

## أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية في فلسطين

د. فريد أبو ضهير

قسم الإتصال والإعلام الرقمي، جامعة النجاح الوطنية - نابلس - فلسطين

تقوى أردنية

بكالوريوس قسم الاتصال والإعلام الرقمي، جامعة النجاح الوطنية - نابلس - فلسطين

**ملخص:** هدفت الدراسة للتعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية. وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال أداة الاستبانة وزعت عينة قوامها 200 طالب وطالبة، هي مزيج من العينتين المتاحة والتطوعية.

وخلصت النتائج إلى أن غالبية الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من 3 ساعات يومياً، وأن الغالبية يتابعون موقعي الفيسبوك وإنستغرام وتطبيق واتساب، وأن متابعتهم للموضوعات السياسية والاجتماعية والتسلية والترفيه كانت بدرجة عالية. وأظهرت النتائج أن قضيتي القدس والأحداث اليومية المتعلقة بالإجراءات الإسرائيلية حصلت على درجة عالية من المتابعة.

وفيما يتعلق بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية، فقد كانت بدرجة مرتفعة. واعتبر الباحثون أن التحديات التي تواجه دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية كانت مرتفعة، مثل غياب الخصوصية، ورقابة الاحتلال والسلطة الفلسطينية، أو تقييد تلك المواقع للمضمون الفلسطيني.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الهوية الوطنية الفلسطينية، طلبة جامعة النجاح الوطنية.

## **Impact of Social Media in Strengthening the National Identity among An-Najah National University Students in Palestine**

**Farid Abudheir**

**Department of Communication & Digital Media**

**An-Najah National University**

**Nablus - Palestine**

**Taqwa Ordonieh**

**BA Department of Communication & Digital Media**

**An-Najah National University**

**Nablus - Palestine**

**Abstract:** The study aimed at identifying the impact of social media in strengthening the national identity among An-Najah National University students in Palestine. The researchers used the convenient sample which consisted of 200 of An-Najah University students. The analytical descriptive approach was used through the questionnaire tool.

The results concluded that the majority of the respondents use social media sites for more than 3 hours a day, and that the majority of them follow facebook, Instagram, and WhatsApp, and that political, social, and entertainment topics were followed by them at a high level. The degree of respondents' interaction with national issues was also high, with the exception of “share” and “comment”, which were medium. The results showed that the respondents believe that the issues of Jerusalem and the daily events related to the Israeli military actions in the Palestinian territories got a high degree.

As for the role of social media in strengthening national identity, it was high. The respondents considered that the challenges facing the role of

social media in strengthening national identity were high, whether the absence of privacy, censorship imposed by the Israelis and the Palestinian Authority, restrictions of the social media companies on Palestinian content.

**Keywords:** Social media, National identity, An-Najah National University students.

## مقدمة

شهد العالم في أواخر القرن العشرين تحولات كبيرة في مجال الاتصالات والتكنولوجيا، حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر وسائل الاتصال تأثيراً بسبب خاصية تبادل الأفراد للمعلومات ولأفكار، ومناقشة القضايا المختلفة دون حواجز وعوائق. كما يتم استخدامها في غرس المفاهيم الإيجابية، كنشر الوعي وحب الوطن، أو السلبية كالدعاية والتضليل، والعادات السيئة كالخمول. وأصبحت أيضاً من أدوات الغزو الفكري والثقافي (Bilge, 2021).

ولمواقع التواصل الاجتماعي دورٌ في تعزيز هوية الفرد وولائه الوطني، وهو دور له أثر على المجتمع وكيانه الحضاري، بسبب تأثيره على دور الفرد، ومكانة الأمة، وتسهم إثبات وجودها ومواجهتها للتحديات وعوامل التفكك. وقد أكدت منظمة اليونسكو أهمية

ويؤكد الطويسى (2012) أن مجموعة من الدراسات العالمية أكدت الدور المهم لوسائل الإعلام في صناعة الهوية الوطنية؛ حيث اكتسب الكثير من الأفراد شعورهم الوطني، والإحساس بالهوية، وتعمل وسائل الإعلام الجديد على أكثر من مستوى في الدمج والتجزئة، فالتكنولوجيا وتطور شبكة الإنترنت، لا تتوقف على قوتها في نشر الوعي بالهوية، وتقريب الناس. وكتب عبد الهادي (2021) أنه إذا ذكرنا الهوية الوطنية، فيجب التطرق إلى الإعلام باعتباره الوسيلة التي تقوم بمهمة حفظ ونقل الهوية من جيل إلى آخر، وإذا كان الإعلام ينهل من معين الهوية الوطنية،

فإن مخرجاته سيكون لها التأثير الكبير في تعزيز الهوية الوطنية وتمييزها من خلال ما نشهده من تغييرات وتحولات عالمية، أما إذا كان مجرد إعلام مستهلك لا ينتج شيئاً، فإنه بدلاً من تعزيزه للهوية الوطنية سينفصل من مكونات الهوية الوطنية، ولن يتوقف على أن يُرسخ قيم وأفكار وأخلاقيات تتخالف مع كل ما هو وطني.

### مشكلة الدراسة

من هنا، تأتي الدراسة الحالية للتعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، حيث أن الباحثين لاحظوا أن الهوية الوطنية تواجه العديد من التحديات التي تسعى لزعزعتها. ولأن لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تحقيق الوعي الوطني وتعزيز الهوية الوطنية، خاصة أن هناك ازدياد في استخدام طلبة الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي، فإن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الوطنية لديهم هي موضع تساؤل.

من هنا، فإن إشكالية الدراسة تتمحور السعي لمعرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية.

### أسئلة الدراسة

- 1- ما مدى متابعة وتقييم المبحوثين للقضايا الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الهوية الوطنية؟
- 3- ما التحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الهوية الوطنية من وجهة نظر المبحوثين؟

4- ما العلاقة بين أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية ومتغيرات النوع الاجتماعي، ومكان السكن، والسنة الدراسية، والكلية؟

#### أهداف الدراسة

- 1- معرفة مدى متابعة وتقييم المبحوثين للقضايا الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- معرفة مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي على تكوين الهوية الوطنية.
- 3- معرفة التحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الهوية الوطنية من وجهة نظر المبحوثين.
- 4- معرفة العلاقة بين أثر مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز للهوية الوطنية ومتغيرات النوع الاجتماعي، ومكان السكن، والسنة الدراسية، والكلية.

#### أهمية الدراسة

تعتبر الهوية الوطنية الرابط الروحي بين الفرد ومجمعه، حيث يسعى الفرد بكامل جهوده في رفع مكانة الأمة والحفاظ على ما يثبت وجوده. وتتمثل أهمية الهوية الوطنية في تأكيد الاستمرارية التاريخية وتحقيق الانسجام بين السكان. لذلك، من المهم الحفاظ على وجود الهوية الوطنية، حتى لا ينعكس عدم الاهتمام بها سلباً على مستقبل الدولة. ولأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت منصة لمحاولة إثبات كل فرد هويته الوطنية، فضلاً عن الاستخدامات المتعددة الأخرى لها، فإن البحث في دورها في بناء وتعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب هو أمر ذو أهمية خاصة. إضافة إلى ما سبق، فإن أهمية الدراسة تكمن أيضاً في الوصول إلى نتائج من شأنها رفع مستوى الوعي لدى الشباب الفلسطيني حول أهمية الهوية الوطنية وحمائتها، نظراً لدور الشباب الكبير في هذا المجال، وبخاصة في سياق دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لديهم.

#### منهجية الدراسة

استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كلفياً أو تعبيراً كمياً، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى (بوخوش، 2010، ص138-139). واستخدم الباحثان أداة الاستبانة لجمع البيانات من عينة الدراسة، وقد تم التحقق من صدق الأداة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين، وتم الأخذ بملاحظاتهم وإجراء التعديلات المناسبة. وقد تم اختيار مجتمع طلبة جامعة النجاح الوطنية، وهي الجامعة الأكبر في فلسطين. وتم اعتماد العينة بناء على المزج بين المتاحة والتطوعية من خلال نشرها إلكترونياً لطلبة الجامعة، حيث تم الحصول على (200) استجابة.

### مصطلحات الدراسة

مواقع التواصل الاجتماعي: مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، تتيح التواصل بين عدد كبير من المستخدمين، يجمع بين أفرادها اهتمامات مشتركة، يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو المحادثات الفورية، ومشاركة الملفات النصية والمصورة (الذهبي، 2019). الهوية الوطنية: هي الخصائص والسمات التي تتميز بها، وتبين روح الانتماء لدى الأفراد، وتكمن أهميتها في رفع شأن الأمم وتقدمها وازدهارها، وبدونها يفقد المجتمع والأفراد كل معاني الوجود والاستقرار، وهذه السمات تعبر عن مجتمع فيه أفراد منسجمون ومتشابهون بسبب الخصائص التي تجمع ما بينهم (حبش، 2019). ويعرّف (Neiburg, 2001) الهوية الوطنية هي وسيلة يتم من خلالها تعريف الثقافة من خلال هذه المفاهيم الأساسية والمحدودة لـ "الوجود". يرتبط الوجود بـ "الانتماء" في مفاهيم المواطنة.

### الإطار النظري

استخدم الباحثان في دراستها ثلاثة نظريات، الأولى: **نظرية الهوية الاجتماعية**، حيث تمثل الهوية الاجتماعية إحساس الشخص بهويته بناءً على عضويته في المجموعة. فالمجموعات (مثل الطبقة الاجتماعية والأسرة والحزب وما إلى ذلك) التي ينتمي إليها الناس تُعدّ مصدرًا مهمًا للاعتزاز واحترام الذات. وتمنح المجموعات إحساسًا بالهوية الاجتماعية، أي بشعور بالانتماء إلى العالم الاجتماعي.

والهوية تقسم العالم إلى "هم" و"نحن" بناءً على عملية التصنيف الاجتماعي (أي وضعنا الناس في مجموعات اجتماعية). ويتضمن مفهوم الهوية التتميط (أي وضع الأشخاص في مجموعات وفئات) الذي يعتمد على عملية معرفية عادية: الميل إلى تجميع الأشياء معًا. ويستند ذلك إلى توظيف الاختلافات بين المجموعات من جهة، وتشابه الأشياء في نفس المجموعة. ويُعرف هذا بالمجموعة (نحن) والمجموعة الخارجية (هم).

وتستند نظرية الهوية على اعتبار هي أن أعضاء المجموعة سوف يسعون للعثور على الجوانب السلبية لمجموعة خارجية ، وبالتالي تعزيز صورتهم الذاتية.

إلا ان الآراء المتحيزة بين الثقافات قد تؤدي إلى العنصرية في أشكالها المتطرفة. وقد تؤدي العنصرية إلى إبادة جماعية (Mcleod, 2023).

النظرية الثانية هي **نظرية ثراء وسائل الإعلام**. فقد كتب عبد الحميد (2012) أن النظرية تستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل التكنولوجية الإعلامية، وذلك حسب درجة ثراء معلوماتها، وتوضح أن فعالية الاتصال تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة. وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة. وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام، فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع

صدى تكون أكثر ثراء، أي كلما قل الغموض وكان هناك وضوح في المعلومات ورجع الصدى كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً. فثراء المعلومات هو إيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصال معينة، والعملية التي تقوم فيها المعلومات بالتخفي ضمن درجة الغموض.

وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين هما:

1. أن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدرًا كبيراً من البيانات والمعلومات بالإضافة إلى وجود تنوع المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

2. هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية، وهي (مرتبة تنازلياً من حيث درجة الثراء الإعلامي):

أ. سرعة رد الفعل.

ب. قدرتها على نقل الإشارات عن طريق تقنيات التكنولوجيا كالوسائط المتعددة.

ج. التركيز الشخصي على الوسيلة.

د. استخدام اللغة الطبيعية.

وذكرت مهدي (2020) أن النظرية تسعى إلى التركيز على الوسائل التي تحتوي على مضامين غامضة وفيها لبس وغير مفهومة، حيث تعتبر من الوسائل الأكثر ثراء في الوسائل الإعلامية. كما فسّرت هذه النظرية على أنّ الوسائل الإعلامية والتي تحقق ثراء في المعلومات بشكل كبير، هي تلك الوسائل التي تسهم في نشر التفاعل بين الجمهور المستهدف. وتعتبر الوسائل الإعلامية التي تحتوي على المعلومات العديدة والمفيدة والضرورية للمجتمع المحلي والخارجي هي تلك الوسائل التي تركز على القضايا والأحداث، وهو عكس الوسائل الإعلامية التي تحقق نسبة قليلة من الثراء في المعلومات، بحيث تركز



هذه الوسائل على المعلومات والقضايا التي تكون مبهمة وغير واضحة. وبالتالي فإنّ نظرية ثراء وسائل الإعلام تحاول التغلب على كافة التحديات والصعوبات التي تواجه المنظمات الإعلامية، والتي تقوم بتقديم الرسائل الإعلامية غير المفهومة، أو الرسائل التي تحتوي على عناصر متناقضة في مضمونها، كما تساهم في إنتاج وإنشاء العديد من المقالات التي بدورها تساهم وصف وشرح الثراء المتحقق من القنوات الإعلامية.

كما استخدم الباحثان نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث كتب الحاج (2020) أنه كل من ساندرا بول روكيتش وميلغين ديلغير (1976) وضعاً إطاراً لهذه النظرية. وتتبع نظرية الاعتماد العديد من الجذور الفكرية المشابهة لنظرية الاستخدامات والاشباع. فكلهما يركز على العلاقة بين الأهداف الفردية والنظام الإعلامي، وهما نظريتان تتبعان مداخل وظيفية اجتماعية. ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد محاولة معرفة الأسباب التي تجعل لوسائل الاتصال أثراً قوياً ومباشرة أحياناً، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة. وأضاف الحاج (2020) أن نظرية الاعتماد تقوم على ركيزتين أساسيتين: - الأهداف: فهناك أهداف للأفراد والجماعات والمنظمات يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها مصادر الاتصال المختلفة التي يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات، والعكس صحيح.

- المصادر: يسعى الأفراد والجماعات والمنظمات إلى مصادر مختلفة وذلك لتحقيق أهدافهم. وتقوم وسائل الإعلام بثلاثة أدوار تجاه المعلومات: بداية بجمع المعلومات، ثم تنسيقها وتنقيحها، وأخيراً نشر المعلومات.

وبين خير الله (د.د.ت) أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على مجموعة فروض رئيسية، هي:

- إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية للتأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية، والتي تزداد عندما يتم توفير خدمات ومعلومات مميزة وأساسية، ويزداد التأثير بشكل كبير في حالة عدم استقرار المجتمع بسبب الصراع والتغيير .

-كلما كان عدد خدمات تقديم المعلومات التي تقدمها الوسيلة الإعلامية ودرجتها ومركزيتها كبيرة، كان الاعتماد على تلك الوسيلة كبيراً. وكلما زادت هذه الوسيلة كمية المعلومات ودرجة أهميتها، ازداد اعتماد الجمهور عليها .

-ترتبط كثافة علاقات الاعتماد للأفراد إيجابياً بإدراك التهديدات البيئية والاجتماعية، حيث يزداد الاعتماد على مصادر وسائل الإعلام في الأوقات التي يكون فيها صراع وتغير اجتماعي. وفي المجتمعات ذات النظم الإعلامية النامية يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالات الصراع وعدم الاستقرار .

-يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة الغموض والالتباس المتسبب من نقص المعلومات أو عدم كفايتها أو وجود الصعوبة في التفسير الصحيح للأحداث.

-يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام عندما تكون القدرة في تلقي المعلومات من مصادر الاتصال الشخصي مقيدة.

وبالإضافة إلى ما ذكرناه عن نظرتي الثراء الإعلامي والاعتماد على وسائل الإعلام، يرى الباحثان أنه لا بد من الإشارة إلى مفهوم **التعرض الانتقائي** الذي يتناسب مع الأسس التي تقوم عليها مواقع التواصل الاجتماعي. وتعرف الجبوري (2009) التعرض الانتقائي بأنه اختيار الجمهور لرسائل معينة من بين عدة رسائل، بناء على ميوله وحاجاته ورغباته. فقد وضع بيرلسون وستينر عدة افتراضات تتلخص في أن الناس يميلون لاستقبال الرسائل الملائمة

لنزعاتهم وميولهم، حيث أنهم يميلون للرسائل المنسجمة معهم بشكل أكبر من المخالفة لميولهم، ويفضلون التعرض للوسائل التي تتفق مع آرائهم وتدعمها. والتعرض الانتقائي يشير إلى أن المتلقي يمتلك الحرية في اختيار ما يريد أن يتعرض له، حيث أنه لا يتعرض لجميع الرسائل التي تبث على وسائل الإعلام، بل يهتم ببعض ويهمل الآخر (محسن، وأبو سعد، 2020).

ويرى الباحثان أن اختيار نظرية ثراء وسائل الإعلام، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، بالإضافة إلى مفهوم التعرض الانتقائي، ثلاث هذه الدراسة. فهي تركز على الجمهور ووسائل الإعلام وتأثيرها على الأفراد. فمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل فيها صفة ثراء المعلومات، ويزداد اعتماد الأفراد عليها، وأصبحت المصدر الأساسي لإشباع رغباتهم واحتياجاتهم، وتحديد حرية المتلقي في التعرض للوسائل والرسائل وفق القرب الزمني والمكاني والوجداني بالنسبة له.

#### الدراسات السابقة

#### الدراسات العربية

اطلع الباحثان على دراسات وأبحاث عربية وأجنبية، حيث تبين أن العديد من الأبحاث التي تناولت موضوع الهوية الوطنية والانتماء الوطني، ولكن من زوايا مختلفة. ونعرض في هذا البحث بعض تلك الدراسات بإيجاز.

في دراسة لعابد (2012) حول واقع شبكات التواصل الاجتماعي، ومعرفة تأثيرها على الرأي العام الفلسطيني، وتناولها للأراء والظواهر والأحداث، ومدى قدرتها على إحداث تغيير اجتماعي وسياسي، استخدم الباحث المنهج المسحي لعينة مكونة من (500) طالب وطالبة من طلاب الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة. وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى دور شبكات التواصل

الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي كان بدرجة متوسطة، وأن مستوى دور القضايا الاجتماعية والسياسية التي تطرحها شبكات التواصل الاجتماعي كان بدرجة متوسطة. أما دراسة سكيك (2014) حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية، وأهم القضايا التي تتناولها الشبكات. استخدم الباحث منهج المسح، واعتمد ثلاث أدوات، هي: تحليل المضمون لصفحتي شبكة قدس الإخبارية وغزة الآن على موقع الفيسبوك، وأداة الاستقصاء الإلكترونية (الاستبيان) التي تم توزيعها على (426) شاباً وشابة فلسطينية، وأداة المقابلة لعدد من نشطاء الإعلام الجديد والأكاديميين والسياسيين. وتوصلت الدراسة إلى أن قضية الأسرى في سجون الاحتلال احتلت المرتبة الأولى في القضايا المنشورة على شبكة فيسبوك، وحصلت شبكة "فيسبوك" على المرتبة الأولى كأكثر الشبكات التي يستخدمها المبحوثون للتوعية بالقضايا الوطنية الفلسطينية، بالإضافة إلى أن الأخبار المتعلقة بالقضايا الوطنية تنصدر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي الفلسطيني.

وفي دراسة للمدني (2015) حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، استخدم الباحث المنهج المسحي، حيث درس جمهور المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال أداة الاستبانة. وتوصل إلى أن نسبة 41.86% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى مرتفع في تشكيل الرأي العام، وأن نسبة 55.23% لديهم مستوى متوسط في تشكيل الرأي العام.

دراسة المصري (2016) تناولت مدى تأثير وسائل الإعلام الرسمية على تعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي، واستخدم أداة الدراسة الاستبانة، وتمثل مجتمع الدراسة في طلاب وطالبات جامعة بيرزيت، وجامعة النجاح الوطنية، والجامعة العربية الأمريكية، وجامعة القدس المفتوحة. واختار الباحث عينة طبقية

عشوائية ممثلة لعدد من طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية، والتي بلغت (500) طالب وطالبة، استجاب منهم (435).

وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الرسمية تؤثر بدرجة متوسطة على تعزيز الهوية الفلسطينية، وإن دور وسائل الإعلام الفلسطينية الرسمية كان محدوداً جداً. فجاءت نتائج الدراسة لتبين ضعف البرامج المقدمة من خلال تلفزيون فلسطين، بحيث لا تراعي الظروف السياسية القائمة على أرض الواقع، ولا تعمل على نشر الوعي الوطني والسياسي بالشكل المناسب.

وفي دراسة للسيد (2018) حول علاقة القنوات التلفزيونية الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي بدعم وتعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب المصري، استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، وتمثل مجتمع الدراسة في طلاب قسم الإعلام في جامعة بنها، وعينة عشوائية طبقية حجمها (302) مفردة.

توصلت الدراسة إلى أن استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي أثر بالسلب على مشاهدتهم ومتابعتهم للقنوات الفضائية، وأن نسبة (48.8%) و(44.4%) من عينة الدراسة أكدت أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أثرت إلى حد ما وبدرجة كبيرة في هويتهم الوطنية. وكذلك دراسة السيد (2022) حول مدى إدراك المراهقين لمفهوم الهوية الوطنية، ودوافع استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها عليهم، وعلاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتكون الهوية الوطنية لهم ضمن البحوث الوصفية، استخدام عينة عشوائية منتظمة من المراهقين تمثلت في (400) مفردة من المراهقين تراوحت أعمارهم ما بين (12) و(18) سنة.

وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى من حيث استخدام المراهقين لها للحصول على المعلومات، وأنها تؤثر على المراهقين في تكوين هويتهم لما

تمدهم من المعلومات حول القضايا المجتمعية المختلفة. وأثبتت الدراسة أن هناك ثقة متدنية لدى المراهقين فيما يشاهدونه على مواقع التواصل الاجتماعي.

### الدراسات الأجنبية:

وسعت دراسة (Lagus, 2016) حول اختبار شبكات التواصل الاجتماعي المتاحة كوسيلة لتداول الشؤون السياسية، واتجاهات الشباب نحوها، للتعرف على كثافة المشاهدة لدى الطلبة السويديين، ومدى ثقتهم في التعبير عن آرائهم تجاه القضايا السياسية ودوافع هذا التعبير، وتعميق إمكانيات وسائل التواصل الاجتماعي لتكون بمثابة ساحة للتداول السياسي. وتم استخدام المنهج الوصفي النوعي، واستخدام أداة المقابلة، حيث تمثلت العينة في عشر مقابلات مع مجموعة من الشباب الذين يدرسون في الجامعة.

وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب هم الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي، وهم الأكثر قدرة على التعبير عن آرائهم حول القضايا السياسية والاجتماعية، وأن شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بنشر الوعي المعرفي والمشاركة لدى الشباب بالقضايا السياسية.

كذلك دراسة (Ahmad, Alvi & Ittefaq, 2019) تناولت كيفية تأثير الأنشطة السياسية عبر الإنترنت على المشاركة السياسية في الحياة الواقعية بين طلبة الجامعات في باكستان، بالإضافة إلى معرفة العلاقة بين النشاط السياسي والوعي السياسي. تم استخدام أداة الاستبانة عبر الإنترنت لعينة (200) طالب وطالبة من جامعة ناروال في باكستان. وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية الطلبة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتوعية السياسية، وأن تلك المواقع تعد منصات حيوية لمستخدمي الإنترنت للمشاركة في الأنشطة السياسية الواقعية، وأن الأنشطة السياسية عبر الإنترنت ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالوعي السياسي والمشاركة السياسية خارج الإنترنت.

تناولت دراسة (Hammad & Awad, 2023) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات، ودورها في تعزيز الهوية الوطنية. ووجدت الدراسة أن هناك تأثير كبير على استخدام تلك المواقع في تعزيز الهوية الوطنية للطلبة. أما دراسة (Youkongpun, 2015) فقد هدفت للبحث في دور الإعلام القائم على المجتمع في تعزيز الهوية والثقافة والحفاظ عليها في شرق تايلندا. ووجدت الدراسة أن فكرة التشارك السكاني في تعزيز الثقافة وتداول المعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام المحلية حققت نتائج جيدة. وقد أسهم في هذا النجاح القدرة الفائقة للإعلام المحلي على الوصول إلى السكان المحليين ومشاركة المواطنين في العملية الاتصالية.

أما دراسة (Mihelji, 2020 and Jiménez-Martínez, 2020) فقد سعت لإثبات أن التقنيات الرقمية عززت من مفاهيم القومية، على عكس ما رُوج له البعض بأنها أدوات للعولمة. ويرى الباحثان أن التقنيات تعمل على الإنترنت يعمل على هندسة الجمهور وتشكيل النظم البيئية الرقمية، وأنها تتسم بخصائص التنوع والتجزئة والتسليع، الأمر الذي يكرس الفروق الثقافية بين الشعوب، ويعزز قيم الهوية الوطنية والثقافية لديها. وفي دراسة لـ (Bilge, 2021) حول الحفاظ على الهوية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد العلاقة بين اللاجئين والمجتمع المحيط، وجدت الدراسة أن "المحيط الافتراضي" يُسهم بشكل واضح في الحفاظ على الهوية في بيئة "مادية" تعمل على إذابة هوية اللاجئين في البيئة الاجتماعية المحيطة بهم.

وفي دراسة لـ (Oweis, 2022) حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة الأجانب، خاصة خلال جائحة كورونا، وجد الباحث أن تلك الموقع لعبت دورا مهما في ظل الأزمة الخانقة التي مرّت بها البشرية خلال الجائحة، حيث أن موقع فيسبوك وواتساب مثلا، كان لهما دور مهم في التكيف، وفي الحفاظ على قيم المواطنة من خلال الرغبة في النقاش والتواصل عبر هذه الأدوات. أما دراسة (Soto, Bauwens & Smets, 2023) حول أداء

الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة في بوليفيا، فقد وجد الباحثون أن الطلبة "يتجولون" في بيئات ثقافية متعددة، بالإضافة إلى الهوية الثقافية الوطنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ووجدوا أن هناك نقص في الأبحاث حول الهوية الوطنية، وأن الطلبة لديهم مزيج من نزعة تمجيد الذات ونزعة التعريف بهويتهم.

وفي ورقة بعنوان "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للحفاظ على الهوية المحلية للسكان الأصليين في جاوة" قدمت لمؤتمر "وقائع المؤتمر الدولي الرابع للاتصال والإعمال للباحثين (Putra, Lathifa, Octafanny, and Kudri, 2021)) ظهر أن السكان الأصليين غير منغلقيين على أنفسهم، بل إنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بهويتهم، وأنهم قادرون على التكيف مع هذه المواقع واستخدامها لتعزيز هويتهم المحلية.

#### التعقيب على الدراسات السابقة:

أسهم اطلاع الباحثين على الدراسات السابقة في تحديد دقيق لعنوان الدراسة، حيث لم تتناول الدراسات السابقة موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية. كما لم تتناول الدراسات العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الوطنية وتأثيرها على فئة الشباب في فلسطين. وتتنوع الدراسات في موضوعاتها وأهدافها وأدواتها، لذلك كان لها دور مهم في تعزيز الدراسة الحالية، على الرغم من وجود الاختلافات في الأدوات والأساليب، بالإضافة إلى أن الدراسات السابقة أفادت الباحثين في صياغة المشكلة والأهداف وأهمية موضوع الدراسة.

وما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة أن الباحثين استخدمت فيها أداة الاستبيان، واهتمت في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية.



## مواقع التواصل الاجتماعي

اعتبر مروان (2021) أن ما يميز مواقع التواصل الاجتماعي أنها تعتمد على المستخدم، أي أن المحتوى معتمد على مستخدميها، وتحقق التفاعل بين المستخدمين، حيث تُوفر تفاعلاً كبيراً بين مُستخدميها من خلال المحادثات، والألعاب، وتعزز القواسم المُشتركة، أي تجمع مستخدمين لهم اهتمامات مشتركة، بالإضافة إلى أنها تُركز على تطوير العلاقات بين المستخدمين. وذكرت معابرة (2017) أن موقع فيسبوك يُعتبر موقع الفيسبوك من المواقع الأكثر شهرةً في قائمة مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر استخداماً، حيث يرتاد الموقع أكثر من مليار مُستخدم من جميع أنحاء العالم لسهولة استخدامه وانسيابية في التعامل، وما يوفّره لهم من خصائص وخدمات كبيرة ومختلفة؛ حيث يستطيع المستخدم نشر أفكاره بعدة طرق ووسائل مختلفة ومشاركة أصدقائه تفاصيل يومه وحياته عن طريق الصور، أو الكلام المكتوب، أو مقاطع الفيديو، وغيرها. كما اعتبرت معابرة (2017) أن تويتر هو أيضاً أحد أهمّ مواقع التواصل الاجتماعي في العالم، حيث يستطيع رواد هذا الموقع إرسال التغريدات عن حالتهم أو أفكارهم بحيث لا يتجاوز عدد الحروف 140 حرفاً.

أما موقع يوتيوب، فهو عبارة عن موقع لعرض الفيديوهات في مختلف المجالات، ويعطي الفرصة لمستخدميه بالقيام بالبحث المباشر أيضاً، ويستخدم لصناعة المحتوى، ورفع الفيديوهات وإنشاء الحساب مجاناً، شرط الالتزام بأخلاقيات الموقع (زعرور، 2023).

وبالنسبة لموقع إنستغرام، فقد تأسس من قبل شركة فيسبوك في عام (2010)، وهو متخصص في التقاط الصور والفيديوهات، وتعديلها ومشاركتها بعد إنشاء الحساب على الموقع، كما أنه كل من لديه حساب على التطبيق سيتمكن من رؤية المنشورات والتفاعل معها، مع وجود ميزة المحادثات عبر الرسائل النصية والصوتية.

## الهوية الوطنية

تتلخص أهمية الهوية، حسب خالد (2022)، في أنها تساعد على بناء مجتمع متماسك ومتعاون ومهتم بالمصلحة العامة، والتمسك بالعادات، والشعور بالانتماء لمجتمع ما، والاتحاد بين الأفراد، بالإضافة إلى الشعور بالمسؤولية الاجتماعية تجاه النفس والمجتمع، والالتزام بالحقوق والواجبات، مع احترام الذات وتقديرها. وذكرت محمد (2022) أن هناك بعض العناصر والمقومات الأساسية لتحديد الهوية الوطنية التي تميز الفرد عن غيره، ومنها: اللغة المشتركة، والثقافة المشتركة، والتاريخ المشترك، والوحدة الدينية:

### مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الوطنية

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي وليدة ثورة تكنولوجيا الاتصالات. وكان لسرعة انتشارها وأشكال تطبيقاتها الأثر الكبير على المجتمع من جميع النواحي التي تمس حياة الإنسان. فقد أثرت هذه المواقع في زيادة الوعي بالقضايا المجتمعية، ونقلت مركز التأثير إلى يد المستخدمين، بعد انتزاعه من وسائل الإعلام التقليدية. كما عملت على تعزيز الإنتاج العلمي من خلال ربط ذوي الاهتمامات العلمية المشتركة، وإتاحة المجال لهم لتبادل معارفهم وخبراتهم. وفي الوقت نفسه، كان لتلك المواقع تأثيرات سلبية، منها، على سبيل المثال، لا الحصر: نشر الإشاعات والأخبار الكاذبة، والحدّ من التواصل المباشر بين أفراد المجتمع، الأمر الذي انعكس مهارات التواصل الحقيقي مع الآخرين (الخطيب، 2021).

ومن الأمور التي يجدر الإشارة لها في سياق هذا البحث، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام. فقد أشار العيسوي (2020) إلى أن تلك المواقع نجحت في التأثير في الوعي، حيث يمكن للأفراد من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ترويج أفكارهم، وتشكيل الوعي عن طريق الحملات الإعلامية، والتي تهدف لتعديل السلوك وتكثيف المعرفة بزيادة المعلومات

المرسلة والتأثير عليهم، وتشكيل وعيهم تجاه القضايا المختلفة. كما أنها قامت بتفعيل دور الفرد في التأثير على الرأي العام، من خلالها مشاركته في نقل الأخبار وصناعتها وتحريرها، والتأثير في تكوين الفئات حول بعض القضايا، مع الإشارة إلى أنها قد تقوم بأدوار سلبية في هذا المجال من خلال تضليل الرأي العام، والترويج للكراهية ونشر التطرف والشائعات بين الأفراد. ولا بد من الإشارة أن مواقع التواصل الاجتماعي فتحت المجال أمام الشعوب المضطهدة (كما هو الحال بالنسبة للشعب الفلسطيني) للوصول إلى العالم. فقد اعتبر عيد (2016) أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت وسيلة لمقاومة المحتل، ووسيلة لتشكيل الوعي الوطني أيضاً، وتكريس الهوية الفلسطينية، بالإضافة إلى استخدامها كأداة للأفعال السياسية المشتركة. ولذا، يرى أبو بكر (2021) أن الاحتلال الإسرائيلي يحاول فرض هيمنته على مواقع التواصل الاجتماعي، وأصبحت شركات المالكة لهذه المواقع تتسابق مع أهداف الاحتلال، من خلال زيادة المراقبة وحذف الحسابات والمنشورات التي تتعارض مع سياستهم. واعتبر موقع فلسطين اليوم (2020) أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفلسطينيين طوّروا أساليب مواجهة سياسة المواقع التي تحارب المحتوى الفلسطيني، واستمروا في نشر قضيتهم وفضح جرائم الاحتلال.

وخلاصة القول، أن القضية الفلسطينية نالت الاهتمام من وسائل الإعلام ومواقع التواصل؛ لأثرها في الدفاع عن القضية، واستخدامهم لها يعزز الصمود في العديد من المجالات، وتوفير الرؤية الإعلامية، ونشر الوعي حول القضية الفلسطينية، حيث أن وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي لها دور مهم في الوقوف أمام ممارسات الاحتلال التي تؤدي إلى تدمير الهوية الوطنية (حداد، 2022).

### عرض النتائج وتحليلها

أولاً: النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

القسم الأول: المعلومات الشخصية:

الجدول (1) توزيع عينة الدراسة حسب متغيراتها المستقلة.

المتغير	التصنيف	التكرارات	النسبة المئوية %
النوع	ذكر	76	38%
	أنثى	124	62%
مكان السكن	مدينة	124	62%
	قرية	49	24.5%
	مخيم	27	13.5%
السنة الدراسية	سنة أولى	25	12.5%
	سنة ثانية	25	12.5%
	سنة ثالثة	38	19%
	سنة رابعة فأكثر	112	56%
الكلية	علمية	110	55%
	إنسانية	90	45%

يوضح الجدول أن نسبة الإناث كانت هي الأعلى، حيث بلغت 62% فيما بلغت نسبة الذكور 38%. وفيما يتعلق بمتغير مكان السكن، فكانت نسبة الطلبة من سكان المدن 62%، فيما بلغت نسبة سكان القرى 24.5%، وبلغت نسبة سكان المخيم 13.5%. وبالنسبة لمتغير السنة الدراسية، كانت الطلبة من السنة الرابعة فأكثر 56%، بينما بلغت نسبة الطلبة من السنة الثالثة 19%، وكانت النسب الأقل والمتساوية لطلبة السنة الأولى والثانية 13.5%. وفيما يتعلق بمتغير الكلية، كانت الطلبة من الكليات العلمية 55%، يليها نسبة الطلبة من الكلية الإنسانية 45%.

## المحاور الأساسية:

### نتائج القسم الثاني:

**المحور الأول: معدل الوقت الذي يقضيه الطالب على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً.**  
الجدول (2): توزيع عينة الدراسة حسب متغير معدل الوقت الذي يقضيه الطالب على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً.

النسبة المئوية %	التكرارات	معدل الوقت
12.5%	25	أقل من 3 ساعات
42%	84	من 3 ساعات إلى 5 ساعات
45.5%	91	أكثر من 5 ساعات

يتضح من الجدول السابق أن الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر (5) ساعات بلغت نسبتهم (45.5%)، يليها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل وقت (3-5) ساعات إلى بنسبة 42%، وكانت النسبة الأقل للطلاب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل وقت أقل من (3) ساعات بنسبة 12.5%، وذلك يشير إلى غالبية الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة.

### المحور الثاني: درجة استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي.

تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وتم اعتماد ميزان تقديري وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي كما يلي:

المستوى	المتوسط المرجح بالأوزان	الاستجابة
مرتفع جداً	من 4.21 إلى 5.00	بدرجة عالية جداً
مرتفع	من 3.41 إلى 4.20	بدرجة عالية
متوسط	من 2.61 إلى 3.40	بدرجة متوسطة

منخفض	من 1.81 إلى 2.60	بدرجة منخفضة
منخفض جداً	من 1 إلى 1.80	بدرجة منخفضة جداً

جدول (3): الأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، ودرجة الموافقة لفقرات المحور الثاني

الترتيب	الموقع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	فيسبوك	3.73	1.078	مرتفع
2	انستغرام	3.49	1.232	مرتفع
3	تويتر	2.14	1.155	منخفض
4	يوتيوب	2.92	1.039	متوسط
5	لينكدان	1.67	0.941	منخفض جداً
6	تيك توك	2.19	1.221	منخفض
7	واتساب	3.69	1.053	مرتفع
8	تلغرام	2.98	1.158	متوسط
9	سناب شات	2.51	1.232	منخفض

يتضح من الجدول السابق أن درجة استخدام الطلبة الذين يستخدمون الفيسبوك وإنستغرام

وواتساب كانت مرتفعة (بمتوسط حسابي 3.73، 3.49، 3.69 على التوالي). وكانت درجة

استخدام يوتيوب وتلغرام بدرجة متوسط (بمتوسط حسابي 2.92، 2.98 على التوالي).

المحور الثالث: درجة متابعة الطلاب للموضوعات على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (4): الأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، ودرجة الموافقة لفقرات المحور الثالث، واعتماد

مقياس ليكرت الخماسي

الترتيب	الموضوعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	سياسية	3.60	1.130	مرتفع

متوسط	0.993	2.83	اقتصادية	2
متوسط	0.949	3.38	ثقافية	3
مرتفع	0.943	3.63	اجتماعية	4
متوسط	1.381	2.81	رياضية	5
مرتفع	1.017	3.75	تسليية وترفيه	6

يتضح من جدول (4) أن النسب درجة الموافقة للموضوعات السياسية والاجتماعية والتسليية والترفيه كانت مرتفعة (بمتوسط حسابي 3.6، 3.64، 3.75 على التوالي)، في حين كانت الدرجة للموضوعات الاقتصادية والثقافية والرياضة متوسطة (بمتوسط حسابي 2.83، و3.38، و2.81 على التوالي).

وتشير هذه النتائج بوضوح أن اهتمام المبحوثين يرتفع بشكل واضح في المجالات السياسية والاجتماعية والتسليية والترفيه، فيما يكون متوسطا في مجالات الاقتصاد والثقافة والرياضة، وهي نتيجة منطقية تتسجم مع اهتمامات الشباب، وبخاصة في الواقع الفلسطيني.

#### المحور الرابع: الهدف من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (5): الأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، ودرجة الموافقة لفقرات المحور الرابع

الترتيب	الهدف	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	التسليية وتمضية الوقت	3.67	1.057	مرتفع
2	مشاركة الآراء مع الآخرين	3.18	1.015	متوسط
3	الاطلاع على الأخبار	4.11	0.855	مرتفع
4	التعرف على أصدقاء جدد	2.43	1.020	منخفض
5	متابعة المشاهير	2.63	1.192	متوسط
6	التعرف على أفكار وثقافات أخرى	3.14	1.059	متوسط

7	البحث عن المعلومات الدراسية	3.47	1.017	متوسط
---	-----------------------------	------	-------	-------

يتضح من جدول (5) أن درجة الموافقة لأهداف التسلية وتمضية الوقت والاطلاع على الأخبار كانت مرتفعة (بمتوسط حسابي 3.67، 4.11 على التوالي). وقد كانت درجة الموافقة على أهداف مشاركة الآراء مع الآخرين، ومتابعة المشاهير، والتعرف على أفكار وثقافات أخرى، والبحث عن المعلومات الدراسية متوسطة (بمتوسط حسابي 3.18، 2.63، 3.14، 3.47 على التوالي). إلا أن هدف التعرف على أصدقاء جدد جاء بدرجة منخفضة (بمتوسط حسابي 2.43). ويتضح من هذه النتائج أن أهداف المبحوثين من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان مرتفعا مجالي التسلية وتمضية الوقت، والإطلاع على الأخبار، فيما يكون متوسطا في مجالات مشاركة الآراء مع الآخرين، ومتابعة المشاهير، والتعرف على أفكار وثقافات أخرى، والبحث عن المعلومات الدراسية. بينما جاء منخفضا في مجال التعرف على أصدقاء جدد. وهذه النتيجة أيضا تتلاءم مع طبيعة الشباب الفلسطينية في ظل الاحتلال، حيث يهتمون بمتابعة الأخبار من جهة، وبالبحث عن التسلية من جهة أخرى، فيما تتراجع إلى حد ما الأهداف الأخرى.

#### نتائج القسم الثالث:

**المحور الأول: درجة التفاعل مع القضايا الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين**

جدول (6): الأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، ودرجة الموافقة لفقرات القسم الثالث

#### (المحور الأول)

الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	أتابع القضايا الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي	4.07	0.877	مرتفع
2	أقيم مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا الوطنية	3.56	1.021	مرتفع



مرتفع	1.134	3.52	3	أتفاعل مع القضايا الوطنية التي تنتشر على مواقع التواصل
متوسط	1.242	3.04	4	أتفاعل مع القضايا الوطنية عن طريق المشاركة وإعادة النشر
متوسط	1.163	2.94	5	أتفاعل مع القضايا الوطنية عن طريق التعليق
مرتفع	1.089	3.60	6	أتفاعل مع القضايا الوطنية عن طريق الاكتفاء بمتابعة ما ينشره الناس
مرتفع	0.855	3.84	7	هناك تفاعل من الجمهور مع القضايا الوطنية التي تنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من جدول (6) أن درجة تفاعل المبحوثين مع متابعة القضايا الوطنية، وتقييمهم لمواقع التواصل الاجتماعي بناء على متابعة القضايا الوطنية، وتفاعلهم مع القضايا الوطنية التي تنتشر على تلك المواقع، وتفاعلهم مع القضايا الوطنية بالاكتفاء بمتابعة ما ينشره الناس، وتفاعلهم مع ما ينشره الناس على تلك المواقع من قضايا وطنية جاءت بدرجة مرتفعة (بمتوسطات حسابية 4.07، 3.56، 3.52، 3.6، 3.84 على التوالي).

وأوضحت نتائج الجدول أن درجة تفاعل المبحوثين بأسلوب المشاركة وإعادة النشر، والتفاعل بأسلوب التعليق جاءت بدرجة متوسطة (بمتوسط حسابي 3.04، و2.94 على التوالي).

وهذه النتيجة تشير إلى أن متابعة المبحوثين كانت عالية في مجالات المتابعة، ولكنها تراجعَت إلى متوسطة في مجال التفاعل الفعلي، كإعادة النشر والتعليق، لما قد يترتب على ذلك من تحمّل المبحوثين تبعات، كالمساءلة من قبل الاحتلال الإسرائيلي، أو إمكانية تعرضه لإشكاليات مع إدارة مواقع التواصل الاجتماعي التي تفرض قيوداً مشددة على المحتوى الفلسطيني.

**المحور الثاني:** درجة تناول مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا الوطنية من وجهة نظر المبحوث

جدول (7): الأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، ودرجة الموافقة لفقرات المحور الثاني في القسم الثالث

الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	قضايا الأسرى	3.34	0.995	متوسط
2	قضية القدس	3.99	0.938	مرتفع
3	قضايا اللاجئين	2.76	1.153	متوسط
4	قضية المصالحة	2.57	0.990	متوسط
5	قضايا الاستيطان	2.91	1.135	متوسط
6	متابعة تطورات الأحداث الميدانية	3.98	0.977	مرتفع
7	متابعة القرارات السياسية للسلطة الفلسطينية	3.16	1.187	متوسط
8	متابعة الأخبار السياسية لدى الاحتلال	3.36	1.103	متوسط
9	متابعة الأخبار المتعلقة بالتطبيع	2.93	1.054	متوسط
10	متابعة مواقف الدول العربية تجاه الأحداث	2.98	1.082	متوسط
11	متابعة المواقف الدولية تجاه الأحداث	2.92	1.166	متوسط

يشير الجدول (7) أن درجة تناول مواقع التواصل الاجتماعي (من وجهة نظر الباحثين) لقضيتي: القدس، ومتابعة تطورات الأحداث الميدانية كانت مرتفعة (بمتوسط حسابي 3.99، و3.98 على التوالي).

ويرى الباحثون أن درجة تناول تلك المواقع لبقية القضايا كانت متوسطة (الأسرى، اللاجئين، المصالحة، الاستيطان، قرارات السلطة الفلسطينية، القرارات الإسرائيلية، التطبيع، مواقف الدول العربية والدولية تجاه الأحداث).

وتشير هذه النتيجة إلى أن ما يهيمن على تفكير المبحوثين واهتمامهم هو قضيتي القدس، وهي عنوان الصراع مع الاحتلال، والمكان الذي يمثل قدسية لدى الفلسطينيين والعرب والمسلمين، بالإضافة إلى الأحداث اليومية التي تتضمن الإجراءات الإسرائيلية اليومية في الأراضي الفلسطينية من قتل واعتقال وهدم بيوت وترويع المواطنين وإغلاق المدن والقرى ومصادرة الأراضي، وغيرها من الإجراءات التي تمس حياة كل مواطن.

#### نتائج القسم الرابع:

#### المحور الأول: تقييم دور مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا الوطنية

الجدول (8): توزيع عينة الدراسة حسب متغير تقييم دور مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا الوطنية

النسبة المئوية %	التكرارات	الدرجة
20.5%	41	درجة جيدة جداً
49%	98	درجة جيدة
21%	42	درجة متوسطة
8.5%	17	درجة منخفضة
1%	2	درجة منخفضة جداً

يوضح الجدول (8) أن تقييم المبحوثين لدور مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا الوطنية كانت بدرجة جيدة بنسبة (49%). وهذا يشير إلى أن المتابعة معقولة وبمستوى مقبول، نظراً لما تتضمنه مواقع التواصل الاجتماعي من موضوعات كثيرة ومتنوعة.

## المحور الثاني: درجة إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية

الجدول (9): الأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، والمدى لفقرات المحور الثاني في القسم الرابع

الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأحداث والتطورات الإقليمية والدولية التي تهم الشعب الفلسطيني	4.07	0.757	مرتفع
2	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية	3.76	0.905	مرتفع
3	توفر مواقع التواصل الاجتماعي فرص النقد السياسي، والنقاش الذي يسهم في رفع مستوى الوعي الوطني	3.43	1.105	مرتفع
4	أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة أمام المستخدمين لطر أي قضية أمام الرأي العام	3.63	1.048	مرتفع
5	تهتم مواقع التواصل الاجتماعي بنشر القضايا الوطنية دون قيود وبحرية تامة	2.68	1.202	متوسط
6	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية	3.48	0.868	مرتفع
7	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية	3.58	0.864	مرتفع
8	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الصمود والمقاومة	3.76	0.858	مرتفع
9	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز رفض الهجرة	2.97	1.084	متوسط
10	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الشعور بالانتماء للوطن	3.63	0.953	مرتفع

يشير الجدول (9) إلى أن غالبية مجالات تعزيز الهوية الوطنية التي تُسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيزها حصلت على درجة مرتفعة من قبل المبحوثين. وتناولت هذه المجالات إسهام تلك المواقع في التعرف على الأحداث الإقليمية والدولية التي تهم الشعب الفلسطيني،

وتعزيز المشاركة السياسية، وإتاحة المجال للنقد السياسي والنقاش الذي يرفع من مستوى الوعي الوطني، وإتاحة الفرصة لطرح القضايا أمام الرأي العام، وتشكيل الثقافة السياسية، وتعزيز الهوية الوطنية، وتعزيز الصمود والمقاومة، وتعزيز الشعور بالانتماء للوطن.

إلا أن مجالي نشر القضايا الوطنية بحرية تامة ودون قيود، وتعزيز رفض الهجرة، حصلنا على درجة متوسطة. ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن المبحوثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور مهم في مختلف المجالات، إلا أنها لا تقدم الحرية التامة في النشر، بالإضافة إلى أنها تفتح المجال لنشر ما يمكن أن يشجع على الهجرة.

#### نتائج القسم الخامس:

#### المحور الأول: التحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الهوية الوطنية

الجدول (10): الأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، ودرجة الموافقة لفقرات المحور الأول في القسم الخامس

الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	وجود الرقابة المفرطة على منشورات المستخدمين من قبل منصات التواصل الاجتماعي	4.22	0.931	مرتفع
2	وجود الرقابة المفرطة على منشورات المستخدمين من قبل الاحتلال	4.19	1.023	مرتفع
3	وجود الرقابة المفرطة على منشورات المستخدمين من قبل السلطة الفلسطينية	4.18	0.950	مرتفع
4	استخدام الحكومة لمواقع التواصل الاجتماعي في المحاولة للتأثير على الرأي العام	3.82	0.998	مرتفع
5	وجود خليط من المعلومات ذات المصدقية وغير المصدقية	4.13	0.879	مرتفع
6	نشر الكثير من الأخبار الخاطئة والمضللة	4.14	0.863	مرتفع
7	عدم وجود الخصوصية في النشر.	3.88	0.940	مرتفع
8	وجود سياسة تقييد المنشورات المتعلقة بالقضايا الوطنية من قبل شركات التواصل الاجتماعي	4.36	0.844	مرتفع

يوضح الجدول (10) أن جميع العبارات المتعلقة بالتحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الهوية الوطنية جاءت بدرجة مرتفعة. فقد تضمنت التحديات: الرقابة على المنشورات من قبل كل من شركات مواقع التواصل الاجتماعي، والاحتلال الإسرائيلي، والسلطة الفلسطينية، بالإضافة إلى استخدام الحكومة الفلسطينية للمواقع في التأثير على الرأي العام، ووجود خليط من المعلومات ذات المصدقية وغير المصدقية على تلك المواقع، ونشر الكثير من الأخبار المضللة، وعدم وجود خصوصية في النشر، بالإضافة إلى القيود التي تفرضها شركات مواقع التواصل الاجتماعي على المنشورات الوطنية الفلسطينية.

وتدل هذه النتيجة على إدراك الباحثين للتحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية، وهي تحديات تُضعف الثقة بإمكانية تحقيق الأهداف المنشودة من استخدام تلك المواقع في الوعي الوطني وتعزيز الهوية.

ثانياً: نتائج العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وتحقيقها للهوية الوطنية:

### 1. نتائج العلاقة الأولى:

من أجل دراسة صحة الفرضية القائلة بأنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلال

( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابات الباحثين حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير النوع"، تم استخدام المتوسطات الحسابية لاختبار التباين الأحادي (One Way ANOVA) للعينات المستقلة، وكانت النتائج كما هو مبين في الجدولين التاليين:

الجدول (11): المتوسطات والانحراف المعياري من حيث أن أثر مواقع التواصل الاجتماعي في

تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير النوع

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ذكر	76	3.55	0.929
أنثى	124	3.94	0.849
المجموع	200	3.80	0.898

الجدول (12): نتائج اختبار التباين الأحادي لدلالة الفروق من حيث أن أثر مواقع التواصل

الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير النوع

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة (P)
المربعات بين الفئات	2.585	4	0.646	2.829	0.026
المربعات الداخلية	44.535	195	0.228		
المجموع الكلي	47.120	199			

تبين من الجدول رقم (12) إن قيمة مستوى الدلالة (0.026)، وهذه القيمة أقل من القيمة المحددة وهي (0.05). ولذلك فإننا لا نقبل الفرضية، ونقول بأنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابات المبحوثين حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير النوع"، وذلك لصالح الإناث، حيث أن المتوسط الحسابي للإناث وصلت بلغت (3.94)، وللذكور (3.55).

## 2. نتائج العلاقة الثانية:

من أجل دراسة صحة الفرضية القائلة بأنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابات المبحوثين حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير مكان السكن"، تم استخدام المتوسطات الحسابية لاختبار التباين الأحادي (One Way ANOVA) للعينات المستقلة، وكانت النتائج كما هو مبين في الجدولين التاليين:

الجدول (13): المتوسطات والانحراف المعياري من حيث أن أثر مواقع التواصل الاجتماعي في

تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير مكان السكن

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مكان السكن
0.902	3.85	124	مدينة
0.957	3.71	49	قرية
0.775	3.70	27	مخيم
0.898	3.80	200	المجموع

الجدول (14): نتائج اختبار التباين الأحادي لدلالة الفروق من حيث أن أثر مواقع التواصل

الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير مكان السكن

مستوى الدلالة (P)	قيمة (ف) المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.507	0.831	0.436	4	1.743	المربعات بين الفئات
		0.524	195	102.212	المربعات الداخلية
			199	103.955	المجموع الكلي



تبين من الجدول رقم (14) إن قيمة مستوى الدلالة (0.507) وهذه القيمة أكبر من القيمة المحددة في الفرضية وهي (0.05). لذلك فإننا نقبل الفرضية ونقول بأنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $a \leq 0.05$ ) في استجابات المبحوثين حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير مكان السكن".

### 3. نتائج العلاقة الثالثة:

من أجل دراسة صحة الفرضية القائلة بأنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

( $a \leq 0.05$ ) في استجابات المبحوثين حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير السنة الدراسية". تم استخدام المتوسطات الحسابية لاختبار التباين الأحادي (One Way ANOVA) للعينات المستقلة وكانت النتائج كما هو مبين في الجدولين التاليين:

الجدول (15): المتوسطات والانحراف المعياري من حيث أن أثر مواقع التواصل الاجتماعي في

تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير السنة الدراسية

السنة الدراسية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
سنة أولى	25	3.96	0.935
سنة ثانية	25	3.52	1.229
سنة ثالثة	38	3.66	0.909
سنة رابعة فأكثر	112	3.87	0.788
المجموع	200	3.80	0.898

الجدول (16): نتائج اختبار التباين الأحادي لدلالة الفروق من حيث أن أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير السنة الدراسية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة (P)
المربعات بين الفئات	7.250	4	1.812	1.586	0.180
المربعات الداخلية	222.905	195	1.143		
المجموع الكلي	230.155	199			

تبين من الجدول رقم (16) إن قيمة مستوى الدلالة (0.180) وهذه القيمة أكبر من القيمة المحددة في الفرضية وهي (0.05). لذلك فإننا نقبل الفرضية ونقول بأنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابات المبحوثين حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير السنة الدراسية".

#### 4. نتائج العلاقة الرابعة:

من أجل دراسة صحة الفرضية القائلة بأنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابات المبحوثين حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير الكلية"، تم استخدام المتوسطات الحسابية لاختبار التباين الأحادي (One Way ANOVA) للعينات المستقلة وكانت النتائج كما هو مبين في الجدولين التاليين:

الجدول (17): المتوسطات والانحراف المعياري من حيث أن أثر مواقع التواصل الاجتماعي في

تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير الكلية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الكلية
0.889	3.79	110	علمية
0.914	3.80	90	إنسانية
0.898	3.80	200	المجموع

الجدول (18): نتائج اختبار التباين الأحادي لدلالة الفروق من حيث أن أثر مواقع التواصل

الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير الكلية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة (P)
المربعات بين الفئات	0.853	4	0.213	0.855	0.492
المربعات الداخلية	48.647	195	0.249		
المجموع الكلي	49.500	199			

تبين من الجدول رقم (18) إن قيمة مستوى الدلالة (0.492) وهذه القيمة أكبر من القيمة المحددة في الفرضية وهي (0.05). لذلك فإننا نقبل الفرضية ونقول بأنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابات المبحوثين حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية تعزى لمتغير الكلية".

#### مناقشة النتائج:

اعتمد الباحثان على مزيج من العينة المتاحة والعينة التطوعية، وذلك من خلال نشر الاستبانة الكترونياً على طلبة جامعة النجاح الوطنية، حيث بلغ حجم العينة (200) مفردة. وكان أغلبية المستجيبين هم من الإناث (62%). كما كانت نسبة سكان المدن غالبية المستجيبين (56%). وكذلك، شكّل طلبة سنة رابعة (56%) من مجموع العينة. وكانت نسبة طلبة الكليات العالمية أيضاً هم غالبية المستجيبين للاستبانة بنسبة (55%).

وتشير النتائج إلى أن غالبية الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من 3 ساعات يوميا، بنسبة تصل إلى (87.5%)، مما يدل على أن هذه المواقع أصبح جزءا مهما من حياة الفرد، ومصدرا مهما للمعلومات، وأداة فعالة للتواصل مع الآخرين.

أما فيما يتعلق باستخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي، فقد برز الفيسبوك وإنستغرام وتطبيق واتساب كأكثر المواقع استخداما، فيما تراجعت المواقع الأخرى بشكل ملحوظ.

وبالنسبة للموضوعات التي يتابعها الباحثون على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد تصدرت الموضوعات السياسية والاجتماعية والتسلية والترفيه، حديث جاءت بدرجة مرتفعة، فيما جاءت الموضوعات الأخرى (كالاقتصاد والثقافة والرياضة) بدرجة متوسطة.

أما الهدف من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للباحثين، فجاءت التسلية والأخبار متقدمة على بقية الأهداف (كمشاركة الآخرين في آرائهم، ومتابعة المشاهير، والتعرف على الأفكار والثقافات الأخرى)، وجاء هدف "التعرف على أصدقاء جدد" بدرجة منخفضة.

وأظهرت النتائج أن درجة تفاعل الباحثين القضايا الوطنية، وبخاصة في متابعة ما يتم نشره، وتفاعلهم ما ينشره الآخرون، وتقييمهم لمواقع التواصل الاجتماعي بناء على ما يُنشر من قضايا وطنية، جاءت مرتفعة. وتراجع مستوى تفاعل الباحثين مع الموضوعات الوطنية من خلال التعليق والمشاركة وإعادة النشر، ما يشير إلى مخاوف الباحثين من إمكانية تعرضهم للمساءلة أو الحجب بسبب ذلك.

وفي مجال القضايا التي يتم تناولها في مواقع التواصل الاجتماعي، يرى الباحثون أن قضيتي القدس والأحداث الميدانية هي الأكثر تداولاً، فيما كانت القضايا الأخرى في مرتبة متوسطة، مثل الأسرى والمصالحة، والاستيطان، وحتى التطبيع. وتدل هذه النتيجة على أن أهم أولويات الباحثين قضيتي القدس والأحداث اليومية التي تؤثر على حياة كل مواطن.

وبالعموم، يقيم غالبية الباحثون مستوى متابعة القضايا الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي بالحيادة (وهي الدرجة التي تأتي في المرتبة الثانية من الأهمية).

أما فيما يتعلق بدرجة إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية، فقد جاءت مرتفعة فيما يشمل مجالات متعددة، منها: إسهام تلك المواقع على التعرف على الأحداث التي تهم الشعب الفلسطيني إقليمياً وعالمياً، وتعزيز المشاركة السياسية، ومجالات النقد السياسي والنقاش، وتشكيل الثقافة السياسية، وتعزيز الصمود والمقاومة، وغيرها. وتراجع تقييم المبحوثين لدور تلك المواقع في مجال النشر بدون قيود، وتعزيز رفض الهجرة إلى متوسط. وفي مجال التحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الفلسطينية، فقد كان تقييم المبحوثين لجميع فقراتها مرتفعة، مثل: الرقابة على المنشورات من قبل كل من شركات مواقع التواصل الاجتماعي، والاحتلال الإسرائيلي، والسلطة الفلسطينية، بالإضافة إلى استخدام الحكومة الفلسطينية للمواقع في التأثير على الرأي العام، ونشر الكثير من الأخبار المضللة، وعدم وجود خصوصية في النشر، والقيود التي تفرضها شركات مواقع التواصل الاجتماعي على المنشورات الوطنية الفلسطينية.

وتُعد هذه النتيجة من المحاذير التي يراها المبحوثون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتحفظهم على القيود المتعلقة بالنشر حول الهوية الوطنية والوعي السياسي لدى الشباب. وفيما يتعلق بفحص الفرضيات حول العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة، فقد خرجت الدراسة بنتيجة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات المبحوثين حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي ومتغيرات: مكان السكن، والسنة الدراسية، والكلية. فيما وجدت أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية متعلقة بالنوع الاجتماعي، ولصالح الإناث.

**وبناء على مناقشة النتائج، فيمكن تلخيصها بالنقاط التالية:**

كشفت هذه الدراسة عن النتائج التالية:

- 1- يستخدم غالبية المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من 3 ساعات يومياً.
- 2- يتابع غالبية المبحوثين موقعي الفيسبوك وإنستغرام وتطبيق واتساب.
- 3- يتابع غالبية المبحوثين الموضوعات السياسية والاجتماعية والتسلية والترفيه بدرجة مرتفعة.

4- درجة تفاعل المبحوثين مع القضايا الوطنية مرتفعة، باستثناء المشاركة والتعليق، والتي كانت متوسطة.

5- قضيتا القدس والأحداث اليومية المتعلقة بالإجراءات الإسرائيلية حصلت على درجة مرتفعة من المتابعة.

6- يرى غالبية المبحوثين أن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية بدرجة مرتفعة.

7- اعتبر المبحوثون أن التحديات التي تواجه دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية كانت مرتفعة، مثل غياب الخصوصية، ورقابة الاحتلال والسلطة الفلسطينية، أو تقييد تلك المواقع للمضمون الفلسطيني.

8- ومن النتائج أيضا أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية تُعزى لمتغيرات مكان السكن، والسنة الدراسية، والكلية، فيما كان هنا فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى لمتغير النوع الاجتماعي، ولصالح الإناث.

### التوصيات

بناء على نتائج هذه الدراسة، يوصي الباحثان بما يلي:

1- قيام الجامعات الفلسطينية باستخدام الوسائل المنهجية واللامنجية لنشر الوعي لدى الشباب حول ضرورة الإسهام بتفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية، وتوجيههم لطرق استخدام تلك المواقع، والاعتماد على المواقع الموثوقة في استقاء المعلومات.

2- قيام الجامعات بتنظيم فعاليات حول أساليب حماية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الحذف والتقييد، بالإضافة إلى حماية الخصوصية، وتمييز المنشورات المضللة.

3- تعزيز دور طلبة الجامعات في النشر على مواقع التواصل الاجتماعي حول جرائم الاحتلال، والدفاع عن حق الشعب الفلسطيني في أرضه ومقاومة الاحتلال، بالإضافة إلى تكريس مفاهيم الحرية والديمقراطية.

4- تشجيع الشباب على إنشاء صفحات متخصصة في التوعية الوطنية والحفاظ على الهوية الفلسطينية، ونشر الثقافة السياسية.

5- قيام الجامعات بتشجيع الطلبة على نشر المشاركات والتعليقات بلغات مختلفة، وإعداد التطبيقات والألعاب التي تخص الهوية الوطنية والقضية الفلسطينية، بالإضافة إلى نشر الكتب الإلكترونية.

#### قائمة المراجع:

بوحوش، عمار (2010). مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

الجبوري، إرادة (2009). التعرض الانتقائي للمعلومات. العراق: جامعة بغداد.

الحاج، كمال (2020). نظريات الإعلام والاتصال. سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.

خير الله، هشام (د.ت.). محاضرات في نظريات الإعلام. كتاب غير منشور. مصر: جامعة المنوفية. <https://shorturl.at/sELW4>

عبد الحميد، صلاح (2012). الإعلام الجديد. مصر. مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.

محسن، سامي؛ وأبو سعد، أحمد. (2020). علم النفس الإعلامي. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

الذهبي، إبراهيم (2019). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى شباب الجزائري. رسالة ماجستير منشورة. جامعة الوادي. الجزائر.

السيد، علا (2022). علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتكوين الهوية الوطنية للمراهقين. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة سوهاج. مصر.

السيد، محمد (2018). علاقة القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي بدعم وتعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب المصري. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بنها. مصر.

- سكيك، هشام (2014). دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية. غزة.
- عابد، زهير (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الأقصى. فلسطين.
- المدني، أسامة (2015). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى. السعودية.
- المصري، رفيق (2016). تأثير وسائل الإعلام الرسمية على تعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
- أبو بكر، فادي (2021). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز زخم القضية الفلسطينية. تم الاسترداد من <https://alrai.com/article>
- حبش، مروان (2019). الهوية الوطنية... مقاربة. تم الاسترداد من <https://www.geiron.net>
- حداد، تمازا (2022). أثر الإعلام في تعزيز الصمود الفلسطيني. تم الاسترداد من <https://www.wattan.net/ar/news/392108.html>
- خالد، رقية (2022). ما هو مفهوم الهوية؟ وكيف يتم تكوينها وما أنواعها؟. تم الاسترداد من <https://mafahem.com>
- الخطيب، هديل (2021). وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع. تم الاسترداد من <https://mawdoo3.com>
- زعرور، معاوية (2023). ما هي وسائل التواصل الاجتماعي وأهميتها وأشهرها. تم الاسترداد من <https://www.arageek.com>
- الطويسي، باسم (2012). الإعلام والهوية: الوطنيات القلقة. تم الاسترداد من <https://alghad.com>



- العيسوي، أشرف (2020). وسائل التواصل الاجتماعي: تأثيرات متنامية وأدوار شائكة في العالم العربي. تم الاسترداد من <https://trendsresearch.org>
- عبد الهادي، سامح (2021). الهوية الوطنية وتحديات الإعلام الرقمي. تم الاسترداد من [/https://mubasher.aljazeera.net](https://mubasher.aljazeera.net)
- عيد، ربيع (2016). فلسطين في مواقع التواصل: معركة الاستخدام. تم الاسترداد من <https://www.alaraby.co.uk>
- فلسطين اليوم. (2020). "السوشيال ميديا".. السلاح الأمضى في حرب الرواية. تم الاسترداد من <https://paltoday.ps>
- محمد، ريم (2022). عناصر الهوية الوطنية وأهميتها. تم الاسترداد من <https://www.almrsal.com/post/1128844>
- معاينة، تسنيم (2017). أهم مواقع التواصل الاجتماعي. تم الاسترداد من <https://mawdoo3.com>
- مروان، محمد (2021). بحث عن مواقع التواصل الاجتماعي. تم الاسترداد من <https://mawdoo3.com>
- مهدي، ليلي (2020). ما هي نظرية ثراء المعلومات في وسائل الإعلام؟. تم الاسترداد من <https://e3arabi.com>

Ahmad, T. & Alvi, A. & Ittefaq, M. (2019). The Use of Social Media on Political Participation among University Students: An Analysis of Survey Results from Rural Pakistan. Master's thesis. SAGE Journals. New York.

Bilge, N. (2021). Cultural Identity Preservation through Social Media: Refugees and Community. In: Information R Management Association

(Editor). Research Anthology on Empowering Marginalized Communities and Mitigating Racism and Discrimination. Volume 3, pp.573-383.

Hammad, M. A. and Awad, S. H. (2022). Social Media and Its Impact on Promoting the National Identity of University Students in Saudi Arabia. Journal of Higher Education Theory and Practice. Vol. 22 (16), pp.116-125.

Lagus, I. (2016). University Students' Attitudes toward Social Media as an Arena for Political Deliberation: Qualitative Descriptive Study. Master's thesis. University of Helsinki. Finland.

Mihelj, S. and Jiménez-Martínez, C. (2020). Digital Nationalism: Understanding the Role of Digital Media in the Rise of 'New' Nationalism. Volume 27, Issue 2Apr, 2021, pp.331-346.

Neiburg, F (2001). National Character, in Smelser, Neil J. and Baltes, Paul B. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences et al. <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/national-identity>

Oweis, T. I. (2022). The role of social media in promoting citizenship values of international students during the COVID-19 global health crisis. International Journal of Human Rights in Healthcare (IJHRH), 13 Apr 2022, Vol. 15, Issue 2, pp.177-187.

Putra, R. D. Lathifa, E., Octafanny, F. S. and Kudri, P. S. (2021). Social Media Usage to Preserve Local Identity: Indigenous People of West Java. Proceedings of the 4<sup>th</sup> International Conference on Communication & Business (ICCB 2021)

Soto, P. C., Bauwens, J. and Smets, K. (2023). Cultural Identity Performances on Social Media: A Study of Bolivian Students. *Journal of Media*, 4(1), pp.304-321.

Youkongpun, P. (2015). The Role of Community-Based Media in Strengthening, Preserving, and Promoting Identity and Culture: A Case Study in Eastern Thailand. *Athens Journal of Mass Media and Communications-* Volume 1, Issue 3 – pp.197-210