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	14	7%
تيك توك	5	2%
انستغرام	103	49%
إكس/ تويتر	3	1%
واتساب	2	1%
تليجرام	83	40%
المجموع	210	100%

يُلاحظُ من الجدول (5) أنَّ العددَ الأكبرَ يعتمد على منصة إنستغرام وعددهم (103) إجاباتٍ بنسبة (49%) من عيّنة الدراسة، وأقلها منصة واتساب (2) إجابات بنسبة (1%) من عيّنة الدراسة.

تكشفُ نتائجُ التحليل أنَّ الطلبةَ يعتمدون على منصة إنستغرام بالدرجة الأولى لمتابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر بنسبة 49%، وهي نسبة كبيرة، وجاءت في المرتبة الثانية تليجرام، واحتلَّ فيسبوك المرتبة الثالثة من حيث درجة الاعتماد، وجاء تويتر في المرتبة الرابعة، فيما احتلَّ تيك توك المرتبة الخامسة، وجاء واتساب في المرتبة الأخيرة، وهذه النتيجة تتفق مع الإحصائية التي وصل إليها تقريرُ الواقع الرقمي الفلسطيني لموقع "آيبوك" الذي صدر عام 2023 حيث بلغت نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين 65.7% (آيبوك، 2023)، وهذا يدلُّ على أنَّ أرض فلسطين هي أرض أحداثٍ مستمرة، وبالتالي في فترة الأزمات وعدم الاستقرار يزدادُ الاعتمادُ على تلك المواقع لمتابعة الأخبار واكتساب المعلومات. لكن تختلفُ نتائجُ هذه الدراسة مع دراسة (Ertekin، 2020) التي كشفت أنَّ (93.3%) من المبحوثين يعتمدون على فيسبوك كمصدر للمعلومات، وكذلك تختلف مع نتائج الدراسة لـ (أبو حشيش، 2022) التي وصلت أنَّ 62% يعتمدون على الفيسبوك بدرجة عالية خلال فترة الأزمات الأمنية، ومن ثم التليجرام بنسبة 58%.

## 2. ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تغطية لأحداث حرب السابع من أكتوبر؟

للإجابة عن السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (6)

جدول (6): أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تغطية لأحداث حرب السابع من أكتوبر

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
17.1%	36	فيسبوك
8.6%	18	تك توك
56.2%	118	انستغرام
2.9%	6	سناب شات
1.4%	3	يوتيوب
13.3%	28	إكس/ تويتر
3.8%	8	واتساب
77.1%	162	تليجرام
	379	المجموع

(\*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد)

يُلاحظُ من الجدول (6) أنَّ العددَ الأكبرَ لتغطية الأحداثِ كان من منصة تليجرام، حيث بلغ عددهم (162) إجابةً بنسبة (77.1%) من عيّنة الدراسة، بينما كان أقلها عددًا هو اليوتيوب بعدد (3) إجاباتٍ بنسبة (1.4%) من عيّنة الدراسة.

توصلت الباحثتان من خلال تحليل النتائج إلى أنَّ منصة تليجرام هي الأكثر تغطيةً لأحداث حرب السابع من أكتوبر من وجهة نظر المبحوثين بنسبة بلغت 77.1%، وهي نسبة مرتفعة. وجاءت في المرتبة الثانية منصة إنستغرام بنسبة 56.2%، ومن ثم جاء فيسبوك في المرتبة الثالثة بنسبة 17.1%، وجاءت منصة إكس في المرتبة الرابعة بنسبة 13.3%، واحتل واتساب المرتبة الخامسة بنسبة 3.8%، بينما جاء سناب شات في المرتبة السادسة، وأخيراً جاء يوتيوب في المرتبة الأخيرة، وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة (حتاملة، 2022) التي توصلت إلى أنَّ صحيفة "اليوم السابع" المصرية احتلت المرتبة الأولى في تغطيتها للحرب على قطاع غزة عام 2021، تلتها صحيفة "الراية" ثم صحيفة "الشروق" الجزائرية.

- أتابع أخبار الحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الصفحات ... للإجابة عن السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (7)

جدول (7): أتابع أخبار الحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الصفحات

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
63.3%	133	الصفحات الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي
28.1%	59	صفحات النشاط من قطاع غزة
3.8%	8	صفحات المؤثرين من خارج قطاع غزة
25.2%	53	من خلال حسابات وسائل الإعلام التقليدي على مواقع التواصل الاجتماعي
	253	المجموع

(\*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد)

يلاحظ من الجدول (7) أنّ العدد الأكبر من الإجابات للخيار (الصفحات الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي) وعددهم (133) إجابة وبنسبة (63.3%) من عينة الدراسة، وأقلها (المؤثرون من خارج قطاع غزة) بعدد (8) إجابات وبنسبة (3.8%) من عينة الدراسة.. من خلال تحليل النتائج، تبين أنّ 63.3% من أفراد العينة يتابعون أخبار حرب السابع من أكتوبر من خلال الصفحات الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي، وجاءت نسبة من يتابعون أخبار حرب السابع من أكتوبر من خلال حسابات وسائل الإعلام التقليدي على مواقع التواصل الاجتماعي 25.2% محتلة المرتبة الثانية وجاء بالمرتبة الثالثة صفحات النشاط من قطاع غزة بنسبة 28.1%، فيما جاء المؤثرون من خارج قطاع غزة في المرتبة الأخيرة بنسبة 3.8%، وهذا يشير إلى أنّ الصفحات الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي هي أكثر ثقة لدى طلبة الجامعات لمتابعة الأخبار المتعلقة بالحرب من خلالها ومن ثم وسائل الإعلام التقليدي التي تمتلك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي.

- ما معدل اهتمامك بالمضامين المتعلقة بحرب السابع من أكتوبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

للإجابة عن السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (8)

جدول (8): ما معدل اهتمامك بالمضامين المتعلقة بحرب السابع من أكتوبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ضعيفة جداً	3	1%
ضعيفة	15	7%
متوسطة	62	30%
مرتفعة	76	36%
مرتفعة جداً	54	26%
المجموع	210	100%

يلاحظ من الجدول (8) أنّ معدل الاهتمام بمضامين حرب السابع من أكتوبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار الحرب جاء مرتفعاً (76) إجابة ونسبة (36%) من عينة الدراسة.

من خلال تحليل نتائج الدراسة تبين أنّ معدل الاهتمام من قبل طلبة جامعات الخليل بالمضامين التي تتعلق بحرب السابع من أكتوبر جاء مرتفعاً جداً بنسبة 26% ومرتفعاً بنسبة 36% ومتوسطاً بنسبة 30% و ضعيفاً بنسبة 7% وضعيفاً جداً بنسبة 1%، مما يشير إلى أنّ معدل اهتمام الطلبة بالمضامين المتعلقة بحرب السابع من أكتوبر والتي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاء بدرجة "ضعيفة إلى متوسطة".

- متى تتابع الأخبار المتعلقة بحرب السابع من أكتوبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟  
للإجابة عن السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (9).

## جدول (9): متى تتابع الأخبار المتعلقة بحرب السابع من أكتوبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
15.24%	32	أتابع من فترة إلى فترة زمنية أخرى
2.38%	5	أعرض للمتابعة بشكل غير مقصود لأخبار الحرب على غزة
49.5%	103	بشكل دائم ومستمر
33.3%	70	عند وقوع أحداث جديدة تتعلق بمجريات الحرب في غزة
100%	210	المجموع

يلاحظ من الجدول (9) أن العدد الأكبر من المبحوثين يتابعون الأخبار (بشكل دائم ومستمر) بنسبة (49.5%) كدرجة أولى، وأقلهم نسبة يتابعون (بشكل غير مقصود لأخبار الحرب على غزة) بعدد (4) إجابات وبنسبة (1.9%) من عينة الدراسة. توصلت الدراسة إلى أن الطلبة يتابعون الأخبار المتعلقة بأخبار الحرب بشكل دائم ومستمر وبنسبة بلغت 49.5% وهي نسبة مرتفعة فيما جاءت نسبة من يتابعون الأخبار عند وقوع أخبار جديدة تتعلق بمجريات الحرب في غزة 33.3% فيما جاءت نسبة من يتابعون الأخبار من فترة إلى أخرى بنسبة 15.24%.

وترى الباحثان أن هذه النتائج واقعية في ظل استمرارية الحرب، وأنها لم تنته بعد، وأن هناك أحداثاً متجددة تقع ما دامت الحرب مستمرة حتى إعداد هذه الدراسة، وبالرجوع إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، نرى أن من فرضياتها أن الأفراد يزداد اعتمادهم على وسائل الإعلام عندما يكون هناك حالة من عدم الاستقرار ونشوب الأزمات، وذلك نظراً إلى أن الأفراد ينتج لديهم حالة من الغموض وعدم معرفة ما يدور، فيبحث الفرد عن وسيلة لسد هذا الغموض الحاصل. إذ ترى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام والمعلومات التي تقدمها لتلبية احتياجاته المعرفية والعاطفية والسلوكية، وهذا يفسر إقبال المبحوثين على هذه الوسائل لتقصي المعلومات من خلال وسائل الإعلام المختلفة وبشكل دائم ومستمر ما دامت هناك أزمة، وفي ظل استمرارية الحرب على غزة، تستمر حالة المتابعة من قبل الأفراد لوسائل الإعلام بشكل دائم.

### 3. ما درجة اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر؟

للإجابة على السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (10)

جدول (10): درجة اعتماد طلبة الجامعات في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ضعيفة جداً	4	1.9%
ضعيفة	5	2.4%
متوسطة	55	26.2%
مرتفعة	85	40.5%
مرتفعة جداً	61	29.0%
المجموع	210	100%

يُلاحظ من الجدول (10) أن درجة اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار الحرب مرتفعة، حيث بلغ عددهم (85) إجابةً، ونسبة (40.5%) من عينة الدراسة. كشفت الدراسة من خلال تحليل النتائج أن طلبة جامعات محافظة الخليل يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة جداً بنسبة 29.0% من أفراد العينة، وبدرجة مرتفعة بنسبة 40.5%، وبدرجة متوسطة بنسبة 26.2%، وبدرجة ضعيفة بنسبة 2.4%، وبدرجة ضعيفة جداً بنسبة 1.9%. مما يشير إلى أن طلبة الجامعات في محافظة الخليل يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة "مرتفعة".

يمكن ربط نتائج هذا الجدول مع نتائج الجداول رقم (8) و(9)، حيث تبين في الجدول رقم (8) أن معدل الاهتمام بمضامين حرب السابع من أكتوبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي بلغ (36%) من عينة الدراسة، في حين تبين في الجدول رقم (9) أن عينة الدراسة يتابعون الأخبار المتعلقة بالحرب بشكل دائم ومستمر بنسبة بلغت 49.5%، وهي نسبة مرتفعة، فيما جاءت نسبة من يتابعون الأخبار عند وقوع أخبار جديدة تتعلق بمجريات الحرب في غزة 33.3%، وهذا يشير إلى صدق هذه النتيجة، حيث أن نسبة درجات الاعتماد عالية وعالية جداً بنسبة (60%).

#### 4. ما درجة تفاعل طلبة الجامعات بمحافظة الخليل مع أخبار حرب السابع من أكتوبر لدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

للإجابة عن السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (11)

جدول (11): درجة تفاعل طلبة الجامعات بمحافظة الخليل مع أخبار حرب السابع من أكتوبر لدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ضعيفة جداً	22	10.5%
ضعيفة	35	16.7%
متوسطة	79	37.6%
مرتفعة	50	23.8%
مرتفعة جداً	24	11.4%
المجموع	210	100%

يُلاحظ من الجدول (11) أنّ درجة تفاعل الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار الحرب متوسطة، حيث بلغ عددهم (79) إجابةً، ونسبة (37.6%) من عينة الدراسة. تَكشِفُ نتائج التحليل أنّ طلبة الجامعات في محافظة الخليل يتفاعلون مع أخبار حرب السابع من أكتوبر بدرجة مرتفعة جداً بنسبة 11.4%، وبدرجة مرتفعة بنسبة 23.8%، وبدرجة متوسطة بنسبة 37.6%، وبدرجة ضعيفة بنسبة 16.7%، وبدرجة ضعيفة جداً بنسبة 10.5%، وهذا يُشير إلى أنّ درجة التفاعل مع الأخبار المتعلقة بحرب السابع من أكتوبر متوسطة، وترى الباحثتان أنّ السبب الذي يجعل التفاعل متوسطاً من قبل المبحوثين هو خشية الملاحقة الأمنية من قبل الاحتلال الإسرائيلي، وكذلك القيود التي تُفرض على المحتوى المتعلق بالقضية الفلسطينية وحرب السابع من أكتوبر على وجه الخصوص.

وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي وصلت إليها دراسة (بن عياد، 2024) وهي: أن مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي يؤدون كقوة جديدة في المجتمع الرقمي دوراً كبيراً في صناعة الرأي العام في الكثير من القضايا، وتبين أن تفعيل وسائل التواصل الاجتماعي في الحرب لا تقل قدرة عن السلاح حيث ساهم المؤثرون المتضامنون مع الشعب الفلسطيني في إحداث تغييرات كبيرة في الرأي العام العالمي.

- كيف تتفاعل مع المنشورات المتعلقة بأخبار حرب السابع من أكتوبر لدى اعتمادك على مواقع التواصل الاجتماعي؟

للإجابة عن السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (12).

جدول (12): كيف تتفاعل مع المنشورات المتعلقة بأخبار حرب السابع من أكتوبر لدى اعتمادك على مواقع التواصل الاجتماعي؟:

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
إعجاب	80	38.1%
تعليق	7	3.3%
مشاركة	28	13.3%
المشاهدة فقط	70	33.3%
جميع ما ذكر	7	3.3%
المجموع	192	

(\*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد)

يُلاحظ من الجدول (12) أنّ العدد الأكبر من خيار (إعجاب) يبلغ عددهم (80) إجابةً، وبنسبة (38.1%) من عينة الدراسة، وأقلها عددًا (التعليق) بعدد (7) إجابات وبنسبة (3.3%) من عينة الدراسة.

توصّلت الباحثتان من خلال تحليل النتائج إلى أنّ النسبة الأكبر من الطلبة في جامعات محافظة الخليل يتفاعلون مع أخبار حرب السابع من أكتوبر من خلال الضغط على زر الإعجاب بنسبة 38.1%، وبهذا تكون اتفقت مع نتيجة دراسة (فايز، 2024) حيث أن الجمهور تفاعل بشكل كبير مع بوضع الإعجاب كشكل من أشكال التفاعل مع المضامين المتعلقة "بالحرب على غزة 2023" عبر الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي.

فيما يكتفي 33.3% من أفراد العينة بالمشاهدة فقط دون التفاعل بأي شيء، ونسبة 13.3% يتفاعلون من خلال المشاركة، ونسبة 3.3% يقومون بالتفاعل من خلال التعليق على ما يُنشر فيما يتعلق بأخبار حرب السابع من أكتوبر، وجميع ما ذكر جاءت نسبته 3.3%. نُلاحظ من الجدول السابق أنّ المبحوثين يتفاعلون مع المنشورات المتعلقة بحرب السابع من أكتوبر على مواقع التواصل الاجتماعي بوضع الإعجاب أو المشاهدة فقط بنسب أعلى من بقية طرق التفاعل الأخرى. يُربط نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول السابق رقم (11) الذي أشار إلى أنّ نسبة التفاعل من قبل عينة الدراسة هي متوسطة بسبب خشية الملاحقة الأمنية من

قبل الاحتلال الإسرائيلي، وكذلك القيود التي تُفرض على المحتوى المتعلق بالقضية الفلسطينية وحرب السابع من أكتوبر على وجه الخصوص، وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي وصل إليها الباحث (Hayes, 2023) أن هناك انخفاض المشاركة بشكل عام عبر جميع المنصات والحسابات، وكذلك انخفاض الإعجابات والتعليقات وذلك بسبب عدم وصول المحتوى لعدد أكبر من الجمهور فيما يتعلق بأخبار حرب السابع من أكتوبر.

##### 5. ما الأسباب التي تدفع طلبة الجامعات في محافظة الخليل لمتابعة أخبار حرب السابع

##### من أكتوبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

للإجابة عن السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (13).

جدول (13): الأسباب التي تدفع طلبة الجامعات بمحافظة الخليل تتابع أخبار حرب السابع من أكتوبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
51.4%	108	السرعة والآنية في نقل الحدث
23.8%	50	لأنها تمتلك مصادر معلومات لا يمتلكها الإعلام التقليدي
14.8%	31	بسبب تفرد وتميز هذه المواقع في نقل الأحداث مقارنة مع الإعلام التقليدي
53.3%	112	لسهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
22.4%	47	لأن هذه المواقع لا تخضع لسياسة تحريرية مثل الإعلام التقليدي
22.4%	47	تطرح هذه المواقع عدة موضوعات عن أخبار حرب السابع من أكتوبر
53.3%	112	حتى أكون على اطلاع وفهم ما يجري من أخبار الحرب
24.8%	32	تتيح مجالاً أوسع لحرية الرأي والتعبير
	539	المجموع

(\*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد)

**يُلاحظ من الجدول (13) أنّ العدد الأكبر من العينة تتابع أخبار الحرب عبر مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي البالغ وحتى يكونوا على اطلاع وفهم ما يجري من أخبار الحرب وعددهم (112) إجابة وبنسبة (53.3%) من عينة الدراسة، وأقلها عدداً بسبب تفرد وتميز هذه المواقع في نقل الأحداث مقارنة مع الإعلام التقليدي، وتتيح مجالاً أوسع لحرية الرأي والتعبير بعدد (31) إجابة لكل منها وبنسبة (14.8%) من عينة الدراسة.**

توصلت الباحثتان من خلال تحليل النتائج إلى أنّ السبب الرئيس الذي يدفع طلبة الجامعات إلى متابعة أخبار الحرب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي هو سهولة استخدام هذه المواقع وجاءت متعادلة مع أنهم يتابعون الأخبار من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حتى يكونوا على اطلاع وفهم ما يجري من أخبار الحرب وجاء السرعة والأنية في المرتبة الثالثة ولأنها تمتلك مصادر معلومات لا يمتلكها الإعلام التقليدي جاءت بالمرتبة الرابعة، وهذه النتائج تختلف مع ما جاءت به نتائج دراسة (حبري، 2023) التي توصلت إلى أنّ اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو عادات وأنماط الصحف الإلكترونية كانت إيجابية وذلك نظراً لمدى السرعة في إيصال الخبر والتنوع الكبير في مادة الخبر بالمرتبة الأولى.

وبهذا نستنتج أنّ من أهم الأسباب التي تدفع الطلبة لمتابعة الأخبار من خلال مواقع التواصل الاجتماعي هو سهولة استخدام هذه المواقع مما يجعلهم على اطلاع دائم بمجريات وتطورات الحرب بنسبة (53.3%)، ومع هذه النتيجة نربط نتائجها مع الجدول رقم (9) التي تشير أنّ المبحوثين يتابعون الأخبار المتعلقة بأخبار الحرب بشكل دائم ومستمر بنسبة 49.5% وجاءت نسبة من يتابعون الأخبار عند وقوع أخبار جديدة تتعلق بمجريات الحرب في غزة 33.3%.

## 6. ما الوسائط التي يفضلها المبحوثين لدى متابعتهم لأخبار حرب السابع من أكتوبر على مواقع التواصل الاجتماعي؟

للإجابة على السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (14).

جدول (14): الوسائط التي يفضلها المبحوثون لدى متابعتهم لأخبار حرب السابع من أكتوبر على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
صورة فقط	33	15.7%
صورة مع نص	87	41.4%
فيديو فقط	24	11.4%
فيديو مع نص	58	27.6%
الصورة المتحركة	24	11.4%
الكاريكاتير والرسومات المتنوعة	33	15.7%
انفوغرافيك	12	5.7%
جميع ما ذكر	1	0.5%
المجموع	272	

(\*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد)

يلاحظ من الجدول (14) أنّ العدد الأكبر من الوسائط هو صور مع نص البالغ عددهم (87) إجابة وبنسبة (41.4%) من عينة الدراسة، وأقلها عدداً انفوغرافيك (12) إجابات وبنسبة (5.7%) من عينة الدراسة. من خلال النتائج يظهر أنّ طلبة الجامعات يفضلون متابعة الأخبار على شكل (صورة مع نص) وبنسبة بلغت 41.4%. ويتضح من خلال النتائج السابقة توجه عينة الدراسة نحو تفضيل "الصورة مع نص" في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر، وهذا يتطابق مع ما وصلت إليه النتيجة لتقرير واقع الإعلام الرقمي في فلسطين أنّ المحتوى الذي يفضل الفلسطينيون متابعته هو "الصور والتصاميم" بنسبة (45.4%)، (المركز الشبابي الإعلامي، 2023).

- ما أكثر الأنماط التي تتابعها على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بأخبار حرب السابع من أكتوبر؟

للإجابة عن السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (15).

جدول (15): أكثر الأنماط التي تتابعها على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بأخبار حرب السابع من أكتوبر

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
85.7%	180	منشور
14.8%	31	بث مباشر
8.6%	18	هاشتاغ
23.3%	49	مشاركة من صفحة أو حساب آخر
	278	المجموع

(\*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد)

يلاحظ من الجدول (15) أنّ العدد الأكبر من خيار (منشور) البالغ عددهم (180) إجابة وبنسبة (85.7%) من عينة الدراسة، وأقلها عدداً (هاشتاغ) بعدد (18) إجابات وبنسبة (8.6%) من عينة الدراسة. من خلال النتائج تبين أنّ الطلبة يفضلون عرض الأخبار المتعلقة بحرب السابع من أكتوبر على شكل منشور.

وتتفق نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول رقم (14) التي بينت أنّ نسبة 41.4% يفضلون متابعة الأخبار على شكل صورة مع نص إذ أنها لا تنشر إلا على شكل منشور. وتفسر الباحثتان سبب تفضيل المبحوثين للنمط "المنشور" بتسارع الأحداث وتلاحقها في حرب السابع من أكتوبر وتطوراتها، وكذلك أيضاً تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالسرعة والآنية والتفاعلية والتحديث اللحظي للأخبار، وهذا ما يدفع عيّنة الدراسة لاعتماد نمط "المنشور".

## 7. ما الموضوعات التي يتابعها المبحوثون في مواقع التواصل الاجتماعي خلال متابعتهم لأخبار حرب السابع من أكتوبر؟

للإجابة عن السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (16).

جدول (16): الموضوعات التي يتابعها المبحوثون في مواقع التواصل الاجتماعي خلال متابعتهم لأخبار حرب السابع من أكتوبر؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
سياسية	151	71.9%
اجتماعية	31	14.8%
صحية	99	47.1%
عسكرية	92	43.8%
ثقافية	49	23.3%
اقتصادية	81	38.6%
المجموع	503	

(\*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد)

يلاحظ من الجدول (16) أنّ العدد الأكبر من الطلبة يتابعون الموضوعات السياسية والبالغ عددهم (151) إجابة وبنسبة (71.9%) من عينة الدراسة، وأقلها عدداً الموضوعات الاجتماعية وعددهم (31) إجابة وبنسبة (14.8%) من عينة الدراسة. وبذلك نرى أنّ الموضوعات التي يتابعها الطلبة بنسبة كبيرة خلال تصفحهم أخبار الحرب تتمثل في الموضوعات السياسية والتي حازت على اهتمام الطلبة بدرجة كبيرة ومن ثم جاءت الموضوعات الصحية بالمرتبة الثانية والعسكرية في المرتبة الثالثة فيما جاءت المواضيع الاقتصادية في المرتبة الرابعة فيما جاءت الموضوعات الثقافية والاجتماعية في المرتبتين الأخيرتين، وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة (حاتمة، 2022) التي بينت أنّ الموضوعات السياسية جاءت بالمرتبة الأولى.

وترى الباحثتان أنّ هذه النتائج واقعية في ظل حالة الحرب المستمرة على قطاع غزة إضافة إلى الحالة السياسية التي تخص الشأن الفلسطيني نظراً إلى أنها ما زالت تقبع تحت الاحتلال وبذلك هي منطقة دائمة الاشتعال.

## 8. ما أكثر الأحداث التي تطرقت إليها مواقع التواصل الاجتماعي في تغطيتها لحرب السابع من أكتوبر؟

للإجابة عن السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (17).

### جدول (17): أكثر الأحداث التي تطرقت إليها مواقع التواصل الاجتماعي في تغطيتها لحرب السابع من أكتوبر

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
73.8%	155	القصف المستمر
40.0%	84	نسف المربعات السكنية
5.7%	12	محاصرة واقتحام المستشفيات
5.2%	11	المجازر المروعة بحق سكان قطاع غزة
25.7%	54	روايات الاحتلال حول العمليات العسكرية بغزة
1.0%	2	ارتقاء الشهداء والجرحى
49.5%	104	النزوح من الشمال إلى الجنوب
47.6%	100	المعاناة والمآسي في مخيمات النزوح
56.7%	119	حرب التجويع التي يعاني منها قطاع غزة
24.8%	52	البلاغات العسكرية من المقاومة
45.7%	96	أخبار مفاوضات الهدنة والصفقة بين إسرائيل والمقاومة
39.5%	83	القصص الإنسانية حول ويلات الحرب بغزة
	872	المجموع

### (\*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد)

يلاحظ من الجدول (17) أنَّ العدد الأكبر من العينة البحثية يرون أنَّ أكثر الأحداث التي تم تغطيتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي القصف المستمر وعددهم (155) إجابة وبنسبة (73.8%) من عينة الدراسة، وأقلها عدداً ارتقاء الشهداء والجرحى وعددهم (2) إجابة وبنسبة (1%) من عينة الدراسة.

ومن خلال النتائج يتضح أنَّ الطلبة يرون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي قد ركزت على تغطية أخبار القصف بدرجة كبيرة ومن ثم تلاها حرب التجويع التي يعاني منها قطاع غزة.

وترى الباحثان أنّ هذه النتائج منطقية نظراً لاستمرار حالة الحرب على قطاع غزة وبالتالي فإن القصف ما زال مستمر ولذلك فإن الأحداث التي تغطيها مواقع التواصل الاجتماعي هي تداعيات نتجت عن حالة القصف المستمرة على قطاع غزة.

### 9. ما التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية الناجمة عن اعتماد الشباب الجامعي في

#### محافظة الخليل لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر؟

للإجابة عن السؤال فقد تم استخراج الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول (18).

- ما التأثيرات المعرفية الناجمة عن اعتماد الشباب الجامعي في محافظة الخليل لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر؟:

جدول (18): الوسط الحسابي للتأثيرات المعرفية الناجمة عن اعتماد الشباب الجامعي في

محافظة الخليل لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر:

الدرجة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التأثيرات المعرفية
مرتفعة	80%	0.6	4.0	تجعلني متابعاً باستمرار لما يجري وتزيد من معلوماتي حول الأحداث الجارية
مرتفعة	78%	0.7	3.9	أشعر بالإشباع المعرفي عند متابعة أخبار الحرب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
مرتفعة	83%	0.7	4.2	تزيد الوعي لدي حول ما يجري في قطاع غزة
مرتفعة	80%	0.8	4.0	زاد من متابعتي للأخبار المتعلقة بارتقاء الشهداء ووقوع الجرحى
مرتفعة	80%	0.5	4.0	الدرجة الكلية للتأثيرات المعرفية

- ما التأثيرات الوجدانية الناجمة عن اعتماد الشباب الجامعي في محافظة الخليل

لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر؟:

جدول (19): الوسط الحسابي للتأثيرات الوجدانية الناجمة عن اعتماد الشباب الجامعي في

محافظة الخليل لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر:

الدرجة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التأثيرات الوجدانية
مرتفعة	73%	1.0	3.6	أشعر بالخوف نتيجة أحداث الحرب التي أتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي
مرتفعة	89%	0.7	4.5	تزيد لدي شعور التضامن مع أهل غزة بعد متابعتي لأخبار الحرب عبر مواقع التواصل الاجتماعي
مرتفعة	88%	0.8	4.4	يتولد لدي شعور بالحزن على الشهداء والمصابين والتعاطف معهم.
مرتفعة	88%	0.8	4.4	زاد من اهتمامي بهويتي الفلسطينية وانتمائي لها
مرتفعة	85%	0.6	4.2	الدرجة الكلية للتأثيرات الوجدانية

- ما التأثيرات السلوكية الناجمة عن اعتماد الشباب الجامعي في محافظة الخليل لمواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر؟:

جدول (20): الوسط الحسابي للتأثيرات السلوكية الناجمة عن اعتماد الشباب الجامعي في محافظة الخليل لمواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر:

الدرجة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التأثيرات السلوكية
مرتفعة	78%	0.8	3.9	أقوم بالتحقق من مصداقية أخبار الحرب التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي
مرتفعة	72%	1.0	3.6	أقوم بمشاركة ما ينشر من أخبار للحرب عبر مواقع التواصل الاجتماعي
متوسطة	68%	1.0	3.4	أصبحت أشرك في فعاليات تضامنية مع أهل قطاع غزة
متوسطة	68%	1.0	3.4	أكتفي بعمل الإعجاب والتعليق والمشاركة للمنشورات لأخبار حرب السابع من أكتوبر
متوسطة	56%	1.2	2.8	لا أتصرف بأي شيء حيال أحداث الحرب على غزة وأكتفي بالمتابعة
متوسطة	69%	0.5	3.4	الدرجة الكلية للتأثيرات السلوكية
مرتفعة	78%	0.4	3.9	الدرجة الكلية لكافة التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية)

### يلحظ من الجدول (18) ما يلي:

- جاءت الدرجة الكلية للتأثيرات مرتفعة حيث بلغ الوسط الحسابي لها (3.9) والانحراف المعياري (0.4).
- فيما يخص **التأثيرات المعرفية** فقد جاءت الدرجة مرتفعة حيث بلغ الوسط الحسابي لها (4) والانحراف المعياري (0.5)، وكانت أكثر الفقرات أهمية (تزيد الوعي لدي حول ما يجري في قطاع غزة) ووسطها الحسابي (4.2)، وأقلها أهمية (أشعر بالشباب المعرفي عند متابعة أخبار الحرب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي) ووسطها الحسابي (3.9).  
ومن خلال نتائج التحليل نستنتج أنّ التأثيرات المعرفية الناجمة لدى الشباب الجامعي في محافظة الخليل نتيجة التعرض لأحداث الحرب التي تغطيها مواقع التواصل الاجتماعي أنها تزيد من الوعي لديهم حول ما يجري في قطاع غزة وتزيد من متابعتهم للأخبار المتعلقة بارتقاء الشهداء ووقوع الجرحى.  
ويتضح من خلال النتائج أيضاً أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تحقق الإشباع المعرفي لدى الطلبة بدرجة مرتفعة، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة السابقة لـ (حسن، 2024) بالنسبة للتأثيرات المعرفية حيث أكد نحو (89.3%) من أفراد العينة أن وسائل التواصل الاجتماعي "أسهمت في معرفتهم بأهم قوائم الشركات والمنتجات الداعمة لإسرائيل"؛ حيث جاءت في المقام الأول، وأن التأثيرات المعرفية كان لها الصدارة بين العبارات التي أيدها أفراد العينة وهو ما يشير إلى التأثير القوي لتلك الشبكات في توسيع آفاق المبحوثين وزيادة معرفتهم.
- فيما يخص **التأثيرات الوجدانية** فقد جاءت الدرجة مرتفعة حيث بلغ الوسط الحسابي لها (4.2) والانحراف المعياري (0.6)، وكانت أكثر الفقرات أهمية (تزيد لديّ شعور التضامن مع أهل غزة بعد متابعتي لأخبار الحرب عبر مواقع التواصل الاجتماعي) ووسطها الحسابي (4.5)، وأقلها أهمية (أشعر بالخوف نتيجة أحداث الحرب التي أتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي) ووسطها الحسابي (3.6).  
ومن خلال هذه النتائج نستنتج أنّ التأثيرات الوجدانية لدى طلبة الجامعات في محافظة الخليل عند متابعتهم تغطية الأحداث عبر مواقع التواصل الاجتماعي أنها تزيد من شعور التضامن لديهم مع أهل قطاع غزة ويتولد لديهم شعور الحزن على الشهداء وأن عند متابعتهم الأحداث زاد شعورهم بالانتماء الوطني لديهم واهتمامهم بالهوية الفلسطينية.

ومن خلال نتيجة دراسة (حسن، 2024) نستنتج أنها تتفق مع النتيجة في هذه الدراسة، ففي هذه الدراسة جاءت التأثيرات الوجدانية بنسبة 85%، وبالتالي فإنها تتفق مع دراسة (حسن، 2024) التي وصلت إلى نتيجة أن التأثيرات الوجدانية لحملات المقاطعة للمنتجات الإسرائيلية نتيجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي هي (81.7%).

- فيما يخص **التأثيرات السلوكية** فقد جاءت الدرجة متوسطة حيث بلغ الوسط الحسابي لها (3.4) والانحراف المعياري (0.5)، وكانت أكثر الفقرات أهمية (أقوم بالتحقق من مصداقية أخبار الحرب التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي) ووسطها الحسابي (3.9)، وأقلها أهمية (لا أتصرف بأي شيء حيال أحداث الحرب على غزة وأكتفي بالمتابعة) ووسطها الحسابي (2.8).

ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن التأثيرات السلوكية الناجمة لدى الشباب الجامعي في محافظة الخليل نتيجة تعرضهم للأخبار الحرب التي تغطيها مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في أنهم يقومون بالتحقق من مصداقية الأخبار المتعلقة بالحرب عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما أنهم يقومون بإعادة مشاركة هذه الأحداث عبر حساباتهم الشخصية.

وعلى الرغم من أن التأثيرات المعرفية والوجدانية مرتفعة نتيجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار الحرب، فإن التأثيرات السلوكية كانت نسبتها أقل بكثير وهي 69%، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن طلبة الجامعات يخشون من الملاحقات الأمنية في الضفة الغربية والتي زادت بعد عملية السابع من أكتوبر سواء من حيث الاعتقال أو التهديد أو التصفية الجسدية، ومن الناحية العلمية والمنطقية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام يمكن تفسيرها بالخمول والكسل تجاه القضية التي يتابعونها.

## النتائج والتوصيات

### الإجابة عن التساؤلات:

بعد إجراء الدراسة التي هدفت التعرف إلى اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية في محافظة الخليل على مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر لعام 2023، ومدى الاعتماد على هذه المواقع في متابعة أخبار الحرب، وبناءً على الجداول والتحليلات السابقة، توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية بعد الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

1. توصلت الدراسة أنّ (49%) من المبحوثين يعتمدون على منصة الانستغرام في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر، وتليها في المرتبة الثانية منصة التليجرام بنسبة (40%).
2. يرى (77.1%) من المبحوثين عينة الدراسة أنّ منصة التليجرام الأكثر تغطية لحرب السابع من أكتوبر، في حين منصة الانستغرام في المرتبة الثانية من وجهة نظرهم بنسبة (56.2%)، أما منصة الفيسبوك تأتي في المرتبة الثالثة بنسبة (17.1%).
3. يتابع (63.3%) من المبحوثين أخبار حرب السابع من أكتوبر من خلال الصفحات الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي، في حين يتابع (28.1%) منهم من خلال صفحات النشطاء من قطاع غزة.
4. بلغ معدل اهتمام عينة الدراسة بالمضامين المتعلقة بحرب السابع من أكتوبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجات مرتفعة ومرتفعة جداً بنسبة (62%)، في حين كانت (36%) بدرجة متوسطة.
5. يتابع (49.5%) من المبحوثين الأخبار المتعلقة بحرب السابع من أكتوبر بشكل دائم ومستمر، ويتابع (33.3%) منهم عند وقوع أحداث جديدة تتعلق بمجريات الحرب في غزة.
6. توصلت الدراسة إلى أنّ نسبة درجات الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر عالية وعالية جداً بنسبة (60%)، في حين كانت الدرجة المتوسطة بنسبة (26.2%).
7. كشفت الدراسة أنّ درجة تفاعل طلبة الجامعات بمحافظة الخليل مع أخبار حرب السابع من أكتوبر لدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بدرجة متوسطة بنسبة (37.6%).

8. بينت الدراسة أنّ المبحوثين يتفاعلون مع المنشورات المتعلقة بأخبار حرب السابع من أكتوبر لدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الإعجاب بنسبة (38.1%)، وكذلك بطريقة المشاهدة فقط بنسبة (33.3%)، وهذه الأعلى نسبة في كيفية التفاعل.
9. أشارت الدراسة إلى أنّ الأسباب التي تدفع المبحوثين لمتابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي حتى يكونوا (على اطلاع وفهم ما يجري من أخبار الحرب) بنسبة (53.3%)، بينما جاء سبب المتابعة هو (السرعة والآنية في نقل الحدث) بنسبة (51.4%).
10. يفضل المبحوثون من طلبة الجامعات الفلسطينية في محافظة الخليل متابعة أخبار حرب السابع من أكتوبر على شكل (صورة مع نص) بنسبة (41.4%). ويفضل (27.6%) منهم شكل (فيديو مع نص).
11. أجاب (85.7%) من المبحوثين أنهم يفضلون نمط (المنشور) خلال متابعتهم لأخبار حرب السابع من أكتوبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
12. الموضوعات التي يتابعها المبحوثين من طلبة الجامعات الفلسطينية هي الموضوعات (السياسية) وجاءت كدرجة أولى بنسبة (71.9%)، وجاءت في المرتبة الثانية الموضوعات (الصحية) بنسبة (47.1%)، ووفي الدرجة الثالثة الموضوعات (العسكرية) بنسبة (43.8%).
13. أكثر الأحداث التي يتم تغطيتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول حرب السابع من أكتوبر من وجهة نظر طلبة الجامعة الفلسطينية بمحافظة الخليل هي (القصف المستمر بنسبة (73.8%)، وتليها (حرب التجويع التي يعاني منها قطاع غزة) بنسبة (56%).
14. التأثيرات المعرفية: بلغ الوسط الحسابي لها (4) والانحراف المعياري (0.5) وبلغت نسبة الوزن النسبي لها (80%).
15. التأثيرات الوجدانية: بلغ الوسط الحسابي لها (4.2) والانحراف المعياري (0.6)، وبلغت نسبة الوزن النسبي لها (85%).
16. للتأثيرات السلوكية: بلغ الوسط الحسابي لها (3.4) والانحراف المعياري (0.5)، وبلغت نسبة الوزن النسبي لها (69%).

## التوصيات:

1. ضرورة استثمار الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي للخصائص التقنية والتطورات التكنولوجية لضمان نقل الأحداث خارج الحدود الجغرافية.
2. يجب على الصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وصفحات النشطاء تكثيف الجهود المبذولة في تغطية أحداث حرب السابع من أكتوبر للوصول لأكبر عدد من المتابعين في جميع منصات التواصل الاجتماعي.
3. ضرورة توظيف الميزات التقنية لمواقع التواصل الاجتماعي لتناول أخبار حرب السابع من أكتوبر بشكل أكبر.
4. يجب التركيز على الجوانب الإنسانية للانتهاكات الإسرائيلية التي يتعرض لها أهل قطاع غزة بشكل أكبر.
5. الحرص على تناول كل ما يتعلق بالحالات الإنسانية والقصص الصحفية لحرب السابع من أكتوبر.
6. ضرورة تركيز الصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وصفحات النشطاء على تقديم التفسيرات والتحليلات لدوره في زيادة عملية الفهم وربط الأحداث ببعضها ويزيد نسبة المتابعة من قبل المتابعين.
7. الاهتمام بشكل أكبر في نقل الأحداث بشكل آني وسريع.

## الملحق (1)

## أسماء محكمي استمارة الاستبانة حسب الحروف الهجائية

اسم المحكم	التخصص	مكان التدريس
أ.د. سعد المشهداني	أستاذ الإعلام والصحافة	جامعة تكريت - العراق
أ.د. كامل مراد خورشيد	أستاذ الإعلام	جامعة الشرق الأوسط (MEU) الأردن
أ.د. محسن كشكول	صحافة كلية الإعلام	الجامعة العراقية - العراق

## المراجع

- أبو حشيش، يحيى يوسف، (2022). اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام.
- آيبوك، (2023). الواقع الرقمي الفلسطيني لعام 2023.
- بن عياد، منة. (2024). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الرأي العام تجاه حرب غزة. مركز دراسات الوحدة العربية.
- حبري، نسرين. (2023). اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية. جامعة العربي التبسي، المستودع الرقمي جامعة التبسي.
- حاتمة، نور محمد. (2022). تغطية الصحف الرقمية العربية نحو الحرب على قطاع غزة عام 2021 "دراسة تحليلية" [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة الشرق الأوسط، دار المنظومة.
- حسن، نجلاء محمد حابس. (2024). استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بدعم القضية الفلسطينية عبر حملات المقاطعة. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون - جامعة القاهرة.
- دعيمي، غالب. (2017). الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة. دار أمجد للنشر والتوزيع.
- زويني، حسين. (2015). الحرب الإعلامية. دار أسامة للنشر والتوزيع.
- الشريف، عبد العزيز. (2014). "الإعلام الإلكتروني". دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- عبد المقصود، نها. (2018). نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التمسس والمنطلقات. تقارير المعهد المصري للدراسات.
- العساف، ليث. (2024). وسائل التواصل.. دور حيوي بإظهار الحقيقة حول حرب غزة. جريدة الدستور. [https://doi.org/\(addustour.com\)](https://doi.org/(addustour.com))
- شقرة، علي. (2015). الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي. دار أسامة للنشر والتوزيع.
- علي، عبد الخالق. (2015). خطوات نحو بحث النهج الإعلامي. دار المحجة البيضاء.

فايز، حسام. (2024). تفاعل الجمهور مع المضامين المتعلقة بالحرب على غزة 2023 عبر الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة في إطار البيانات الضخمة وفق أسلوب تحليل المشاعر ونمذجة الموضوعات. مجلة البحوث الإعلامية - جامعة الأزهر.

قنديلي، عامر. (2020). منهجية البحث العلمي. مكتبة النور.  
كافي، مصطفى. (2015). الإعلام التفاعلي. دار الحامد للنشر والتوزيع.  
المركز الشبابي الإعلامي. (2023). واقع الإعلام الرقمي في فلسطين.  
المشهداني، سعد. (2020). منهجية البحث الإعلامي. دار الكتاب الجامعي.  
مصباح، عامر. (2020). منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام. ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر.

المفلح، خضرة. (2015). الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة. دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.

مكاوي، حسن ، والسيد، ليلي. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية.  
النعيمة، محمد، وخليفة، غازي ، والبياتي، عبد الجبار. (2015). طرق ومناهج البحث العلمي. جامعة الشرق الأوسط، دار الوراق للنشر والتوزيع.

## References

- Ertekin, A. (2020). **The Attitudes of the Young towards Social Media.** Ayvansaray University, Macrothink Institute, Journal of Educational Issues, Vol. 6, No. 2,.
- Hayes, J. (2023, April). **Palestinian Solidarity on Social Media: The Distribution of Images of Occupation on Twitter, Facebook, and Instagram by Advocacy Organisations.** Information School Faculty of Social Sciences The University of Sheffield.

أسماء موسى العدم - جامعة الخليل - فلسطين ، [Amaa.musa1997@gmail.com](mailto:Amaa.musa1997@gmail.com) ،  
د. سليكة محمد القاضي - جامعة الخليل - فلسطين ، [sulaikaq@hebron.edu](mailto:sulaikaq@hebron.edu)