كـــــلية الدراسات العليا

برنامج ماجستير الإعلام

قسم الإعلام

اعتماد الشّباب على مواقع الإذاعات والفضائيّات الفلسطينيّة على الفيسبوك وعلاقته بمستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس

دراسة ميدانيّة على محافظتي الخليل وبيت لحم

Youth Dependence On Palestinian Facebook Radio and Satellite Channel Websites and its Relation to knowledge of Jerusalem Events

A Field Study of Hebron and Bethlehem Governorates.

إعداد الباحثة:

سهير محمد إبراهيم رجوب

إشراف:

د. علاء الدين محمد عياش

قدّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

في جامعة الخليل / فلسطين

2023م/1444هـ

إجازة الرسالة

المعنونة ب:

اعتماد الشّباب على مواقع الإذاعات والفضائيّات الفلسطينيّة على الفيسبوك وعلاقته بمستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس

دراسة ميدانيّة على محافظتي الخليل وبيت لحم

إعداد الطالب

سهير محمد إبراهيم رجوب

إشراف

د. علاء الدين محمد عياش

نوقشت هذه الرسالة يوم الثلاثاء الموافق 2023/11/14 وأجيزت من أعضاء لجنة المناقشة الآتية أسماؤهم:

أعضاء اللجنة		التوقيع
د. علاء الدين عياش	رئيساً	
أسامة عبد الله	ممتحنا خارجياً	
د. سعيد شاهين	ممتحننا داخلياً	

الخليل- فلسطين

1444هـ-2023م

قال تعالى:

"اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (1) خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (2) اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (3) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (4) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (5)".

(العلق:5)

صدق الله العظيم

القول المأثور

إني رأيت أنه لا يكتبُ إنسان كتابًا في يومه إلا قال في غدِه: لو غُيِّر هذا لكان أحسن، ولو زيد كذا لكان يُستحسن، ولو قُدِّم هذا لكان أفضل، ولو ترك هذا لكان أجمل، وهذا من أعظم العبر، وهو دليلٌ على استيلاء النقص على جملة البشر.

العماد الأصفهاني

الإهداء

إلى أولئك الذي ضحّوا لأجل هذا الوطن السليب ... إلى أقمار فلسطين الذين ارتقَوا وأناروا لنا الطريق ... وعبّدوها بدمائهم الزكيّة ... الشهداء الأكرم منا جميعاً ....

إلى الأسرى والجرحى ... إلى الذين ينتظرون العودة ...

إلى هذا الوطن الذي يعيش فينا ... إلى تلك السفوح المخضّبات ... إلى المسرى الأسير ... والمجد التليد ...

إلى روح الشهيدة الصحفيّة شيرين أبو عاقلة ... إلى كل صحفيّ ارتقى لأجل الحقيقة

إلى روح عمي الغالي "نصار" الذي أفتقده اليوم وكل يوم بكل حرقةٍ وألم

إلى عائلتي التي وفّرت لي أسباب كلّ تقدم ونجاح

والدي الذي في تفاصيل وجهه الكثير من محطات تقدمي ونجاحي

والدتي التي يرافقني دوما صدى دعائها لي إلى الآن

إلى أخواتي الحبيبات آلاء وبتول .. وإخوتي مهجة قلبي إبراهيم وجهاد وصهيب

إلى صديقة العمر وأختي التي رافقتني بكل درب ورسمنا سويةً من الألم الأمل ... "فيروز"

أهدي إليكم رســـالتي

الشكر والتقدير

الحمد لله في السرّ وفي العلانية، والشكر لله في الفرح وفي الحزن، فالحمد لك يا الله عمّا علمته، والشكر لك عمّا جهلته وغاب عن خلدي، اللهم لك الحمد على أن يسّرت لي إتمام هذا البحث على الوجه الذي أرجو أن ترضى به عني.

عندما تكون الجهود عظيمة والعطاء كبيراً فسيصبح الشكر واجباً والثناء ملزماً لذا أتوجه بالشكر والعرفان والامتنان والتقدير لمن كان له الفضل في إتمام هذه الرسالة العلميّة لكي ترى النور، إلى مشرف رسالتي الدكتور علاء الدين عياش، الذي كان يحرص على إبداء النصح وتقديم المعلومة، الذي أنار لي الطريق نحو العلم والمعرفة، علّمني أدب العلم وتواضع أهل العلم، منحني الوقت والجهد لإنجاز هذا العمل، فكان مرشداً نفسيّاً ومعنويّاً في أوقات حزني وأزماتي، وضغطي النفسيّ نتيجة ضغط الدّراسة، دكتور علاء الدين عياش في هذا البيان أتقدم بجزيل التقدير والعرفان وعظيم الامتنان والاحترام لك.

ثم أتوجّه بجزيل الشكر إلى أساتذتي الموقرين في لجنة المناقشة لتفضّلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة، وعلى ما بذلوه من جهد في سبيل إثراء محتوى الرسالة وتدقيقها، وفي بياني هذا أشكر الممتحن الخارجي الدكتور أسامة عبد الله أستاذ الإعلام في قسم العلاقات العامة بجامعة النجاح الوطنية وغمرتني السعادة بأن يناقشني قامةٌ علمية وشخصية فذة من أمثالك وكنت مسرورة لملاحظاتك المهمة والقيمة لتخرج الرسالة بالشكل الصحيح.

وأرى أن أقف شاكرةً لأستاذي الفذّ، الممتحن الداخلي ورئيس قسم الإعلام في جامعتي العريقة، جامعة الخليل، الأب الروحي لهذا القسم الذي تربيت فيه سنوات البكالوريوس إلى مرحلة إعداد رسالة الماجستير، إلى ذاك الذي علّمني الصبر والهدوء والحكمة، الدكتور سعيد شاهين شكراً جزيلاً لك.

لا بدّ من أن أشكر تلك التي كانت لها بصماتٌ واضحة في حياتي، وقدّمت لي الدّعم والنصح والإرشاد، ووفّرت لي كلّ أسباب النجاح منذ فترة دراستي للبكالوريوس، إلى أن أوصلتني بيدها لمرحلة الماجستير وحققت لي أسمى أمنياتي بالالتحاق بهذا البرنامج بعد تحقيقها حلم تأسيسه، فكان طريقاً مُعبداً لي لأكمل المشوار نحو الهدف المنشود، إلى أستاذتي الفاضلة سليكة القاضي، شكراً جزيلاً لكِ على كل ما قدمتيه لي.

قائمة المحتويات

القول المأثور ..... ج
الإهداء ..... د
الشكر والتقدير ..... ه
قائمة المحتويات ..... و
قائمة الجداول ..... ح
الملخص: ..... ل
Abstract: ..... م
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة ..... س
1.1 المقدمة: 1
1.2 مشكلة الدراسة: 3
1.3 أهميّة الدراسة: 3
1.4 أهداف الدراسة: 4
1.5 تساؤلات الدّراسة: 5
1.6 فرضيات الدراسة: 6
1.7 مصطلحات الدراسة: 7
1.8 صعوبات الدراسة: 10
1.9 حدود الدراسة: 11
الفصل الثاني: الإطار النظري للدّراسة والدّراسّات السابقة 12
الأدب النظريّ والدراسات السابقة: 13
1.1 نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: 13
1.2 نشأة هذه النظرية: 14
1.3 علاقات الاعتماد المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظم الاجتماعية: 15
1.4 فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: 16
1.6 تطبيق مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام في الدراسة: 18
1.7 الدّراسات السّابقة: 19
1.8 التعقيب على الدراسات السابقة: 34
1.9 أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة: 35
1.10 حدود الاستفادة من الدراسات السابقة: 37
الفصل الثالث: الإطار المعرفي 38

3.1 المحور الأول: الإعلام التقليدي: 39
3.1.1 تعريف الإعلام التقليدي:..... 40
3.2 المحور الثاني: (مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك): 41
3.2.1 مواقع التواصل الاجتماعي:..... 41
3.2.2 الـــــــفـــــيـــــســـــبـــــوك "مـــــيـــــتـــــا" تعريفه ونشأته:..... 42
3.3 المحور الثالث: (الإذاعات والفضائيات، الإعلام الفلسطيني، الإعلام الجديد): 45
3.3.1 الإذاعات والفضائيات:..... 45
3.3.2 الإعلام الفلسطيني: 49
3.3.3 الإعلام في ظل الانقسام الفلسطيني:..... 51
3.3.4 الإعلام الجديد: 54
3.3.5 تعريفات الإعلام الجديد: 54
3.3.6 الإعلام الجديد أمام الإعلام التقليدي: 55
3.4 المحور الرابع: (الصراع العربي الإسرائيلي، أحداث القدس، حيّ الشيخ جراح): 57
3.4.1 الصراع العربي الإسرائيلي:..... 57
3.4.2 أحداث القدس:..... 60
3.4.3 أحداث القدس 2021: 62
3.4.4 هبة باب العامود: 63
3.4.5 هبة حي الشيخ جراح: 63
3.4.6 معركة سيف القدس: 65
3.5 المحور الخامس: (الشباب الفلسطيني وتفاعلهم مع أحداث القدس): 67
اعتماد الشباب الفلسطيني على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك:..... 67
3.6 **المحور السادس: الإعلام التقليدي عبر الفيسبوك:**..... 70
3.6.1 موقع الفيسبوك وتوظيفه في مجال الإعلام: 72
3.6.2 التوظيف الإعلامي للفيسبوك (الإذاعات والفضائيات):..... 73
3.6.3 الإذاعات على منصة الفيسبوك:..... 74
3.6.4 الفضائيات على منصة الفيسبوك: 75
3.7 المحور السابع: مستقبل الإعلام التقليدي (الإذاعة والتلفزيون) في فلسطين: 79
الفصل الرابع: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات) 83
4.1 نوع الدراسة:..... 84
4.2 منهج الدراسة:..... 84
4.3 أدوات الدراسة:..... 85

4.4 مجتمع الدراسة: 86
4.5 عينة الدراسة: 87
4.6 إجراءات الصدق والثبات:..... 91
4.7 متغيرات الدراسة: 92
الفصل الخامس: نتائج الدراسة واختبار الفرضيات 94
5.1 المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها 95
5.2 المبحث الثاني: اختبار فرضيات الدراسة:..... 132
الفصل السادس: أهم النتائج والتوصيات والمقترحات 166
6.1 النتائج: 167
6.2 التوصيات:..... 171
قائمة المصادر والمراجع:..... 175
الملاحق: 190

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
1	بيانات المحطات الإذاعية والتلفزيونية المرخصة من قبل وزارة الإعلام في الضفة الغربية	52
2	بيانات المحطات الإذاعية والتلفزيونية المرخصة من قبل وزارة الإعلام في قطاع غزة	53
3	أبرز انتهاكات الاحتلال في مدينة القدس خلال الأعوام 2021، 2022، 2023	61
4	تقسيم العينة الطبقية العشوائية بالتوزيع المتناسب	88
5	التكرارات والنسب المئوية للسمات والخصائص العامة	89
6	مدى متابعة الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.	95
7	أسباب عدم متابعة المبحوثين لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك	96
8	أكثر وسائل الإعلام التي يتم متابعتها عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس	97
9	درجة اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس	100
10	درجة التفاعل (إعجاب، مشاركة، تعليق) مع أحداث القدس عند اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.	101
11	كيفية تفاعل المبحوثين مع المنشورات المتعلقة بأحداث القدس لدى اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك	102
12	معدل الاهتمام بالمضمون الإعلامي عن أحداث القدس عند الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك	103
13	الأوقات التي يزيد فيها الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس	104
14	الحقبة الزمنية التي زادت الاهتمام بمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	105
15	المدة الزمنية التي يتابع فيها المبحوثون يومياً أخبار القدس من خلال مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك	107
16	أبرز الإذاعات الفلسطينية التي يعتمد عليها "عبر الفيسبوك" لمتابعة أحداث القدس	108
17	أبرز الفضائيات الفلسطينية التي تعتمد عليها "عبر الفيسبوك" لمتابعة أحداث القدس	111
18	الأشكال الصحفية المفضلة لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك	112
19	وسائط يفضلها المبحوثين لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	113
20	الأنماط التي يفضلها المبحوثين عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية في قضية أحداث القدس	115
21	الأسباب والدوافع لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	116
22	درجة الثقة بالأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	117
23	الموضوعات حول القدس التي يتابعها الشباب عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك	118
24	درجة الإشباع للحاجات المعرفية حول أحداث القدس لدى الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك	120
25	التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	121
26	التأثيرات الوجدانية النفسية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	123
27	التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك	125
28	المقياس المعرفي لمستوى معرفة الشباب بأحداث القدس نتيجة الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك	127

29	مقترحات لتطوير تناول الإذاعات والفضائيات الفلسطينية لأحداث القدس عبر الفيسبوك	129
30	العلاقة بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة مستويات المعرفة	132
31	العلاقة بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، وتراجع الاعتماد على الإعلام التقليدي (المرئي والمسموع)	133
32	العلاقة بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد	134
33	العلاقة بين درجة ثقة الشباب في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك، ودرجة تفاعلهم معها	135
34	العلاقة بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة الثقة في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس	136
35	التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير النوع الاجتماعي	137
36	التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الفئة العمرية	138
37	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير الفئة العمرية	138
38	التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الفئة العمرية	140
39	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير الفئة العمرية	140
40	التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الفئة العمرية	140
41	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير الفئة العمرية	142
42	تأثيرات المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الفئة العمرية	143
43	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير الفئة العمرية	144
44	التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية	145
45	التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي	146
46	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير المؤهل العلمي	147
47	التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي	148
48	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير المؤهل العلمي	148
49	التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي	149
50	تأثيرات المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي	150
51	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير المؤهل العلمي	151
52	التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير التخصص العلمي	152

53	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير التخصص العلمي	152
54	التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير التخصص العلمي	153
55	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير التخصص العلمي	154
56	التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير التخصص العلمي	155
57	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير التخصص العلمي	156
58	تأثيرات المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير التخصص العلمي	157
59	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير التخصص العلمي	158
60	التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المحافظة	159
61	التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير مكان السكن	160
62	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير مكان السكن	161
63	التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير مكان السكن	162
64	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير مكان السكن	162
65	التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير مكان السكن	163
66	نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير مكان السكن	163
67	التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير مكان السكن	164
68	نتائج اختبار (LSD) للمقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير مكان السكن	165

الملخص:

هدفت هذه الدّراسة إلى التّعرف على مدى اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيّات الفلسطينيّة على الفيسبوك وعلاقته بمستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس، وأسباب الاعتماد، والتأثيرات الناجمة عنه، والموضوعات والأشكال الصحفيّة التي يفضّلها المبحوثون لمتابعة الأحداث عبر تلك المواقع.

تتبع هذه الدّراسة للبحوث الوصفيّة، حيث استخدمت منهج المسح من خلال أسلوبي: مسح جمهور وسائل الإعلام، ومسح أساليب الممارسة الإعلاميّة، وتمّ جمع البيانات باستخدام أداتين هما: الاستبانة (صحيفة الاستقصاء) والمقابلة الشخصيّة، وتم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية طبقية قوامها (1005) من شباب محافظتيّ الخليل وبيت لحم، وإجراء مقابلة مع عدد من مديري الإذاعات والفضائيّات الفلسطينيّة في الضفة الغربية وقطاع غزة.

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنّ ما نسبته (42%) يتابعون مواقع الإذاعات والفضائيّات الفلسطينيّة عبر الفيسبوك بدرجة كبيرة، كما كشفت الدراسة أنّ (52%) من الشباب عيّنة الدراسة يعتمدون بدرجة مرتفعة على مواقع الإذاعات والفضائيات لمتابعة أحداث القدس.

وأظهرت النتائج أنّ الوزن النسبيّ للتأثيرات الوجدانيّة الناتجة عن اعتماد المبحوثين على مواقع الإذاعات والفضائيّات الفلسطينيّة عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس (90%)، يليها التأثيرات المعرفيّة (87.40%)، ثمّ التأثيرات السلوكيّة (72.60%)، وثبت صحة الفرضية القائلة بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدّلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة مستويات المعرفة.

وأوصت الدّراسة بضرورة إنشاء المؤسسات الإعلاميّة الفلسطينيّة كوادر بشرية متخصصة في المجال الرقميّ والتكنولوجيّ لمواكبة كلّ جديد في التقنيات والخصائص لمنصة الفيسبوك لبث الرواية الفلسطينية حول القدس، وتكوين شبكة إعلاميّة موحّدة عبر الفيسبوك مرخصة لتخصيص الرسالة الإعلاميّة حول القدس وقضاياها وأحداثها فقط.

الكلمات المفتاحية: مواقع الإذاعات والفضائيّات الفلسطينيّة، الفيسبوك، الاعتماد على وسائل الإعلام، مستويات المعرفة، الشباب الفلسطينيّ، أحداث القدس.

Abstract:

This study aimed to determine the extent to which the young depend on Palestinian Facebook Radio and Satellite Channel Websites and its Relation to knowledge of Jerusalem Events, and the reasons for dependence, and the effects resulting from it, and the topics and the forms of journalism that respondents prefer to follow up on events through those sites.

This study follows the descriptive approach research, as it used a survey approach through two methods: a media audience survey and a media practice methods survey, the Data were gathered through two ways: a questionnaire (survey newspaper) and a personal interview. The questionnaire was distributed to a stratified random sample of (1005) From the youth of the Hebron and Bethlehem governorates, and an interview was conducted with a number of Palestinian radio and satellite TV directors in the West Bank and Gaza Strip.

The main results that came out with in the study reveals is that about (42%) follow Palestinian radio and satellite channels websites via Facebook to a large extent, The study also revealed that (52%) of the youth subjected to the study are high Dependent on radio and satellite channels websites to follow events in Jerusalem.

The results showed that and that the relative weight of the emotional effects resulting from the respondents' reliance on Palestinian radio and satellite channels sites via Facebook to follow events in Jerusalem (90%), followed by the cognitive effects. (87.40%), then behavioral effects (72.60%), and the hypothesis was proven correct that there is a statistically significant correlation at the significance level ($\alpha \leq 0.05$) between the degree of youth's reliance on Palestinian radio and satellite channels websites on Facebook to follow events in Jerusalem, and the degree of knowledge levels.

The study recommended the necessity of establishing Palestinian media institutions, specialized human cadres in the digital and technological field to keep pace with everything new in the technologies and characteristics of the Facebook platform to broadcast the Palestinian narrative about Jerusalem, and to form a unified media network via Facebook licensed, To allocate the media message about Jerusalem, its issues and events only.

The Keywords: Palestinian radio and satellite channels websites, Facebook, reliance on media, levels of knowledge, Palestinian youth, Jerusalem events.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 **المقدمة**

1.2 **مشكلة الدراسة**

1.3 **أهمية الدراسة**

1.4 **أهداف الدراسة**

1.5 **تساؤلات الدراسة**

1.6 **فرضيات الدراسة**

1.7 **تعريفات إجرائية للدراسة**

1.8 **صعوبات الدراسة**

1.9 **حدود الدراسة**

1.1 المقدمة:

تعدّ مدينة القدس من أقدم مدن العالم، حيث شكّلت مركزاً مهماً للعديد من الحضارات والصراعات السياسية والدينية، ومطمع الغزاة منذ فجر التاريخ، وكل احتلال على أرض القدس كان يلجأ بكل أساليبه وأدواته لفرض سيطرته عليها، وكذلك هو الحال مع الاحتلال الإسرائيلي الذي استخدم وما يزال كل الأدوات والأساليب لاجتثاث الفلسطينيين من أرضهم وبسط سيطرته عليها وطمس المعالم الإسلامية، ومحاولة تغيير الهوية العربية الفلسطينية وتزييف الحقائق لإثبات هويته المزيفة.

وتسارعت وتيرة التهديدات التي طالت القدس ومقدساتها، وذلك بعد أن دخل الشعب الفلسطينيّ منعطفاً جديداً في شهر أيار من العام (2021) في مرحلة الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، بعد قرار المحكمة العليا الإسرائيلية تهجير أهالي حيّ الشيخ جراح، وتسليم الحيّ للمستوطنين، فكان لهذا الحدث صدى واسع وكبير، تمثّل في تداول وسائل الإعلام عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وغيرها لقضية حيّ الشيخ جراح، وكل ما يتعلق بالقدس وأحيائها، مما زاد الاعتماد من قبل الجمهور على تلك الوسائل عبر الفيسبوك لمتابعة الأحداث في القدس.

وكان للإعلام الفلسطيني دورٌ مهمٌ في إبراز قضية القدس سواء الإعلام المرئي أو المسموع أو المقروء، وفي فضح ممارسات الاحتلال بحق المدينة وأهلها، وفي ظلّ تمدد الإعلام الجديد وتطوره المتسارع، زاد إقبال الإعلام الفلسطيني كغيره من وسائل الإعلام الأخرى، نحو منصة الفيسبوك لنقل رسائله الإعلاميّة للجمهور، وإبراز القضية الفلسطينية نحو الواجهة، واستثمار هذه المنصة وتوظيفها للغرض ذاته.

حيث وجدت الإذاعات والفضائيات الفلسطينية نفسها في منعطف آخر أمام تغوّل الإعلام الجديد فعملت على تسخيره وتوظيفه لخدمة العمل والأداء الإعلاميّ، ومن الواضح أنّ الفيسبوك ما زال متربعاً على عرش منصات التواصل الاجتماعيّ، والأكثر استخداماً من قبل الشباب الفلسطينيّ، فوفق تقرير لواقع الإعلام الرقمي تبيّن أنّ نسبة مستخدمي الفيسبوك 93% (المركز الشبابي الإعلامي، 2023)، وهذا ما دفع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية لتركيز وجودها على تلك المنصّة وإنشاء حسابات خاصّة بها، واستثمار الخصائص التقنية والمميزات الخاصة بها لنقل الأخبار.

ومن الطبيعي في أوقات الأزمات يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام لمعرفة الأخبار ومتابعتها أولاً بأول، حيث تعدّ عملية الاعتماد على وسائل الإعلام مجالاً مناسباً لتحقيق الأفراد أهدافهم، فالفرد يعتمد على الكثير من المصادر في تلك الوسائل لمتابعة الأحداث والأخبار المحيطة من حوله، فمع تعاظم الفتوحات التكنولوجيّة والتقنيّة والعلميّة وتمدد الإعلام الجديد أصبح هناك طرق أخرى، وأساليب جديدة في اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام لانتقاء المعلومات، وتحقيق الأهداف من حيث زيادة المعرفة لما يدور من أحداث هنا وهناك.

وجاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء وتوضيح مدى اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك كأحد الوسائل المهمة في مستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد، وكذلك أسباب ودوافع الاعتماد.

خلفيّة الدراسة وأهميّتها:

1.2 مشكلة الدراسة:

بإجماع الباحثين والمؤلفين والكُتاب بات الإعلام الجديد هو المسيطر في الميادين الإعلامية، والأكثر فاعليّة؛ لكون هذا الإعلام لم يَعُد فيه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميون، فالبعض يصفه بالبديل، والبعض الآخر يعدّه منافساً للإعلام التقليدي (المرئي، المسموع، المقروء)، وآخرون يعتبرونه مكملاً للتقليدي، فيما رأى البعض أنّه إعلام يتجاوز سيطرة المؤسسة الإعلاميّة التقليديّة، المحكومة بدرجة عالية من الهيمنة السياسيّة أو الاقتصاديّة، لتستثمر التطوّر التقنيّ الراهن لصالح إعلام متحرر، يعبّر عن الأفراد، والجماعات الصغيرة المهمّشة. (الجندي، 2020)

فمع تطور عصر الإنترنت تغير شكل الإعلام التقليدي ومفهومه وطريقة عمله، وأصبح نجاح العمل الإعلامي مرتبطاً بالتفاعل في الإعلام الجديد وظهور (السوشيال ميديا)، ففي ظل الإعلام الجديد أصبح المواطن قادراً على المشاركة في تدفق المعلومات، وطرح الآراء ونقلها، وهذا ما شهده الشعب الفلسطيني عقب أحداث القدس عام 2021، والتي اندلعت إثر محاولة تهجير أهالي حيّ الشيخ جراح، حيث كان الاعتماد الأكبر من قبل الجمهور الفلسطيني والأخص الشباب على مواقع وصفحات الفيسبوك، لمتابعة أحداث القدس، ومعرفة الأخبار المتعلقة بهذه القضية وزيادة مستويات المعرفة لديهم.

ومن هنا تتحدد مشكلة الدّراسة في التّعرف على مدى اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك وعلاقته بمستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس، وأسباب اعتمادهم، والتأثيرات الناجمة عنه، وكذلك مستويات المعرفة.

1.3 أهميّة الدراسة:

الأهميّة العلميّة (النظريّة):

1. هذه الدّراسة الأولى التي تتناول اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيّات عبر الفيسبوك حسب علم الباحثة، وبالذات تناول قضية القدس، ومدى معرفة الجمهور بها وبأحداث الشيخ جراح.

2. تنامي اعتماد الإعلام الفلسطيني على منصة الفيسبوك كوسيلة في خدمة عملها الإعلاميّ ونقل رسائلها الإعلاميّة على تلك المنصة وشعبيتها الكبيرة بين أوساط الشباب مصدرًا رئيسًا للحصول على المعلومات والأخبار.
3. تبرز أهميّة الدراسة نظرا لقلة الدراسات والأبحاث، التي تناولت اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، فمعظم الدراسات والأبحاث تناولت دور الإعلام الجديد أو مواقع التواصل الاجتماعي في دعم القضية الفلسطينية أو اعتماد الجمهور الفلسطيني على مواقع الكترونية لانتقاء المعلومات.

الأهميّة العمليّة (التطبيقيّة):

1. نتائج هذه الدراسة ستقود إلى ضرورة تطوير أساليب إعلاميّة جديدة لتوصيل الرسائل الإعلاميّة حول القدس إلى الجمهور.
2. ستفتح نتائج هذه الدراسة الآفاق للقيام بمزيد من الدراسات والأبحاث حول أفضل السبل لتسخير إمكانات الإعلام، الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي نحو القضايا الفلسطينية.
3. تساعد نتائج هذه الدراسة أصحاب القرار في المؤسسات الإعلاميّة، ونقابة الصحفيين الفلسطينيين، على وضع خطط واستراتيجيات للتعامل مع الأخبار المتعلقة بأحداث القدس وتوظيف الفيسبوك في خدمة وسائل الإعلام والقضية الفلسطينية.
4. تسليط الضوء على التأثيرات الناتجة عن اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، لبناء خطط إعلاميّة لكيفية للتعامل معهم.

1.4 أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف إلى أنماط وعادات متابعة المبحوثين لأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك.
2. الكشف عن أبرز مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك التي يعتمدها المبحوثون لمتابعة الأحداث في القدس.
3. التعرف إلى الأشكال الصحفيّة والوسائط والأنماط التي يفضلها المبحوثون لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك.

4. تحليل أسباب ودوافع اعتماد المبحوثين على مواقع الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس.

5. الكشف عن درجة ثقة المبحوثين بالأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك.

6. رصد الموضوعات التي يتابعها المبحوثون في مواقع الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك، وتأثيرها على اهتمامهم بمتابعة أحداث القدس.

7. التعرف إلى درجة إشباع مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك للحاجات المعرفية للمبحوثين لدى متابعتهم لأحداث القدس، والتأثيرات المعرفيّة والسلوكيّة والوجدانيّة المترتبة عن متابعتهم.

8. تحديد أهمّ مقترحات المبحوثين؛ لتطوير تناول الإذاعات والفضائيات لأحداث القدس عبر الفيسبوك.

1.5 تساؤلات الدّراسة:

تسعى هذه الدّراسة للإجابة على السؤال الرئيس: **ما مدى اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينيّة على الفيسبوك وعلاقته بمستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس؟**

ويتفرع من هذا السؤال الأسئلة الآتية:

1. ما مدى متابعة واعتماد المبحوثين لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس؟

2. ما درجة وطبيعة تفاعل المبحوثين مع أحداث القدس عند اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك؟

3. ما الأوقات والمدة الزمنية التي يتابع فيها المبحوثون أحداث القدس على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك؟

4. ما أبرز مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك التي يعتمدها المبحوثون لمتابعة الأحداث في القدس؟

5. ما الأشكال الصحفيّة والوسائط والأنماط التي يفضلها المبحوثون لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك؟

6. ما أسباب ودوافع اعتماد المبحوثين على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس؟

7. ما درجة ثقة المبحوثين بالأخبار المتعلقة بأحداث القدس على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك؟

8. ما الموضوعات التي يتابعها المبحوثون في مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك، وما تأثيرها على اهتمامهم بمتابعة أحداث القدس؟

9. ما درجة إشباع مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك للحاجات المعرفيّة للمبحوثين عند متابعتهم لأحداث القدس، وما التأثيرات المعرفيّة والسلوكيّة والوجدانيّة المترتبة عن متابعتهم؟

10. ما أهم مقترحات المبحوثين لتطوير تناول مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسيوك لأحداث القدس؟

1.6 فرضيات الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطيّة ذات دلالة إحصائيّة بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة مستويات المعرفة.
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، وتراجع الاعتماد على الإعلام التقليدي (المرئي والمسموع).
3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.
4. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الشباب في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك، ودرجة تفاعلهم معها.

5. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة الثقة في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس.

1.7 مصطلحات الدراسة:

- **اعتماد:**

لغوياً: (اعتمد) يقصد بها "اعتمد الشيء، وعليه اتكأ، ويقال اعتمد فلاناً"، الاتِّكالُ عَلَيْها والثِّقَةُ بإمْكاناتِها (مجمع اللغة العربية، 2011).

اصطلاحاً: هو القدرة على الاعتماد على الذات لإنجاز الأشياء لتلبية الاحتياجات الخاصة، والتوصل إلى حلول للمشكلات، أي بما معناه الاعتماد على جهود الفرد وقدراته.(Johnston, 2022)

إجرائياً: يقصد بها درجة استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس وتأثيره على متابعة المحطات الإذاعيّة والتلفزيونية ويتمّ قياس هذه الدرجة بالنسب المئويّة.

- **الشباب:**

لغةً: بحسب معجم الوسيط هو "من أدرك سن البلوغ ولم يصل إلى سن الرجولة" (أنيس وآخرون، 2004)، في حين معجم المصباح المنير يعرف الشباب "صبي (يشبُ) من باب ضرب (شباباً) و(شبيبةً) وهو (شاب) وذلك قبل الكهولة". (الفيومي، 1987)

اصطلاحاً: يعدّ تعريف الشباب من أكثر الموضوعات التي شغلت الناس، واجتهد العلماء والكتاب والمؤلفون في مجالي علم الاجتماع والنفس في تعريفها، فاختلفوا في حصر التعريف بشكل واضح ومحدد، وذلك يعزى إلى أنّ كل بلد وكل دولة تختلف ثقافتها عن الأخرى، فبعض البلدان يجتهد الباحثون فيها لتعريف الشباب حسب بيئتهم التي يعيشون فيها وثقافتهم التي يؤمنون بها، ولكن وصل المؤلفون عند تعريفهم للشباب في كتبهم ومؤلفاتهم إلى نقاط وقواسم مشتركة بالتعريف، ولكن إجمالاً، وبحسب المؤلف يحيى عمر، يشير مفهوم الشباب إلى "مرحلة عمريّة محددة من عمر الإنسان، يميزها مجموعة من الصفات الفيزيولوجيّة والنفسيّة والسلوكيّة، وتؤثر هذه الصفات في بعضها البعض لتنتج سلوكا عاما فكريا وفعليا يميّز الشاب عن غيره من الفئات العمريّة" (عمر

ي.، 2021)، وحسب الأمم المتحدة عرّفت الشباب "على أنّهم الأشخاص ممن تتراوح أعمارهم بين 15 و24 عاما" (الأمم المتحدة، 2022)

إجرائيا: أمّا اجرائيا فالمقصود هم الشباب الذين ستقوم الدّراسة بتغطيتهم ودراستهم كعيّنة دراسة في محافظتي الخليل وبيت لحم الذين يعتمدون على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، وتأثير ذلك على مستويات المعرفة لديهم.

وفي آخر إحصائيّة لجهاز الإحصاء المركزيّ الفلسطينيّ أنّ غالبية الشباب يستخدمون الإنترنت، ويمتلكون هواتف ذكيّة، حيث أفادت النتائج أنّ حوالي 95% من الشباب في الفئة العمرية 18–29 سنة يستخدمون الإنترنت من أي مكان؛ منهم 97% في الضفة الغربية و91% في قطاع غزة دون وجود فروقات ملحوظة بين الذكور والإناث، و89% من الشباب يمتلكون هاتفا ذكيا في فلسطين، بواقع 96% في الضفة الغربية و78% في قطاع غزة. (الجهاز المركزي للاحصاء الفلسطيني، 2022)

وبحسب الإحصاء الفلسطينيّ الذي أجري في شهر آب 2022 أنّ عدد الشباب في فلسطين 1.17 مليون شاب وشابة 18–29 سنة يشكلون أكثر من خمس المجتمع الفلسطينيّ؛ 22% من إجمالي السكان في فلسطين منتصف العام 2022، (22.2%) في الضفة الغربية و(21.5%) في قطاع غزة. (الجهاز المركزي للاحصاء الفلسطيني، 2022)

- **الإذاعات:**

يمكن تعريف الإذاعة لغوياً: معناها " ذَاعَ (ذ ي ع)، ذَاعَ، يذِيعُ، ذَيْعٌ، ذُيوعٌ، ذَيعانٌ، (1. ذاعَ الخبر): انتشر، ذاعَ السِّرّ، (2. ذاع في جلده الجرب): انتشر فيه. (أبو العزم، 2020)

والإذاعة اصطلاحاً: فيمكن تعريفها بأنّها "الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخباريّة وثقافيّة وتعليميّة وتجاريّة وغيرها من البرامج لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم" (عبود، 2020)، والإذاعة بالراديو هي كلمة تطلق على الاتصال بالراديو، أي إرسال واستقبال الكلمات والإشارات الصوتية على الهواء لاسلكيا.

وعرفها الدكتور النيجيري "أوبيريري أبوك" في كتابه بأنّها " وسيلة لنقل الرسائل عن طريق الإشارة الإلكترونية إلى جمهور متناثر أو متلقي، وإنّه صندوق يمتلكه المستقِبل والذي بواسطته يحبس الإشارات الإلكترونية عبر الهوائي ويستقبل الرسالة".(Apuke, 2017)

في حين اعتبرت المؤلفة الأستاذة "لمياء طالة" الإذاعة من الوسائل الساخنة التي تعمل على جذب انتباه المستمع وتفاعله معها، وأنّها وسيلة تخاطب حاسة واحدة وتخلق عالما خاصة به، وتثير الخيال لدى المستمع لها. (طالة، 2014)

تعريف الإذاعة إجرائياً: ويقصد بها الإذاعات الفلسطينية في فلسطين وبالتحديد في شطريّ الوطن (الضفة الغربية وقطاع غزة) التي اعتمدت على الفيسبوك وإنشاء صفحات لها لنقل رسائلها وأخبارها على الجمهور المستهدف.

- **الفضائيات:**

الفضائية لغةً: الفضاء كما جاء في لسان العرب: هو "المكان الواسع من الأرض" (ابن منظور، 1984)

الفضائية اصطلاحاً: بحسب تعريف الدكتورة رشا نوفل، فإنّ المرئية الفضائية هي "الصور التي يتمّ التقاطها عن طريق مستشعرات مثبتة على أجهزة الأقمار" (نوفل، 2018)، ويعرف عبد النبي أنّ الفضائية "تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة ومعروفة، تحدد عموما بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتمّ بثها على قمر من الأقمار". (عبد النبي، 2010)

الفضائية إجرائياً: وتقصد الدّراسة الفضائيّة بجميع القنوات الفضائية في فلسطين وبالتحديد في شطريّ الوطن (الضفة الغربية وقطاع غزة) التي اعتمدت على الفيسبوك وإنشاء صفحات لها لنقل رسائلها وأخبارها على الجمهور المستهدف.

- **الفيسبوك:**

اصطلاحاً: هو شبكة اجتماعيّة استأثرت بقبول كبير من الناس وتجاوبهم معها، خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، نشأتها في شباط عام (2004)، جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب يدعى (مارك زوكربيرج) (الشاعر ع.، 2015)، ولاحقاً في 28

أكتوبر 2021 أعلنت شركة "فيسبوك" التي تعدّ عملاق مواقع التواصل الاجتماعي في العالم تغيير اسمها إلى "ميتا" (Meta)، وتجمع كلمة (ميتافيرس) بين كلمتي "ميتا" و"يونيفرس" بالإنجليزية، أي "الكون الفوقي" وتشكل نوعا من البديل الرقمي للعالم المادي يمكن الوصول إليه عبر الإنترنت. (الجزيرة، 2021)

والميتافيرس هو عبارة عن دخول مفتوح على مدار الساعة، حيث لا داعي لتسجيل الدخول أو الخروج كما هو المعتاد عبر منصة الفيسبوك ويمكن العالم كله المشاركة فيه والدخول في العالم الافتراضي وفي الحوار والتجاوب وحجز المواعيد وحل مشكلات الأسرة، وللعلم أيضاً أنّ الشخصيات المشاركة فيه سوف تعيش وتبقى فاعلة حتى بعد موتها في العالم التقليدي وذلك حسب رغبتنا من عدمه. (زيدان و السويدي، 2022)

إجرائياً: والمقصود به بالدراسة هو صفحات الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على منصة الفيسبوك والتي تنشئ حسابات لها عبر تلك المنصة لنقل رسائلها الإعلامية بخصوص أحداث القدس إلى الجمهور.

1.8 صعوبات الدراسة:

واجهت الباحثة مجموعة من الصعوبات التي أعاقت العمل البحثي والتي تمثلت في الآتي:

1. صعوبة الوصول إلى الشخصيات المطلوبة لإجراء المقابلة الشخصية معهم والمتمثلة بأصحاب الإذاعات والفضائيات الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة، حيث أظهر عدد منهم الاستعداد للتعاون مع الباحثة ومن ثم التهرب من الإجابة على أسئلة المقابلة، والبعض منهم وافق بعد إلحاح شديد وطويل لأجل إجراء المقابلات معهم.
2. ونظرا لحجم العينة الكبيرة، كان هناك عدم تعاون من قبل عدد كبير من عيّنة الدّراسة للإجابة على صحيفة الاستقصاء، مما أدّى لتأخر الحصول على البيانات والمعلومات وتحليلها إحصائيا.
3. الانقطاع المستمر لشبكة الانترنت مما تسبب في تأخير عملية البحث والمضي قدما في إنجاز البحث العلمي.
4. شح الكتب والمصادر المطلوبة المتعلقة بأحداث حيّ الشيخ جراح وأحداث القدس حتى اليوم نظراً لحداثة القضية.

1.9 حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعيّة:** اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك وعلاقته بمستويات المعرفة لديهم.
- **الحدود المكانيّة:** محافظات جنوب الضفة الغربية والذي يضمّ محافظتي الخليل وبيت لحم.
- **الحدود البشرية:** المتمثلة في عيّنة الشباب الذين يبلغ أعمارهم 18 – 29، وعددهم (1005).
- **الحدود الزمنية:** والتي تتمثل بأحداث حيّ الشيخ جراح بالقدس عام 2021 حتى عام 2023.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدّراسة والدّراسّات السابقة

- **نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام**
- **الدّراسات السّابقة**
- **التعقيب على الدراسات السابقة**
- **حدود الاستفادة من الدراسات السابقة**

الأدب النظريّ والدراسات السابقة:

الأدب النظريّ:

أدّى انتشار التكنولوجيا والإعلام الجديد إلى تنامي الاتصال والإعلام وزيادة اعتماد الأفراد على هذه التكنولوجيا لسهولة استخدامها واعتمادها للوصول للمعلومات، ويعرف المختصون الاعتماد إجرائيا بأنّه التّعرض، ولكنّ كلمة التّعرض تحمل معنى آخر، المعنى الأول أنّه ليس كل الأفراد الذين يتعرضون لوسائل الإعلام يعتمدون على المضمون الذي تبثه تلك الوسيلة؛ لأنّ البعض منهم يتعرضون لوسيلة ولكن يعتمدون على وسيلة أخرى لاعتماد مضامينها، وينسحب هذا الفهم إلى الإعلام الجديد ومظاهره، لكون الآلاف من المستخدمين يتعرضون لوسائل الإعلام الجديد ويعتمدون على مضمون وسائل أخرى ربما تكون "تقليدية"، وفي ظل وجود وتطور الإعلام الجديد وتطبيقاته هناك تزايد مضطرد في الاعتماد عليه، وعلى مستوى الأعمار كافة، وهذا واضح في ظهور الأحداث الساخنة والأزمات والأوضاع الأمنيّة والسياسيّة المضطربة. (الدعيمي، 2017)

النظريّة المستخدمة في الدّراسة:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث سيتم التطبيق عليها لمعرفة مدى اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات الفلسطينية في محافظات جنوب الضفة الغربية عبر الفيسبوك لانتقاء المعلومات حول أحداث القدس.

1.1 نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر المعلومات، ويعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعيّة لتحقيق أهدافهم، وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات اتجاه واحد، وإنّما تعتمد وسائل الإعلام أيضاً على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون، "ففي ظل تزايد المعلومات في العصر الحديث، أصبحت المعلومات تمثّل مصدر قوة وتميّز لمن يمتلكها، ولمن يستطيع الوصول إليها، فعلى المستوى العام للمجتمع، تسعى معظم الأنظمة، كالنظام السياسي والاقتصادي وغيرها إلى الحصول على المعلومات من أجل بقاء النظام وقدرته علـــى التفاعل مع المجتمع والأنظمة الأخرى، وعلى المستوى الخاص للأفراد يسعى كل فرد إلى الحصول على المعلومات لتحقيق الأهداف الاجتماعيّة والنفسيّة وتعدّ وسائل الإعلام أحد مصادر المعلومات الهامّة والرئيسة التي يعتمد عليها الأفراد في العصر الحديث" (الدليمي، 2016).

1.2 نشأة هذه النظرية:

من أبرز الذين وضعوا هذه النظرية هما الباحثان (دليغر وروكيتش) سنة 1976، حيث وضعا إطارا لنظرية الاعتماد على وسائل الاتصال "وتتبع نظرية الاعتماد من العديد من الجذور الفكرية المشابهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات فكلاهما يركز على العلاقة بين الأهداف الفردية والنظام الإعلامي". (الحاج، 2020)

وظهر مفهوم هذه النظرية في السبعينيات من القرن الماضي عندما ملأ كل من دي فلور وساندرا بول روكيش (وهما صاحبا كتاب نظريات وسائل الإعلام ومؤسسا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام) الفراغ الذي خلفه نموذج نظرية الاستخدامات والإشباعات، والذي طالته العديد من الانتقادات منها إهمال تأثير وسائل الإعلام وركز على المتلقي وأسباب استعماله لوسائل الإعلام، وخرجت النظرية من الدوافع الإنسانية للمدرسة الاجتماعية، ويرى باحثو هذه النظرية أنّ هناك اعتمادا متبادلا بين الإعلام والنظام الاجتماعي الذي ينشأ فيه، وتحاول هذه النظرية فهم العلاقة ما بين الجمهور والإعلام، وتركّز في الإجابة على سؤال: لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق الهدف؟. (عبد الحميد ص.، 2012)

أمّا بالنسبة لفكرة النظرية فإنّه يمكن القول بأنّ تطور الحياة في المجتمعات الحديثة وتعقد الحياة فيها والتقدم والتمدد المستمر في تكنولوجيا وسائل الإعلام، تتزايد أهميّة وسائل الإعلام في نقل المعلومات "كما تعدّ المصدر الأساسي لإدراك المواطن العادي للأحداث القوميّة والعالميّة". (المفلح، 2015)

تقول هذه النظرية إنّ في المجتمع الحديث أعضاءً يعتمدون على وسائل الإعلام من أجل تكوين معارفهم وتكوين اتجاهاتهم نحو ما يحدث في مجتمعاتهم، ويقول الدكتور حسني نصر "إنّ نوعيّة الاعتماد على وسائل الإعلام ودرجتها تعتمد على عدد من العوامل، أهمّها درجة اتجاه المجتمع إلى التغيير، ودرجة عمل نظام الإعلام في المجتمع وكفاءته". (نصر، 2015)

ويقول الدكتور مصطفى كافي إنّ "قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفيّ والعاطفيّ والسلوكيّ، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم الاستقرار بسبب الصراع والتغير" (كافي، 2015)، حيث في فترة الأزمات يزداد الإقبال على المعلومات، كلما كانت

المعلومات مصدرها من مصادر إعلامية موثوقة وموضوعية وموزونة ومتعددة المصادر، كلما ساعدت في بناء رأي عام حقيقي وقوي ومتماسك حتى لو قدمنا معلومات سلبية.

1.3 علاقات الاعتماد المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظم الاجتماعية:

هناك من الدراسات التي تجري في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وهي:

أولاً: الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام (المحيا، 2012):

إنّ الأفراد مثل النظم الاجتماعيّة، يقيمون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام، لأنّ الأفراد توجههم الأهداف، وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام، ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية:

1. **الفهم** مثل: معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعيّ من خلال معرفة الأشياء عن العالم أو الجماعة المحليّة وتفسيرها.
2. **التوجيه:** ويشتمل على توجه العمل مثل: أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحتفظ برشاقتك؟ وتوجيه تفاعلي مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.
3. **التسلية:** وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل: الراحة والاسترخاء والاستثارة والتسليّة الاجتماعية مثل: الذهاب إلى السينما، أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء، أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة.

وتعدّ عملية اعتماد الفرد على وسائل الإعلام أعقد من التعرض للوسيلة؛ لأنّ التعرض للوسيلة الإعلاميّة يكون في بعض الأحيان عن طريق الصدفة أو عادة اتصالية دون أن تكون الوسيلة هي مصدر للمعلومات، ووفق نظرية الاعتماد تكون قوة وسائل الإعلام هي سيطرتها على مصدر المعلومات التي يحقق من خلالها الجمهور أهدافه الرئيسية.

ثانياً: علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية (حدادي، 2020):

يرى الباحثان "ميلفين ديفلير" و"ساندرا بول روكيتش" أنّ العلاقات القائمة على الحاجة المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع يمكن تفسيرها في إطار مفهوم

الاعتماد المتبادل، فمثلاً الحكومات والمؤسسات الأخرى التي ترغب في التواصل مع جمهورها لا يمكنهم الاعتماد عن طريق التواصل الشخصي لكي يصلوا إلى الملايين من الأفراد والناس، وبالتالي فإنّها تلجأ للاعتماد على وسائل الإعلام لتحقيق ذات الغرض، وخلق رابط الاتصال بالجمهور المستهدف، وتتحكم وسائل الإعلام في المعلومات وموارد الاتصال؛ لكي تؤدي وظائفها بكفاءة في المجتمعات الحديثة المعقدة.

ويعتمد النظام السياسي على موارد وسائل الإعلام لعدة أهداف منها (حدادي، 2020)**:**

أ- زيادة القيم والمعايير السياسية مثل الحرية والمساواة وتدعيمها.

ب- الحفاظ على النظام السياسي وتحقيق التكامل الاجتماعي من خلال بث روح الإجماع.

ت- تعزيز الشعور بالمواطنة لتنفيذ الأنشطة السياسية مثل الحماس للحرب.

ث- التحكّم وكسب الصراعات داخل الدولة، مثل صراعات الأحزاب.

في حين تهدف وسائل الإعلام في الاعتماد على النظام السياسي لتحقيق (حدادي، 2020)**:**

أ- الحماية التشريعيّة والقضائيّة والتنفيذيّة.

ب- للحصول على المعلومات منها لتغطية الأخبار مثل: الأخبار السياسيّة والاجتماعيّة.

ت- تحقيق العائدات من الإعلانات السياسيّة في الحملات الانتخابيّة.

1.4 فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

حيث تقوم هذه النظرية على عدد من الافتراضات وهي :

1. تختلف المجتمعات وفقا لدرجة استقرارها، وكلّما زادت حالات الاضطراب وعدم الاستقرار في مجتمع ما كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام.
2. كلما كان النظام الإعلامي القائم في مجتمع ما قادرا على تحقيق أهداف الجمهور في هذا المجتمع وإشباع احتياجاته كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
3. تختلف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام بين الجمهور وفقا لظروفهم وخصائصهم وأهدافهم. (المقصورد، 2018)

1.5 مجالات التأثير الناتجة عن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: (عبد الحميد ص.، 2012)

1. **التأثيرات المعرفية:** مثل إزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الحدث، وذلك بتقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث، وأيضا التأثير في إدراك الجمهور للأهميّة النسبيّة التي تمنحها لبعض القضايا، أيضاً من التأثيرات المعرفيّة الخاصة بالقيم والمعتقدات، ويمكن تفصيل التأثيرات المعرفية كما يلي:
   - أ- **إزالة الغموض:** فمن المعروف أنّ الغموض يكون سببه هو نقص المعلومات حول قضية أو حدث معين مما يؤدي إلى عدم التفسير الصحيح من قبل الأفراد، وبالتالي يقوم الأفراد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإزالة ذلك الغموض وتكشفها وسائل الإعلام من خلال التفسير الصحيح أو بزيادة المعلومات حول الحدث.
   - ب- **تكوين الاتجاه:** تكوّن وسائل الإعلام الاتجاه لدى الجمهور مع عدم إغفال الدور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه، مثل مشكلات البيئة والتربية.
   - ت- **ترتيب الأولويات:** حيث إنّ لهذا الأثر نظرية أخرى مستقلة تحمل نفس الاسم، وتقوم وسائل الإعلام بإبراز قضايا وتخفي أخرى، مما يشكل أهميّة لدى الأفراد بسبب تسليط الإعلام الضوء على قضية دون أخرى.
   - ث- **اتّساع الاهتمامات:** وذلك أن وسائل الإعلام تعلم الجمهور أشياء ومعارف لا يدركونها من قبل.
2. **التأثيرات الوجدانية:** والمتعلقة بالمشاعر والأحاسيس، مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف، وأيضا التأثير المعنوي، مثل الاغتراب عن المجتمع، ويمكن شرح هذه التأثيرات كالتالي:
   - أ- **الفتور العاطفي:** ويتكون هذا الأثر نتيجة التعرض لوسائل الإعلام والذي يؤدي إلى الشعور بالفتور العاطفي، وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين، وذلك بسبب التعرّض لمشاهد العنف التي تصيب الفرد بالتبلد واللامبالاة.
   - ب- **الخوف والقلق:** التعرُّض لمشاهد العنف عبر وسائل الإعلام يصيب الفرد بالخوف والقلق والرعب من الوقوع في هذه الأعمال، أو أن يكون ضحيّة لها.
   - ت- **الدعم المعنوي:** حيث تقوم وسائل الإعلام بأدوار اتّصالية مع جمهورها وترفع الروح المعنوية لديهم.

3. **التأثيرات السلوكية:** والمتمثّلة في الحركة أو الفعل، الذي يظهر في سلوك علني، وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفيّة والتأثيرات الوجدانيّة، ومترتبة عليهما، وتُحصر في أمرين: (كافي، 2015)

أ- **التنشيط:** وهو أن يقوم الفرد بنشاط نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام ويكون تأثر بالتأثيرات المعرفية والوجدانية.

ب- **الخمول:** وهو العزوف والابتعاد عن القيام بعمل معين بسبب التغطية المبالغ فيها والذي يؤدي إلى الملل.

1.6 تطبيق مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام في الدراسة:

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أفضل النظريات التي تمكّن الباحثة من دراسة اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينيّة عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس وعلاقته بمستويات المعرفة لديهم، وذلك لعدة تبريرات منها:

أ- تفيد النظريّة في التعرف على تأثير عمليّة الاعتماد على اتجاهات الأفراد تبعاً للخصائص الديمغرافية الخاصة بالشباب الفلسطينيّ، وهي: الجنس، والسن، والمستوى التعليمي.

ب- تسهم في الكشف عن حجم التأثيرات الناتجة عن اعتماد الشباب الفلسطينيّ على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينيّة عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، وقد تكون هذه التأثيرات معرفيّة أو وجدانيّة أو سلوكيّة.

ت- تفيد في معرفة الأسباب التي دفعت الشباب الفلسطينيّ إلى الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس.

ث- تستفيد الدراسة الحالية من مبادئ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال التأكيد على أنّ مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينيّة عبر الفيسبوك يتمّ الاعتماد عليها من قبل المستخدمين للحصول على عدد كبير من الحاجات والأغراض سواء معلومات وأخبار وترويج للأفكار.

ج- كذلك تفيد في تفسير النتائج المتعلقة بإقبال الشباب الفلسطينيّ على مواقع الإذاعات الفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك، وهذا يعني أن الفئة العمرية من هؤلاء المستخدمين يعتمدون على هذه المواقع في تحقيق أهدافهم المختلفة، لم يكن ليتحقق كثير منها من خلال استخدامهم وسائل الإعلام التقليدية.

ح- تفيد في الكشف عن الدوافع وراء الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس وعلاقة استقرار المجتمع بزيادة الاعتماد.

وجاء توظيف هذه النظرية للكشف عن "اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك وعلاقته بمستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس"، إلى جانب التعرّف على أسباب الاعتماد والآثار المعرفيّة والوجدانيّة والسلوكيّة المترتبة على هذا الاعتماد.

1.7 الدّراسات السّابقة:

تناولت الدراسات السابقة موضوعات مشابهة لموضوع الدراسة، لكنّ معظم الدراسات العربيّة والإنجليزيّة ركّزت على اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات أو قضايا وأحداث معينة، وتجدر الإشارة – حسب علم الباحثة – بأنّه لا توجد دراسات سابقة تناولت اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك وعلاقته بمستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس، وتمّ عرض الدراسات السابقة التي تناولت الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي أو القريبة من الدراسة الحالية وفقا للتسلسل الزمنيّ من الأحدث للأقدم:

1. **(الكوع وآخرون، 2023) المقاومة الرقميّة الفلسطينيّة في قضيّة حي الشيخ جراح: دور الصفحات الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي في مواجهة محاولات التهجير والتهويد.**

هدفت الدراسة إلى توضيح دور الصفحات الشخصيّة للنشطاء الفلسطينيين على وسائل التواصل الاجتماعي في مواجهة محاولات التهجير والتهويد، من خلال تحليل الموضوعات التي تناولتها الناشطة المقدسيّة (منى الكرد) عبر صفحاتها الفيسبوك والانستغرام التويتر لقضية حيّ الشيخ جراح وتأطيرها.

واستخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي من خلال أداة التحليل الموضوعي، وتمثّل مجتمع الدراسة في المنشورات التي نشرتها (الكرد) عبر صفحاتها الرسميّة على المنصات المذكورة، فيما تشكّلت عيّنة الدراسة من هذه المنشورات جميعها في الفترة الممتدة ما بين 2021/3/1 وحتى 2021/11/30 والبالغ عددها (194) منشورا، واعتمدت الدراسة على نظريتين وهما: نظرية ترتيب الأولويات، ونظرية التأطير الإعلامي.

وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمّها:

- أنّ (الكرد) اعتمدت على الفيسبوك بشكل كبير عند الحديث عن قضية الشيخ جراح بنسبة 41.2%.
- وحاز موضوع الدعوة للمشاركة والتضامن مع أهالي حي الشيخ جراح على المرتبة الأولى في المواضيع التي ركزت عليها من خلال الفيسبوك بما نسبته 25.4%.
- فيما كان موضوع صمود أهالي حي الشيخ جراح هو الأعلى على الإنستغرام بنسبة 18.7%.

وأوصت الدراسة إلى:

- ضرورة استخدام الصفحات الشخصية للفيديوهات والإنفوجرافيك بشكل أكبر عند الحديث عن قضية حي الشيخ جراح.
- بالإضافة إلى أهميّة أن يكون هناك دراسات متخصصة في تأطير الجانب الإسرائيلي وتناوله لقضية حي الشيخ جراح على مواقع التواصل الاجتماعي.

2. (الناصر و مشاقبة، 2022) **متابعة الجمهور لصفحات الفضائيات الأردنية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل معارفهم نحو أزمة كورونا.**

هدفت الدراسة إلى التّعرف على طبيعة استخدام الجمهور الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى متابعتهم لصفحات القنوات الفضائيّة الأردنيّة على هذه المواقع، واستكشاف أبرز جوانب وموضوعات التغطية الإعلاميّة لجائحة كورونا عبر المحتوى المنشور على صفحات هذه القنوات كما يراها الجمهور، والأثر المعرفي المتحقق لديهم من هذه التغطية.

ولتحقيق تلك الأهداف اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسح الإعلامي وأسلوب المقارنة، وكذلك استخدمت أداة الاستبيان وتوزيعها على عينة 407 مفردة من مجتمع الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى:

- أنّ صفحات مواقع التواصل الاجتماعي لتلفزيون المملكة تقدمت في حجم متابعة الجمهور على صفحات تلفزيون رؤيا الذي جاء ثانيا، وتلاها صفحات التلفزيون الأردني.
- أنّ الجمهور يتابع صفحات القنوات في موقع فيس بوك بشكل أكبر من موقع تويتر والمنصات الاجتماعية الأخرى.

- أظهرت الدّراسة أنّ التعرّف على مستجدات الأزمة محليا جاءت في المركز الأول بين المعارف المتحققة من خلال فيس بوك تلاها إعطاء معلومات دقيقة عن ساعات الحظر ثم تزويد الجمهور بمعلومات عن نسبة الفحوصات الإيجابية يوميا.
- تصدرت أوقات الحظر المعارف المتحققة من تويتر وبنفس الدرجة جاءت المعلومات عن حالات الشفاء وتلتها معرفة أوقات السماح بالمشي أثناء الحظر والمعلومات حول قوانين الدفاع.

وأوصت الدراسة إلى:

- تركيز القنوات التلفزيونية على تقديم محتوى متنوع عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي بحيث يتناسب مع احتياجات الجمهور.
- كذلك تطوير قدرات القنوات التلفزيونية على إدارة صفحاتها وضخ تمويل مناسب لترويج أنشطتها عبر هذه الصفحات.

3. **(Makananise, 2022) Youth Experiences with News Media Consumption: The Pursuit for Newsworthy Information in the Digital Age.**

هدفت الدراسة لاستكشاف تجارب الشباب على أساس استهلاك وسائل الإعلام الإخبارية ومتابعة القصص الإخبارية من خلال منصات إعلامية متنوعة في العصر الرقمي.

ويعتبر هذا البحث كيفي، وتمّ اختيار عيّنة قصدية من 20 مبحوثاً تتراوح أعمارهم بين 18 و34 عاماً من ثوهوياندو بجنوب إفريقيا، وتم تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال المقابلات شبه المنظمة موضوعياً.

وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أنّ الشباب المبحوثين يستهلكون القصص الإخبارية ويعتمدون بشكل كبير على المنصات الرقمية.
- وأنه على الرغم من اعتماد الشباب على الوسائط الرقمية، لا يزال التلفزيون والصحف مفضلين للتزود ومتابعة الأخبار من خلالهما بسبب مصداقيتهما ودقتها.

وأوصت الدراسة إلى:

- ضرورة أن تنشر منصات الوسائط الرقمية أخباراً دقيقة وموضوعية.

4. **دراسة (الفاعوري، 2021)، توظيف المؤثرين لشبكات التواصل الاجتماعي في قضية "حي الشيخ جراح" 2021 م.**

هدفت الدارسة التعرف على ماهية وكيفية توظيف المؤثرين لشبكات التواصل الاجتماعي في قضية "حي الشيخ جراح" من داخل فلسطين وخارجها، والتحديات التي واجهت المؤثرين أثناء وبعد إيصال الرسالة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدمت تحليل المضمون كأداة بالإضافة إلى المقابلات المعمّقة، تمّ تحديد أبرز الشبكات التي يعتمد عليها الجمهور في متابعة قضيّة "حي الشيخ جراح" من خلال استبانة استباقية، ومن ثم تم اختيار مجموعة من مؤثري شبكات التواصل الاجتماعي وتحليل المحتوى المنشور عبر صفحاتهم في الفترة الزمنية آذار/مارس 2021 لغاية تشرين الأول/أكتوبر 2021 بالإضافة إلى إجراء مقابلات مع عدد منهم.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أنّ المواضيع الإنسانية والاجتماعية كانت أبرز المواضيع التي نشرت على صفحات المؤثرين فيما يخص قضية "حي الشيخ جراح بنسبة (36.79%).
- أنّ الفيديو والبث المباشر كان الأكثر استخداماً من قبل المؤثرين لشبكات التواصل الاجتماعي في قضية حيّ الشيخ جراح.

وأوصت الدراسة إلى:

- إنشاء شبكات ومواقع عربية متخصصة بالشأن الفلسطيني وخصوصا المقاومة في الداخل، لتجنب التعرض للقيود المفروضة من قبل الشبكات العالميّة والمنع والحجب للمحتوى المنشور.
- تدريس مساقات تتعلق بخوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي والتعامل معها من قبل مرسلي الرسالة الإعلامية.

5. **(Zahoor & Sadiq, 2021) Digital public sphere and Palestine-Israel conflict: A conceptual analysis of news coverage.**

هدفت هذه الدراسة لتناول العلاقة بين وسائل الإعلام والصراع الفلسطينيّ الإسرائيليّ بعد ظهور منصات التواصل الاجتماعيّ وتوظيفها من قبل وسائل الإعلام التقليديّة في تغطية الصراع.

واستخدمت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واستندت للمنهج الكيفي لتحليل وتفسير الظاهرة، وركزت الدراسة على أسباب استخدام المؤسسات الإعلامية التقليدية لوسائل التواصل الاجتماعي لتغطية الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، ومن أبرز النتائج التي وصلت إليها الدّراسة هي: أنّ وسائل الإعلام التقليدية تقوم بنشر الأخبار المتعلقة بالصراع الفلسطينيّ الإسرائيليّ عبر مواقع التواصل الاجتماعي لجذب انتباه أكبر عدد من المشاهدين.

وخلصت الدراسة إلى أبرز النتائج وهي:

- أنّ الجمهور يعتمد على المواقع الإخبارية التقليدية عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لمصداقيتها ومهنيتها.
- وأنّ الأخبار المتعلقة بالصراع الفلسطينيّ الإسرائيليّ تجذب أكبر عدد من الجمهور من خلال المواقع الإعلاميّة التقليديّة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وأوصت الدراسة إلى:

- إجراء بحث مستقبلي حول علاقة الصراع الإعلامي من خلال التركيز على استخدام وسائل الاتصال الجديدة من قبل وسائل الإعلام التقليدية.

6. **دراسة (زاير و غضبان، 2020) استخدامات الطلبة الجامعيين لراديو الانترنت – دراسة ميدانية على طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي.**

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات راديو الإنترنت من قبل الطلبة الجامعيين، ومدى الإشباع منه، ذلك من ناحية استعماله في التحصيل المعرفيّ والعلميّ من الطلبة، وكذلك تحديد وكشف أنماط وعادات تصفح الطلبة، واستخدام وسيلة راديو الانترنت وإظهار مختلف خدماته وفوائده التي يستفيد منها الطالب الجامعي في مسيرته الدراسية، وكذلك معرفة الأسباب والدوافع التي مكنت الطالب إلى اللجوء لراديو الانترنت.

وتعدّ هذه الدّراسة من الدراسات المسحية لمسح جمهور وسائل الإعلام ويتبع المنهج المسحي، واستخدم الباحثان أداة الملاحظة والاستبيان لتحقيق غرض الدراسة، والعيّنة كانت من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، وبذلك تمّ استخدام عيّنة من الكلية 100 مفردة.

وخلصت الدراسة إلى أبرز النتائج وهي:

- أنّ من بين الخصائص التي تدفع المبحوثين للاستماع لراديو الانترنت هو توفر خاصية عرض الصوت والصورة في لحظة واحدة.
- أنّ راديو الانترنت تساعد على طمس معالم الجمهور إلا إذا تمّ إنشاء برمجيات تكنولوجية حديثة ومتطورة تكون ذات طابع محلي ورقعة جغرافية محددة ضمن تقارب الجمهور.

7. دراسة (مناجرة، 2020) اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة درجة اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك في تشكيل الوعي السياسي لديهم، كما سعت هذه الدراسة إلى معرفة أنماط استخدام طلبة الجامعات الأردنية لموقع الفيسبوك، إضافة إلى معرفة أهمّ القضايا والأخبار التي يبحث عنها طلبة الجامعات، ومعرفة التأثيرات المعرفيّة والسلوكيّة والوجدانيّة التي تنتج عن اعتماد الشباب الجامعيّ على الفيسبوك لرفع درجة وعيهم السياسيّ.

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتعدّ هذه الدراسة من ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات المطلوبة، على عينة عشوائية بسيطة بلغت (200) مفردة من طلبة الجامعات في جامعة اليرموك والعلوم والتكنولوجيا وجامعة جدارا وإربد الأهلية.

توصلت الدراسة إلى نتائج عدة وهي:

- وجود درجة متوسطة لدرجة الاعتماد على الفيس بوك في تشكيل الوعي السياسي، ووجود درجة مرتفعة لأسباب الاعتماد على موقع الفيسبوك.
- وجود درجة متوسطة لأهمّ القضايا والأخبار التي يعتمد عليها طلبة الجامعات من خلال الفيسبوك.
- كما أظهرت النتائج وجود درجة متوسطة للآثار المعرفيّة والوجدانيّة والسلوكيّة.
- كما أنّ غالبية أفراد عيّنة الدراسة يقضون من ساعة إلى أربع ساعات وذلك بنسبة (54.5%).

وأوصت الدراسة إلى:

- تفعيل مشاركة الشباب الجامعي في شبكات الإعلام الاجتماعي والإلكتروني، لأنّ المواطن أصبح صانع الحدث الإعلامي على هذه الشبكات.
- استثمار شبكات التواصل الاجتماعي نحو الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي واستقطاب الشباب بوسائل واقعية وملائمة تحاكي حياتهم اليومية.

8. (David et al., 2019) Reliance on Facebook for news and its influence on political engagement

هدفت الدراسة التعرف إلى العلاقة بين الاعتماد على الفيسبوك للحصول على الأخبار والمعرفة السياسية والمشاركة السياسية في الفلبين.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح عبر الإنترنت، واستخدم الباحث أداة الاستبيان على عيّنة الدراسة عددهم 978 مفردة وتتراوح أعمارهم ما بين (14 – 45).

وخلصت الدراسة إلى نتائج عدة أهمّها:

- أنّ الجمهور الذي يعتمد بشكل أقل على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر إخباري يظهر مستويات أعلى من المعرفة المتصورة حول السياسة من الذين يعتمدون عليه أكثر للحصول على الأخبار.
- أنّ الاعتماد من قبل المبحوثين على الأخبار عبر فيسبوك مرتفعاً نسبياً، حيث أفاد 63٪ أنهم إذا لم يحصلوا على أخبار من المنصة، فسيكونون على علمٍ طفيف فقط، وقال 4٪ آخرون إنهم لن يتم إبلاغهم على الإطلاق.
- أن (72٪) من المبحوثين يلجؤون عادةً إلى الآخرين للحصول على معلومات سياسية.

9. . دراسة (جودة، 2018) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز عروبة القدس لدى طلبة جامعة الأقصى.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز عروبة القدس، ومعرفة أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل طلبة جامعة الأقصى.

وتتبع الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة الاستبانة لقياس آراء أفراد العيّنة، حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز عروبة القدس.

وخلصت الدراسة لأهمّ النتائج وهي:

- أنّ لشبكات التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في تعزيز عروبة القدس لدى الطلبة في جامعة الأقصى.
- أنّ لشبكات التواصل الاجتماعي دورا أكبر في تعزيز عروبة القدس لدى الطالبات.
- أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما هي الفيس بوك بنسبة (58.5%).

وأوصت الدراسة إلى:

- استثمار شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أفضل لتوعية الشباب الفلسطيني بالقضايا السياسية وتسويق القضية الفلسطينية بشكل أفضل.

10.دراسة (رضوان، 2016) اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات.

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، وأسباب هذا الاعتماد، ودوافعه، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد الشباب الفلسطيني على النوع الجديد من الصحافة بأنواعها.

وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدم فيها المنهج المسحي الإعلامي، واستخدم الباحث أداتي صحيفة الاستقصاء والمقابلة المقننة، تمثل مجتمع الدراسة الشباب الفلسطيني الذين يقعون في الفئة العمرية من 18 إلى 35 عام واختيار عيّنة عشوائية بسيطة منهم 383 مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج مهمة وهي:

- أنّ اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول بنسبة (77.8%) في أوقات الأزمات.
- وتصدرت تطبيقات التواصل الاجتماعي أنواع صحافة الهاتف المحمول التي اعتمد عليها المبحوثون في متابعة أحداث انتفاضة القدس بنسبة (88.2%).

وأوصت الدراسة بما يلي:

- زيادة التطبيقات والحسابات الفلسطينية على الهواتف الذكية وخاصة من المؤسسات الإعلامية والوكالات والمواقع الإخباريّة الرسميّة.
- التزام الصحفيين والنشطاء الإعلاميين بالدقة والموضوعيّة في نقل الأخبار في أوقات الأزمات.

11.دراسة (حمدي، 2018) اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية.

هدفت الدراسة إلى معرفة درجة اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات والأخبار، ومعرفة طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الشباب السعودي.

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، وعلى أداة الاستبانة، وتكونت عيّنة الدراسة من 401 مفردة من طلبة جامعة تبوك في المملكة العربية السعودية، ووظفت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لقياس درجة اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي.

وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمّها:

- أنّ الترفيه وقضاء وقت الفراغ، ثم الحصول على الأخبار والمعلومات، كانت من أهمّ دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- وتبين أنّ الفوائد الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على غيرها من الآثار من وجهة نظر أفراد عيّنة الدّراسة مثل ازدياد الاطلاع على الأخبار والمعلومات وزيادة الثقافة العامة.
- وأنّ مواقع التواصل الاجتماعي تشكل مصدرا مهما للحصول على المعلومات والأخبار، وأنّ من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا هي الواتس اب.

وأوصت الدراسة إلى:

- أن يتمّ توعية الشباب بإيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

12.دراسة (المصري إ.، 2016) استخدام النخبة لمواقع التواصل الاجتماعي في تسويق القضية الفلسطينية.

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى مدى استخدام النخبة الإعلامية الفلسطينية لمواقع التواصل الاجتماعي في تسويق القضية الفلسطينية، وذلك من خلال التعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمه النخبة الإعلامية.

وتقع هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية، واعتمدت منهج المسح، وتمّ استخدام صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات وكان مجتمع الدراسة هو النخبة الإعلامية الفلسطينية.

وتوصل الباحث إلى عدة نتائج أهمها:

- أنّ الحاسوب هو الجهاز المستخدم من عيّنة الدراسة بشكل أكبر للاطلاع على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (59.3%) ثم الجوال بنسبة (40.7%).
- وأنّ استخدام جميع أفراد العينة لموقع الفيس بوك بشكل دائم وذلك بنسبة 100%.

وأوصى الباحث:

- بضرورة توحيد الجهد الإعلامي ووجود تنسيق وتكامل بين وسائل الإعلام الحديثة متمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها، وبين وسائل الإعلام التقليدية لإيجاد خطاب إعلامي موحد قادر على تسويق القضية الفلسطينية للعالم الخارجي.

13.دراسة (أبو مراد، 2016) اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية أثناء الأزمات.

هدفت الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية أثناء الأزمات، ومعرفة أهمّ مواقع الصحافة الإلكترونية التي تلجأ إليها النخبة السياسية الفلسطينية أثناء الأزمات، وكشف الدوافع الكامنة وراء اعتماد أفراد العينة على الصحافة الإلكترونية، ومعرفة درجة الثقة التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية كمصدر للمعلومات بالنسبة لأفراد النخبة السياسية، بالإضافة لمعرفة الآثار الناجمة الناتجة عن اعتماد المبحوثين على الصحافة الإلكترونية.

وتعدّ هذه الدراسة من البحوث الوصفية، وتمّ استخدام منهج المسح وجمع البيانات باستخدام صحيفة الاستقصاء والمقابلة المقننة، وشملت الوزراء وقادة القوى والفصائل العاملة في الساحة الفلسطينية في قطاع غزة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها:

- أنّ ما نسبته (100%) من العينة المبحوثة تستخدم الانترنت.
- وأنّ الفورية والتحديث المستمر الذي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية في مقدمة الأسباب التي تدفع المبحوثين لاستخدام شبكة الانترنت والاعتماد على الصحافة الإلكترونية بنسبة بلغت (70%).

وأوصت الدراسة ما يلي:

- تزويد وسائل الصحافة الإلكترونية بمزيد من المراسلين المتخصصين للعمل معها وخاصة أثناء الأزمات ليتمكنوا من تغطية الأحداث بشكل أكثر موضوعية.

14.دراسة (بربخ، 2015) اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014.

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014، ومعرفة مدى المتابعة لها، ومعرفة الأسباب المرتبطة بهذه المتابعة وأسباب التفضيل لهذه الشبكات، والتعرف على أهمّ الشبكات التي تم الاعتماد عليها.

وتقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية واستخدام منهج المسح الإعلامي، تمّ جمع البيانات باستخدام صحيفة الاستقصاء والمقابلة المقننة، وتمّ اختيار عيّنة حصصية من النخبة السياسية الفلسطينية في قطاع غزة.

وخلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمّها:

- أنّ شبكات التواصل الاجتماعي هي في مقدمة المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون كمصدر للمعلومات أثناء العدوان بنسبة (78.66%)، في حين ما نسبته (70.12%) اعتبروا الإذاعات مصدرهم للمعلومات أثناء العدوان.
- أنّ المبحوثين يعتمدون بدرجة عالية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات أثناء العدوان بنسبة (40.2%)، بينما كان اعتمادهم عليها بدرجة منخفضة بنسبة (4.9%).
- أنّ الفيسبوك كان في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات أثناء العدوان بنسبة (96.34%).

وأوصت الدراسة إلى:

- اهتمام صفحات التواصل الاجتماعي الفلسطينية بتناول الاعتداءات الإسرائيلية وتداعياتها وإبراز الأخبار والمعلومات عبرها.
- إعطاء المزيد من الاهتمام من قبل القائمين على شبكات التواصل الاجتماعي والنشطاء بالدراسات المتخصصة بالعدوان للاستفادة من نتائجها ومعلوماتها.

15.دراسة (أبو يعقوب، 2015) أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية.

تهدف هذه الدراسة الوقوف على الأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى شريحة طلبة جامعة النجاح الوطنية.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت على استبانة الاستقصاء كأداة للدراسة، وكانت العيّنة من 273 مفردة من طلبة جامعة النجاح الوطنية.

ووصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- أنّ مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تعزيز الوعي السياسيّ والاجتماعيّ، وتدعيم القيم السياسيّة والمشاركة السياسيّة وتوعية الجمهور بما يدور حولهم من أحداث ومواقف، سواء على المستوى الخارجي أو المستوى الداخلي الفلسطيني والمتعلق بالقضية الفلسطينية.
- أنّ مواقع التواصل الاجتماعي ليست وسيلة منفصلة عن باقي وسائل الإعلام التقليدية، بل هي وسيلة مكمّلة لها تخطّت الحدود الجغرافية التي لا يمكن الوصول إليها من خلال الإعلام التقليدي.

وأوصت الدراسة إلى ما يلي:

- استثمار مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الثقافة الوطنية وتعزيز روح الانتماء لدى الأفراد.

16. دراسة (خاطر، 2015) اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة 2014.

هدفت الدراسة إلى رصد مدى اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، وأسباب هذا الاعتماد وأهدافه ودوافعه، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

وتنتمي الدّراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح وفي إطاره تمّ توظيف أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتمّ جمع البيانات باستخدام صحيفة الاستقصاء، التي تمّ توزيعها على عيّنة طبقية عشوائية قوامها (400) مبحوث من طلبة الجامعات الرئيسية في قطاع غزة (جامعة الأقصى، الجامعة الإسلامية، وجامعة الأزهر)، خلال الفترة 2014/11/23م وحتى 2014/12/15.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمّها:

- تصدرت شبكات التواصل الاجتماعي المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في متابعة أحداث العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014 حصلت على نسبة 57,8%.

- وأنّ أهمّ شبكات التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014؛ جاء الفيس بوك في المقدمة بنسبة 78,3%، تلاه تويتر، ثم جوجل بلس.

وأوصت الدراسة إلى:

- ضرورة تكامل الأدوار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.
- ضرورة الاستفادة من جميع شبكات التواصل الاجتماعي وتوظيفها لخدمة القضية الفلسطينية.

17. دراسة (برغوت، 2014) اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية وقت الازمات.

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات، وعلى مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية، وأسباب اعتماده عليها ومدى ثقته بها، والعلاقة بين هذه الثقة وشدة الاعتماد، والتأثيرات المترتبة على اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية كمصدر لمعلوماتهم حول الأزمات.

وتعدّ هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واعتمدت على المنهج المسحي على عيّنة عمدية قوامها 400 مفردة من الشباب الفلسطيني تتراوح أعمارهم بين (19 – 35) من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في قطاع غزة، واعتمد الباحث على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أنّ الفيسبوك تصدر قائمة الشبكات الاجتماعية التي يعتمد عليها المبحوثون بفارق كبير بنسبة 93.8%.
- أنّ المبحوثين يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار عند حدوث الأزمات بنسبة بلغت 78%، جاءت الصحف الإلكترونية في المرتبة الثانية بنسبة 42%.
- يعتمد المبحوثون بدرجة متوسطة على مواقع التواصل للحصول على المعلومات بنسبة 39.3%، بينما كانت نسبة من يعتمدون عليها بدرجة قوية 30.3%.
- رأى 65.5% من المبحوثين أنّ شبكات التواصل وتغطيتها للأزمات تشبع فضولهم المعرفي في بعض الأحيان، بينما رأى 24.8% أنها تشبع فضولهم المعرفي بشكل دائم.

وأوصت الدراسة إلى:

- زيادة المحتوى الموجه باللغة الإنجليزية عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي وبخاصة في مجال الأزمات التي يتسبب بها الاحتلال الإسرائيلي.
- يجب على القائمين على المؤسسات الإعلامية والصحفيين الالتزام بأخلاقيات النشر الإعلامي عند نشر معلومات خاصة بالأزمان عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

18.دراسة (سكيك، 2014) دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية.

هدفت الدراسة التعرف إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بقضاياه الوطنية، وأهم القضايا الوطنية التي تتناولها الشبكات.

وتأتي هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفيّة، حيث اعتمد الباحث نظرية الاستخدامات والإشباعات واستخدم منهج المسح، واعتمد الباحث ثلاث أدوات وهي أداة تحليل المضمون وأداة الاستقصاء الإلكترونية (الاستبيان) وأداة المقابلة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة وهي:

- أنّ شبكة الفيس بوك حصلت على المرتبة الأولى التي يستخدمها المبحوثون للتوعية بالقضايا الوطنية الفلسطينية، وذلك بنسبة (39.3%)، ثم تلاها بفارق كبير تويتر بنسبة (49.65%)، ثم الشبكات الأخرى.
- احتلت قضية الأسرى المرتبة الأولي في القضايا المنشورة على شبكة الفيسبوك بنسبة48%، تلاها بفارق كبير قضية القدس بنسبة 23.2%، ثم قضية الاستيطان بنسبة 18.6%، ثم قضية اللاجئين بنسبة 8.1%.

وأوصت الدراسة إلى:

- ضرورة تخصيص صفحات خاصة بالقضايا الوطنية بحيث يمكن من خلالها الحصول على معلومات دقيقة وتاريخية تعني بكل قضية على حدة.
- الاستعانة بخبراء الإعلام الجديد لجلب الدعم الكافي للصفحات التي تعنى بالقضايا الوطنية.

19. دراسة (المصري ن.، 2014) دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب الفلسطيني.

تهدف الدراسة إلى الكشف عن مدى استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع الشبكات الاجتماعية، ومعرفة مدى إدراك الشباب ووعيهم لاستخدام الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية، وتوضيح دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى

الشباب الفلسطيني، وإدراك مدى قدرة الشباب لاستخدام الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفيّة، واستخدمت منهج المسح والاستبيان أداة لجمع البيانات على عيّنة من الشباب الفلسطيني المستخدم للشبكات الاجتماعية بلغت 462 مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمّها:

- أنّ نسبة (94.6%) من المبحوثين يعتمدون على الشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات السياسيّة.
- أنّ (الفيسبوك) من أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً من قبل المبحوثين إذ جاءت في المرتبة الأولى.
- أنّ المبحوثين يتابعون بكثافة ويفضلون المواد السياسية والإخبارية.
- أنّ الشبكات الاجتماعية حسب آراء المبحوثين ضاعفت من تعزيز دور الشباب العربي في المشاركة السياسيّة بنسبة كبيرة.

وأوصت الدّراسة إلى:

- العمل على استثمار الشبكات الاجتماعية باعتبارها وسيلة لنشر الثقافة السياسيّة وتوعية الجمهور وزيادة اهتمامه بالشؤون السياسيّة بما يخدم القضايا الوطنية.
- إنشاء صفحات ومجموعات تعمل على تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني والعربي.

20. (OBIJIOFOR & HANUSCH, 2013) The use and believability of social networks news among Nigerian youths.

هدفت الدراسة التعرف إلى استخدام أخبار الشبكات الاجتماعية ومستوى مصداقيتها بين الشباب في نيجيريا، نظراً لأن الشبكات الاجتماعية تتضمن محتوى ينشئه المستخدمون، فإنّ مصادر هذه المحتويات وصدقها تكون أحيانا غير صحيحة.

واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بعينة قوامها 300 شاب، ووظفت هذه الدراسة نظرية الاستخدامات والإشباعات، واستخدمت أداة استمارة استبيان.

وخلصت الدراسة إلى نتائج عدة وهي:

- أنّ الشبكات الاجتماعيّة أصبحت مصدراً رئيسياً للأخبار بين الشباب بسبب تفاعل الشبكات والاتصال والفورية وسرعة عملية النشر.
- أنّ أكثر من 70٪ يفضلون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدية بسبب الراحة بشكل أساسي، ومع ذلك، فإنّ مستوى مصداقية الشبكة الاجتماعية لا يزال منخفضاً للغاية؛ وهذا يشير لمستوى منخفض من مصداقية وسائل الإعلام الاجتماعية.

وأوصت الدراسة إلى:

- ضرورة أن يضمن مستخدمو الشبكات الاجتماعية تبادل المعلومات الموثوقة ويجب على المستخدمين دائماً التحقق من المعلومات التي تمّ الحصول عليها.

1.8 التعقيب على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة اعتماد الجمهور المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي لانتقاء المعلومات والأخبار ودورها في عملية التوعية بعد عملية التعرّض، وبعض الدراسات اختلفت مع بعضها في عملية جمع المعلومات وتفسير وتحليل البيانات والاستناد على أدوات مختلفة للبحث والاعتماد على نظريات مختلفة للاستفادة من مبادئها وفرضياتها للوصول إلى نتائج لتحليل مشكلة بحوثهم، ويمكن التعقيب أكثر على الدراسات السابقة كما يلي:

1. وظفت الدراسات السابقة نظريات علميّة مختلفة لتكون مدخلاً لدراستها والاستفادة من مبادئها وفرضياتها، ولكنّ معظم الدراسات السابقة وظفت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلا لدراستها مثل دراسة (الفاعوري، 2021)، (مناجرة، 2020)، و(David, Pascual, & Torres, 2019)، (رضوان، 2016)، (حمدي، 2018)، و(أبو مراد، 2016)، (بربخ، 2015)، و(خاطر، 2015)، و (برغوت، 2014)، و(الناصر ومشاقبة، 2022).
2. اتّضح للباحثة أنّ الدراسات السابقة لم تتطرق لموضوع اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، فغالبية الدراسات السابقة تناولت اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي، أو الاعتماد على الصحافة الإلكترونية للحصول على المعلومات، فالدراسة الحالية انفردت في موضوع الاعتماد على الإعلام التقليدي الفلسطيني (الإذاعات والفضائيات) عبر الفيسبوك.

3. غالبية الدراسات السابقة تناولت موضوعات مشابهة للدراسة الحاليّة حول شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد، ونشأتها ومفهومها وخصائصها وأنواعها ودورها.
4. جميع الدراسات السابقة اختلفت مع الدراسة الحاليّة في عناوينها بتناولها جميع شبكات التواصل الاجتماعي ما عدا دراسة سابقة واحدة اتفقت مع الدراسة الحالية، وهي دراسة (David, Pascual, & Torres, 2019) حيث حصرت عنوانها بالفيسبوك فقط.
5. اشتركت كل من **دراسة** (الكوع، أغبر، عط، وأبو عيشة، 2023)، ودراسة (الفاعوري، 2021) مع الدراسة الحالية في تناول قضية حيّ الشيخ جراح.
6. ركزت معظم الدراسات السابقة على النخبة والصفوة أو الشباب الجامعي وعلاقتها بوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام.

1.9 أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

1) تشابهت الدراسة الحاليّة مع الدراسات السابقة من حيث المنهج المستخدم، في حين اختلفت مع الدراسات السابقة التالية:

- دراسة (الكوع، أغبر، عط، وأبو عيشة، 2023) اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي.
- دراسة (Makananise, 2022) حيث اعتمدت على المنهج الكميّ والكيفيّ.
- دراسة (David, Pascual, & Torres, 2019) الدراسة استخدمت أسلوب مسح الوسيلة الإعلامية.
- دراسة (أبو يعقوب، 2015) الذي يعتمد على المنهج الوصفي التحليلي.

وقد اتفقت من حيث المنهج المستخدم مع بقية الدراسات السابقة.

2) اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث النظرية المستخدمة، في حين اختلفت مع الدراسات السابقة التالية:

- دراسة (OBIJIOFOR & HANUSCH, 2013) حيث وظفت نظرية الاستخدامات والاشباعات.
- دراسة (المصري ن.، 2014) استخدمت نظرية الاستخدامات والاشباعات.
- دراسة (سكيك، 2014) استخدم الباحث نظرية الاستخدامات والإشباعات.
- دراسة (زاير وغضبان، 2020) استخدمت نظرية الاستخدامات والاشباعات.

- دراسة (Makananise, 2022) استخدمت نظرية الاستخدامات والإشباعات.
- دراسة (الكوع، أغبر، عط، وأبو عيشة، 2023) حيث وظفت الدراسة السابقة نظريتيّ ترتيب الأولوليات والإطار الإعلامي.

بينما اتفقت الدراسة الحالية من حيث النظرية المستخدمة مع الدراسات التالية

3) اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث الأداة المستخدمة، في حين اختلفت مع الدراسات السابقة التالية:

- دراسة (الكوع، أغبر، عط، وأبو عيشة، 2023) استندت لأداة تحليل محتوى صفحات التواصل الاجتماعي لمنشورات الناشطة المقدسية منى الكرد.
- دراسة (Makananise, 2022) اعتمدت على أداة المقابلة واختيار المبحوثين بالطريقة القصدية.
- دراسة (الفاعوري، 2021) حيث تمّ استخدام أداتيّ تحليل المضمون والمقابلات المعمّقة.
- دراسة (زاير وغضبان، 2020) استخدمت أداتيّ الملاحظة واستمارة الاستبيان.
- دراسة (جودة، 2018) استخدمت أداة استمارة الاستبيان فقط.
- دراسة (رضوان، 2016) استخدمت أداتي استمارة الاستبيان والمقابلة المقننة.
- دراسة (حمدي، 2018) استخدمت أداة استمارة الاستبيان فقط.
- دراسة (المصري إ.، 2016) استخدمت استمارة الاستبيان فقط.
- دراسة (أبو يعقوب، 2015) استخدمت أداة استمارة الاستبيان فقط.
- دراسة (OBIJIOFOR & HANUSCH, 2013) استخدمت استمارة الاستبيان فقط.

واتفقت الدراسة الحالية من حيث الأداة المستخدمة مع الدراسات التالية.

4) اختلفت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة من حيث العيّنة المستخدمة، ما عدا دراستين اتفقتا مع الدراسة الحالية، وهما:

- دراسة (حمدي، 2018) تمّ تحديد المجتمع في الشباب الجامعي باستخدام عينة طبقية عشوائية.
- دراسة (أبو يعقوب، 2015) حيث تمّ تحديد المجتمع عن طريق عيّنة طبقيّة عشوائيّة.

5) اتفقت الدراسة الحالية مع غالبية الدراسات السابقة في الإطار المعرفي حول موضوع اعتماد الشباب على التواصل الاجتماعي والفيسبوك وأيضاً التعريف بالإذاعة ونشأتها ومفهومها وأنواعها وخصائصها وأثرها على المجتمع، وقد اختلفت الدراسة من حيث الإطار المعرفي مع الدراسات السابقة التالية:

- دراسة (الكوع، أغبر، عط، وأبو عيشة، 2023) التي تناولت دور الصفحات الشخصية للنشطاء الفلسطينيين على وسائل التواصل الاجتماعي في مواجهة محاولات التهجير والتهويد.
- دراسة (الفاعوري، 2021) والتي هدفت التعرف على ماهية وكيفية توظيف المؤثرين لشبكات التواصل الاجتماعي في قضية "حي الشيخ جراح" من داخل فلسطين وخارجها.
- دراسة (جودة، 2018) التي تناولت دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز عروبة القدس.

وقد اتفقت من حيث الإطار المعرفي مع بقية الدراسات السابقة.

6) اختلفت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة أنّها لم تتطرق لموضوع مستقبل الإذاعات والفضائيات الفلسطينية في ظل تمدد وتطور الإعلام الجديد.

1.10 حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

1. التعرف إلى موضوعات الدراسات السابقة وأهدافها ومشكلتها وأدواتها.
2. معرفة المنهج المناسب للدراسة، وكذلك الأدوات المناسبة.
3. المساعدة في تحديد مجتمع وعيّنة الدراسة.
4. مطالعة الدراسات السابقة من أجل توفير قاعدة مراجع يمكن الاعتماد عليها لاحقاً.
5. الكشف عن النتائج والتوصيات التي توصل إليها الباحثون السابقون في دراساتهم.
6. المساعدة في تصميم صحيفة الاستقصاء بعد الاطلاع على الدراسات السابقة.
7. معرفة ما لم يتطرق إليه الباحثون السابقون في دراساتهم لاستحداث شيء جديد والخروج بنتائج جديدة وتوصيات جديدة في هذا الدراسة.
8. التعرف على طبيعة الأبحاث الأجنبية وكيفية تناولهم لقضايا إعلامية خاصة في دولهم بحسب ثقافاتهم المختلفة والتعرف على البيئة الإعلامية الغربية ومدى اختلافها مع البيئة الإعلامية الشرقية.

الفصل الثالث: الإطار المعرفي

3.1 **المحور الأول: الإعلام التقليدي**

3.2 **المحور الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك**

3.3 **المحور الثالث: الإذاعة والفضائيات، الإعلام الفلسطيني، الإعلام الجديد**

3.4 **المحور الرابع: الصراع العربي الإسرائيلي، أحداث القدس، حيّ الشيخ جراح**

3.5 **المحور الخامس: الشباب الفلسطيني وتفاعلهم مع أحداث القدس**

3.6 **المحور السادس: الإعلام التقليدي عبر الفيسبوك**

3.7 **المحور السابع: مستقبل الإعلام التقليدي (الإذاعة والتلفزيون) في فلسطين**

الإطار المعرفي للدراسة:

3.1 المحور الأول: الإعلام التقليدي:

لم يكن الإعلام التقليدي وليد الساعة، بل مر بعملية الاتصال على عدة مراحل، حيث مارست المجتمعات التي سكنت الكهوف والحضارات القديمة عملية الاتصال، حيث اخترع الإنسان الكتابة منذ آلاف السنين، والتي كانت نقطة تحوُّل في تاريخه، وفي القرن العاشر نشر الرومان الصحف الحائطيّة التي أخذت بالتطور حتى اختراع آلة الطباعة والتي بات يعرف اليوم (بآلة جوتنبرج)، ومع بدايات القرن التاسع عشر بدأت الصحف بالظهور، وبدأ عصر وسائل الإعلام بالظهور في القرن العشرين مع انتشار الفيلم والراديو والتلفزيون بين الناس بشكل كبير. (الشمايلة وآخرون، 2015)

أسهم ظهور وسائل الإعلام التقليديّة المتمثّلة بالصحف، والإذاعة، والتلفزيون في تطوُّر الإعلام وطرق انتشار المعلومة إلى الجمهور، وكما عرّجنا سابقا حول تطور وسائل الاتصال بين الجمهور قديما عبر التاريخ، بدءًا من الإشارات حتى التطور التكنولوجي الذي نشهده اليوم، ومع هذا التطوّر السريع لم يعد مصطلح السلطة الرابعة صالحا، بل بات يطلق عليه خبراء وباحثون بأنّه (السلطة الخامسة)، لأنها تعتمد أساساً على ثورة التكنولوجيا والمعلومات والاتصال (الإنترنت والهواتف الذكية والمواقع الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي) (المقدادي، 2013).

ومن نافلة القول أنّ الإعلام التقليدي اليوم يعيش تحولات جذرية، ويعيش لحظات فارقة في تاريخه، حيث بات هيمنته باعتباره حارسا لمعلومات ضحلة ومهددة، بسبب الانفجار التكنولوجي الهائل والجمهور الذي بات يعتمد هذه التكنولوجيات التي وفرت لهم أدوات ومنصات سهلة الاستخدام، والذي أثر سلباً على الإعلام التقليدي وشكل تحدياً للممارسة الإعلامية التي كانت سائدة. (رابح، 2014)

وبذلك، لم تقف وسائل الإعلام التقليديّة مكتوفة الأيدي أمام هذا التطور الهائل في مجال التكنولوجيا والاتصال، فقط اضطرت مُكرهة على التكيف معها وتحسين إمكاناتها وتطويرها من خلال استثمار إمكانات الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والتشارك معها، لمواجهة تفتت الجمهور، وتراجع عادات المتابعة نتيجة هذا التطور (رابح، 2014)، فنجد توظيف الإعلام التقليدي للإعلام الجديد وإرفاق الصوت والنص والصورة والفيديو في منتج واحد. (أمين، 2015)

وبالتالي لحقت وسائل الإعلام التقليدية بركب كل جديد في عالم التكنولوجيا، فبات اليوم بشكل واضح نرى اعتماد هذه الوسائل التقليدية على الإعلام الجديد وإنشاء حسابات خاصة لها في عالم الانترنت، فعلى سبيل المثال عالم الفيسبوك، حيث حرصت وسائل الإعلام كالإذاعة والفضائيات على إنشاء حسابات لها ونشر موضوعاتها وأخبارها عليها بسبب الاعتماد الكبير للسواد الأعظم من المستخدمين على الفيسبوك كمصدر للأخبار.

3.1.1 تعريف الإعلام التقليدي:

كما يعرفه الباحث "صاحبي صبيحة" بأنه "التعريف بقضايا العصر، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا وبالأساليب المشروعة أيضاً لدى كل نظام ودولة". (صبيحة، 2018)

في حين عرفه الباحث الألماني "أوتوجرت "الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه" (حمزة، 1978)

ويمكن تعريف الإعلام التقليدي أيضاً أنه "يشمل جميع المنافذ التي كانت موجودة قبل الإنترنت مثل الصحف والمجلات والتلفزيون والراديو واللوحات الإعلانية، قبل الإعلان عبر الإنترنت، تخصص الشركات عادةً معظم ميزانياتها التسويقية لوسائل الإعلام التقليدية بهدف زيادة الوعي بعلامتها التجارية وجذب عملاء جدد".(Indeed, 2021)

وفي خضم هذه التعريفات التي ورد ذكرها آنفاً، فإنّ الباحثة التي تجري هذه الدراسة تعرّف الإعلام التقليدي بأنّه: الإعلام القديم، ووسائل الاتصال التي تتمثل بالصحف والإذاعة والتلفزيون، وفي الغالب تتبع البعض من هذه الوسائل إن لم يكن الكل إلى جهة معينة تحمل فكرة ومنهجا تؤمن بها، وهي التي تسيطر على مصادر المعلومات، فإما أن تنشرها أو تخفيها أو أن تفصح جزءًا منها أو تضللها وفق السياسة التحريرية التي تتبعها كل وسيلة، وتوصل الفكرة والرسالة للجمهور بالشكل الذي تريده أن تصل إليهم.

سماته:

وتشمل السمات البارزة لوسائل الإعلام التقليدية ما يلي: (T. Mathiyazhagan et al., 2015)

1. وسائل الإعلام التقليدية هي غير تقنية بطبيعتها ولكنها مرنة ومتصلبة ثقافياً.

2. وسائل الإعلام التقليدية ذات نطاق محدود.
3. وسائل الإعلام التقليدية لها تأثير هائل على الجماهير حيث يتم عرض الرسائل مباشرة أمامهم.
4. لها تأثير أكثر في جاذبيتها للجمهور المستهدف وجذب الناس بسهولة.
5. أثبتت فعاليتها في التواصل بسبب توافقها الثقافي مع الجمهور المستهدف.

3.2 المحور الثاني: (مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك):

مع نهاية الحرب الباردة في أواخر الثمانينيات من القرن الماضي، انتهى الكتمان والتستر على الإنجازات العملية والاختراعات والابتكارات في مجال التكنولوجيا وثورة المعلومات التي كانت مُقتصرة فقط في المجالات العسكرية بين طرفي الصراع آنذاك، بالتحديد المعسكرين الغربي والشرقي (الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفييتي سابقاً)، ليبدأ بعدها الاستخدام المدني لشبكة الانترنت، والذي سهل لكافة شعوب الأرض طريقة التواصل وتبادل الثقافات والمعلومات والإسهام في المجالات العلمية (السوداني و المنصور، 2016)، حيث أفضت إلى ما هي عليه اليوم ألا وهي شبكات التواصل الاجتماعي، والذي بدوره أسهم بشكل كبير في درجة الاعتماد على الإعلام التقليدي سواء (المقروء، المسموع، المرئي).

3.2.1 مواقع التواصل الاجتماعي:

كما أشرنا سابقاً، مع تطوّر وظهور الانترنت ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي في هذا العصر والتي عملت على تغيير كبير في مجال الإعلام بعدما كانت ترجح الكفة لوسائل الإعلام التقليدي وبسط سيطرتها في مجال بث الأخبار ونقلها إلى الجمهور، والاعتماد الكبير عليها من قبل الأفراد في استقاء المعلومات والاعتماد عليها بدرجة أولى، فمع ظهور تلك الشبكات وتطبيقاتها والتي تتميز بأنّها أكثر فعالية وخصائصها المتميزة، زاد إقبال الجمهور عليها مع انتقال بعض إن لم نقل الكل من وسائل الإعلام التقليدية والهجرة إليها وإنشاء حسابات لهم على تلك المنصات مثل الفيسبوك Facebook والتويتر Twitter والانستغرام Instagram واليوتيوب YouTube وغيرها من المنصات العديدة.

حقيقة لا يمكن إنكار أهميّة هذه المواقع للفرد فيّ حياته اليومية، ففيها كل ما يتعلق ما بين الترفيهي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي والسياسي والديني والثقافي والأمني والصحي وكل ما يتعلق بحياته، فأصبح كل فردٍ منا له رفيقه ومستشاره الإلكتروني داخل جيبه الصغير، ووفقاً

للكاتب عبد الرحمن أنّ علماء النفس يروون أنّ شخصية الفرد تتبلور في سنوات عمره فيتأثر بمن حوله وبمجتمعه الكبير فينشأ على ما نشأ عليه والداه ما لم تتدخل عوامل عدّة يمرّ بها الفرد وتؤدي إلى تشكيل سلوكه حيث إنّه يتعرّض إلى العديد من المعارف، ويستقبلها بدرجات متفاوتة، ويدركها حسب أهميتها وما تمثل له في حياته في تعاطيه مع متطلبات حياته، وليست بالضرورة أن تكون المعلومات والمعرفة منبعها خير، بل قد تكون شرا!. (الشاعر ع.، 2015)

وبما أنّ مواقع التواصل الاجتماعي ليس هو محور دراستنا في الرسالة، فإنّنا سنغوص أكثر حول الفيسبوك، وتعريفه، ونشأته، وتطوره، وايجابياته، وسلبياته، والخصائص والمميزات، وتأثيره، كون هذه الدراسة ستركز على اعتماد الشباب على الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الفلسطيني عبر الفيسبوك في استقاء المعلومات حول أحداث القدس، وعلاقته بمستويات المعرفة.

3.2.2 الـــفـــيـــسـبـــوك "مـــيـــتـــا" تعريفه ونشأته:

ظهر الفيسبوك والذي يعتبر الأبرز والأقوى والأكثر شعبية واستخداماً بين الجماهير ، وهو حتى الآن عملاق شبكات التواصل الاجتماعي ويعمل بشكل مستمر على تحديث نفسه وتطويره بوتيرة متسارعة وكان آخرها إعلان الرئيس التنفيذي لشركة الفيسبوك ومالكها (مارك زوكربيرغ) تغيير اسم الشركة إلى اسم "ميتا" في الثامن والعشرين من أكتوبر 2021 (سكاي نيوز عربية، 2021)، ويمكن القول بأنّ موقع الفيسبوك كما كل المواقع تتميّز بعدّة خصائص، إلا أنّه فاق وتغلب على كل المواقع من حيث الخصائص والمميزات التي تجعلها ذات شعبية أكبر بين الأفراد المستخدمين، لأنه يحتوي على كل المميزات التي يحتاجها كل مستخدم لهذا الموقع، وبحسب د. حسان "لقد أصبح الفيسبوك وسيلة إعلام مهمّة، ولم يَعُدْ كثيرٌ من الناس بحاجة إلى وسائل الإعلام الأخرى كما كان الأمر سابقاً، لقد أصبح كل إنسان صحفياً وإعلامياً بدرجة ما عن طريق استخدام هذه الوسائل". (قمحية، 2017)

وفقًا لدراسة أجراها (مركز بيو للأبحاث) والذي يزيد التأكيد على ما قاله د. حسان أنّ موقع الفيسبوك "يعدّ من أهمّ المواقع الإخبارية على الإنترنت، حيث إنّه؛ يعدّ موقعاً من أفضل المواقع الإخبارية على الإنترنت، وتلجأ إليه العديد من المؤسسات والشركات المنشأة لاستخدامه في أعمالها، واستقبال أعداد كبيرة من الترافيك على صفحاتهم، مما يدل على قدرة وسائل التواصل الاجتماعيّ على التطوّر، وتزويد القرّاء بالمعلومات التي يهتمون بها".(world misc, 2020) ، ووفقاً للإحصائيّة التي نشرت عبر موقع "Website Rating" عبر الانترنت أنّه يأتي استخدام

الفيسبوك بين المستخدمين حول العالم بعد الترفيه، هو الأخبار السياسيّة والتي تمثّل نسبة (23٪). (أليغرين، 2022)

1- تعريف الفيسبوك:

يعدّ الفيسبوك أحد منصات مواقع التواصل الاجتماعي العملاقة، والأكثر شهرة واستخداما، الذي يساعد الأفراد أو المستخدمين على تكوين علاقات، وتبادل المعرفة والثقافات والمعلومات، وكذلك إجراء الحوارات وتداول الفيديوهات والصور ومعرفة ما يحيط من أخبار حول العالم، ويمنح المستخدمين إمكانية التعليق والتفاعل بشكل آني وفوري حول الأحداث والمواقف التي تجري حول العالم، وهي "شركة متعددة الجنسيات تعمل في مجال وسائل التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية، ومقرها الولايات المتحدة الأمريكية، ولقد تشكّلت جزءًا من نسيج الحياة الحديثة لأكثر من عقد من الزمان". (مار و وارد، 2022)

2- نشأته:

في الرابع من فبراير 2004 قام الطالب في جامعة "هارفارد" الأمريكية بإنشاء موقع إلكتروني، وكان يهدف منه جمع زملائه بعد التخرج والتواصل فيما بينهم وتبادل الأخبار والمعلومات بعد تخرجهم، وأطلق عليه في البداية اسم thefacebook.com، وفي عام 2006 تغير اسم الموقع إلى Facebook ليزداد بعدها عدد المستخدمين من طلبة جامعات أخرى غير جامعة "هارفارد"، بالإضافة لمدارس الثانوية، ولم يتوقف تطور موقع الفيسبوك عند هذا الحد، ففي عام 2008 أصدر الموقع اول منصّة للدردشة، وبرز تطوره بشكل أكبر عام 2009 عندما تمّ التغيير في شكل التصميم وإدخال خصائص جديدة مثل زر (Like) للإعجاب، وتوالى التطوير عام 2010 عندما تمّ استحداث الإشعارات في الشريط الأعلى في الموقع وتطوير تصميم جديد ليشمل صور جديدة للشخص مباشرة تحت معلوماته الشخصية (خليفة إ.، 2016).

وفي أغسطس عام 2011 شهد الموقع أيضاً إصدار (الماسنجر) Facebook Messenger كتطبيق مستقل، وهي خدمة مراسلة جماعية، وفي عام 2014 أتاح التطوير المستمر للهواتف المحمولة والذكية قوة في استخدام تطبيق الفيسبوك عبر الهاتف، وشهد عام 2017 في تاريخ هذا الموقع تغييراً كبيراً عندما قرر Facebook إزالة Messenger من التطبيق الرئيس وجعله

تطبيقاً خاصاً به، هذا يعني الأشخاص الذين يتعين عليهم تنزيله بشكل منفصل لاستخدامه، حيث وصل Messenger آنذاك إلى 1.2 مليار مستخدم نشط.(brandwatch, 2019)

وأيضاً في ذات العام، 2017، تمّ إضافة خاصيّة القصة (Story) إلى الفيسبوك وتكون هذه القصص عبارة عن صور ومقاطع فيديو ونص ذات طابع شخصي تختفي بعد 24 ساعة من مشاركتها من قبل المستخدم، وأيضاً تمّ إضافة منصّة البث المباشر Facebook Live، والتي تتيح للمستخدمين البث والتفاعل مع أصدقائك عبر هذا الموقع.(computer hope, 2022)

وفي الثامن والعشرين من أكتوبر من العام 2021 دخلت شركة الفيسبوك العملاقة مرحلة تاريخية فاصلة وجديدة عندما أعلن رئيسها التنفيذي (مارك زوكربيرج) تغيير اسم الشركة إلى اسم جديد ألا وهو "ميتافيرس metaverse"، أي "الكون الفوقي" وتشكل نوعاً من البديل الرقمي للعالم المادي يمكن الوصول إليه عبر الإنترنت، وذلك بهدف إجراء إصلاح شامل، وإزالة التأكيد على اسم الفيسبوك وإعادة تسمية نفسه باسم "مـــــيـــــتـــــا"، ويتيح هذا خلال العشر السنوات القادمة إمكانية استخدامه من قبل الأفراد للدخول في العالم الافتراضي بثلاثية الأبعاد، وحضور المحاضرات والاجتماعات والمدارس والألعاب ولقاء الأصدقاء والتواجد في الحدث كما أنّه في الواقع المادي، ولكن سيبقى الفيسبوك Facebook وتطبيقاته الأخرى، مثل الانستغرام Instagram والواتساب WhatsApp ، تحت مظلة Meta.(isaac, 2021)

ويواصل الفيسبوك "مـــــيـــــتـــــا" التربع على عرش مواقع التواصل الاجتماعي من حيث نسبة الاستخدام حول العالم، وذلك بحسب تقرير عالمي صدرت نتائجه في شهر فبراير 2021، حيث ذكرت الأرقام في التقرير العالمي أنّ شبكة "فيسبوك" احتلت المرتبة الأولى عالمياً من بين 17 شبكة اجتماعية ومنصة للتراسل النصي جرى رصد بياناتها بداية عام 2021 في مؤشر عدد المستخدمين النشطين حول العالم، وذكر هذا التقرير الذي حمل عنوان "ديجيتال 2023" أنّ عدد مستخدمي الفيسبوك سجل مع بداية 2023 قرابة 2.958 مليار مستخدم نشط في جميع أنحاء العالم مع استمرارها في انتشارها وتوفير العديد من المزايا لمستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في نشر المنشورات المختلفة والمحتوى الفيديوي والصور والتواصل الاجتماعي وفي مجال التسويق والإعلام وغيرها العديد من مجالات التواصل. (KEMP, 2023)

3.3 المحور الثالث: (الإذاعات والفضائيات، الإعلام الفلسطيني، الإعلام الجديد):

3.3.1 الإذاعات والفضائيات:

- **الإذاعة:**

كان لظهور الإذاعة كنتيجة لأبحاث العلماء المستمرة في الكهرباء والمغناطيس كبداية لثورة الالكترونيات، والتي أحدثت تطوراً جديداً في مجال الاتصال التقليدي، وخلال فترات تطوير الإذاعة، مرت بكثير من المراحل مما جعلها أكثر تطوراً ومتناسبة مع طبيعة التطورات التكنولوجية اليوم، كما أنها وجدت اهتماماً بالغاً منذ نشأتها لأول مرة؛ فكان المذياع عند الناس دليل الرفاهية والرخاء، وليس بمقدور بعض الأسر البسيطة امتلاكه.

لقد شكل الراديو وسيلة معرفة وتواصل وتطور تكنولوجي بارزة في بدايات القرن التاسع عشر، خاصة في فترة الحروب، ففي فلسطين مثلاً، كانت العائلات وأحياء وربما بلدات تجتمع حوله كما التلفزيون أيضاً (الذي سنتحدث عنه لاحقاً)، وتهجر من مع أصحابه من أراضيهم عام النكبة 48، وكان يعتبر حلقة الوصل بين الذين بقوا في مدنهم وقراهم وأقاربهم وبين الذين تهجروا وانتشروا في الشتات. (نوباني، 2019)

نشأة الإذاعة وتطورها:

- **البداية:**

يأتي اختراع الإذاعة وتطورها بعد سلسلة اكتشافات قام بها علماء الفيزياء والإلكترونيات على مدار 70 عاماً، ويعد (صاموئيل مورس) أحد أهمّ المهتمين بالاتصال، حيث إنّه استطاع في عام 1844 أن يرسل أول رسالة عبر التلغراف عن طريق الدق على مفتاح مورس من واشنطن إلى بالتيمور، وفي عام 1860 اكتشف العالم الفيزيائي الإسكتلندي (جيمس ماكسويل) الموجات الراديوية (راضي و.، 2013)، ومن ثم جاء العالم الألماني (هرتز) وقام بوضع نظرية للموجات الراديوية وأصبح يتم حساب عدد الموجات الإذاعية في الثانية الواحدة نسبة إلى هرتز. (مكاوي و عبد الغفار، 2008)

وفي عام 1878 اخترع (جراهام بيل) التليفون الذي ساعد على نقل الصوت إلى مسافات بعيدة باستخدام التلغراف (مكاوي و عبد الغفار، 2008)، وفي عام 1906، أبصرت الإذاعة النور ودخل الاختراع مرحلة جديدة وفارقة حيث تمّ نقل الصوت البشري

والموسيقى إلى مسافات بعيدة لمئات الأميال، وفي عام 1914 تم إنشاء أول إذاعة حقيقة واقعة سميت بإذاعة (Lakenen Blhique)، وأسسها بربارد، وعندما دقت طبول الحرب العالمية الأولى فتوقفت الإذاعة عن العمل كما توقفت كل النشاطات المدنية في أوربا في ذلك الوقت، وتم استخدام الإذاعة حينها للنشاطات الحربية ودعائية ومخابراتية واتصالات بحرية وجوية، وبعد أن وضعت الحرب أوزارها، أعيد العمل مجدداً على تطوير الإذاعة وتقنياتها، إلى أن تمّ توظيفها في مجالات حياتية كثيرة، وتمّ تأسيس أول إذاعة في الولايات المتحدة الأمريكية وسميت بمحطة (K-D-K-A) واستخدمت في تغطية الانتخابات الرئاسية الأمريكية، وأعلن عن النتائج على الهواء مباشرةً فور صدورها (الطائي، 2007).

وخلال الحرب العالمية الثانية 1939، استخدمت الإذاعة لنقل أخبار الحرب للجمهور في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة بمساعدة الصحفيين، كان أيضاً مصدراً للحشود واستخدمته الحكومة لكسب التأييد الشعبي للحرب، وأصبحت المصدر الرئيسي للمعلومات.(TechWholesale, 2014)

وبناءً على تجربتها في زمن الحرب، توسعت الإذاعة بشكل كبير بعد عام 1945، حيث أضافت العديد من الدول لغات وخدمات جديدة، وبحلول أوائل عام 1950 توسعت المحطات الإذاعية الأمريكية بسرعة في عددها إلى أكثر من 2000 منفذ AM، وفي عام 1951، كان نصف السيارات الأمريكية مزوداً بأجهزة راديو؛ وكان 80 بالمائة منها يمتلكونها بحلول عام 1965، وفي مطلع القرن الحادي والعشرين، كان الراديو منتشراً على نطاق واسع في جميع أنحاء العالم، وكان أهم ما ظهر في هذا القرن هو ظهور الراديو الرقمي، وفي أواخر عام 2002 أذنت لجنة الاتصالات الفيدرالية (FCC) بخدمة راديو رقمية أرضية أمريكية، لكن الراديو الرقمي نما ببطء شديد، لأن أجهزة الاستقبال كانت باهظة الثمن وستحتفظ جميع المحطات بقنواتها الحالية على AM أو FM، وفي عام 2009 سمح المسؤولون الحكوميون الأمريكيون للخدمتين بالاندماج، مما أزال قنواتهما المتداخلة، استمر جمهور راديو الأقمار الصناعية (بشكل رئيسي في السيارات) في النمو ببطء، وبدا من المرجح أن راديو الأقمار الصناعية سيظل خدمة متخصصة. (Britannica, 2022)

- **الإذاعة في الوطن العربي:**

في الوقت التي كانت فيه الإذاعة تتطور والعمل المستمر في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا على إجراء التجارب والأبحاث بهدف التحسين والتطوير، فإنّ الوطن العربي بدأت تتعرف على الإذاعة المسموعة في وقت غير متأخر نسبياً عن دول العالم المتقدم، فكانت مصر هي أول دولة عربية تعرف الإذاعة عام 1925 وكان من يملكها فقط الهواة. (حسين م.، 2006)

وفي الجزائر أيضاً كانت من أولى البلدان العربية التي عرفت الإذاعة كما هو في مصر عام 1925، ولكنّ الجزائريين تعرفوا على الإذاعة على يد المستعمر الفرنسي آنذاك، وكذلك الحال وعلى هذه الشاكلة تعرفت المغرب على الإذاعة سنة 1928، وفي النصف الثاني من عقد الثلاثينيات والأربعينيات والخمسينيات استمر ظهورها في العديد من الأقطار العربية. (المشهداني أ.، 2015)

ففي تونس ظهرت الإذاعة في 1935، والعراق ظهرت عام 1936، ولبنان 1938، وفي السودان 1940، وسوريا 1941، والصومال 1943، واليمن عام 1947، الأردن 1948، السعودية 1949، الكويت 1951، موريتانيا 1961، وفي قطر 1968، وسلطنة عمان سنة 1970 (العبد و عدلي، 2007) ، أما في فلسطين ظهرت الإذاعة لأول مرة في الواحد من أبريل عام 1936على يد حكومة الانتداب البريطاني تحت اسم هنا القدس. (أبو السعيد أ.، 2014)

- **الفضائيات:**

تعدّ الفضائيات من أقوى وسائل الإعلام التقليدية من ناحية جذب الجمهور والتأثير عليهم وإبهارهم، فهو يحظى بمزايا "السينما" من حيث الصورة واللون ومزايا الإذاعة الصوتية "الراديو" و"المسرح" من حيث الحركة والحيوية التي يتمتع بها.

وأسهمت التجارب والأبحاث التي قام بها العلماء في مجال تطور ونشأة التلفزيون، ويتميز التلفزيون أنه يستطيع الوصول إلى الأفراد وإقناعهم، وذلك لنقله للكلمة والصورة والصوت، أي بما معناه يغطي مجال (المكتوب والمسموع والمرئي) في آن واحد ويخاطب جميع الجمهور على اختلاف مستوياتهم التعليمية.

النشأة والتطور:

البداية:

كلمة التلفزيون تتألف من مقطعين، أولاهما "تيلي" وتعني عن بعد، أما الثانية "فيزيون" وتعني الرؤية، بما معناه أنّ كلمة التلفزيون تعني: الرؤية عن بعد، والنظام التلفزيوني يمكن تعريفه بأنه "طريقة إرسال واستقبال الصورة المرئية المتحركة والصوت المصاحب لها عن طريق موجات كهرومغناطيسية. (عجوة وآخرون، 1989)

إذن، كيف بدأ التلفزيون ومتى كان بداية الظهور؟!

لم يكن ظهور التلفزيون بشكله اليوم فجأة، بل كان على عدّة مراحل وبشكل تدريجي، في عام 1936، كانت بريطانيا هي أول دولة تقوم بالبث التلفزيوني المنتظم، ومن ثم لحقتها الولايات المتحدة الأمريكية عام 1939، وتعود بدايات التجارب على التلفزيون في بريطانيا في العشرينيات من القرن الماضي، وذلك بعد أن بدأ العالم (جون ل. بيرو) تجاربه عام 1924، وانطلق أول بث تجريبي عام 1928 (الحربي، 2003)، ولكن في الحقيقة يصعب إرجاع بدايات التلفزيون إلى عالم واحد، ففي الولايات المتحدة قام د. فلاديمير زوريكين عام 1923 باختراع الايكونوسكوب وهو الصمام التلفزيوني الذي يعمل بالكهرباء، ومن ثم جاء عدد من العلماء أسهموا في تطوير تقنية التلفزيون من أمثال إلين . دومونت. (حبيب وآخرون، 2001)

أما بالنسبة للوطن العربي، فقد ظهر التلفزيون في بعض من البلدان قبل استقلالها، فالجزائر مثلاً عرفته عام 1956، وفي العراق سنة 1957، ومن ثم لبنان عام 1959، أما مصر وسوريا دخل التلفزيون عام 1960، والكويت عام 1961، والمغرب والسودان عام 1962، ثم تلتها اليمن، والسعودية، وباقي البلدان العربية الأخرى. (دليو، 2013)

وكانت مراحل تطور التلفزيون بداية بالتلفزيون الكابلي Cable Tv الذي يعمل على إرسال الإشارات من المصدر الأساسي إلى نقاط البث (المرسل) أي إلى الجمهور الواسع (بايو، 2021)، ونشأ التلفزيون بالبث الكابلي في أواخر الأربعينيات عام 1946 في الولايات المتحدة الأمريكية، وبعدها انتشر التلفزيون الكابلي في الدول المتقدمة (الجويلي وآخرون، 2015).

وبسبب محدودية الكوابل أو حبل الأسلاك في تغطية أوسع للبث التلفزيوني، فكان لابدَّ من التفكير في اختراق البث للحدود الجغرافية ليصل لجمهور أوسع عبر العالم وذلك عبر استخدام الأقمار الصناعية للبث التلفزيوني الفضائي، فجاء البث الفضائي Satellite TV عام 1980، وانتشرت الفضائيات في كافة دول العالم، وبات التطور التقني في مجالات الاتصال والتلفزيون والبث والاتصال عبر الأقمار اللاقطة (الستلايت) متاحاً لكل من لديه القدرة على امتلاكها. (العزعزي، 2020).

وفي المرحلة الأخيرة جاء البث التلفزيوني الرقمي Digital Television الذي مكن من تحويل معلومات الصور التلفزيونية إلى مجموعة من الأرقام الثنائية، ويتميز النظام الرقمي في قدرة الإشارات على تصحيح الخلل الذي يحصل فيها من أي تشويه لها بسبب عوامل طبيعية أو خارجية (بايو، 2021)، ويمثّل التلفزيون الرقمي ثورة في عالم البث التلفزيوني بما يملك من إمكانيات بث ثماني قنوات في الحيز الترددي لقناة تلفزيونية، وكذلك يساعد البث الرقمي على منح نوعية صورة عالية الدقة والوضوح وصوت أنقى وسعر أرخص. (الجويلي وآخرون، 2015)

وتهدف هذه الرسالة التركيز على الفضائيات الفلسطينية ضمن نطاق الحيز الفضائي الرقمي واستثمارها منصة الفيسبوك لإيصال رسالتها حول أحداث القدس التي جرت عام 2021 وتغطيتها حتى اليوم.

3.3.2 الإعلام الفلسطيني:

يمكن تتبع جذور الإعلام الفلسطيني ونشأته وتطوره إلى العهد العثماني، حيث مرّ بالعديد من المراحل والتقلبات، وكل مرحلة كانت كفيلة في تطور الإعلام في فلسطين، أو أن تسبب له الشروخ أو التوقف، حسب الظروف التي تمر بها البلاد، حيث بدأ الإعلام بوجود الصحافة، حتى عرفت فلسطين الإذاعة لاحقاً ومن ثم السنيما، وأخيراً تجلى تطور الإعلام الفلسطيني بدخول التلفزيون لفلسطين.

ومرّ تطور الإعلام الفلسطيني بعدة مراحل بدءًا من الفترة العثمانية (1876 – 1918) حيث ظهرت الصحافة العربية في فلسطين، ولعبت مجموعة من العوامل على نشوء الصحافة، منها الحملة الفرنسية التي قادها نابليون بونبارت إلى مصر وزحف بها نحو أسوار عكا، والتي تركت آثارها الواضحة في زيادة تأثير الثقافة الأوروبية على الشرق، ومع ذلك لم تكن تعرف فلسطين

الصحافة العربية الكاملة على الإطلاق قبل إطلاق الدستور العثماني عام 1908، والذي أسهم في حرية إصدار الصحف بسهولة تامة في جميع الأقطار العربية (مروه، 1961)، وكان أدباء فلسطين وشعراؤها يحتاجون إلى الصحافة ليعبروا فيها عن آرائهم وينشروا الأخبار بواسطتها، وبذلك تعدّ فلسطين هي الخامسة في ميدان الصحافة والخوض في حقلها بعد مصر ولبنان وسوريا والعراق (أبو شنب، 1988)، وفي تلك الحقبة ظهرت العديد من الصحف في فلسطين لكن ما كان يميّز صحف ذلك العهد صغر الحجم، وقلة المادة، وعدم إقبال الناس عليها، وذلك بسبب موافقتها لرغباتهم وميولهم. (الدلو، 2020).

ومع انتهاء الحرب العالمية الأولى، وانتداب بريطانيا على أرض فلسطين صدر عدد كبير من الصحف والمجلات بلغ عددها (241) (أبو السعيد أ.، 2014)، وفرضت السلطات الرقابة على الصحف والمطبوعات ووصلت العقوبات إلى حرية الرأي والتعبير، فسجن عدد من الصحافيين لآرائهم ومواقفهم السياسية التي عبروا عنها في كتاباتهم ومقالاتهم في الصحف. (عرار، 2016)، وفي عام 1936 ظهرت أول إذاعة فلسطينية "هنا القدس" عام 1936 (المقدسي، 2010)، وكانت هذه الإذاعة تبث باللغات الثلاث (العربية، الإنجليزية، العبرية).

وإبان النكبة عام 1948 وتشرّد الشعب الفلسطيني من أرضه، دخل الإعلام الفلسطينيّ مرحلة جديدة وفقا للتغيرات السياسية، حيث لم يتبق من أرض فلسطين سوى منطقتين جغرافيتين، وهما: قطاع غزة الذي خضع للحكم المصري، والضفة الغربية التي تمّ ضمها تحت حكم المملكة الأردنية الهاشمية عام 1950، فأصبحت الإذاعة تبث من عمان إلى الضفة الغربية أما في قطاع غزة وفي ظلّ الحكم المصري، لم يكن هناك أي بث إذاعي، حيث استمر الحكم على القطاع منذ العام 1948 وحتى حرب حزيران عام 1967. (تايه، 2006)

وبين عاميّ 1967 – 1994م اتّسمت تلك الفترة بأنّ العلاقة ما بين وسائل الإعلام والسلطة الإسرائيلية الحاكمة، بالتناقض، فإسرائيل المسيطرة على وسائل الإعلام والصحافة الفلسطينية، كانت تخضع للقيود والرقابة الإسرائيلية، ومن هنا انطلق إيمان الفلسطيني تحت وطأة الاحتلال بأهمية الصحافة كظاهرة سياسية واجتماعية، واعتبر أنّ الصحافة والإعلام ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها، وركيزة مهمّة لمقاومة الاحتلال، ورغم سياسة الملاحقة والتضييق على الصحافة الفلسطينية واصلت مسيرها، (أبو السعيد أ.، 2014)، حيث صدر تقريباً اثنتا عشرة دورية من قطاع غزة، وتسع وخمسون من الضفة الغربية (الدلو، 2020).

ومع دخول السلطة الفلسطينية بتاريخ عام 1994 الأراضي الفلسطينية بقيادة الرئيس الراحل ياسر عرفات، انتقل الشعب الفلسطيني لمرحلة جديدة من مراحل تاريخه، وانطلاقا لأهميّة دور الإعلام فقد عملت السلطة الوطنية على تنظيم الحالة الإعلاميّة، وقام الرئيس ياسر عرفات– رحمه الله– بالمصادقة على قانون المطبوعات والنشر، والتي أسهمت في إصدار العديد من الصحف، منها (فلسطين، الحياة الجديدة، الوقائع الفلسطينية، صحيفة الوطن، الاستقلال، البلاد، الأيام، الأقصى، الساحل، الزيتونة، الرأي، الصباح، الرسالة) (خليفة م.، 2015).

أما على صعيد الإذاعة والتلفزيون، فقط جاءت الإذاعة الفلسطينية والتلفزيون الفلسطيني نتيجة للإذاعات التي عملت في الخارج والشتات إبان الثورة الفلسطينية والكفاح المسلح، وأطلق على الإذاعة الرسمية باسم "صوت فلسطين" وهي تتبع للسلطة الفلسطينية، وافتتحت بداية في أريحا بتاريخ 2 تموز 1994 ببث خطاب للرئيس الراحل عرفات، وانتقل صوت فلسطين إلى رام الله في نيسان 1996، أما بالنسبة للتلفزيون بدأ البث عام 1995 وفي عام 2001 تم قصف المقر الرئيسي لهيئة الإذاعة والتلفزيون في رام الله من قبل إسرائيل، وبحلول عام 2010، كان هناك 31 قناة تلفزيونية خاصة و70 محطة إذاعية في الضفة الغربية وغزة. (العمري، 2010)

3.3.3 الإعلام في ظل الانقسام الفلسطيني:

مع تصاعد العدوان الإسرائيلي، ازدادت درجة الوعي بأهميّة الإعلام والصحافة وإنشاء محطات، ومؤسسات إعلامية لنقل الرواية الفلسطينية ومجابهة الاحتلال، وتمّ إنشاء العديد من المحطات الإذاعيّة والتلفزيونية في الضفة الغربيّة وقطاع غزة، وإصدار الصحف سواء التابعة للسلطة الوطنية الفلسطينية، أو للأحزاب الفلسطينية الأخرى، ولا يمكن إنكار أنّ هذه المؤسسات الإعلامية تعرضت للعديد من المضايقات الإسرائيلية على مدار السنوات الماضية وإلى اليوم ما بين استهداف الصحفيين، وتدمير للمؤسسات الإذاعية والتلفزيونية وإغلاق الصحف.

بعد نجاح حركة حماس في الانتخابات التشريعية عام 2006م وتشكيلها الحكومة، بدأت بوادر الصراع ما بين مؤسسة الرئاسة الفلسطينية تتبعها الأجهزة الأمنية وبين الحكومة الفلسطينية ويتبعها حركة حماس، على صلاحيات كل منهما، وصلت إلى حد المواجهة العسكرية المسلحة والتي أفضت إلى سيطرة حماس على قطاع غزة في 14 يونيو 2007، وبدأ مرحلة جديدة في تاريخ الشعب الفلسطيني اتّسمت بحالة من الانقسام السياسي والجغرافي بين غزة والضفة الغربية كانت لها انعكاساتها الواضحة على الأداء الإعلامي للصحفيين وكذلك المؤسسات الإعلاميّة في

الضفة الغربية وقطاع غزة التي من المفترض أن تقوم بدورها الوطني في تسليط الضوء على القضية الفلسطينية ومواجهة الماكينة الإعلامية الإسرائيلية، فانقلب الإعلام الفلسطينيّ ما بين مؤيد ومعارض لطرفي النزاع وتعميق الانقسام.

ولغرض إجراء هذه الرسالة العلمية، وتوضيح أسماء الإذاعات والفضائيات الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة قامت الباحثة بالتواصل ميدانياً مع وزارة الإعلام الفلسطينية، ونظراً لظروف الانقسام الفلسطيني زودت وزارة الإعلام الدراسة كشف لأسماء الإذاعات والفضائيات الفلسطينية المرخصة في الضفة الغربية فقط، وكذلك تم التواصل مع وزارة الإعلام في قطاع غزة والحصول على كشف لأسماء الإذاعات والفضائيات المرخصة في القطاع، وفيما يلي الجداول الموضحة لأسماء تلك الإذاعات والفضائيات المرخصة في الضفة الغربية وقطاع غزة:

بيانات المحطات الإذاعية والتلفزيونية المرخصة من قبل وزارة الإعلام في الضفة الغربية

(وزارة الإعلام الفلسطينية، 2022)

جدول رقم (1)

كشف لأسماء الإذاعات والفضائيات الفلسطينية المرخصة بالضفة الغربية

الرقم	اسم المؤسسة الإعلامية	العنوان
1	إذاعة صوت الشباب/الظاهرية	الظاهرية/مبنى البلدية
2	إذاعة أجيال	رام الله/عمارة البكري ط 6
3	إذاعة القمر	أريحا/شارع عمان/عمارة موسى الولي ط1
4	إذاعة كرامة	يطا/عمارة الراشد مقابل بنك فلسطين
5	إذاعة منبر القدس	الخليل/عمارة الايمان ط10 مقابل دائرة السير
6	إذاعة نغم	قلقيلية/عمارة حسين جبارة/ حي كفار سابا
7	إذاعة الزيتونة	سلفيت/مكتب اقليم فتح
8	إذاعة هوا نابلس	نابلس
9	إذاعة راية	رام الله/عمارة ضراغمة والشايب ط 6 قرب دوار سيتي ان
10	إذاعة مزايا	رام الله/سردا/بجانب المكتبة الوطنية
11	إذاعة الرقيب الإقتصادي	رام الله/شارع الإرسال– مجمع النبالي والفارس ط3
12	إذاعة نساء FM	رام الله/عمارة الصقر ط2 المصايف
13	مونتي كارلو	فرنسا
14	إذاعة مصادر	الخليل/راس الجورة
15	إذاعة Jerusalem24	رام الله/عمارة ناصيف مصلح ط4 مقابل بلدية رام الله
16	إذاعة FM 24	رام الله/عمارة ناصيف مصلح ط4 شارع طوكيو
17	إذاعة شباب FM	نابلس/مجمع بلدية نابلس التجاري ط9
18	إذاعة مود	رام الله
19	إذاعة صبا	الزبابدة/عمارة فيصل دعيبس الشارع الرئيسي

كما يتضح من الجدول أعلاه كشف لأسماء الإذاعات المرخصة في الضفة الغربية والتي تمّ الحصول عليها من قبل الإدارة العامة للمطبوعات وشؤون وسائل الإعلام في وزارة الإعلام برام

الله، وعن أسماء الفضائيات المرخصة أوضحت الوزارة في تقريرٍ لها زودت بها الباحثة أنّه لا يوجد فضائية خاصة مرخصة في فلسطين حتى الآن، أما بخصوص تلفزيون فلسطين والهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون فإنّها لا تحتاج لترخيص من قبل الوزارة لأنها تتبع مباشرة للرئاسة الفلسطينية. (أبو شامي، 2023)

اقتضى التنويه بأنّ إذاعة مصادر تمّ إغلاقها مؤخراً بعد الحصول على ذلك الكشف، وأوضحت الإذاعة أنّ الإغلاق جاء بسبب ضعف التمويل المادي.

بيانات المحطات الإذاعية والتلفزيونية المرخصة من قبل وزارة الإعلام في قطاع غزة (وزارة الإعلام الفلسطينية، 2022)

الجدول رقم (2)

كشف لأسماء الإذاعات والفضائيات الفلسطينية المرخصة بقطاع غزة

الرقم	اسم المؤسسة الإعلامية	العنوان
1	106.7الأقصى	برج الشروق ط 6
2	97.2 الأقصى مباشر	الرمال – برج الشروق ط 6
3	107.9الأسرى	برج الجلاء ط 4
4	103.7البراق	ش الوحدة – برج شوا وحصري ط8
5	106 الشعب	غزة الرمال دوار حيدر عبد الشافي – عمارة الناصرة
6	الصحابة 99.6	غزة شارع الصحابة
7	102.7 القدس	شارع الوحدة – برج شوا وحصري – ط 7
8	91.5القرآن الكريم التعليمية	الجامعة الإسلامية
9	98.2 القرآن الكريم	برج فلسطين – ط 10
10	92 المنار	الرمال – برج بنك فلسطين ط11
11	94.5ألوان	بجوار ملعب فلسطين برج مرتجى ط11
12	ألوان الرياضية 104.1	بجوار ملعب فلسطين برج مرتجى ط11
13	زمن FM (90.60)	غزة مقابل جامعة الأزهر
14	90 شباب فلسطين	برج شوا وحصري ط 11 شقة رقم 1
15	100.9 FMغزة	برج فلسطين ط11
16	مونت كارلو (إعادة بث) (94.9)	غزة – عمارة الصحابة ط 8
17	105 وطن	الرمال مقابل وزارة الثقافة
18	96.2 الإيمان	ش عز الدين القسام – برج الوحدة ط11
19	100.1 فرسان الإرادة	دير البلح
20	أمواج الرياضية 99.1	ش عمر المختار برج الغفري ط 15
21	الرأي الفلسطينية 98	برج شوا وحصري ط 11
22	طيف 92.9	برج الشروق ط 10
23	الشباب (98.2)	تل الهوا عمارة بنك فلسطين ط 5
24	107.4 BBC	شارع الوحدة – برج الغفري
25	95.2 الجزيرة	ش الجلاء – برج الجلاء ط 11
26	التربية والتعليم 102.1	شارع الجلاء قرب رمزون الغفري
27	فضائية الأقصى	غزة – بجوار مقبرة الشيخ رضوان
28	مرئية الأقصى	برج الشروق ط 13
29	فلسطين اليوم	برج عليوة
30	مرئية أمواج	الميناء – برج الغفري ط 3
32	هنا القدس	غزة – برج الجوهرة ط 11

3.3.4 الإعلام الجديد:

بقي الإعلام التقليدي بوسائله المختلفة مثل (الصحافة، الإذاعة، التلفزيون) مهيمناً ومسيطراً على الساحة الإعلاميّة ومستحوذاً على الجمهور منذ أمد بعيد، إلى أن ظهر الإعلام الجديد بخصائصه النوعية التي تختلف عن الإعلام التقليدي، حتى أنّ البعض عدّه منافساً له والآخرون اعتبروه مساندا ومساعدا في القيام بالدور الطليعي الذي يؤديه تجاه الجمهور.

عندما يتمّ وصف الشيء بالجديد، فإنّ ذلك يعني أنّ هناك شيئاً قديماً كان، فقد كان مصطلح الإعلام وهو النشر والأخبار والإعلان تقوم به الصحف والإذاعة والتلفزيون منذ اختراع كل واحد منه على حدة، وفي فترات زمنيّة معيّنة وكل وسيلة أدّت وظيفتها الإعلاميّة، أمّا الجديد اليوم هو "الإعلام الجديد" الذي يقدم في قالب رقمي وتفاعلي ويعتمد على المزج بين النص والصورة والفيديو والصوت، وهو مقترن بالتكنولوجيا الحديثة التي تطورت بشكل مذهل وتشابكت مع وسائل الإعلام المختلفة، والتفاعلية فيها هي سمة أساسيّة فيها، وحقيقة إنّ التكنولوجيات التي تغلغلت في جميع المجالات لم يسلم الإعلام كذلك، فقد باتت الركيزة الأساسية في الإعلام. (المدني، 2021)

وحول تسمية الإعلام الجديد وتعريفه لم يتفق المختصون في تحديد تسميته، هل هي قديمة تطلق على كل جديد لحظة حدوثه؟، أم أنّها وليدة التطوّرات التكنولوجية؟ لكن جاءت الترجمة الحرفية لمفهوم وسائل الإعلام الجديد من اللغة الإنجليزية (New Media)، فكلمة (Media) تقابلها بالعربية (وسائل الإعلام)، وعلى هذا الأساس نقول (New Media) أي (وسائل الإعلام الجديد)، وقد قدم الباحثون عدة تعريفات للإعلام الجديد. (الدعمي، 2017)

3.3.5 تعريفات الإعلام الجديد:

لا بد من الاعتراف أنّ العديد من الباحثين والمؤرخين قد وجدوا صعوبة في وضع تعريف محدد للإعلام الجديد، إلا أنهّم وصلوا إلى نقطة مشتركة فيما بينهم وهو ربط الإعلام بالمجتمع، فقد عرفه د. عبد المحسن في كتابه بأنه "تقنيات الاتصال الإلكتروني والرقمي وما نتج عنها من منتجات وأشكال جديدة للاتصال" (عقيله، 2015)، وبحسب قاموس ماكميلان بأنّه "التقنيات الجديدة مثل الإنترنت والتلفزيون الرقمي" (Macmillan Dictionary, 2022).

في حين يرى الباحث مؤيد السعدي في دراسته أنّ الإعلام الجديد هو "مجال عام يستخدم تطبيقات متعددة عبر الإنترنت لا تحكمه عوامل السلطة، ومجال اجتماعي للحوار والتبادل الثقافي

بين المجتمعات، ومجال تندمج فيه عناصر العملية الاتصالية وتعتمد شدة الاندماج على عنصري السرعة والزمن، وهو مجال عام قادر على إحداث التغيير في المجتمعات عبر المشاركة، ومجال عام يسمح للمستخدم بإدارة مزاجه على وفق ما يريده وليس وفق ما تريده الوسيلة الإعلاميّة" (السعدي ، 2019)

أمّا الباحثة فإنّها تعرف الإعلام الجديد بأنّه **"مجموعة من التطوّرات والتقنيات المتعددة في التكنولوجيا الحديثة في مجالات الإعلام المختلفة بوسائله المتعددة، ويشمل جميع وسائل الإعلام سواء المسموع، والمرئي، والمقروء، ويندمج مع الثورة التكنولوجية، ولكنّها تتمّ بطريقة تفاعلية وآنية، ويتميّز أنّه ثنائية الاتجاه في التفاعل ما بين الصحفي والجمهور، على عكس الإعلام التقليدي الذي يتميّز بأحادية الاتجاه".**

3.3.6 الإعلام الجديد أمام الإعلام التقليدي:

مع التطوّرات السريعة التي يشهدها حقل الإعلام واعتماده على الثورة التكنولوجية، والذي ألقى بظلاله إلى ظهور سوق للوسائط المتعددة، والتي سمحت بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة، كالنصوص والصور والأصوات والبيانات والرسومات والفيديو، بهدف دفع المستخدمين لاقتناء الوسائط المتعددة ليبحث بنفسه عن فضاءات ووسائل أفضل للتعبير والاتصال ومتابعة ما يدور من حوله، فكانت وسائل التواصل الاجتماعي أحد أشكال الإعلام الإلكتروني أو "الإعلام الجديد"، وهذا ما نقل الإعلام بشكل عام إلى آفاق أوسع وبشكل غير مسبوق، وأعطى المستخدمين فرصا أكبر في عملية التفاعل والتأثير والاتصال عبر الحدود دون رقابة أو قيود، والذي أسهم أيضاً في نقل وسائل الإعلام التقليدية بكافة أشكالها إلى الانتقال، والهجرة إلى الوسائط المتعددة أو مما نطلق عليه "الإعلام الجديد ليكون هناك تفاعل وآنية في نقل الأحداث، وتفاعل متبادل ما بين الجمهور المستخدم للوسائط المتعددة والوسيلة الإعلامية التي اعتمدت الإعلام الجديد في نقل أخبارها وموضوعاتها.

وعن جدلية العلاقة ما بين الإعلام الجديد والتقليدي، فقط صدم حول العلاقة بينهما العلماء والباحثين والكتاب، فمنهم من يرى الإعلام الجديد بأنه إعلام منافس للإعلام التقليدي، والبعض الآخر من يرى بأنّه متكامل معه بل ومساند له ويعمل على تطويره.

ففي دراسة بحثية وصل الباحثون بأنّ الإعلام الجديد لم يلغ دور الإعلام التقليدي، كما التلفزيون لم يستطع إلغاء دور الإذاعة، مثلما لم تستطع الإذاعة إلغاء دور الصحف، ويعتبر الإعلام

الجديد منصات عرض لكل ما ينتجه الإعلام التقليدي لأنّ كل مراحل الإنتاج والقوالب التحريرية ملكا للإعلام التقليدي (نجم الدين و عثمان، 2019)، ويرى باحث آخر أنّ الإعلام الجديد هو امتداد وتطوّر طبيعي للإعلام التقليدي، وأنّ العلاقة بينهما هي علاقة تكاملية تعتمد كل منهما على الآخر حيث إنّ صناعة الأخبار والمعلومات تبدأ من قنوات الإعلام التقليدي (الغامدي، 2012)، بينما ترى الباحثة رحيمة أنه أصبح بإمكان العديد من وسائل الإعلام بث برامجها عبر الإعلام الجديد كالإذاعة، وكذلك التلفزيون والذي أصبح عالي الوضوح، وتقول بأنّ المتتبع لتطور الأدوات والوسائط التي استخدمها الإنسان في الإعلام والتواصل ،يكتشف أنّ الغريزة الفطرية هي التي مكّنت البشر في تطوير أدواتها الإعلامية منذ أن بدأ الإنسان بالنقش على جدران الكهوف إلى عصر الإعلام الجديدة وحقبة الثورة التكنولوجية الهائلة. (عيساني، 2013)

كما أنّ هناك أنصاراً من الباحثين لفكرة علاقة الإعلام الجديد التكاملي والمساند للإعلام التقليدي، هنالك عدد من الباحثين يرون في الإعلام الجديد منافسا قويا لوسائل الإعلام التقليدية، وسببا في ضعفه وانهياره وإغلاق البعض الآخر منها، فمثلاً الباحث محمد علاوة في دراسته يكشف أن هناك منافسة شديدة بين وسائل الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، وأنّ هنالك أرقاما مؤكدة حول انحسار عدد المتابعين لوسائل الإعلام التقليدي وازدياد مستخدمي الإعلام الجديد في المجال الصحفي والإعلامي، حيث أجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت (علاوة، 2017)، ويدعمه الباحث بن عبو وليد في دراسته التي خلص فيها أنّه بظهور الإعلام الجديد ووسائله المتعددة، تم كسر سيطرة المشهد الإعلامي التقليدي. (وليد، 2020)

في حين ترى الباحثة التي تقوم بإعداد هذه الرسالة العلمية، أنّ هنالك عدة نقاط تؤكد على وجود التوافق والتنافر ما بين الإعلام الجديد والتقليدي، وحصرته في إطار موضوع البحث:

1. الإعلام الجديد تجاوز الحدود، حيث سهّل الإعلام الجديد على لاجئي الشتات الفلسطيني حول العالم معرفة الأخبار عن وطنهم فلسطين ومتابعتها، بسبب قيام بعض الدول الأوروبية بحجب بعض الفضائيات الفلسطينية عن أقمارها الصناعية، وكذلك ترددات الإذاعات المحلية لا تصل إليهم، فالإعلام الجديد تجاوز كل ذلك.
2. عامل الوقت: حيث يستطيع الجمهور العودة لمتابعة الأخبار في أي وقت يريده عبر الإعلام الجديد، على عكس الإعلام التقليدي الذي يربط الجمهور بوقته لمتابعة حدثٍ ما.

3. بحكم القضية الفلسطينية والأزمات التي تعاقبت عليها، رأت وسائل الإعلام ضرورة إنشاء منصات إلكترونية لنقل رسالتها إلى العالم لتثبيت الرواية الفلسطينية.
4. بسبب الظروف المالية والأعباء الاقتصادية التي تمرّ بها المؤسسات الإعلاميّة في فلسطين، وجدت هذه الوسائل ضالتها باستخدام الوسائط المتعدد لنقل موضوعاتها وأخبارها من خلالها.
5. الإعلام الجديد يتناول موضوعات لم يكن الإعلام التقليدي يجرؤ على طرحها لعدة أسباب، منها سبب السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية التي تتبع لجهة سياسية ما تمنع طرح قضية سياسية معينة، أو بسبب مواضيع اجتماعية تنأى الوسيلة عن طرحها حفاظاً على السلم الأهلي.
6. الإعلام التقليدي بغض النظر عن السياسة التحريرية التي تتبعها وسائل الإعلام فإنّها تلتزم إلى حد كبير بأخلاقيات الإعلام وتشريعاته وبالمسؤولية الاجتماعية، بينما الإعلام الجديد لا يلتزم إلى حد كبير بكل ما سبق.
7. الإعلام التقليدي لا ينقل الأخبار دون الرجوع إلى مصدرها والتأكد من صحتها، بينما الإعلام الجديد مصدره غالباً من الشائعات والمصادر المجهولة، أي مجرد القيام بـــ (النسخ واللصق).
8. الأخبار والموضوعات في الإعلام التقليدي يخضع لمقص الرقيب ويمر عبر حارس البوابة، بينما الإعلام الجديد متحرر من كل هذه القيود.

3.4 المحور الرابع: (الصراع العربي الإسرائيلي، أحداث القدس، حيّ الشيخ جراح):

3.4.1 الصراع العربي الإسرائيلي:

سعت إسرائيل منذ نشأة الحركة الصهيونية وعقد المؤتمر الصهيونيّ الأول عام 1897، لإنشاء وطن قومي لها، ووقع اختيارها على فلسطين، والادعاء أنهّا أرض الميعاد، وهذه الفكرة جاءت من الكتاب المقدس بدليل " "جَمِيلُ الارْتِفَاعِ، فَرَحُ كُلِّ الأَرْضِ، جَبَلُ صِهْيَوْنَ. فَرَحُ أَقَاصِي الشِّمَالِ، مَدِينَةُ الْمَلِكِ الْعَظِيمِ" (سفر المزامير 48: 2)، وأيضاً في النص "وَتَسِيرُ شُعُوبٌ كَثِيرَةٌ، وَيَقُولُونَ: «هَلُمَّ نَصْعَدْ إِلَى جَبَلِ الرَّبِّ، إِلَى بَيْتِ إِلهِ يَعْقُوبَ، فَيُعَلِّمَنَا مِنْ طُرُقِهِ وَنَسْلُكَ فِي سُبُلِهِ». لأَنَّهُ مِنْ صِهْيَوْنَ تَخْرُجُ الشَّرِيعَةُ، وَمِنْ أُورُشَلِيمَ كَلِمَةُ الرَّبِّ" (سفر إشعياء 2: 3)، وهنالك العديد من النصوص والأسفار التي تدل على أهميّة أرض فلسطين بالنسبة لهم.

وقد بدأت فكرة الحركة الصهيونية بالظهور وبدأت ارتدادها تظهر إلى السطح، وازدادت الهجرة اليهودية إلى فلسطين التاريخية، ولا سيما بعد عام 1880م، وعُرض على السلطان عبد الحميد بيع الأراضي في فلسطين لليهود مقابل ثمنٍ مغرٍ ورفض ذلك بعد أن رد عليهم بأنّ فلسطين ليست ملكه بل ملك الأمّة الإسلاميّة، ومع التعديل الدستوري عام 1908م، أراد اليهود من الاستفادة من الحرية التي سمحت لهم، فبدأوا بإنشاء المستعمرات بشكل سريع ومنتظم. (أزدمير، 2013)

إبان الحرب العالمية الأولى، وبالتحديد عام 1916، كانت اتفاقية سايكس بيكو، تلك المعاهدة السرية بين أقوى دولتين في العالم آنذاك بريطانيا وفرنسا، واتفقوا على أن تكون العراق وفلسطين من حصة بريطانيا، وان تكون لبنان وسوريا من نصيب فرنسا، وفي عام 1917 أي بعد خمسة عشر شهراً من إبرام المعاهدة أطلق وزير الخارجية البريطاني "جيمس آرثر بلفور" وعده الذي أُطلق عليه بالمشؤوم (وعد بلفور) الذي يمنح أرض فلسطين لليهود لإنشاء وطن قومي لهم. (أقطاي وآخرون، 2018)

منذ عام 1929 شهدت فلسطين زيادة الهجرة اليهودية للبلاد، وتبعها نشاط للحركة الوطنية الفلسطينية، وفي نفس هذا العام اندلعت هبّة البراق بعد أن حاول اليهود استملاك حائط البراق (المبكى)، مما أثار غضب الفلسطينيين واستفزازهم، وأدى إلى اصطدام بينهم وبين اليهود ودخلت البلاد في موجة من الغضب بسبب النوايا الصهيونية المبيّتة، وعلى إثر ذلك قامت الحكومة البريطانية بإعدام (محمد جمجوم، فؤاد حجازي، عطا الزير) (طربين، 2016)، تعاظم الجهاد في فلسطين وازداد التسليح وانخرط عز الدين القسام هو ورفاقه في مقاومة الإنجليز والصهيونية، حتى استشهد عام 1935 في أحراش يعبد في جنين، ولقد كان لاستشهاده بهذه الصورة وقع أليم وحزين في جميع أنحاء فلسطين، وشارك 20 ألف فلسطيني في تشييع جنازته ونادوا بسقوط الانتداب البريطاني والقوميّة اليهودية. (خلة، 1982)

وتعاظم الوعي لدى الشعب الفلسطيني من خطر الهجرة اليهودية ودور الانتداب البريطاني في مساع لإنشاء وطن قومي لليهود على أرض فلسطين، اندلعت الثورة العربية الكبرى عام 1936 ضد الاستعمار البريطاني وحليفته الصهيونية، واتّسع نطاق الثورة في كل أرجاء فلسطين وشارك فيه كل الفئات والطبقات (علي ف.، 1980)، وامتاز إضراب عام 1936 بالشمول، فقط اجتمع المحامون وقرروا مشاركة الأمة في نضالها، كما اقتفى أثرهم الأطباء والتجار. (الجبهة الديمقراطية لتحرير فلسطين، 2017)

احتدمت الصدامات بين الفلسطينيين واليهود خلال فترة الثلاثينيات، ممّا أدّى إلى فقدان سيطرة الانتداب البريطاني على الأراضي الفلسطينية، وزاد اقتناع البريطانيين لاستحالة فكرة التعايش بين العرب واليهود، وصدر قرار التقسيم عام 1947 الذي نص على تقسيم فلسطين إلى دولتين، فقد كان القرار منحازاً بشكل واضح لليهود مع أنّهم الأقلية، حيث تمّ منحهم أكثر من 56% من الأرض، بينما خُصص للعرب بالكاد 43%، ونظراً لأهمية القدس بالنسبة للمسيحيين واليهود والعرب، فقد تمّ اتخاذ قرار بتحويلها إلى كيان ذي استقلال ذاتي تحت إدارة الأمم المتحدة. (بريجير، 2012)

سبقت النكبة 1948 حرب اضطرابات دامية بين العرب واليهود بعد قرار التقسيم عام 1947، حيث عمّت فلسطين موجه عارمة من الحماسة والاندفاع للقتال في أواخر عام 1947 وأوائل عام 1948، واشتدت الحرب بدخول قوات الجيوش العربية لأرض فلسطين في 15 أيار 1948، وهُجر الشعب الفلسطيني نتيجة المجازر والمذابح التي ارتكبت بحقهم. (جرار، 2008)

في عام 1967، وفيما يعرف بحرب حزيران أو حرب الأيام الستة، احتلت إسرائيل الضفة الغربية وقطاع غزة وسيناء والجولان دون أي قتال يذكر من قبل الأنظمة العربية، وأصدر مجلس الأمن قراراً رقم 242 بضرورة انسحاب إسرائيل من الأراضي العربية المحتلة، إلا أنّها ضربت بعرض الحائط هذا القرار. (ياغي، 1983)

ومرت القضية الفلسطينية في مراحل عدة أدت إلى إعادة قضيتها إلى الواجهة أمام العالم، ففي تاريخ 9 ديسمبر عام 1987 اندلعت شرارة الانتفاضة الأولى، وانتهت بتوقيع منظمة التحرير الفلسطينية اتفاقية أوسلو في سبتمبر عام 1993، وبدأت مرحلة الحكم الذاتي ودخول السلطة الفلسطينية الضفة الغربية وقطاع غزة في مايو 1994. (صالح م.، 2002)

بعد توقيع اتفاقية أوسلو، كان لزاماً على السلطة الوطنية الفلسطينية الالتزام ببنود الاتفاقية ووقف كافة أشكال النضال ضد الاحتلال الإسرائيلي للتمهيد لطريق السلام مقابل وقف إسرائيل اعتداءاتها لتحقيق فرص السلام، لكن لم تلتزم الأخيرة ببنود وتفجرت انتفاضة جديدة اصطلح على تسميتها "انتفاضة الأقصى" بتاريخ 28 سبتمبر عام 2000، وسقط الشهداء والجرحى بالآلاف واستمرت عمليات الاعتقال وزجهم في السجون الإسرائيلية في هذه الانتفاضة. (الأطرش، 2018)

3.4.2 أحداث القدس:

- **الحياة في القدس:**

تقع محافظة القدس وسط الضفة الغربية المحتلة، وتبلغ مساحتها 345 كم^2، وقد بلغ السكان في المحافظة عام 2022 حوالي 482,064 فردا، أما بالنسبة للمراكز الصحية فيها بلغ عددها إلى 51 مركزا، تشرف عليها منظمات غير حكومية ووكالة الأمم المتحدة لإغاثة وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين (الأونروا) ووزارة الصّحة، في حين هناك 7 مستشفيات عاملة في القدس، وتوزع العاملون في المحافظة بواقع 5.2% أصحاب عمل، 8.9% يعملون لحسابهم، 85.6% مستخدمون بأجر، في حين 0.3% يعملون دون أجر، أمّا على صعيد النشاط الاقتصادي فقد توزع العاملون فيها في قطاع الخدمات والفروع الأخرى بنسبة 29%، أما قطاع التجارة والمطاعم والفنادق بنسبة 26.4%، ثم يليه البناء والتشييد 21.6%، وكانت أقلّ نسبة من العاملين في قطاع الزراعة والحراجة والصيد بنسبة 1.4%. (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2023)

- **الانتهاكات الإسرائيلية وبناء المستعمرات ومصادرة الأراضي في القدس:**

بعد الاحتلال الإسرائيلي للضفة الغربية التي تشكل القدس جزءًا منها عام 1967، أصدرت إسرائيل أمراً يقضي بضم القدس الشرقية (حوالي سبع كيلو مترات مربعة) وعشرات الكيلومترات الأخرى، إلى الجزء الغربي من المدينة، وفرض الهوية الإسرائيلية على سكان القدس الشرقية، وكذلك فرض مناهج التعليم الإسرائيلية على سكان القدس الشرقية، وعمد على قطع التواصل والأوصال بين سكان القدس من خلال توسيع حدود ما يسمى "بلدية القدس" من أراضي الضفة الغربية بحوالي ضعفي ما كانت عليه قبل 1967، وكذلك تدمير كامل للتجمعات الفلسطينية وتشريد أهلها، وشرع في بناء حزام استيطاني يحيط بالقدس مما أدى لزيادة مصادرة آلاف الدونمات وبناء المستعمرات عليها الذي فاقم إعاقة تنظيم شؤون السكان والاضطرار للهجرة خارج حدود منطقة جدار الضم والتوسع، لكن بالنسبة للجزء الذي احتلته إسرائيل عام 1948 تمّ تدميره تدميرا كاملاً، وتهجّر أصحابها إلى الجزء الشرقي من المدينة، وتوزّع الباقون على المحافظات الأخرى والدول المجاورة. (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2022)

في نهاية عام 2020 بلغ عدد المستعمرات الإسرائيلية في محافظة القدس إلى 26 مستعمرة منها 16 مستعمرة في منطقة (J1) و10 مستعمرات في منطقة (J2) ويسكن المحافظة حوالي

(47%) من المستعمرين (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2022), وكان عام 2021 من أسوء الأعوام بسبب زيادة اعتداءات المستوطنين والمشاريع الاستيطانية حيث صادر الاحتلال 14 ألف و800 دونم من أراضي المدينة لصالح هذه المشاريع، وبالتالي صادق على 18 ألف و 240 وحدة استيطانية شملت "مطار قلنديا، جفعات همتوس، بيت صفافا، التلة الفرنسية، العيساوية، صور باهر، إم طوبا، جبل المكبر، الولجة، شعفاط، بيت حنينا، جبل المشارف وكرم المفتي"، وأقر كذلك 9 مشاريع تهويدية في محيط المسجد الأقصى، وبحسب الباحث في شؤون القدس فخري أبو ذياب أنّ إسرائيل صرفت 3.5 مليار دولار على الاستيطان والتهويد في المدينة المحتلّة خلال العام 2021. (الغد، 2021)

وفيما يلي الجدول رقم (3) يوضح أبرز الانتهاكات التي تمّ رصدها في مدينة القدس خلال النصف الأول من الأعوام التالية (2021، 2022، 2023) بحسب ما أوردته محافظة القدس في تقرير لها حول الانتهاكات التي جرت (وحدة العلاقات العامة/ محافظة القدس، 2023)

جدول (3)

أبرز الانتهاكات في مدينة القدس

الرقم	نوع الانتهاك	2021	2022	2023
1	الشهداء	6 شهداء بينهم طفل وامرأة	7 شهداء بينهم طفل	9 شهداء بينهم طفلان
2	اعتداءات المستوطنين	137 اعتداء منها نحو 88 اعتداء جسدي	261 اعتداء منها 67 اعتداء جسدي	128 اعتداء منها 29 اعتداء جسدي
3	الإصابات المسجلة	2500 إصابة	1772 إصابة	385 إصابة
4	اقتحامات المستوطنين للمسجد الأقصى	14000 مستوطناً	33,351 مستوطناً	26,276 مستوطناً
5	حالات الاعتقال	1868 حالة اعتقال من بينها (85) حالة اعتقال لسيدات، و (394) قاصراً	(2176) حالة اعتقال لمواطنين مقدسيين من بينهم (93) سيدة، و(12) طفل و(378) قاصراً	1800 حالة اعتقال من بينهم 208 أطفال و56 سيدة
6	أحكام بالسجن الفعلي	64 حكماً منها 25 قراراً بالاعتقال الإداري	133 حكماً منها 36 قراراً بالاعتقال الإداري	192 حكماً منها 76 قراراً بالاعتقال الإداري
7	قرارات الحبس المنزلي	101 قراراً	109 قرارات	194 قراراً
8	قرارات الإبعاد	365 قرار منها 256 عن المسجد الأقصى	711 قرار، نصفها عن المسجد الأقصى	631 قراراً منها 519 عن المسجد الأقصى
9	عمليات الهدم	96 عملية هدم	117 عملية هدم و16 عملية تجريف	181 عملية هدم و19 عملية تجريف

ويبذل الاحتلال مساعيه من أجل تفريغ القدس من أهلها فيعمل جاهداً على طمس الهوية الإسلامية وأحقية المسلمين في مدينة القدس من خلال تحويل بطاقات الهوية الخاصة بالمقدسيين إلى هويات مؤقتة، أي بما معناه أنّ صلاحيتها ستنتهي بعد سنوات مما يتطلب تجديدها، وبحسب

المصادر الإسرائيلية فقد تمّ مصادرة 14.701 بطاقة بين عامي 1967 – 2020، حيث إنّ جزءا من هذا الرقم يمثّل هويات أرباب هذه الأسر، مما يعني إلغاء وسحب الأبناء والأفراد المسجلين ضمن هوية الأب بشكل تلقائي، وبالتالي يكون عدد الأفراد الذين تمّ سحب هوياتهم أعلى من هذا الرقم بكثير. (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2022)

وبالنسبة لطبيعة الحياة وحرية التنقل فقد نشرت مؤسسة الحق تقريراً يوضح فيه طبيعة التنقل في القدس، حيث يفرض الاحتلال قيوداً جمة على الفلسطينيين في التنقل بحرية داخل الضفة الغربية الفلسطينية بما فيها القدس الشرقية من خلال وضع الحواجز تحت حجج الضرورة العسكرية والدواعي الأمنية. (عبد الله ، 2020)

3.4.3 أحداث القدس 2021:

مع تزايد الاستيطان والتهويد المنقطع النظير في عام 2021 وتصاعد أعداد المقتحمين من المستوطنين لباحات المسجد الأقصى المبارك وارتفاع وتيرة الاعتداءات على المقدسيين، ومنعهم من الدخول للمسجد الأقصى، وهذا ساعد على أن تكون الأرض خصبة لتصاعد المواجهات بين قوات الاحتلال ومستوطنيه والفلسطينيين وخصوصا المقدسيين، وبدأت الأحداث في القدس تتصاعد، وتزايد وتيرة المواجهات بين المقدسيين والاحتلال في شهر رمضان المبارك، وكانت تلك الفترة حُبلى بالأحداث الساخنة والتطورات على الساحة الفلسطينية.

على مستوى التطورات، شهدت الأراضي الفلسطينية حدثين أساسيين في عام 2021، فكان الحدث الأول محاولات إخلاء حي الشيخ جراح شمال البلدة القديمة، أما الحدث الثاني هو إصرار المستوطنين على فرض صلواتهم اليهودية الجماعية في المسجد الأقصى وسط حماية من شرطة الاحتلال، وفرض معادلات جديدة تقوم على اقتحام المسجد الأقصى في أعياد المسلمين ومناسباتهم الدينية وخصوصاً في شهر رمضان، وهذا ما أشعل فتيل معركة "سيف القدس" في مايو/ أيار 2021، هذا كان من جهة الاحتلال والمستوطنين، أما من جهة الفلسطينيين ومقاومتهم، فقد نجحوا في فرض تطورات وأحداث، وتحقيق مكاسب في هبتهم لأجل القدس، واندلاع مواجهات مع قوات الاحتلال في الأحياء والمدن الفلسطينية، ومع بداية شهر نسيان 2021 سجل الفلسطينيون نصراً جديداً بعد أن فرض الاحتلال سيطرته على ساحة باب العامود ووضعه للحواجز العسكرية ومنع الفلسطينيين من التجمهر. (يعقوب وآخرون، 2022)

3.4.4 هبة باب العامود:

اندلعت أحداث هذه الهبة بعد أن وضعت قوات الاحتلال السواتر الحديدية مع بداية شهر رمضان 13 أبريل/ نيسان 2021، ووجد الشباب المقدسي حينها أنّهم فقدوا حق الجلوس في مكانهم المفضل عند باب العامود، ومنعهم من كل أشكال التجمهر والتجمع والسهر في ليالي رمضان، مع السماح للمستوطنين من الدخول لباحات الأقصى وتدنيسه، مما أدى إلى اشتعال فتيل المواجهات واتّسعت رقعتها وامتدت إلى عدة مناطق في القدس، من باب العامود إلى شارع صلاح الدين ووادي الجوز والطور وسلوان والشيخ جراح والعيساوية، وصولاً إلى عدة نقاط في الضفة ومظاهرات في غزة، وتصاعدت أدوات المقاومة وتكسير لسيارات الشرطة الإسرائيلية وكاميرات المراقبة وملاحقة المستوطنين أداء صلاة التراويح عند باب العامود. (القواسمي ه.، 2021)

وبعد اشتداد المواجهات لأيام تمكّن الفلسطينيون في 25 أبريل/ نيسان من إزالة الحواجز الحديدية التي وضعها الاحتلال منذ بداية شهر رمضان على باب العامود بعد انسحاب الشرطة الإسرائيلية من المنطقة كاملة (ماجد و العيس، 2021)، وخلفت هذه الهبة آلاف الإصابات جراء قمع الاحتلال للشبان بعد محاولة الاحتلال إغلاق مدرج ومحيط باب العامود وعدم السماح لأهل المدينة بالجلوس في المكان. (وزارة الأوقاف والشؤون الدينية/ هيئة علماء فلسطين، 2021)

3.4.5 هبة حي الشيخ جراح:

- **خلفية تاريخية:**

بداية، يقع هذا الحيّ شمال البلدة القديمة في مدينة القدس المحتلة، ويقطن فيه حوالي 3000 مواطن فلسطيني (مركز العودة الفلسطيني، 2021)، ويذكر الباحث محمد ذياب أبو صالح أن سبب تسمية هذا الحيّ يعود إلى "الأمير حسام الدين بن شرف الدين عيسى الجراحي، طبيب صلاح الدين الأيوبي، القائد الكردي المسلم، الذي تحول إلى رمز لأجيال عربية متعاقبة منذ نحو 900 عاماً" (أبو صالح، 2022)، ويعود أصل هذا السكان من اللاجئين الذين شردوا نتيجة جرائم العصابات الصهيونية من بلداتهم الأصلية في نكبة 1948، وفي عام 1956 تمّ الاتفاق بين الحكومة الأردنية ووكالة الأونروا بالعمل على إنشاء مساكن لـــ 28 عائلة في ذلك الحين، وتمّ إبرام اتفاق آخر بين الحكومة الأردنية وبين العائلات الفلسطينية، وهو تخلي هذه العائلات المهجرة عن "بطاقة اللجوء"، ودفع بدل إيجار بسعر رمزي مقابل أن يتمّ تفويض السكان بملكية المباني بعد انقضاء 3 سنوات من إتمام البناء، ولكن حالت حرب النكسة عام

1967 دون ذلك لتسجيل الأراضي باسمهم بسبب احتلال السلطات الإسرائيلية لكامل مدينة القدس، وادّعت جمعيات صهيونية ملكيتها لمنطقة حيّ الشيخ جراح، وخلال مدى العقود الماضية قام الاحتلال بتهجير عدة عائلات قسراً من حيّ الشيخ جراح، مثل عائلة الشنطي عام 1967، وعائلات رفقة الكرد عام 2008 وعائلتي حنون والغاوي عام 2009، ولكن عادت قضية حيّ الشيخ جراح إلى الواجهة وأخذت بعدا جماهيريا كبيرا منذ بداية عام 2021 بعد أن أصدرت محكمة "إسرائيلية" قرارا بتهجير عائلات الحيّ من منازلهم لصالح المستوطنين. (مركز العودة الفلسطيني، 2021)

ووفق وكالة الأناضول التركية في مقابلة أجرتها مع أحد سكان الحيّ فإنّ السكان تعرّضوا لخداع وخيانة من قبل المحامي إسرائيلي "توسيا كوهين" الذي وكلوه للدفاع عنهم عام 1982، حيث استمرّت المعركة القانونية دون أن تستطيع الجمعيات الاستيطانية إثبات الملكية حتى عام 1991، وفي نفس التاريخ السابق قام المحامي الإسرائيلي بالتوقيع باسم سكان الحيّ دون علمهم أنّ ملكية هذه المنطقة تعود للجمعيات الاستيطانية، وبالتالي تم ّمنح السكان كمستأجرين، يسري عليهم قانون حماية المستأجر. (أرناؤوط، 2021)

- **أحداث حيّ الشيخ جراح:**

شهدت القدس في العشر الأواخر من رمضان 2021 اندلاع مواجهات عنيفة بين الفلسطينيين وشرطة الاحتلال بمشاركة المستوطنين المتطرفين، وشكلت هذه القضية كواحدة من أبرز قضايا القدس حيث شملت العديد من التطورات في ذلك العام والذي كان كفيلاً باندلاع هبة القدس ومعركة سيف القدس:

- 2021/4/3 رفضت محكمة الاحتلال الالتماس الذي قدمته ثلاث عائلات مقدسية ضد إخلاء منازلها في حيّ الشيخ جراح، والزمتها بالإخلاء حتى آب/ أغسطس 2021.
- في 2021/4/22 أرسلت 28 عائلة من حيّ الشيخ جراح رسالة إلى المحكمة الجنائية الدولية للتحقيق في قضية تهجيرهم القسري والاستيلاء على الممتلكات والاضطهاد والفصل العنصري.
- في 2021/5/2 أعطت محكمة الاحتلال مهلة لأربع عائلات مهددة بالإخلاء حتى 2021/5/6 للتوصل لاتفاق مع الشركة الاستيطانية مع المحكمة للتسوية ودفع بدل إيجار

للمستوطنين بأثر رجعي إلى أن يتوفى رب المنزل بحيث لا ينتقل الإيجار المحمي إلى أولاده.

- في 2021/5/9 أجلت محكمة الاحتلال النظر في قضية الشيخ جراح نظرا لتقارير سرّية أمنية تشير إلى أنّ النظر في القضية سيؤدي إلى تفجّر الأوضاع وتصعيد ميداني، وخصوصاً مع نية الاحتلال لاقتحام المسجد الأقصى بتاريخ 2021/5/10 في ذكرى احتلال الشطر الشرقي من القدس بالتقويم العبري. (يعقوب وآخرون، 2022)

وبسبب عدم تراجع إسرائيل عن قرار الإخلاء والاكتفاء فقط بالتأجيل لمدة شهر نظرا لخطورة الأوضاع الأمنية، اعتبر الفلسطينيون أنّ هذا الإجراء ليس كافيا، وردّوا بالمواجهة والهبّة الشعبية وساند فلسطينيو الداخل المحتل وانخرطوا في المظاهرات والاعتصامات والمواجهات والتضامن مع أهل القدس فتشكّل تلاحم وطني بين كافة أطياف الشعب الفلسطيني لصد أهداف الاحتلال ضد المقدسيين وتحديداً حي الشيخ جراح، ودخلت السلطة الفلسطينية والفصائل الفلسطينية على خط المواجهة، حيث تعهدت السلطة الفلسطينية بطرح ملف الإجراءات الإسرائيلية في القدس أمام محكمة الجنايات الدولية، وقررت الفصائل الفلسطينية وبالتحديد حركة حماس خلق معادلة ردع جديدة، والردّ العسكريّ من قطاع غزة على أي استهداف إسرائيلي للقدس. (مركز الجزيرة للدراسات، 2021).

وبحسب استطلاع الرأي الذي أجراه مركز مدى الكرمل في حيفا أن السبب الرئيس لاندلاع الهبة الشعبية هو 60.5% هو أحداث المسجد الأقصى والشيخ جراح، بينما 15.2% قالوا إن السبب هو الغضب من تخاذل شرطة الاحتلال في مواجهة العنف، و21.1% رأوا أنّ تمييز سلطات الاحتلال تجاه المواطنين العرب في كلّ مجالات الحياة هو السبب الرئيس، ورأى مركز مدى الكرمل أنّ الهبّة جاءت لرمزية القدس الدينية والوطنية، وبسبب الممارسات الاستعمارية والاستيطانية الإسرائيلية في القدس، وهي شبيهة بتلك الممارسات التي تحدث في النقب واللد والرملة والمدن الساحلية، ومجمل البلدات الفلسطينية؛ لذلك فإنّ القدس شكلّت نقطة اللقاء التي توحّد حولها الشعب الفلسطينيّ. (مدى الكرمل، 2021)

3.4.6 معركة سيف القدس:

بعد أن تطورت المواجهات والتصعيد مع الاحتلال واستمرار الاحتجاجات اليوميّة والحرب الشرسة ضد المصلين في المسجد الأقصى، وأهالي حيّ الشيخ جراح ومحاولات تهجيرهم

قسرا منذ بداية رمضان 2021/4/13، بدأت المقاومة في غزة ترسل تحذيراتها للاحتلال إذا لم يتوقف عن اقتحام الأقصى ولجم مستوطنيه واعتداءاتهم، ولكن في 2021/5/8 تفجّرت الأوضاع بعد اقتحام آلاف الجنود في عملية استفزازية لباحات الأقصى والاعتداء على المقدسيين وإصابة المئات من المدنيين الفلسطينيين، وبعد استغاثة أهل القدس وإطلاق الهتافات للمقاومة بالرد عن طريق الصواريخ؛ قررت المقاومة الرد وهو ما اتضح في البيان الذي تلاه محمد الضيف، القائد العام لكتائب الشهيد عز الدين القسام الجناح العسكري لحركة حماس، عندما أمهل الحكومة الإسرائيلية حتى الساعة 6 مساء في يوم (10 مايو/أيار 2021) لإلغاء مسيرة الإعلام السنوية ومغادرتهم البلدة القديمة، وقوبل التحذير بعدم الرد من الاحتلال، وبالفعل أُطلقت من غزة عشرات الصواريخ على العمق الإسرائيلي، سقط بعضها في القدس المحتلة لأول مرة منذ حرب 2014، في حين شنَّت إسرائيل حملة عسكرية جوية على غزة. (حسن، 2021)

جاءت هذه المعركة ليدخل الفلسطينيون مرحلة جديدة من النضال ومنعطف آخر من الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، من أجل ترسيخ معادلات جديدة في الصراع، فلو نظرنا لاسم المعركة التي أطلقت المقاومة الفلسطينية اسم (سيف القدس) والاسم الذي أطلق عليه الاحتلال "حارس الأسوار" سنجد أن تلك التسميتين المختلفتين تحملان دلالات عديدة، فالاسم الأول يعني أنّ المقاومة في وضعية المبادرة والهجوم، في حين كان الاحتلال في موقع الدفاع والحماية، فالمقاومة بادرت بالتصعيد العسكري ردا على انتهاكات الاحتلال ضد المسجد الأقصى المبارك والتطهير العرقي، والتهجير القسري لحيّ الشيخ جراح. (يعقوب وآخرون، 2021)

وكان لهذه المعركة طابع خاص، وذلك لأنّها اتّسمت بتصعيد الهبّة الشعبية في القدس والضفة الغربية ومناطق الداخل المحتل عام 48، وتفاعل كبير في الخارج فلسطينياً وعربياً وإسلامياً ودولياً (صالح م.، 2022)، واستمرت هذه المعركة حتى فجر الجمعة بتاريخ 2021/5/21 بعد التوصّل لاتفاق التهدئة بوساطة مصرية لوقف إطلاق النار (يعقوب وآخرون، 2021)، وأدت المعركة لاستشهاد 260 شخص في قطاع غزة، من بينهم 66 طفلاً، و40 امرأة، و17 مسناً، وإصابة 1948 بجراح، أما في الضفة الغربية استشهد 29 شخص وجرح 6300، وكذلك استشهاد اثنين من فلسطينيي الداخل المحتل عام 48، إضافة إلى تدمير الآلاف من المباني والمنازل في قطاع غزة. (صالح م.، 2022)

3.5 المحور الخامس: (الشباب الفلسطيني وتفاعلهم مع أحداث القدس):

يشكّل الشباب الفلسطيني بحسب آخر إحصائية للجهاز المركزي الفلسطيني عام 2022 خمس الشعب الفلسطيني، ويعيشون واقعا حياتيا يختلف عن باقي الشعوب الأخرى نظراً لوقوعه تحت سيطرة الاحتلال الإسرائيلي حيث يواجه ممارسات وتضييقات جمّة تعرقل سير حياتهم الطبيعية، فيعتبر الشباب هم العنصر الفاعل في المجتمع وعماده، وهم العنصر الأكثر تفاعلاً مع الأحداث الحاصلة على أرض فلسطين والأكثر قدرة على الدفاع عنها بشتى الطرق والوسائل المتاحة والممكنة على مدار75 عاماً من احتلالها، فقدموا الشهداء والجرحى والأسرى في سبيل الأرض الفلسطينية وعاصمتها القدس.

لعب الإعلام الفلسطيني منذ نشأته دوراً هاماً في نقل الصورة والأحداث والوقائع وتفاعل الشباب الفلسطيني معها، واعتماده على وسائل الإعلام لمتابعة الأحداث على مدار سبعة عقود، وواكب الشباب الفلسطيني تطوّر وسائل الإعلام الذي لحق بالثورة التكنولوجية الهائلة وصولاً إلى امتلاكه الهواتف الذكية التي أصبحت في جيب كل شخص يتابع الأخبار والمعلومات ومصدراً لها ويُعتمد عليها في الأوقات التي تناسبه.

اعتماد الشباب الفلسطيني على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك:

شهدت أحداث القدس والهبّة التي اندلعت لأجلها في أيار/ مايو 2021 اشتعال للجبهات مع الاحتلال من كافة جوانبه، فكانت المعركة الرقمية حاضرة وبقوة في ميدان القدس، وخاضت معركة نقل الرواية إلى الجمهور الفلسطيني.

واستخدمت وسائل الإعلام الفلسطينية كالإذاعات والفضائيات وسائل التواصل الاجتماعي منها الفيسبوك لنقلها الأحداث التي تعصف بالقضية الفلسطينية، فقد كانت على الدوام مع جمهورها لنقل الحدث لحظة بلحظة ومواكبة أحداث القدس، مستغلة المزايا والخصائص التي توفرها منصة الفيسبوك لتسهيل المهمة الإعلامية وسرعة نقلها للأخبار والآنية والتفاعل مع الجمهور المتلقي، فكان ذلك قد جعل الشباب الفلسطيني يعتمد بشكل أساسي على هذه المواقع على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس وما يدور حولها.

فلو نظرنا من الناحية العلمية حول هذا الموضوع نجد أنّ الفيسبوك بالفعل وبدون أدنى شك يحتل المركز الأول كأكثر وسائل التواصل الاجتماعي شعبية واستخداماً من قبل الفلسطينيين،

وذلك وفق آخر إحصائية أصدرتها شركة (آيبوك) المتخصصة بمجال مواقع التواصل الاجتماعي في تقريرها السنوي السادس مطلع عام 2022، والذي يهتم برصد واقع مدى متابعة مواقع التواصل خلال عام 2021، وأشار هذا التقرير إلى أنّ نسبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين حسب الجنس وصلت إلى 53.1% من الذكور، و46.3% من الإناث (ipoke، 2022) ، في حين جاءت نسبة استخدام موقع الفيسبوك بواقع 93% كأعلى وأكثر استخداماً من قبل الفلسطينيين على حساب بقية مواقع التواصل الاجتماعي. (المركز الشبابي الإعلامي، 2023)

وفي النهاية أكد موقع (آيبوك) على ضرورة الاستثمار الأمثل للعالم الجديد وعلى الأخص بما يتعلّق بالقضية والرواية الفلسطينية، وكذلك أحداث القدس، وأهميّة إيصالها للعالمية بدلاً من اقتصارها على المستوى المحلي، وهذا ما أكدته الأحداث خلال العام الماضي بدءًا بأحداث قضية الشيخ جراح وأحداث القدس وتطورات معركة (سيف القدس)، حيث استطاع محمد ومنى الكرد إيصال القضية إلى العالم باللغة الإنجليزية من خلال استخدام مصطلحات ومضامين تخدم القضية الفلسطينية، وتظهر الرواية الصحيحة. (ipoke، 2022)

وخلال فترة أحداث القدس، وهبة باب العامود وحيّ الشيخ جراح وصولاً إلى معركة (سيف القدس) أظهرت إحصائية (آيبوك) أنّ المتابعين كان اعتمادهم الأول في تلقي الأخبار والتزود بها هو "الإعلام الجديد" كأعلى نسبة بـــ 80.5%، وجاءت الوسيلة الثانية وهي "الفضائيات" كمرتبة ثانية في الاعتماد عليها للأخبار في تلك الفترة بنسبة 20.8%، ثمّ جاءت "الإذاعات كوسيلة ثالثة بالاعتماد عليها للأخبار بنسبة 8.3% وتتقارب هذه النتائج مع النتيجة التي وصلت إليها هذه الدراسة في الجدول رقم (8) حيث إنّ مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك هي الأكثر اعتمادا لنقل الأخبار حول أحداث القدس، وتليها الفضائيات، ومن ثم الإذاعات، وأوضح (آيبوك) أنّ أكثر من 85.3% من الفلسطينيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتلقي الأخبار، و يتوزعون كالتالي: 27.2% تلقوا الأخبار من تطبيق فيسبوك خلال الأحداث، و23.3% من منصة انستغرام، و15.5% من واتساب، و6.2 من يوتيوب، وفي الوقت ذاته رصد (آيبوك) أنّ هناك العشرات من وسوم "الهاشتاج" لاقت تفاعلاً كبيرا، كان من بينها #انقذوا_حي_الشيخ_جراح / #savesheikhjarrah والتي انتشرت خلال شهر مايو 2021 وتفاعل معها الملايين حول العالم وكانت رافضة لما يتعرض له حي الشيخ جراح بالقدس من محاولات لتهجير الأهالي وتوطين

اليهود، وكذلك وسم #تل_أبيب_تحترق الذي انتشر عندما قصفت صواريخ المقاومة بغزة تل أبيب خلال فترة أحداث القدس. (ipoke، 2022)

لو دققنا جيداً في الفئات الأكثر استخداما للفيسبوك فإننا سنجد بلا أدنى شك أنّ الفئة الأكثر استخداما لهذا الموقع هي فئة الشباب، وذلك لأنّ وفق ما قاله الكاتب علي شقرة "إنّ هؤلاء هم الأكثر ممن يمتلكون المهارات الحاسوبية، ولديهم اطلاع واسع على الكمبيوتر واستخداماته وشبكات الانترنت، مما يمكنهم من تصميم صفحة الفيسبوك بسهولة" (شقرة ع.، 2014)، وفي إحدى الدراسات السابقة توصلت أنّ الفئة العمرية الأكثر استخداماً للفيسبوك بين طلبة الجامعات الفلسطينية هم من فئة عمرية أقل من 26 سنة وذلك بنسبة (78.5%) (رجوب، 2022)، وهذه النتيجة تؤكد على ما قاله الكاتب علي شقرة إنّ الشباب هم الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي.

وتقول نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنّ اعتماد الجمهور على وسيلة معينة تنتج عنه تأثيرات تنعكس على الجمهور، والتأثيرات هي: (تأثيرات سلوكية، تأثيرات وجدانية، تأثيرات معرفية)، وإنّ اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس أسهم بحسب ما ذكر الباحث حسن الداودي في تقرير حول المعركة الرقمية لأحداث القدس، في تحفيز الكثير من المستخدمين في الوطن العربي والعالم للمشاركة فيه رقمياً، أو في المشاركة والنزول ميدانيا إلى الشوارع، وكذلك البحث أكثر عن القضية الفلسطينية والتعرف عليها، مما أسهم لدى الجيل الجديد في إعادة تعريف العديد من المفاهيم فيما يتعلق بالقضية الفلسطينية، والصراع الفلسطيني الإسرائيلي، ومدى حجم الزيف والكذب في الرواية الصهيونية، وإسقاط القناع عن وجه إسرائيل بعدما كانت تروّج الدبلوماسية الرقمية لها بأنّها دمقراطية وإنسانية. (الداودي، 2021)

وحول أسباب اعتماد الشباب الفلسطيني على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك يرى مدير عام تلفزيون فلسطين "خالد سكر" في مقابلة شخصية أجرتها الباحثة أنّ السبب الذي يدفع الشباب للاعتماد عليها هي سهولة استخدام هذه المواقع سواء على الجوال أو أي جهاز محمول، وليسوا بحاجة لمتابعة التلفزيون أو الإذاعة بالشكل الكلاسيكي، حيث بات الفيسبوك متاحاً وسهل الاستعمال ومتوفراً في أي وقت (سكر خ.، 2023)، واتّفق معه بهذا الرأي مدير دائرة الإعلام الرقمي في قناة الأقصى الفضائية "سائد رضوان" في أنّ مواقع التواصل الاجتماعي هي

الأكثر استخداماً بين فئة الشباب، وبطبيعة الحال ووفق الإحصاءات الفلسطينية فإنّ الفيسبوك ما زال يتربع على عرش المتابعات الفلسطينية من مواقع التواصل، والدافع الأساسي للّجوء لوسائل الإعلام عبر الفيسبوك سهولة الوصول إليها من خلال الهاتف المحمول الملازم لكل شاب (رضوان، 2023)، وأضاف المدير التنفيذي لشبكة أجيال الإذاعية "وليد نصار" أنّ هذا يعود إلى أكثر من عامل، أبرزها التحديث المتواصل على هذه الصفحات لكل ما هو جديد، وكذلك الموثوقية في الأخبار حتى وإن كانت السياسيات التحريرية مختلفة، فإنّ الإذاعة الفلسطينية التي لها اسم واضح وعنوان واضح وسياسة تحريرية واضحة فإنّها تعتبر بالنسبة للمتلقي موثوقة أكثر من الصفحات المجهولة التي تروج إشاعات أو أنصاف حقائق لتحقيق أهداف غير صحفيّة. (نصار، 2023)

وفي السياق ذاته أوضح مدير عام إذاعة صوت فلسطين "عايد عويمر" أنّه يوجد هناك العديد من الأسباب الموضوعية الذي يجعل توجه الشباب نحو مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك بشكل كبير مقارنة بوسائل الإعلام التقليديّ هو التماشي مع التغيرات العالميّة المرتبطة في التحوّل العالمي تجاه اعتماد منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للخبر، والإحساس بأنهم فاعلين على هذه المنصات من حيث صناعة الخبر ومشاركته والتعبير عن آرائهم، والسرعة في معرفة الخبر وتعدد المصادر وبالتالي تعدّد الروايات مما يتيح لهم معلومات أكثر. (عويمر، 2023)

واتفقت معهم مدير البرامج في إذاعة راية FM "سمر ثوابتة" بتلك الآراء وأضافت أنّه من الطبيعي أن يكون هناك لجوء من الشباب الفلسطيني لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك؛ لأنّه وفق قولها يعيش على أرض أحداث وصراع، ويعتمدون على تلك الوسائل لأجل المتابعة وفهم ما يدور من حولهم. (ثوابتة، 2023)

3.6 المحور السادس: الإعلام التقليدي عبر الفيسبوك:

إنّ الاندماج بين الإعلام والتكنولوجيا لا يتوقف، حيث مرّ الإعلام بالعديد من الحالات الانتقالية وأصبحت قريبة منها، فكل ما يتعلق بالتكنولوجيا الذي يظهر في كل لحظة فإنّه يؤثر على الإعلام وينتج عنه عملية الاندماج، فالإعلام دائماً في حالة حركة مستمرة وتحول دائم، فعبر التاريخ بدأ الإعلام بالأخبار التي كان الناس يتناقلونها شفوياً، ودائماً هناك جديد في الإعلام، فهي السمة الغالبة فيه، فهو ينتقل من حال إلى حال آخر، من صحافة محدودة إلى طباعة ضخمة وأعداد

هائلة، إلى إذاعة وتلفزيون، حتى ظهور الطفرة التكنولوجية الجديدة لتتوارى بعض مظاهر الإعلام وتصعد أخرى، دون أن تختفي وسيلة أو تندثر لكن تبقى ولو في إطار محدود. (المدني، 2021)

وفي عصر الثورة التكنولوجية وتنامي قوة وسائل التواصل الاجتماعي، تنامت معها قوة وسائل الإعلام التقليدي في استغلال التطور التكنولوجي ودخولها المجال الرقمي والإعلام الجديد، وفي ظل هذا التقدم الهائل في مجال الاتصال بدأ الإعلام التقليدي في الاهتمام بالتواجد على منصات التواصل الاجتماعي، فأصبحت بالفعل هذه المنصات هي مصدر للأخبار، ويمكن الاعتماد عليها، لاقتناص الأخبار والصور والفيديوهات والتفاعل معها.

"ذاك الشبل من ذاك الأسد"، بهذا المثل العربي وصف الباحث جمال زرن تطوّر الإعلام التقليدي ورقمنته ومواكبته للإعلام الجديد، ودخول الإعلام عالم(السوشال ميديا) بعدما كانت تهتم بالعلاقات الاجتماعية، أما اليوم أصبحت المعلومة والخبر لا يقتصر على الإعلام التقليدي فقط بل أخذ بالانتشار على شبكات التواصل الاجتماعي وخصوصاً الفيسبوك، وبحسب الباحث إنّ "من بين خصائص شبكات التواصل الاجتماعي في علاقتها بالإعلام التقليدي أنّها تبدو بلا حدود" (زرن، 2017)، ويرى الباحث الفرنسي باتريس فليشي أنّ استخدام تقنية معينة على عدّة مستويات، سواء مادية أو رمزية، فردية حتى أو جماعية (مثل العائلة أو الشركة) والاجتماعية (ضمن جمهور كبير)، يكون مبنيا على التفاعلات مع التكنولوجيا، ويقول أيضاً: إنّه لا يمكن استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات إلا في حدود عدّة مجالات، من بينها علم وسائل الإعلام، واستنتج الباحث الفرنسي أنّ دراسة استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا تتعلق بملاحظة ما يفعله الجميع بأشياء تقنية، بقدر ما تتعلق بفحص كيفية بناء التفاعلات الاجتماعية من خلال التكنولوجيا لغرض فهمها والعمل في مجتمعاتنا. (Flichy, 2008)

وبحسب ما يقول الباحث جمال زرن أستاذ الإعلام والاتصال بقسم الإعلام في جامعة قطر في أنّه في ظل عصر الرقمنة وتطور وسائل التواصل الاجتماعي وشبكاته المتعددة، لم نعد اليوم نذهب إلى وسائل الإعلام، بل إنّ وسائل الإعلام تتواءم وتتأقلم مع الاستعمالات الجديدة للمتلقي، حيث إنّ التليفزيون لم يعد في حاجة إلى أوقات بث الذروة، أو هل باتت صحيفة الصباح ضرورية حتى نكون من الأوائل ممن قرأ الأخبار، لقد أضحت هذه الأمور في عداد النسيان وعفا عليها الزمن، فلم نعد بحاجة إلى أخبار الصحيفة أو التلفزيون أو الإذاعة في الصباح وهي طازجة أو أخبار الساعة الثامنة ليلًا، ويرى أنّ "الإعلام الاجتماعي وشبكاته، فإنّه وبحكم استقلاليته النسبية

عن فعل المؤسسة ونزعته الإطلاقية وغياب حدود نظرية تؤطّره يكاد يمثّل مدخلًا جديدًا لمقاربة وظيفية/نقدية لوسائل الإعلام والتي كانت دائمًا تنادي وتسعى إلى تحرير الفرد من هيمنة وسائل الإعلام الجماهيرية بوصفها منتجة للهيمنة". (زرن، 2017)

هذا على صعيد وسائل الإعلام وتطورها في ظل عصر الثورة الرقمية وتطور الإعلام الجديد، أما على صعيد الجمهور المتلقي، فإنّه حسب تقرير "هوت سويت" الذي صدر عام 2021، يشير إلى وجود 4 مليار و 200 مليون مستخدم نشط على الشبكات الاجتماعية حول العالم، أي 53.6% من سكان العالم، حيث قفز بنسبة 13% مقارنة بعام 2020، وأن معدل الوقت الذي يقضيه المستخدمون على هذه المنصات هو ساعتان و 25 دقيقة، وغالبيتهم يستعملون الهاتف، أما بالنسبة للأسباب التي تدفع المستخدمين لاستخدام الانترنت هو بغرض البحث عن المعلومات ومتابعة الأخبار وآخر المستجدات.(Hootsuite, 2021)

وبناءً على هذه الأرقام فمن المؤكد بأنّ أيّ وسيلة إعلامية ستفكر في استثمار الوسائل الجديدة واستغلالها، والدخول في الفضاء الرقمي حيث يكثر تواجد المستخدمين وإنشاء منصّة رقميّة خاصة بها، وتوظيفه في مجال الإعلام وتنشر المعلومات والأخبار كما كانت توجهها عبر الوسائل التقليديّة.

3.6.1 موقع الفيسبوك وتوظيفه في مجال الإعلام:

للفيسبوك دورٌ كبير في مجال الإعلام، في البداية كان إنشاء هذا الموقع من أجل ربط الناس وخلق مجتمعات افتراضية، أما اليوم نرى الفيسبوك وبدون أدنى شك من أكثر المواقع زيارة من قبل المستخدمين لمطالعة آخر الأخبار والمعلومات من المواقع الإعلامية، وذلك بعد عقود طويلة من هيمنة وسائل الإعلام التقليدية وسيطرتها على مصادر الأخبار والمعلومات، وربط الجمهور بها في أوقات محددة من أجل المتابعة، وما نلاحظه اليوم هو العكس، نرى الجمهور غير مرتبط بأوقات محددة لمتابعة الأخبار، فهم الذين يتابعون الأخبار بالمكان والزمان الذي يناسبهم، ومن الجدير ذكره إنّ وسائل الإعلام التقليدية بدأت تعي تماماً أهميّة أن يكون لها صفحات عبر الفيسبوك لنقل رسائلها وبث الأخبار للجمهور، لكن كان هناك جدلية كبيرة بين العديد من المؤلفين والكتاب والباحثين حول ما إذا كان الإعلام الجديد هو منافس للإعلام التقليدي أم مكمّل ، أم بديل له؟، لكن على أية حال استطاعت وسائل الإعلام التقليدية مواكبة التطورات وملاحقة كل ما هو جديد، والانصهار مع التكنولوجيا الجديدة، وهذا ما يبتغيه مؤسس الفيسبوك مارك زوكربيرج عندما أعلن

في شهر يناير/ كانون الثاني 2017 عن إطلاق مشروع يحمل اسم "صحافة الفيسبوك"، والذي يعمل هذا المشروع بثلاث طرق: الأولى: هي تطوير مشترك لمنتجات جديدة، الثانية: تدريب الصحفيين وتقديم أدوات لهم، والثالثة: تتيح تدريباً للجميع. (عزام، 2017)

3.6.2 التوظيف الإعلامي للفيسبوك (الإذاعات والفضائيات):

تدرك وسائل الإعلام أهميّة توظيفها للفيسبوك في إيصال رسالتها الإعلامية للجمهور، ففي تقرير أصدره موقع (سوشال ستديو) عام 2017، حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لعام 2016، ومن أبرز نتائجه أنّ مواقع التواصل الاجتماعي هي المصدر الرئيسي للحصول على الأخبار والمستجدات بنسبة 89%، يليها المواقع الإلكترونية فالقنوات التلفزيونية ثم الإذاعات، وأخيرا الصحف المطبوعة التي جاءت في ذيل القائمة بنسبة 6%، وأظهرت الإحصاءات أنّ أكثر الصفحات الفلسطينية متابعة تعود في معظمها لمؤسسات إعلاميّة وإعلاميين. (سوشال ستديو، 2017)

ولعب التطوّر التكنولوجي والآنية والتفاعلية لمواقع التواصل الاجتماعي وتربع الفيسبوك على قائمة أكثر المنصات من حيث التفاعل ما بين الوسيلة الإعلامية والجمهور دوراً هاماً في توظيف وسائل الإعلام الفلسطينية التقليدية للفيسبوك لبث رسائلها الإعلامية، ورأت "سمر ثوابتة" أنّ السبب الذي يدفع لإنشاء حسابات لوسائل الإعلام كالإذاعة والتلفزيون في فلسطين هو أنّ الجمهور قلّ استماعه للإذاعة والتلفزيون، وبالتالي هناك توجه كبير لهذا الجمهور نحو مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك ويقضون كل وقتهم عليها، على حساب الوسائل التقليديّة، أما السبب الثاني: فهو لغرض قياس رضا الجمهور عن أداء تلك الوسيلة عبر الفيسبوك (ثوابتة، 2023)، أما "سائد رضوان رأى بأن إنشاء الحساب لصفحة فضائية الأقصى عبر الفيسبوك لأجل دراسة توجّهات الجمهور الفلسطيني، والمواكبة للتطور في العالم الرقمي، والتنوع في التواجد عبر الوسائل الحديثة. (رضوان، 2023)

وقال مدير إذاعة شبكة الحرية الإذاعية "أيمن القواسمي" إنّ سبب إنشاء الحساب على منصة الفيسبوك هو لمواكبة التطور الكبير في عالم الاتصال والإعلام الحديث وتلبية لاحتياجات المتابعين ومستخدمي الفيسبوك وسرعة وصول الأخبار (القواسمي أ.، 2023)، في حين قال "سليمان أبو

عرام" مدير إذاعة كرامة إنّه لأمر بديهي وطبيعي لاستهداف هذه الفئة التي توصف بالكبير في مجتمعنا الفلسطيني (أبو عرام، 2023).

ولعل هذه الأسباب التي أبدى بها أصحاب المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية في فلسطين حول لجوء تلك المؤسسات إلى الفيسبوك لبث الأخبار من خلالها، تقودنا إلى النتائج التي وصلت إليها دراسة (Zahoor & Sadiq, 2021) حول أن الأسباب التي دفعت وسائل الإعلام الفلسطينية لإنشاء حسابات خاصة بهم على الفيسبوك هي أن الفيسبوك لها عدة مميزات وخصائص تمكّن الإعلام التقليدي من تجاوز الحدود الجغرافية دون عوائق، وكذلك من أجل استقطاب المزيد من الجمهور، وجذب انتباههم من خلال نشر مقاطع الفيديو والصور والنصوص حول الصراع الفلسطيني الإسرائيلي نظرا لأنّه أقدم صراع في التاريخ المعاصر، إضافة إلى أنّ وجود هذه الوسائل التقليدية على منصة الفيسبوك يعتبر أقلّ كلفة بالنسبة لها.

3.6.3 الإذاعات على منصة الفيسبوك:

تعدّ الإذاعة إحدى الوسائل الإعلامية والركيزة المهمة في حياة المجتمعات وتقديم للمعلومات وتلبية احتياجات الجمهور المستمع من أخبار ومضامين ومعلومات حول الأحداث المحيطة، وفي الآونة الأخيرة بات يلاحظ في الساحة الإعلاميّة سواء على المستوى الوطني أو العالمي توجه الإذاعة إلى الفيسبوك ونشر محتوياتها من خلاله، وتوظيفه في خدمة رسالتها الإعلاميّة والتكيف مع التطورات التكنولوجية التي فرضتها البيئة الإعلامية الجديدة، مع الأخذ بعين الاعتبار تواجد الجمهور المستخدم بشكل مستمر على منصّة الفيسبوك.

وفي إحدى الدراسات العربيّة حول توظيف الفيسبوك في العمل الإذاعي أوصى الباحث بضرورة استخدام وسائط الاتصال الجديدة بما فيها الفيسبوك؛ لأنّها أصبحت ضرورة ملحة لتنمية العمل الإعلامي، وكذلك ضرورة استغلال الإذاعات المحلية التطورات الجديدة على مواقع التواصل الاجتماعي لتنشيط الإعلام وتطويره، والعمل على توسيع استخدام الوسائط المتعددة لجميع وسائل الإعلام سواء كانت محلية أو وطنية، خاصة أم عامة، لمواكبة البيئة الإعلاميّة المعاصرة وكسر الحدود والحواجز وجعله إعلام تواصلي وتفاعلي. (شهرزاد، 2020)

وكشف الباحث الإيطالي "تيزيانو بونيني" أنّ الإعلاميين قد بدأوا أخيراً في فهم أهمية أن تكون وسائل التواصل الاجتماعي وربطها بالجماهير، ووصف تلك العلاقة بالحبل السري الذي يربط المستمعين بالمنتجين في الإذاعة، وخلصت دراسته حول توظيف الإذاعة للفيسبوك في نقل

رسالتها، لأنّ الجمهور أصبح يتفاعل مع البرامج الإذاعية التي تبث عبر الفيسبوك ويقومون بعملية التعليق والإعجاب والمشاركة، وأنّهم أصبحوا يعتادون معرفة ما يحدث حولهم من خلال تلك الوسائط. (Bonini, 2012)

وبالنسبة لعوامل إنشاء الإذاعات التقليدية حسابات لها على منصة الفيسبوك، يقول الباحث التركي "مايكل كويوكو" إنّ التعليقات الواردة على منصات التواصل الاجتماعي تسهم في تحديد شعبية المحطات، وهذا يساعد في وجودها على وسائل التواصل الاجتماعي وإعطائها أهمية كبيرة، أما العامل الآخر لوجود المحطات الإذاعية على الفيسبوك هو بسبب تكاليفها المنخفضة، وكذلك سهولة قياس نسبة الاستماع للراديو عبر الفيسبوك من خلال المتابعات، بديلاً عن قياس نسبة الاستماع والمتابعة للإذاعة التقليدية، أمّا العامل الأخير الذي وضعه الباحث حول سبب توجه الإذاعات للفيسبوك هو أنّ تلك الإذاعات تستطيع مشاركة روابط برامجها على اليوتيوب والانستغرام من خلال حساباتها على الفيسبوك. (Kuyucu, 2014)

ويقول الباحث إنّ المحطات الإذاعية على الفيسبوك لا تزال تتكيف مع واقع الانترنت، وأنّها تزيد من التواصل الاجتماعي مع الجمهور، والحفاظ عليهم وتعمل على تبادل الآراء معهم، ويقول أيضاً الباحث إنّ الإذاعة التقليدية تتميّز بأنها وسيط "أعمى" لأنّه يتركز على السمع فقط، لكنها استغلت الفيسبوك لبث رسائلها بشكل مرئي مثل النصوص والصور والفيديو، وأشار في دراسته إلى أنّ الفيسبوك بدأ بالاستحواذ على الراديو التقليدي واستيعابه، والذي اعتبره تهديداً قوياً لهذا الوسيط التقليدي والذي قد يصل إلى نسيان الصفات الخاصة للراديو الذي يعتمد على حاسة واحدة "كالسمع". (Laor, 2019)

3.6.4 الفضائيات على منصة الفيسبوك:

أدّى التزاوج بين تكنولوجيا المعلومات المتمثلة في وجود أجهزة الكمبيوتر وتطوّر تكنولوجيا الاتصال المتمثلة في وجود الأقمار الصناعية إلى ظهور القنوات الفضائية، فقد أدى لظهور الانترنت وما تفرع منها مثل التويتر واليوتيوب والفيسبوك والمدونات والصحف الإلكترونية والاستخدام المعلوماتي والإعلامي لشبكات الهاتف المحمول، وأسهم الانترنت بالتأكيد لوجود التواصل الإنساني بين البشر وأتاح للأفراد إمكانية إنشاء مواقع تبث الأخبار وتذيعها، وتنشر المعلومات والآراء دون وجود أية عوائق. (أبو زيد، 2012)

في ظل ارتفاع شعبية تطبيقات التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة، تتواصل المحطات التلفزيونية مع الجماهير من خلال هذه الأدوات التكنولوجية الخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وما إلى ذلك، في الوقت الحاضر، ويمكن التفاعل مع الجمهور في المنتديات عبر الإنترنت وفيسبوك وغرف الدردشة وتجميعها وتحليلها على الفور، حيث يقدم الفيسبوك نهجاً جديداً لمشاهدي التلفزيون للتفاعل مع البرامج التلفزيونية وكذلك مع المشاهدين الآخرين، وبالتالي تسمح عمليات الإعجاب والمشاركة والتعليقات للمشاهدين بمشاركة آرائهم وإظهار الدعم لبرامجهم التلفزيونية المفضلة، بطريقة ما تمكن المعجبين من المشاركة في المناقشة أثناء مشاهدة البرامج على التلفزيون.(Cheng et al., 2016)

وأظهرت نتائج إحدى الدراسات أنّ غالبية الجمهور يعتمد على منشورات التلفزيون عبر الفيسبوك للكشف عن مجريات الأمور، وكذلك يفضلون مواقع التلفزيون على تلك المنصّة على أساس أكثر سرعة، وأضافت الدراسة إلى أنّ المصداقية هي مؤشر مهم على رغبة الجمهور في التعامل مع المحتوى ويزيد التفاعل مع الجماهير أن تجعل جهودهم على وسائل التواصل الاجتماعي أكثر تأثيرا، وتحصل على نتائج أسرع، وأوصت الدراسة وسائل الإعلام التقليدية أن يجمعوا ما بين التقليدي والجديد ويكونوا نجوم في وسائل التواصل الاجتماعي من أجل مساعدتهم على سدّ الفجوة في العالم الجديد، وأن يكونوا أقوى في جهودهم على وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع جمهورهم الأساسي. (Keib & Wojdynski, 2019)

وفي دراسة للباحثة فاطمة الزهراء حول استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي، وضّحت أنّ القنوات التلفزيونية تحاول كسب جمهورها النشط على الفيسبوك، والذي يساعد القنوات التلفزيونية قياس تفاعل الجمهور معها بكل سهولة، وهذا يعود للسمات التي يتميز بها الفيسبوك الذي مكّن من الوصول لعدد أكبر من الجمهور الذي يتفاعل معه بطريقة آنية وفورية مباشرة، وكشفت هذه الدراسة أنّ التقارير الصحفية التلفزيونية هي الأكثر استعمالاً وتوظيفاً من قبل التلفزيون، ثم الخبر ويليه الربورتاجات. (عماري، 2012)

فلسطينياً، يعتبر التلفزيون الرسمي الفلسطيني "تلفزيون فلسطين" من أبرز المحطات التي نالت شهرة كبيرة باستخدامها لمنصة الفيسبوك لنشر الأخبار والقضايا لمتابعيها، وبالفعل لاقت اهتماماً كبيراً من قبل الجمهور الفلسطيني سواء داخل البلاد او خارجها، وفي دراسة أجريت حول توظيف تلفزيون فلسطين للفيسبوك وتفاعل الجمهور معها خرج الباحثون بنتائج وهي: إنّ عدد

الإعجابات المسجلة على المنشورات ما بين 27 – 1900 إعجاب، بمعدل 194 إعجاب لكل منشور، بينما كانت عدد التعليقات من 0 – 421 تعليق، بمعدل 32 تعليق لكل منشور، أما عن الوسائط التي يستخدمها تلفزيون فلسطين على الفيسبوك هي الفيديوهات وذلك بنسبة 66.5%، ويليها الصور بنسبة 30.5%، بينما كانت التصاميم التعبيرية عن عنوان الخبر وصلت نسبتها 3% من المنشورات التي شملتها صفحة تلفزيون فلسطين على الفيسبوك. (سرحان وآخرون، 2021)

وعطفاً على الأرقام الظاهرة بالفقرة السابقة أعلاه، أجرت الباحثة مقابلة مع السيد "خالد سكر" مدير عام تلفزيون فلسطين، حيث أكد على أنّ تلفزيون فلسطين يستخدم كل ما هو متاح لديهم سواء من الناحية التقنية أو المهنية لتغطية الأحداث وخصوصاً أحداث القدس، ويستخدم أيضا الوسائط المتعددة مثل الفيديوهات والصور والنصوص والانفوغرافيك وغيرها عبر الفيسبوك. (سكر خ.، 2023)

وفي ظلّ تمدّد الإعلام الجديد والانفجار التكنولوجي الذي فتح باباً واسعاً لوسائل الإعلام التقليدية للتطوّر في مجال الاتصال والتفاعل مع الجمهور وبث رسائله الإعلامية وتحديداً في فلسطين، إلا أنّ هناك تحديات رقمية وتقنية وفكرية وسياسية تواجهها وسائل الإعلام الفلسطينية، والذي انعكس سلباً على ظهورها الفيسبوكي تحديداً، فكان مثلاً من أبرز التحديات التي تواجهها إذاعة منبر الحرية وفق ما قاله مديرها "أيمن القواسمي" التضييقات من قبل إدارة الفيسبوك على نشر المحتوى الفلسطيني وتعرض الصفحات الإخبارية للحذف وتقييد حسابات محرري الأخبار لحجب حقيقة ما يجري من أحداث في القدس (القواسمي أ.، 2023)، بينما كانت أبرز التحديات التي تواجهها فضائية الأقصى عبر الفيسبوك هو الحظر المتكرر، وحجب الصفحات، وتقييد الوصول (رضوان، 2023)، واتفق معهم "وليد نصار" بالقول: إن التحدي الأبرز لإذاعة أجيال هو محاربة الفيسبوك للمحتوى الفلسطيني (نصار، 2023)، وهذا أيضاً ما تواجهه إذاعة صوت الشباب الظاهرية حسب ما أشارت "رغدة مقبول" إنّ أكبر التحديات هي سياسة الفيسبوك التي تحارب المحتوى، وتخلق نوعاً من التحفظ على كل ما يتم نشره من صور أو فيديوهات أو كلمات (مقبول، 2023)، وإضافة لمحاربة المحتوى أشار "سليمان أبو عرام بأن التحدي الثاني لصفحة

إذاعة كرامة على الفيسبوك هي اختيار المصطلحات التي لا تعتبر في نظر الموقع محرضة. (أبو عرام، 2023)

ومما يلاحظ أنّ معظم أصحاب القرار في المؤسسات الإعلامية أشاروا إلى أنّ أبرز التحديات التي يواجهونها خلال نقل الرسائل الإعلامية عبر صفحاتهم على الفيسبوك هي محاربة إدارة ميتا للمحتوى الفلسطيني على الفيسبوك وتقييد الوصول لصفحاتهم والحظر المتكرر، ففي تقرير حول واقع الإعلام الرقمي في فلسطين 2022 كشفت أنّه تم تسجيل ما نسبته (52%) للانتهاك بحق المحتوى الفلسطيني عبر الفيسبوك، واستجابت شركة (ميتا) لطلبات حذف وحجب المحتوى الفلسطيني المقدم من الاحتلال الإسرائيلي بنسبة (80%). (المركز الشبابي الفلسطيني، 2023)

وكانت معظم هذه الانتهاكات ضد المؤسسات الإعلامية والصحفيين بنسبة أكثر من (50%)، في حين كانت أبرز الانتهاكات تشمل حذف الحسابات بنسبة (62%)، وحذف المحتوى بنسبة (37%)، وتقييد للحساب بنسبة (28%)، و(24%) خفض الوصول، أما حظر التعليقات بنسبة (18%). (المركز الشبابي الفلسطيني، 2023)

وفي تقرير لموقع (آيبوك) الذي صدر في شهر يناير لعام 2023 حول الواقع الرقمي في فلسطين، حيث كشف هذا التقرير أنّه منذ عام 2021 تمّ البدء بحملة ممنهجة من قبل مواقع التواصل الاجتماعي ضد المحتوى الفلسطيني بشأن القدس، حيث قامت شركة (ميتا) المالكة لموقع الفيسبوك بإغلاق العشرات من الصفحات والحسابات الفلسطينية التي تغطي أخبار القدس، فشملت كبرى الصفحات الإخبارية الفلسطينية المقدسية لمنع نقل الأحداث في القدس وحجب الرواية الفلسطينية بشأن ما يجري من أحداث في القدس والتغطية على جرائم الاحتلال بحق سكان المدينة المحتلة. (Ipoke، 2023)

وحول مواجهة تلك التحديات يرى "أيمن القواسمي" استضافة مراسلين مقدسيين وشخصيات مقدسية، وعمل صفحات احتياطية واستخدام كلمات بديلة ومقاطع الحروف لمواجهة القيود التي يفرضها الفيسبوك على المحتوى الفلسطيني (القواسمي أ.، 2023)، ويرى "خالد سكر" ضرورة تذليل كل العقبات والتغلب عليها، واقترح بأن يكون هناك دورات متخصصة للتدريب للتخلص من كل العقبات والتحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في مجال الإعلام الجديد، والاستفادة من كل التكنولوجيات المطروحة واستثمارها لنقل أحداث القدس. (سكر خ.، 2023)

ويضيف "وليد نصار" أنّه من أجل التغلب على تلك التحديات، هو التواصل الدائم مع شركة (ميتا) فيما يتعلق بالمحتوى الفلسطيني، وأشار بأنّ فريق إذاعة أجيال يعتمد على العديد من التقنيات للوصول إلى الجمهور دون أن يتعرض للحظر من فيسبوك (نصار، 2023)، وليست إذاعة أجيال الوحيدة من تعتمد على الخبراء والفريق أو الطاقم المتخصص لتحدي تلك العقبات، فبحسب حديث "رغدة مقبول" فقد أشارت إلى أن إذاعة صوت شباب الظاهرية يستعينون بخبراء في التكنولوجيا لتوجيهنا لطرق تحايل على خوازميات الفيس بوك (مقبول، 2023) ، وتسير إذاعة راية FM على تلك الخطى حيث نوّهت "سمر ثوابتة" أن هناك طاقماً متخصصاً عارف بكل تقنيات الفيسبوك و(السوشل ميديا) بشكل عام، ولديه اطلاع واسع في المميزات والخصائص الخاصة بها، ويتمّ توظيفها لضمان نقل الرسائل الإعلامية المتعلقة بأحداث القدس، وكذلك الالتفاف على المصطلحات المستخدمة في الفيسبوك مع الحفاظ على مضمون الرسالة الإعلامية الموجهة للجمهور الفلسطيني (ثوابتة، 2023)، وأوضح "سائد رضوان" أنّ قناة الأقصى الفضائية تتعامل مع التحديات بالتماهي مع سياسات الفيسبوك، والنشر على المنصات البديلة، لتنويع الأشكال في النشر لتلافي الحجب. (رضوان، 2023)

3.7 المحور السابع: مستقبل الإعلام التقليدي (الإذاعة والتلفزيون) في فلسطين:

في قراءة للتاريخ القديم وحتى يومنا هذا نجد أنّ الطرق والأساليب التي يتواصل الناس بها نجد أنّها في تغيّر وتطوّر مستمر، وينمو حسب إمكانيات كل عصر، وبالتأكيد تختلف طبيعة تواصل المجتمع مع بعضها باختلاف الوسائل المستحدثة لديهم، وبالتالي في الإعلام ومع التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام كلما ظهرت وسيلة جديدة تضعف الوسيلة الإعلامية القديمة التي كانت بارزة في الماضي وبالتالي تضعف تأثيرها على الجمهور، فعندما ظهرت الصحف قلّ اعتمادها بعد ظهور الإذاعة، وكذلك الحال عند ظهور التلفزيون، فقد أثّرت على الجمهور، وأثّرت على بعضها البعض، وهكذا تنقل الجمهور بين وسيلة وأخرى ولا يمكن القول بأنّ هذه الوسائل اندثرت بتطور وسيلة على حساب أخرى، لكن تغيّرت أساليبها ووظائفها، اليوم في عصر وسائل الإعلام الجديد، وبالتحديد مواقع التواصل الاجتماعي، بدأ الجمهور وبالأخص فئة الشباب يقبل عليها بقوة ويقضي فترات طويلة عليها ويعتمد عليها والتعرف على مضامينها، وهذا ما أسهم في إضعاف– وبدون أدنى شك– الإعلام التقليدي، لدرجة أنّ بعض الصحف اضطرت للتوقف أو التكيف مع الإعلام الجديد. (النجار، 2018)

لكنّ هذا لا يعني بالضرورة أن يكون الإعلام الجديد قد ألغى بالكامل دور الإعلام التقليدي، فعلى الرغم من اعتبار العديد من الباحثين والمؤلفين وكذلك مديري المؤسسات الإعلامية أنّ الإعلام الجديد يهدد مستقبل الإعلام التقليدي ويلغي أدواره، في حين ينفي أصحاب ومديرو الإذاعات والفضائيات الفلسطينية أنّ هذا التطور التكنولوجي و(السوشل ميديا) وتحديداً الفيسبوك الذي هو محور دراستنا تأثيره على دور مؤسساتهم الإعلامية أو إلغاء أدوارهم، حيث أشارت "سمر ثوابتة" أنّ الفيسبوك نعتبره منصة مساندة لإذاعة راية للوصول لعدد أكبر من الجمهور ولضمان التفاعل بشكل أكبر مع الأحداث التي يتمّ تناولها عبر صفحتها على تلك المنصة (ثوابتة، 2023)، واتفق معها "عايد عويمر" بأنّ الإذاعة والتلفزيون من وسائل الإعلام التي استطاعت التأقلم والتماهي مع منصات التواصل الاجتماعي من خلال اعتبار هذه المنصات رديفاً موازياً لعملها التقليدي، يساعدها في الوصول إلى شريحة جديدة من المتابعين والمستمعين وتحديدا الشباب، ونوّه أيضا إلى أنّ التّوقع بانتهاء الإذاعة والتلفزيون ليس توقعاً دقيقاً في المدى القريب على الأقل خاصة بوجود فئة عمرية ضمن البالغين والمسنين، وما زالت وسائل الإعلام التقليدية هي المصادر الموثوقة للمعلومة، هذا بالإضافة إلى اعتماد منصات التواصل الاجتماعي على خدمة الانترنت المعرضة للانقطاع بسبب العديد من العوامل البيئية ما يجعل الإعلام التقليدي قادراً على الاستمرارية مع ضرورة خلق رديف موازٍ له على منصات التواصل الاجتماعي (عويمر، 2023)، وقال "وليد نصار" إنّ التجارب أثبتت أنّ التطوّر في عالم الاتصال لا يؤدي إلى انقراض الوسائل التقليدية كما كان يتوقع البعض، فما زال التلفاز باقيا، وأصبح يستفيد من ميزات التواصل الاجتماعي للوصول إلى شرائح جديدة، أما بخصوص الإذاعة التي تعتمد على الأذن فهي باقية في السيارات وأماكن العمل وعند ربات البيوت، نظراً للسحر الخاص الذي تتمتع به، وأصبحت هي الأخرى تستفيد من ميزات الفيسبوك ولم يكن الاعتماد على تلك الوسائل على حساب الإذاعة أو التلفزيون. (نصار، 2023)

وفيما يتعلق بمستقبل الإذاعة يؤكد "خالد سكر" بأنّه غير قلق من هذه الناحية في فلسطين؛ لأنّها وسيلة متاحة عبر الهاتف وفي السيارات، وكذلك هي أداة ساحرة وتثير الخيال للمستمع، في حين أبدى سكر تخوفه من مستقبل التلفزيون منوها إلى أنه يتجه لمستقبل غامض نظراً للتطوّر المتسارع في عالم الاتصال (سكر خ.، 2023)، ويدعمه مدير إذاعة منبر الحرية أيمن القواسمي بالقول بأنه في وقتنا الحالي أصبحت الإذاعات التقليدية والتي لا تواكب التطوّر التكنولوجي الهائل

خاصة في مجال ال(سوشل ميديا) مهددة بالفشل، وأردف أيضا بأنّه سيبقى للإذاعة دور محوري في الإعلام وسيبقى لها فئة كبيرة تتابعها بشغف، إذا لم تفقد المصداقية والموضوعية وحافظت على ثقة جمهورها، وبنفس الوقت تلبي حاجة كافة فئات المجتمع من خلال تنوع البرامج الإذاعية وإفراد مساحة واسعة لبرامج ال(سوشل ميديا). (القواسمي أ.، 2023)

مدير إذاعة الكرامة "سليمان أبو عرام" كان له رأي آخر بخصوص مستقبل الإعلام التقليدي في فلسطين حيث قال: "ستحافظ كل من الإذاعة والتلفزيون على مستوياتها، ولربما ستزداد خلال الفترة المقبلة نظراً لأساسها المتين في احتوائها لعدد من الصحفيين والمهنية في نقل المعلومات، ولا يمكن قياسها بالصفحات العامة والخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي كالنشطاء والهواة". (أبو عرام، 2023)

في حين حذر مدير إذاعة (صوت الشعب) الدكتور باسم وشاح من تراجع واندثار الإذاعة والتلفزيون في فلسطين في حال عدم مواكبة الإعلام التقليدي لعصر الرقمنة والتوجه نحو منصات التواصل الاجتماعي؛ لأنّ السواد الأعظم من الشباب يقضون معظم أوقاتهم في هذه المنصات. (وشاح، 2023)

وللحفاظ على مستقبل الإذاعة والتلفزيون وعدم اندثارها وبنفس الوقت مواكبة كل ما هو جديد في عالم الاتصال والرقمنة، تشير "سمر ثوابتة" لدى إذاعة (راية FM) خطة استراتيجية كاملة متكاملة للتعامل مع هذه الأمور، وأيضا لديهم طاقم متخصص في عالم (السوشل ميديا)، ويتمّ إعطاؤهم الاهتمام الكبير لهذا الشأن للحفاظ على مستوى تقدم الإذاعة وتطوير الموقع الخاص بهم على الفيسبوك (ثوابتة، 2023)، ويرى "عايد عويمر" أنّ منصّة التواصل الاجتماعي لم تعد المنصّة الأولى عالمياً على مستوى منصات التواصل حيث من الأهمية رفد صفحة الفيسبوك الخاصة بإذاعة صوت فلسطين بأدوات ومنصات أخرى مثل ال(واتساب والتيك توك) وأيضاً (توتير) بالإضافة إلى حساب الإذاعة على ال(تليغرام) للسعي لأن تكون صفحة الإذاعة على الفيسبوك واحدة من أذرع منصات التواصل التي تتواجد عليها برؤيتها وسياستها التحررية مع اعتماد وسائل مختلفة لعرض الخبر بما يتلاءم مع المنصة وسياستها (عويمر، 2023)، أما الدكتور "باسم وشاح" أفاد بأنّ إذاعة (صوت الشعب) تعمل جاهدة من أجل تطوير موقعهم على الفيسبوك من خلال صناعة محتوى، وإدارته ونشره بما يتناسب مع الرواية الفلسطينية وفيما يتعلق بكافة

القضايا التي تتعلق بالشعب الفلسطيني والقضية الفلسطينية (وشاح، 2023)، وبعيداً عن المجال التقني، أشار "أيمن القواسمي" إلى ضرورة إفراد مساحة أكبر لنقل هموم المواطنين من خلال إثارة قضايا مجتمعية مختلفة سواء من خلال منشورات أو حلقات قصيرة مباشرة من الشارع او استضافة مختصين في مختلف المجالات. (القواسمي أ.، 2023)

ومن منظور آخر يرى "سليمان أبو عرام" أنّ المقترحات يجب أن تكون في سياسة الفيسبوك شخصيا في تحديد القنوات الرسمية واعتمادها دون التدخل في محتوياتها. (أبو عرام، 2023)

وترى الباحثة أنّ مستقبل الإذاعة والتلفزيون التقليديين في فلسطين مرهون بوضع أصحاب هذه المؤسسات الإعلامية خططاً استراتيجية وخطة كاملة لضمان استمرارية تلك الوسائل وقوتها وهيمنتها على المشهد السياسي والأحداث الجارية بفلسطين، فوسائل الإعلام التقليدية مطالبة بالبقاء والحفاظ على قوتها نظراً للمهام المنوطة بها لفضح الجرائم الإسرائيلية وتحديدا في القدس، ومن ضمن هذه الخطط التي يجب وضعها، إقرار الموارد المالية والبشرية لمواكبة كل جديد في عصر الرقمنة وإنشاء طاقم متخصص للمساعدة في توظيف كل ما يتعلق بالخصائص والتقنيات في منصات التواصل الاجتماعي واستثماره، وتحديداً الفيسبوك لضمان انتشار الرسائل الإعلامية إلى قدر أكبر من الجمهور وتجاوز الحدود الجغرافية وإحداث التأثير نحو القضايا الفلسطينية العالقة، ومن ضمنها القدس.

الفصل الرابع: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

4.1 **نوع الدراسة**

4.2 **منهج الدراسة**

4.3 **أداة الدراسة**

4.4 **مجتمع الدراسة**

4.5 **عينة الدراسة**

4.6 **إجراءات الصدق والثبات**

4.7 **متغيرات الدراسة**

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات):

4.1 نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة، وهي ملائمة لدراسة ظاهرة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس وعلاقته بمستويات المعرفة، لوصف ظاهرة معاصرة كهذه وكذلك تحليلها وتفسيرها للوصول إلى استنتاجات وحلول، "وهذه الاستنتاجات تمثل فهما للحاضر يستهدف توجيه المستقبل". (المشهداني س.، 2020)

4.2 منهج الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح لدراسة مدى اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك دراسة وسائل الإعلام التقليدي وتوظيفها للإعلام الجديد لنقل الرسالة الإعلاميّة وعلاقته في مستويات المعرفة للشباب نتيجة الاعتماد عليها، وتمّت عمليّة المسح من خلال أسلوبين، وهما أسلوب (مسح جمهور وسائل الإعلام) و(مسح أساليب الممارسة الإعلامية).

ومنهج المسح هو الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية، لتفسير وتحليل الظاهرة الحالية، ويمكن تعريف أسلوب المسح بأنّه "دراسة شاملة مستعرضة، ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين" (المحمودي، 2019).

وبالنسبة لأسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام والذي يهدف دراسة مدى اعتماد الشباب على صفحات الإذاعات والفضائيات الفلسطينية الفيس بوك، من قبل الشباب لمتابعة أحداث القدس وعلاقة الاعتماد بتلك المواقع بمستويات المعرفة، ويعتبر الشباب الفلسطيني الذين يعتمدون على تلك المواقع هم جمهور وسائل الإعلام، "ويستهدف التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى قراء الصحف ومستمعي الإذاعة ومشاهدي التلفزيون ومستخدمي المواقع الإعلامية على الانترنت ووسائل الإعلام الجديد". (المشهداني س.، 2020)

أما بالنسبة لأسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية والذي يستهدف دراسة الإعلام التقليدي (الإذاعات والفضائيات الفلسطينية) التي توظف الإعلام الجديد وتحديدا الفيسبوك في توصيل

رسالتها الإعلامية للجمهور، وهذا الأسلوب يهدف إلى التعرف على مدى اعتماد الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك وتوظيفه والأساليب المستخدمة لنقل الرسالة الإعلامية فيما يتعلق بأحداث القدس إلى الجمهور، من خلال استخدام أداة المقابلة مع مديري الإذاعات والفضائيات لجمع المعلومات والبيانات حول اعتماد مؤسساتهم الإعلاميّة التي يديرونها وتوظيفهم للفيسبوك لنقل رسالتهم الإعلاميّة حول تلك الأحداث، وأسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية فقد عرفه الدكتور طه نجم بأنّه "يهدف إلى دراسة النواحي والأساليب الإدارية والتنظيمية داخل المؤسسات الإعلامية ودراسة خصائص العاملين بها". (نجم، 2015)

4.3 أدوات الدراسة:

"وهي مجموعة من الوسائل والطرق والأساليب المختلفة، التي يُعتمد عليها في الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لإنجاز البحث". (علي ع.، 2010)

أولاً: صحيفة الاستقصاء (الاستبانة):

اعتمدت هذه الدراسة على صحيفة الاستقصاء (الاستبانة) لقياس مدى اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، وجمع البيانات من المبحوثين من أجل تحليلها وتفسيرها والخروج بالنتائج والإجابة على أسئلة الدراسة، والاستبانة هي "عبارة عن سلسلة من الأسئلة يصوغها الباحث بعناية فائقة، وتختلف الاستبيانات من حيث، الحجم، والشكل، والمضمون، والهدف، والتنظيم، فبينما توجد استبانات من عدة صفحات يصمم بعض الباحثين استبيانات تزيد عن عشر صفحات" (إبراهيم إ.، 2017)، ملحق رقم (2) صحيفة الاستقصاء (الاستبانة).

وتم بناء صحيفة الاستقصاء بناءً على الخطوات الآتية:

1. تحديد المحاور الرئيسة التي شملتها صحيفة الاستقصاء.
2. صياغة وكتابة الأسئلة والفقرات التي تتلاءم مع طبيعة النظرية التي توظفها في الدراسة.
3. المتابعة مع المشرف في كل خطوة في صياغة الاستبانة وتصميمها لحين الانتهاء منها.
4. عرض الاستبانة على مجموعة من الأساتذة والمتخصصين في مجال الإعلام والإحصاء.
5. الأخذ بملاحظات المتخصصين وتعديل صياغة بعض أسئلة الاستبانة وإعدادها والبدء بتوزيعها لجمع البيانات المطلوبة.

وتم تقسيم الصحيفة إلى ما يأتي:

1. المحور الأول: ويحتوي على الخصائص الديموغرافية لعيّنة الدراسة.
2. المحور الثاني: يحتوي على أنماط وعادات متابعة للمبحوثين لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.
3. المحور الثالث: يشمل أسباب ودوافع المتابعة لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.
4. المحور الرابع: يحتوي على الاشباعات المتحققة والتأثيرات الناجمة عن عملية الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

ثانياً: أداة المقابلة: واستخدمت الدراسة أداة المقابلة الشخصية مع عدد من أصحاب الإذاعات والفضائيات الفلسطينية الذين يوظفون الفيسبوك لبث رسائلهم الإعلامية من خلالها، وتمّ جمع البيانات الأولية من خلال هذه الأداة، وتتطلب طريقة المقابلة الشخصية شخصاً يعرف باسم المحاور يطرح أسئلة بشكل عام في اتصال وجهاً لوجه مع الشخص أو الأشخاص الآخرين، وفي بعض الأحيان، قد يطرح الشخص الذي تتم مقابلته أيضاً أسئلة معينة ويرد المحاور على هذه الأسئلة، ولكن عادةً ما يبدأ المحاور المقابلة ويجمع المعلومات، ويمكن استخدام هذه الطريقة من خلال المقابلات الشخصية، وإذا أمكن، من خلال المقابلات الهاتفية (Kothari, 2013) ، ملحق رقم (3) أسئلة المقابلة الشخصية.

4.4 مجتمع الدراسة:

يشمل مجتمع الدراسة الشباب الفلسطيني في محافظتي الخليل وبيت لحم والذين هم ما بين الفئة العمرية (18 – 29 سنة)، والمقصود بمجتمع الدراسة "هو جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكون المجتمع مكوناً من سكان مدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما". (النعيمي وآخرون، 2015)

ويبلغ عدد الشباب في محافظتي بيت لحم والخليل وفق إحصائية الجهاز المركزي الفلسطيني أن هناك 1.17 مليون شاب وشابة 18–29 سنة في فلسطين يشكلون أكثر من خمس المجتمع الفلسطيني؛ 22% من إجمالي السكان في فلسطين منتصف العام 2022، (22.2 % في الضفة الغربية و21.5% في قطاع غزة). (الجهاز المركزي للاحصاء الفلسطيني، 2022)

4.5 عينة الدراسة:

- **عينة الأداة الأولى:** استبانة الاستقصاء، وهي على الشباب في محافظتي الخليل وبيت لحم الذين يعتمدون على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس.
- **عينة الأداة الثانية:** المقابلة، وهي مقابلة مع عدد من مديري الإذاعات والفضائيات في الضفة الغربية وقطاع غزة وعددهم تسعة أشخاص، لمعرفة مدى توظيف المؤسسات الإعلامية لمنصة الفيسبوك لنقل الرسالة الإعلامية حول أحداث القدس، ملحق رقم (4) قائمة بأسماء مديري الإذاعات والفضائيات الفلسطينية الذين تم مقابلتهم.

وبخصوص عينة الأداة الأولى، تمّ التواصل مع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني وزيارتهم للحصول على عدد فئة الشباب في كلٍ من محافظتيّ الخليل وبيت لحم الواقعين بين (18 – 29) عاماً، حيث علمت الباحثة أنّ الجهاز المركزي يقوم بالإحصاء الشامل للشباب بدءًا من الفئة العمرية (15 – 29) عاماً على الرغم من تعريفهم السابق عبر موقعهم الإلكتروني للشباب الفلسطيني هو الواقع ما بين (18 – 29) عاماً.

وبالتالي وجدت الباحثة صعوبة في تحديد نسبة الشباب بشكل دقيق للفئة العمرية التي تستهدفها الدراسة، ولحل هذه الإشكالية لجأت لإجراء عمليات حسابية لتقدير نسبة الشباب بالفئة العمرية التي تستهدفها الدراسة في محافظتي الخليل وبيت لحم، حيث قُدر عدد فئة الشباب في محافظة الخليل من سن (18 – 29) هو 180.936، أما في محافظة بيت لحم فبلغ عددهم 53.835، وبلغ مجموع الشباب في المحافظتين 234.771.

وعند تطبيق معادلة ستيفن ثامبسون كان عدد أفراد العينة (1000)، وبالتالي تمّ تقسيم العيّنة على مجتمع الدراسة لمجموع الشباب في المحافظتين234.771:

$$0.00436 = 234.771 \ \% \ 1000$$

عدد العيّنة من فئة الشباب التي تمّ اختيارها ضمن محافظة الخليل:

$$180936 * 0.00436 = 770$$ عينة.

عدد العينة من فئة الشباب التي تم اختيارها ضمن محافظة بيت لحم:

.عينة 230 = 0.00436*53835

وبناء على ما سبق تمّ اختيار أسلوب العيّنة المناسبة للوصول لمجتمع الدراسة، وهي طريقة "**العينة الطبقية العشوائية**" وهي "نوع من أنواع العيّنات الذي تعتمد على تقسيم المجتمع الأصلي للبحث إلى شرائح وفئات وطبقات" (قنديلجي، 2013)، لتوزيع الاستبانة بالتوزيع المتناسب كل طبقة وفق الكثافة السكانية لكل منطقة داخل المحافظتين، حيث إن كل محافظة تمّ تقسيمها إلى (مدن، وقرى، ومخيمات)، واختيار عيّنة تشمل 1000 شخص من المبحوثين، والجدول التالي يوضح طريقة التقسيم والتوزيع المناسب لكل منطقة حسب الكثافة السكانية:

الجدول رقم (4)

تقسيم العينة الطبقية العشوائية بالتوزيع المتناسب

محافظة الخليل العينة	
اسم مكان السكن	عدد افراد العينة
الخليل المدينة	216
القرى	536
المخيمات	18
المجموع	770
محافظة بيت لحم العينة	
اسم مكان السكن	عدد افراد العينة
بيت لحم المدينة	30
القرى	186
المخيمات	14
المجموع	230

وطبقت الدراسة الميدانية من خلال الفترة ما بين 2023/3/27 حتى 2023/4/25، وتم توزيع الاستبانة على المبحوثين والحصول على البيانات من 1024 من عينة الدراسة، وتم إسقاط 19 استبانة لعدم أهليتها للإحصاء، وبعدها تم تحليل 1005 استبانة إحصائياً، والجدول التالي يوضح خصائص وسمات العينة:

القسم الأول: الخصائص الديموغرافية:

الجدول رقم (5)

التكرارات والنسب المئوية للسمات والخصائص العامة

المتغير	المستوى	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	495	%49
	أنثى	510	%51
الفئة العمرية	18 -أقل 22	368	%37
	22- أقل 24	259	%26
	24 -أقل 26	188	%18
	29-26	190	%19
الحالة الاجتماعية	أعزب/عزباء	711	%79
	متزوج/ة	285	%21
	أرمل/ة	1	%0
	مطلق/ة	8	%0
المؤهل العلمي	الثانوية العامة فما دون	88	%9
	دبلوم	99	%10
	بكالوريوس	763	%76
	دراسات عليا	55	%5
التخصص العلمي	أحد مجالات العلوم التطبيقية	364	%36
	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	413	%41
	إعلام، اتصال، صحافة	137	%14
	بلا تخصص	91	%9
المحافظة	الخليل	776	%77
	بيت لحم	229	%23
مكان السكن	مخيم	34	%3
	قرية	722	%72
	مدينة	249	%25
المجموع		1005	%100

(*ن=1005)

النوع الاجتماعي:

يشير الجدول السابق إلى أنّ ما نسبته (49%) من نوع الذكور، وأنّ ما نسبته (51%) من نوع الإناث.

الفئة العمرية:

يشير الجدول السابق إلى أنّ ما نسبته (37%) من فئة (18 –أقل 22)، وأنّ ما نسبته (26%) من فئة (22– أقل 24)، وأنّ ما نسبته (18%) من فئة (24 –أقل 26)، وأنّ ما نسبته (19%) من فئة (26–29).

الحالة الاجتماعية:

يشير الجدول السابق أن ما نسبته (79%) حالته الاجتماعية (أعزب/عزباء)، وأن ما نسبته (21%) حالته الاجتماعية متزوج/ة، وتم إسقاط الحالتين أرمل/ة ومطلق/ة لأن عددهما قليل جداً.

المؤهل العلمي:

يشير الجدول السابق إلى أنّ ما نسبته (9%) مؤهله العلمي الثانوية العامة فما دون، وأنّ ما نسبته (10%) مؤهله العلمي دبلوم، وأنّ ما نسبته (76%) مؤهله العلمي بكالوريوس، وأنّ ما نسبته (5%) مؤهله العلمي دراسات عليا.

التخصص العلمي:

يشير الجدول السابق إلى أنّ ما نسبته (36%) تخصصه العلمي أحد مجالات العلوم التطبيقية، وأنّ ما نسبته (41%) تخصصه العلمي أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام، وأنّ ما نسبته (14%) تخصصه العلمي (إعلام، اتصال، صحافة)، وأنّ ما نسبته (9%) تخصصه العلمي بلا تخصص.

المحافظة:

يشير الجدول السابق إلى أنّ ما نسبته (77%) من محافظة الخليل، وأنّ ما نسبته (23%) من محافظة بيت لحم.

مكان السكن:

يشير الجدول السابق إلى أنّ ما نسبته (3%) مكان سكنه المخيم، وأنّ ما نسبته (72%) مكان سكنه القرية، وما نسبته (25%) مكان سكنه المدينة.

4.6 إجراءات الصدق والثبات:

1. إجراءات الصدق:

يقصد بالصدق في التحليل صلاحية الأسلوب، أو التأكد من الأداة المستخدمة للقياس، وتقيس فعلاً ما يراد قياسه ثم ارتفاع مستوى الثقة بالنتائج، ثم الانتقال منها إلى التعميم. (عبد الحميد م.، 2007)

وحرصت الباحثة للوصول إلى نتائج تتّسم بالدقة، ودرجة عالية من الصدق في تحليل المبحوثين من عيّنة الدراسة الذين يعتمدون على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، حيث قامت بعرض الاستبانة على عدد من المحكمين للتأكد من الفئات والأسئلة والفقرات وإبداء ملاحظاتهم، وتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، ملحق رقم (1) أسماء السادة المحكمين.

واستناداً إلى الملاحظات والتوجيهات التي أبداها المحكمون أجرت الباحثة التعديلات التي اتفق عليها غالبية المحكمين، حيث تم تعديل صياغة العبارات وحذف أو إضافة بعض الأسئلة والفئات والفقرات.

2. إجراءات الثبات:

ويقصد باختيار ثبات أداة جمع المعلومات والبيانات التأكد من درجة الاتّساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظواهر ومتغيرات بدرجة عالية الدقة والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة. (حسين س.، 2006)

وللتأكد من الثبات للاستبانة تمّ إجراء معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وبلغ المعامل لفقرات الاستبانة جميعها (0.81)، وهي قيمة مرتفعة مما يدلل على صلاحية الاستبانة للتطبيق والتوزيع وجمع البيانات من المبحوثين.

4.7 متغيرات الدراسة:

درج الباحثون في الدراسات الإعلامية على تقسيم المتغيرات الدراسية إلى ثلاثة أنواع، وهي:

1. **المتغير المستقل Independent:**

وهو العامل المراد معرفة تأثيره في الظاهرة، وهو الذي بسببه تحدث الظاهرة المراد دراستها (عمر م.، 1975)، ويتحدد المتغير المستقل في الدراسة هو "اعتماد الشباب".

2. **المتغير التابع Dependent:**

وهو المتغير الذي يلاحظه الباحث وينوي دراسته، ويأتي هذا المتغيّر نتيجة وجود سبب لحدوثه، وهو المتغيّر المستقل (الحاج، 2020)، وهنا يمكن أن نحدد المتغير التابع في الدراسة وهو "مستويات المعرفة".

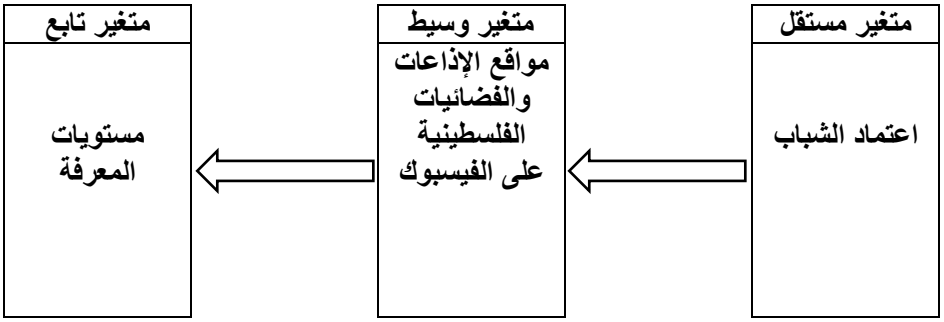
3. **المتغيّر الوسيط Intervening:**

وهو المتغير الذي يتوسط ما بين السبب والمسبب، وينشئ العلاقة ما بين المتغيرين المستقل والتابع (الحاج، 2020)، و"مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك" هو المتغير الوسيط ما بين الاعتماد ومستويات المعرفة المترتبة عليه.

حيث إنّ اعتماد الشباب يؤثر (مستقل) وهو السبب في مستويات المعرفة (تابع) وله علاقة مباشرة في مستويات المعرفة، وكانت المعرفة هي نتيجة الاعتماد، وبالتالي تكون مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك هي الوسيط بين المتغيرين (السبب والنتيجة).

شكل رقم (1)

المتغيرات البحثية للدراسة



شكل رقم (1): يوضح المتغيرات البحثية لموضوع الدراسة: "اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك وعلاقته بمستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس".

الفصل الخامس: نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

5.1 المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها.

5.2 المبحث الثاني: اختبار فروض الدراسة الميدانية.

5.1 المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

القسم الثاني: أنماط وعادات متابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك:

أولاً: ما مدى متابعة واعتماد المبحوثين لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس؟

1. مدى متابعة الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

الجدول (6)

متابعة الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
أتابع بدرجة كبيرة جداً	81	%8
أتابع بدرجة كبيرة	424	%42
أتابع بدرجة متوسطة	296	%29
أتابع بدرجة ضعيفة	99	%10
لا أتابع	105	%11
المجموع	1005	%100

تشير نتائج الجدول رقم (6) إلى أن ما نسبته (8%) يتابع بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (42%) يتابع بدرجة كبيرة، وما نسبته (29%) يتابع بدرجة متوسطة، وما نسبته (10%) يتابع بدرجة ضعيفة، وما نسبته (11%) لا يتابعون لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

وتوضح النتائج السابقة أنّ نسبة كبيرة من المبحوثين يعتمدون على صفحات الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، وهذا يشكل لهم طقوساً يومية، حيث أتاح موقع الفيسبوك لهؤلاء المبحوثين من الفئة المستهدفة للشباب الفلسطيني في محافظتيّ بيت لحم والخليل مجالاً واسعا يمكنهم من متابعة أحداث القدس عبر ذلك الموقع.

تتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج الدراسة السابقة لـــ (بربخ، 2015) أنّ الجمهور يعتمد بشكل كبير على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014، وكذلك اتفقت مع الدراسة السابقة لـــ (David et al., 2019) أنّ المبحوثين من عيّنة عددها 978 مفردة من الشباب الفلبيني يعتمدون على الأخبار على الفيسبوك بشكل كبير، وأن 63% منهم أفادوا بأنّهم إذا لم يحصلوا على الأخبار من المنصة فسوف يكون على علم طفيف بالأخبار والمعلومات، وأيضاً تتفق هذه النتائج مع النتائج التي وصلت إليها دراسة (Zahoor &

(Sadiq, 2021 أنّ الجمهور يعتمد على المواقع الإخبارية التقليدية عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي.

2. أسباب عدم متابعة المبحوثين لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

الجدول رقم (7)

أسباب عدم متابعة المبحوثين لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
لا وقت لديّ للمتابعة	295	%26
لا استخدم مواقع التواصل الاجتماعي	123	%11
لا أملك هاتفاً ذكياً أو انترنت	0	%0
لا أثق بالأخبار التي يتم تناولها عبر الفيسبوك	201	%18
ليس لديّ المعرفة الكافية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي واستخدام الهاتف الذكي	35	%3
لا يهمني متابعة مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك	99	%9
ألجأ لوسائل بديلة مثل التلفزيون والإذاعة وغيرها	75	%6
أتابع الأخبار من المواقع الإلكترونية فقط	294	%26
أخرى تذكر	10	%1
المجموع	1132	%100

(*ن= 105)

تشير نتائج الجدول رقم (7) إلى أنّ ما نسبته (26%) لا وقت لديهم للمتابعة، وأنّ ما نسبته (11%) لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وأنّ ما نسبته (0%) لا يمتلكون هاتفاً ذكياً أو انترنت، وأنّ ما نسبته (18%) لا يثقون بالأخبار التي يتم تناولها عبر الفيسبوك، وأن ما نسبته (3%) ليس لديهم المعرفة الكافية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي واستخدام الهاتف الذكي، في حين أن ما نسبته (9%) لا يهمهم متابعة مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، وما نسبته (6%) يلجؤون لوسائل بديلة مثل التلفزيون والإذاعة وغيرها، وأما ما نسبته (26%) يتابعون الأخبار من المواقع الإلكترونية فقط.

ويتضح من خلال النتائج السابقة، والتي أتاحت للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد أن (105 من 1005) من المبحوثين لا يتابعون الصفحات التابعة للإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك، ومقارنة بحجم العيّنة فهو ضئيل جداً، فهو يدلل على مدى اعتماد الشباب على الانترنت كوسيلة

إعلام ومعلومات وأخبار، وتتفق هذه النتائج مع النتائج التي وصلت إليها دراسة (بريص، 2015) أنّ أسباب عدم اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية هو بسبب عدم الثقة بها وأنّهم يعتمدون على وسائل أخرى للحصول على المعلومات وأنّهم لا يستطيعون التعامل مع المواقع الإلكترونية.

وأجاب عشرة مبحوثين كما هو واضح في الجدول السابق "بأخرى تذكر" حول أسباب عدم متابعتهم مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، وأجابوا بأنهم لا يتابعون من الفيسبوك، وأن البعض منهم يتابع من خلال تطبيق (تليغرام) أو من خلال مجموعات الواتساب، في حين أجاب البعض الآخر منهم أنّهم غير مهتمين كثيرا بما يجري حولهم.

3. أكثر وسائل الإعلام التي يتم متابعتها عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس.

الجدول رقم (8)

أكثر وسائل الإعلام التي يتم متابعتها عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس

وسيلة الاعلام	الخيار	التكرار	النسبة المئوية
مواقع الإذاعات عبر الفيسبوك	الأكثر متابعة	590	%65
	الأقل متابعة	221	%25
	لا أتابعها	89	%10
المجموع		900	%100
مواقع الفضائيات عبر الفيسبوك	الأكثر متابعة	550	%61
	الأقل متابعة	255	%28
	لا أتابعها	95	%11
المجموع		900	%100
الإذاعات التقليدية	الأكثر متابعة	104	%12
	الأقل متابعة	242	%27
	لا أتابعها	554	%61
المجموع		900	%100
القنوات الفضائية	الأكثر متابعة	201	%22
	الأقل متابعة	501	%56
	لا أتابعها	198	%22
المجموع		900	%100
الصحف	الأكثر متابعة	98	%11
	الأقل متابعة	144	%16
	لا أتابعها	658	%73
المجموع		900	%100
مواقع إلكترونية	الأكثر متابعة	383	%43
	الأقل متابعة	209	%23
	لا أتابعها	308	%34
المجموع		900	%100

من خلال الجدول أعلاه يتّضح أنّ مواقع الإذاعات عبر الفيسبوك تحظى على نسبة أكثر بنسبة (65%)، بينما حظيت على نسبة متابعة أقل وهي (25%)، وهذا يشير إلى نسبة اعتماد عالية بنسبة (90%)، في حين كان نسبة عدم الاعتماد على مواقع الإذاعات على الفيسبوك هي (10%).

وأيضاً من الملاحظ في الجدول السابق نفسه أنّ نسبة المتابعة بشكل كبير لمواقع الفضائيات عبر الفيسبوك كانت بنسبة (61%)، أما الأقل متابعة لها جاءت بنسبة (28%)، أي أن المتابعة بهذه الحالة بنسبة (89%) وهي نسبة متابعة عالية، في حين كانت نسبة عدم المتابعة هي (11%).

وتشير الأرقام الإحصائية هذه إلى دور التطوّر التكنولوجي الذي أسهم بشكل كبير في لجوء الجمهور للاعتماد عليها أكثر من الإعلام التقليدي نفسه، وتتفق هذه النتائج مع النتائج التي خلصت إليها دراسة (Zahoor & Sadiq, 2021) أنّه مع التطور التكنولوجي في القرن الواحد والعشرين لجأت وسائل الإعلام التقليدية نحو الانترنت ومع الانفجار السريع لعصر الثورة الرقمية فقد وجدت وسائل الإعلام التقليدية نفسها أمام زوبعة الفضاء الرقمي وبات ملحاً لها التوجه نحو منصّات التواصل الاجتماعي لنقل الأخبار، وأن الجمهور يعتمدون على المواقع الإخبارية التقليدية عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لمصداقيتها ومهنيتها، وخصوصاً توجه وسائل الإعلام الفلسطينية لتلك المنصات من بينها الفيسبوك لنقل أخبار الصراعات في فترة الأزمات كون فلسطين هي منطقة نزاع، وفي مقابلة شخصية أجرته الباحثة مع مديرة البرامج في إذاعة راية "سمر ثوابتة" أن الأسباب التي دفعت وسائل الإعلام التقليدية في فلسطين نحو إنشاء صفحات خاصة بها عبر الفيسبوك هو مواكبة ومجاراة هذا التطور التقني والتكنولوجي لمنع اندثار الإعلام التقليدي، وأيضاً أن فلسطين هي أرض أحداث مستمرة ولا تتوقف تبعاً لطبيعة الصراع والأزمات السياسية التي تجري بسبب أطول احتلال في العصر الحديث. (ثوابتة، 2023)

وكذلك الحال تتنفق النتائج مع نتائج دراسة (OBIJIOFOR & HANUSCH, 2013) أيضاً أنّ أكثر من 70٪ يفضلون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدية بسبب الراحة بشكل أساسي.

أما بالنسبة للإذاعات والقنوات الفضائية كما هو موضح في الجدول كانت النتائج مختلفة تماماً، حيث يظهر تراجعاً كبيراً في نسبة الاعتماد عليها بالشكل التقليدي لمتابعة أحداث القدس، فالإذاعات التقليدية حازت على نسبة (12%) من حيث الأكثر متابعة، أما الأقل متابعة كانت بنسبة

(27%) أي أنّ نسبة المتابعة بشكل عام تصل إلى (39%) وتبقى هذه نسبة ضعيفة مقارنة مع الذين لا يتابعونها بنسبة (61%).

في حين كانت القنوات الفضائية التقليدية حازت على (22%) كأثر متابعة، أما الأقل المتابعة لها كانت بنسبة (56%) أي بنسبة (78%) نسبة الاعتماد بشكل عام لمتابعة أحداث القدس، بينما كان هناك (22%) لا يتابعونها.

أما بالنسبة للصحف كانت نسبة الأكثر متابعة (11%)، أما الأقل متابعة حازت على نسبة (16%)، في حين يظهر هناك تراجعاً كبيراً لمتابعتها حيث وصل نسبة الذين لا يعتمدون الصحف لمتابعة أحداث القدس (73%).

وتشير النتائج السابقة بالنسبة لتراجع الإعلام التقليدي (الإذاعات والفضائيات والصحف) أنّ هناك تفوقا للفضاء الرقمي على حساب وسائل الإعلام التقليدي، وبهذا تكون تلك النتائج تتوافق مع النتائج التي خلصت إليها دراسة (علاوة، 2017) أن الإعلام الجديد بوسائله المتعددة جعلته يتفوق على الإعلام التقليدي ويتصدر مكانه في المشهد الإعلامي مع تعدد استخداماته في شتى المجالات الإعلامية، مع انحسار عدد المتابعين لوسائل الإعلام التقليدي، وكذلك تتفق معها دراسة (وليد، 2020) أنه بظهور الإعلام الجديد ووسائله المتعددة تم كسر سيطرة المشهد الإعلامي التقليدي.

وتظهر النتائج في الجدول السابق نفسه أنّ نسبة الاعتماد الأكثر على المواقع الإلكترونية كانت (43%)، والأقل متابعة (23%)، أما (34%) لا يتابعونها، وتتفق هذه النتائج مع النتائج التي وصلت إليها دراسة (أبو مراد، 2016) من حيث نسبة المتابعة العالية لصحافة المواقع الإلكترونية التي وصلت إلى نسبة (45.9%).

4. درجة اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس.

الجدول رقم (9)

اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس

الاعتماد	مرتفعة جداً	مرتفعة	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	القيمة الاحتمالية
ك	121	464	253	43	19	3.70	74.00	0.00
%	13	52	28	5	2			

*المتوسط الحسابي الدال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05

تشير نتائج الجدول رقم (9) أن ما نسبته (13%) يعتمدون بشكل مرتفع جداً على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، وأن ما نسبته (52%) يعتمدون بدرجة مرتفعة على تلك لمتابعة أحداث القدس وبالتالي تكون نسبة الذين يعتمدون ما بين عالٍ جداً وعالٍ (65%)، في حين أن ما نسبته (28%) يعتمدون بدرجة متوسطة، ويعتمد (5%) منهم بدرجة ضعيفة على تلك المواقع لغرض متابعة الأحداث، وأخيراً ما نسبته (2%) كانت درجة اعتمادهم ضعيفة جداً.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (أبو مراد، 2016) التي وصلت إلى أن الذين يعتمدون على الصحافة الإلكترونية في أوقات الأزمات بدرجة عالية جداً وعالٍ (69.1%)، وكذلك وصلت نسبة درجة الاعتماد المتوسط (27.1%)، والمنخفضة بنسبة (3.4%)، أما (0.5%)، في حين اختلفت نتائج الجدول السابق مع النتائج التي وصلت إليها دراسة (مناجرة، 2020) التي كشفت أن هناك درجة متوسطة لدرجة الاعتماد على الفيس بوك في تشكيل الوعي السياسي، وتعزوه الباحثة لاختلاف الموضوع المطروح في دراستها العلمية عن موضوع الدراسة آنفة الذكر.

ثانياً: ما درجة وطبيعة تفاعل المبحوثين مع أحداث القدس عند اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك؟

5. درجة التفاعل (إعجاب، مشاركة، تعليق) مع أحداث القدس عند اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

الجدول رقم (10)

درجة تفاعل المبحوثين مع أحداث القدس عند اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك

الاعتماد	مرتفعة جداً	مرتفعة	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	القيمة الاحتمالية
ك	75	379	247	109	90	3.30	66.00	0.00
%	8	42	27	12	11			

*المتوسط الحسابي الدال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05

تشير نتائج الجدول رقم (10) إلى أنّ ما نسبته (8%) كانت درجة التفاعل مرتفعة جداً للمبحوثين (إعجاب، مشاركة، تعليق) مع أحداث القدس خلال اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، وأنّ ما نسبته (42%) كانت درجة التفاعل مرتفعة، في حين أن ما نسبته (27%) كانت متوسطة، و(12%) كانت درجة التفاعل ضعيفة، أما (11%) كانت درجة درجة تفاعل المبحوثين خلال متابعة لأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك ضعيفة جداً.

وتتفق نتائج الجدول أعلاه مع نتائج دراسة (رضوان، 2016) التي تبين فيها أنّ الوزن النسبي فيها كان (65.2%) وهي درجة متوسطة وهي قريبة جداً للوزن النسبي لهذه الدراسة بدرجة متوسطة بوزن (66%)، وترى الباحثة أنّ هذا يفسر خوف الشباب من تبعات التفاعل مع أحداث القدس عبر الفيسبوك بسبب التضييق السياسي والأمني في الضفة الغربية.

لكن من الملاحظ في هذه الدراسة (المصري إ.، 2016) أنّ نتائجها تختلف كليا مع النتائج الظاهرة في الجدول السابق نفسه حيث وصلت تلك الدراسة إلى أنّ هناك درجة تفاعل مرتفعة للمبحوثين مع مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق القضية الفلسطينية، وذلك لأنّ الفئة المستهدفة

في الدراسة هي النخبة السياسية، ومن الطبيعي جداً أن يكون هناك نسبة تفاعل مرتفعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لهذه النخبة.

6. كيفية تفاعل المبحوثين مع المنشورات المتعلقة بأحداث القدس لدى اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

الجدول رقم (11)

تفاعل المبحوثين مع المنشورات المتعلقة بأحداث القدس لدى اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
إعجاب	551	%39
تعليق	381	%26
مشاركة	116	%8
المشاهدة فقط	280	%19
جميع ما ذكر	116	%8
المجموع	1444	%100

*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد

تشير نتائج الجدول رقم (11) إلى أنّ ما نسبته (39%) يتفاعل الشباب بالإعجاب مع المنشورات المتعلقة بأحداث القدس لدى اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك وذلك كأعلى نسبة مئوية، وتأتي في المرتبة الثانية التفاعل بالتعليق وذلك بنسبة (26%)، وبمرتبة ثالثة التفاعل بالمشاهدة بنسبة (19%)، في حين كان التفاعل بالمشاركة بنسبة (8%)، وكما يوضح الجدول أعلاه أن نسبة (8%) من المبحوثين ذكروا بأنّهم يتفاعلون مع (إعجاب، تعليق، مشاركة، مشاهدة فقط) مع المنشورات المتعلقة بأحداث.

وتتشابه نتائج هذا الجدول مع نتائج دراسة (المصري إ.، 2016) التي وصلت إلى أنّ نسبة التفاعل بالإعجاب من قبل المبحوثين أعلى نسبة، وتليها التعليق، ومن ثم المشاركة، وكذلك يكمن الاتفاق في دراسة (رضوان، 2016) حيث حاز التفاعل بالإعجاب على الدرجة الأولى ومن ثم التعليق، وأخيراً التفاعل بالمشاركة، وكذلك اتفقت مع هذه النتائج أيضاً دراسة (خاطر، 2015).

7. معدل الاهتمام بالمضمون الإعلامي عن أحداث القدس عند الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

الجدول رقم (12)

اهتمام المبحوثين الاهتمام بالمضمون الإعلامي عن أحداث القدس

الاعتماد	مرتفعة جداً	مرتفعة	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	القيمة الاحتمالية
ك	146	489	220	32	13	3.80	76.00	0.00
%	16	54	24	4	2			

*المتوسط الحسابي الدال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05

تشير نتائج الجدول رقم (12) أن ما نسبته (16%) كان معدل الاهتمام مرتفع جداً بالمضمون الإعلامي عن أحداث القدس، وما نسبته (54%) كان معدل الاهتمام مرتفع، في حين كان معدل الاهتمام بدرجة متوسطة بنسبة (24%)، وكان معدل الاهتمام بدرجة ضعيفة بنسبة (4%)، وأخيراً كان ما نسبته (2%) درجة معدل الاهتمام بالمضمون الإعلامي عن أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك ضعيفة جداً.

وتشير النتائج هذه إلى أن هناك نسبة مرتفعة للاهتمام بالمضمون الإعلامي على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس بالنسبة للشباب، وهذا أكدت عليه (ثوابتة، 2023) بأن الشباب الفلسطيني يهتمون بأخبار القدس لأهميتها، وذلك لأنّ أرض فلسطين هي أرض أحداث وصراع مستمر.

ثالثاً: ما الأوقات والمدة الزمنية التي يتابع فيها المبحوثون أحداث القدس على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك؟

8. الأوقات التي يزيد فيها الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس.

الجدول رقم (13)

الأوقات التي يزيد فيها الاعتماد

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
بشكل دائم ومستمر	200	%22
عند وقوع أحداث في القدس فقط	539	%60
أتابع من فترة إلى فترة زمنية أخرى	131	%15
أتعرض للمتابعة بشكل غير مقصود لأحداث القدس	28	%3
أخرى تذكر	2	%0
المجموع	900	%100

تشير نتائج الجدول رقم (13) إلى أنّ غالبية المبحوثين يتابعون أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك عند وقوع أحداث في القدس فقط بدرجة أولى وذلك بنسبة (60%)، بينما (22%) منهم يتابعون أحداث القدس بشكل دائم ومستمر عبر تلك الصفحات بدرجة ثانية، في حين أن (15%) يتابعون أحداث القدس عبر تلك الصفحات من فترة إلى فترة زمنية أخرى، وأن ما نسبته (3%) يتابعون الأحداث في القدس عندما يتعرضون للمتابعة بشكل غير مقصود، وأخيرا في الفئة الأخير "بأخرى تذكر" أجابوا كالتالي: عندما أريد أن أتعمق في مصداقية الإعلام، وأتابع من مصادر أخرى وهي لا تتجاوز (0%).

ويتضح من خلال نتائج الجدول السابق أنّه عندما تكون نسبة الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك تكون في الغالب عند وقوع أحداث في القدس فقط بنسبة (60%)، فهذا يشير حسب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنّ الجمهور يعتمد بكثرة على تلك الوسائل عند وقوع أحداث أو أزمات وكلما زادت حالات الاضطراب وعدم الاستقرار في مجتمع ما كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام. (المقصورد، 2018)

وتتفق نتائج الجدول أعلاه مع نتائج دراسة (برغوت، 2014) أنّ المبحوثين يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار عند حدوث الأزمات بنسبة 78%، وتدعم دراسة (أبو

مراد، 2016) هذه النتائج حيث كشفت أنّ نسبة اعتماد المبحوثين على الصحافة الإلكترونية في وقت الأزمات وذلك بنسبة (76.3%).

9. الحقبة الزمنية التي زادت الاهتمام بمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك.

الجدول رقم (14)

الحقبة الزمنية التي زادت الاهتمام

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
منذ تولي دونالد ترامب رئاسة الولايات المتحدة 2017	121	%9
منذ اندلاع هبة باب الرحمة 2019	113	%8
منذ إعلان صفقة القرن عام 2020	272	%20
منذ أزمة حيّ الشيخ جراح ومعركة سيف القدس 2021	481	%36
كل هذه الأحداث زادت من اهتمامي بمتابعة أحداث القدس	347	%26
أخرى تذكر	10	%1
المجموع	1344	%100

*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد

تشير نتائج الجدول رقم (14) الذي يوضح الحقبة الزمنية لبدء الاهتمام بالمتابعة بأحداث القدس تبين أنّ النسبة الأكبر من الشباب المبحوثين بدأوا الاهتمام بمتابعة الأحداث عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك منذ أزمة حيّ الشيخ جراح بنسبة (36%)، بينما (26%) اعتبروا أنّ كل الأحداث التي جرت في القدس خلال سنوات مضت "كل هذه الأحداث زادت من اهتمامي بمتابعة أحداث القدس" كانت كفيلة بزيادة الاهتمام والمتابعة، وما نسبتهم (20%) زادت متابعتهم واهتمامهم "منذ إعلان صفقة القرن عام 2020"، في حين أجاب (9%) منهم بأنّهم بدأوا بالمتابعة "منذ تولي دونالد ترامب رئاسة الولايات المتحدة 2017"، أما (8%) أجابوا أنّه منذ "اندلاع هبة باب الرحمة 2019" زادت لديهم المتابعة لأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، وأنّ ما نسبته (1%) وهم عشرة مبحوثين أجابوا عن فترات أخرى زادت لديهم الاهتمام بمتابعة أحداث القدس عبر تلك المواقع الفيسبوك، منها أنّهم يتابعون منذ سنوات طويلة وخاصة متابعة سلسلة أحداث القدس وتهويدها ومحاولة طمس هويتها

العربية الفلسطينية الإسلامية في متابعة دائمة؛ لأنّها هي العاصمة وأولى القبلتين وتكرار الأحداث السياسية لجرائم الاحتلال ومستوطنيه لتهوديها وجب المتابعة الحديثة وبشكل يومي، والآخرون قالوا بأنّهم يتابعون منذ الصغر، والبعض أجاب أنّ المتابعة بدأت منذ انتفاضة الأقصى، ومنهم من قال: إنّه منذ اختطاف الطفل الشهيد محمد أبو خضير وحرقه عام 2014.

من الملاحظ خلال الجدول السابق أنّ أزمة حيّ الشيخ جراح ومعركة سيف القدس وتبعاتها أسهمت بشكل كبير في زيادة الاهتمام لدى الشباب لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، وترى الباحثة أنّ هذا يعود لدور الإذاعات والفضائيات الفلسطينية في نقل الأحداث وتغطيتها بشكل كبير جداً عبر الفيسبوك؛ لأهميّة هذا الحدث وحساسيته بالنسبة للفلسطينيين، بعد تركيز الإعلام إنسانيا لخطورة تهجير أهالي حيّ الشيخ جراح واستيلاء المستوطنين على منازلهم عنوةً وبغير وجه حق، وفي دراسة أجريت حول توظيف المؤثرين لشبكات التواصل الاجتماعي في قضية حيّ الشيخ جراح تبيّن أنّ المواضيع الإنسانية والاجتماعية كانت في الدرجة الأولى من حيث تركيز المؤثرين عليها، والتي أسهمت بزيادة الاهتمام بها وكسب تعاطف الشباب الفلسطيني مع القضية (الفاعوري، 2021)، وفي دراسة أخرى لــ (الكوع وآخرون، 2023) حول المقاومة الرقمية الفلسطينية في قضية حي الشيخ جراح، كشفت أنّ الناشطة المقدسية منى الكرد استخدمت إطار الاهتمامات الإنسانيّة بنسبة (70%) في ترويجها للقضية عبر الفيسبوك، وأنّ أكثر المواضيع التي عملت على نشرها هي الدعوة للمشاركة والتضامن مع أهالي حي الشيخ جراح، وبالتالي من خلال نتائج تلك الدراستين السابقتين تتوافق مع النتائج في الجدول أعلاه والذي يشير بأنّه منذ أزمة حيّ الشيخ جراح زاد اهتمام الشباب نحو متابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

10. المدة الزمنية التي يتابع فيها المبحوثون يومياً أخبار القدس من خلال مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

الجدول (15)

المدة الزمنية التي يتابع فيها المبحوثون يومياً أخبار القدس

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
لا أتابع يومياً	125	%14
أقل من ساعة	271	%30
من ساعة إلى أقل من ساعتين	390	%43
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	68	%8
من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات	17	%2
من أربع ساعات فأكثر	29	%3
المجموع	900	%100

تشير نتائج الجدول رقم (15) إلى أنّ ما نسبته (14%) أجابوا بأنّهم لا يتابعون يومياً أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، في حين أنّ ما نسبته (30%) من المبحوثين يتابعون أحداث القدس عبر تلك المواقع في أقل من ساعة، أما ما نسبتهم (43%) يتابعون الأحداث من ساعة إلى أقل من ساعتين كأعلى نسبة، و(8%) يتابعون من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات، وأن ما نسبتهم (2%) يتابعون من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات، وأخيراً الذين يتابعون من أربع ساعات فأكثر جاءت بنسبة (3%).

فلو دققنا جيداً بالأرقام الظاهرة في الجدول السابق رقم (15) نجد بأن ّهناك توافقا بينها وبين الأرقام الإحصائية في الجدول رقم (13)، حيث إنّ المبحوثين من الفئة المستهدفة، وهم الشباب في غالبيتهم يتابعون الأحداث عبر تلك المواقع خلال وقوع أحداث في القدس فقط بنسبة (60%) مما يتطلب عملية متابعة زمنية أطول حسب كل حدث، فمن الطبيعي جداً أن نجد نسبة الذين يتابعون من ساعة إلى أقل من ساعتين (43%)، وكذلك أقل من ساعة بنسبة (30%).

وتتفق نتائج الجدول أعلاه مع النتائج التي وصلت إليها دراسة (أبو مراد، 2016) أنّ أغلب المبحوثين معدل استخدامهم للصحافة الإلكترونية يوميا هي من ساعة إلى أقل من ساعتين هي

الأعلى، وكذلك دراسة (رضوان، 2016) والتي أوضحت أن عدد ساعات المتابعة للمبحوثين للأخبار عبر صحافة الهاتف المحمول هي في الأغلب من ساعة إلى أقل من ساعتين، ومن ثم جاءت في المرتبة الثانية "الأقل من ساعة".

رابعاً: ما أبرز مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك التي يعتمدها المبحوثون لمتابعة الأحداث في القدس؟

11. أبرز مواقع الإذاعات الفلسطينية التي يعتمد عليها المبحوثون "عبر الفيسبوك" لمتابعة أحداث القدس.

الجدول رقم (16)

أبرز مواقع الإذاعات الفلسطينية التي يعتمد عليها المبحوثون "عبر الفيسبوك" لمتابعة أحداث القدس

أبرز الإذاعات	اعتمد عليها بشكل كبير جداً	اعتمد عليها بشكل كبير	اعتمد عليها بشكل متوسط	اعتمد عليها بشكل منخفض	لا اعتمد عليها	المجموع
إذاعة صوت الشباب/الظاهرية	128	108	168	96	151	651
النسب المئوية	%20	%16	%26	%15	%23	%100
إذاعة أجيال	361	111	132	82	91	777
النسب المئوية	%46	%14	%17	%11	%12	%100
القمر	19	27	95	99	188	428
النسب المئوية	%4	%6	%22	%23	%45	%100
كرامة	105	122	165	85	128	605
النسب المئوية	%17	%20	%27	%15	%21	%100
منبر الحرية	166	111	121	78	115	591
النسب المئوية	%28	%18	%20	%14	%19	%100
نغم	29	39	85	106	172	431
النسب المئوية	%7	%9	%20	%25	%39	%100
هوا نابلس	47	65	73	87	160	432
النسب المئوية	%11	%15	%17	%20	%37	%100
راية	71	71	132	79	132	485
النسب المئوية	%15	%15	%27	%16	%27	%100
مزايا	26	40	82	95	185	428
النسب المئوية	%6	%9	%19	%22	%44	%100
نساءFM	24	41	73	95	190	423
النسب المئوية	%6	%10	%17	%22	%45	%100
مصادر	19	35	88	95	185	422
النسب المئوية	%5	%8	%21	%22	%44	%100
Jerusalem24	66	70	80	79	155	450
النسب المئوية	%15	%15	%18	%18	%34	%100
24 FM	36	53	94	82	168	433
النسب المئوية	%8	%12	%22	%19	%39	%100
شبابFM	37	54	77	92	160	420
النسب المئوية	%9	%13	%18	%22	%38	%100

مود	19	27	75	95	196	412
النسب المئوية	%5	%7	%18	%23	%47	%100
صبا	14	41	77	90	194	416
النسب المئوية	%3	%10	%19	%22	%46	%100
صوت فلسطين	392	128	91	69	77	757
النسب المئوية	%52	%17	%12	%9	%10	%100
صوت الأقصى	385	106	84	70	85	730
النسب المئوية	%52	%15	%12	%9	%12	%100
صوت الأسرى	88	77	74	84	136	459
النسب المئوية	%19	%17	%16	%18	%30	%100
صوت الشعب	58	58	88	101	163	468
النسب المئوية	%12	%12	%19	%22	%35	%100

* هذا السؤال اختياري حيث أتيح للمبحوثين اختيار أي إذاعة يتابعها

كما هو موضح في الجدول السابق رقم (16) أنّ أبرز الإذاعات التي يعتمد عليها المبحوثون لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك بشكل مرتفع جداً ومرتفع هي إذاعة صوت فلسطين وذلك بنسبة كل واحدة منها (52%) و(17%)، في حين كانت نسبة الاعتماد عليها بشكل متوسط (12%)، في حين كان نسبة الذين يعتمدون عليها بشكل منخفض بنسبة (9%)، أما الذين لا يعتمدون عليها هم (10%).

وجاءت في المرتبة الثانية من حيث الاعتماد إذاعة صوت الأقصى، حيث كانت نسبة الاعتماد عليها لمتابعة أحداث القدس بدرجة مرتفعة جداً ومرتفعة (52%) و(15%)، وكانت نسبة الذين يعتمدون عليها بشكل متوسط (12%)، في حين كان نسبة الاعتماد بشكل منخفض (9%)، أما الذين لا يعتمدون عليها كانت نسبتهم (12%).

وتأتي في المرتبة الثالثة إذاعة أجيال، حيث وصلت نسبة الاعتماد عليها بشكل مرتفع جداً ومرتفع إلى (46%) و(14%)، أما من حيث الاعتماد عليها بشكل متوسط كان بنسبة (17%)، والاعتماد عليها بشكل منخفض كان (11%)، في حين وصل نسبة الذي لا يعتمدون عليها لمتابعة أحداث القدس (12%).

وفي المرتبة الرابعة إذاعة منبر الحرية، وكان نسبة الذين يتابعون بشكل مرتفع جداً ومرتفع (28%) و(18)، ودرجة المتابعة بشكل متوسط (20%)، أما الذين يتابعون بشكل منخفض كان نسبتهم (14%)، والذين لا يعتمدون بنسبة (19%).

وفي المرتبة الخامسة جاءت إذاعة صوت شباب الظاهرية حيث وصل نسبة الاعتماد عليها عبر الفيسبوك بشكل مرتفع جداً ومرتفع (20%) و(16%)، وبشكل متوسط (26%)، وبشكل منخفض بنسبة (15%)، أما نسبة الذين لا يتابعون وصل (23%).

وكانت في المرتبة السادسة هي إذاعة الكرامة حيث وصل نسبة الذين يعتمدون بشكل مرتفع جداً ومرتفع (17%) و (20%)، والذين يعتمدون بشكل متوسط (27%)، في حين كان نسبة الذين يعتمدون بشكل منخفض (15%)، والذين لا يعتمدون عليها لمتابعة أحداث القدس عبر الفيسبوك كان نسبتهم (21%).

وجاءت إذاعة راية في المرتبة السابعة من حيث الاعتماد عليها لمتابعة أحداث القدس عبر الفيسبوك بشكل مرتفع جداً ومرتفع (15%) و(15%)، وبشكل متوسط (27%)، وبشكل منخفض (16%)، والذين لا يعتمدون عليها بنسبة (27%).

وفي المرتبة الثامنة جاءت إذاعة صوت الشعب من حيث اعتماد الشباب المبحوثين عليها عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس بشكل مرتفع جداً ومرتفع بنسب (12%) و(12%)، أما بشكل متوسط بنسبة (19%)، وبشكل منخفض (22%)، والذين لا يعتمدونها بنسبة (35%).

أما باقي الإذاعات الموضحة في الجدول أعلاه حازت على نسب أقل من حيث المتابعة والاعتماد عليها من قبل المبحوثين لمتابعة أحداث القدس عبر الفيسبوك.

وحول هذه النتائج تؤكد دراسة (زاير و غضبان، 2020) الخصائص التي تدفع المبحوثين للاستماع لراديو الانترنت هو توفر خاصية عرض الصوت والصورة في آنٍ واحد، وكذلك إمكانية الاستقبال العالي لجودة وحداثة التقنيات التكنولوجية التي تمكن الاستقبال مع

إمكانية التنقل وضمان جودة المضمون الإعلامي، وأنه بإمكان المستخدم الوصول للمعلومات التي يرديها والبرامج الخاصة به وقتما يشاء.

وهذا ما وافق عليه مدير إذاعة (صوت الشعب) من قطاع غزة الدكتور باسم وشاح في مقابلة شخصية أجرته الباحثة أنّ لجوء الشباب نحو الإذاعات عبر الفيسبوك يعود إلى التطوّر التكنولوجي وسهولة الوصول إلى المعلومات والبيانات والأخبار. (وشاح، 2023)

12. أبرز مواقع الفضائيات الفلسطينية التي يعتمد عليها المبحوثون "عبر الفيسبوك" لمتابعة أحداث القدس:

الجدول (17)

أبرز مواقع الفضائيات الفلسطينية التي يعتمد عليها المبحوثون "عبر الفيسبوك" لمتابعة أحداث القدس

أبرز الفضائيات	اعتمد عليها بشكل كبير جداً	اعتمد عليها بشكل كبير	اعتمد عليها بشكل متوسط	اعتمد عليها بشكل منخفض	لا اعتمد عليها	المجموع
تلفزيون فلسطين	486	149	112	70	83	**900**
النسب المئوية	**%54**	**%17**	**%12**	**%8**	**%9**	**%100**
تلفزيون العودة	104	104	109	249	234	**900**
النسب المئوية	%12	%12	%12	%28	%36	**%100**
قناة الأقصى الفضائية	451	151	122	77	99	**900**
النسب المئوية	%50	%16	%14	%9	%11	**%100**
قناة فلسطين اليوم	458	169	108	76	89	**900**
النسب المئوية	%51	%19	%12	%8	%10	**%100**

يتضح من خلال الجدول رقم (17) أنّ تلفزيون فلسطين تأتي في المرتبة الأولى من حيث اعتماد الشباب عليها على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، حيث كان نسبة الاعتماد عليه بشكل كبير جداً (54%)، أما الاعتماد عليها بشكل كبير (17%)، وبالشكل المتوسط (12%)، أما الاعتماد بشكل منخفض كان بنسبة (8%)، في حين كان نسبة الذين لا يعتمدون بنسبة (9%).

وفي المرتبة الثانية جاء تلفزيون فلسطين اليوم، حيث وصل عدد نسبة الذين يعتمدون عليها لمتابعة أحداث القدس بشكل كبير جداً (51%)، أما الاعتماد عليها بشكل كبير (19%)، أما بالشكل متوسط (12%) في حين كان نسبة الاعتماد بشكل منخفض (8%)، أما (10%) هم نسبة الذين لا يعتمدون على تلفزيون فلسطين اليوم لمتابعة أحداث القدس عبر الفيسبوك.

وجاءت فضائية الأقصى بالمرتبة الثالثة من حيث اعتماد الشباب عليها لمتابعة أحداث القدس عبر الفيسبوك، وجاءت نسبة الاعتماد عليها بشكل كبير جداً (50%)، ونسبة (16%) للاعتماد بشكل كبير، والاعتماد بشكل متوسط (14%)، أما كان نسبة الاعتماد بشكل منخفض (9%)، في حين وصل نسبة الذين لا يعتمدون على فضائية الأقصى عبر الفيسبوك بنسبة (11%).

وفي المرتبة الرابعة والأخيرة كان تلفزيون العودة هو الأقل بالاعتماد عليه من قبل الشباب على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، حيث كان نسبة الذين لا يعتمدون عليه (36%)، أما الاعتماد عليه بشكل منخفض (28%)، في حين كان نسبة الاعتماد بشكل متوسط (12%) وبشكل كبير (12%)، وبشكل كبير جداً (12%).

خامساً: ما الأشكال الصحفيّة والوسائط والأنماط التي يفضلها المبحوثون لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك؟

13. الأشكال الصحفية المفضلة لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك.

الجدول رقم (18)

الأشكال الصحفية المفضلة لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الأخبار	765	%35
التحقيقات	102	%5
القصص الإخبارية	491	%22
المقابلات	170	%8
التقارير المصورة	559	%26
المقالات	93	%4
أخرى تذكر	6	%0
المجموع	2186	%100

*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد

تشير نتائج الجدول رقم (18) إلى أنّ ما نسبته (35%) يفضلون متابعة أحداث القدس خلال مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك عن طريق "الأخبار" كدرجة أولى، وجاء في المرتبة الثانية "التقارير المصورة" بنسبة (26%)، وفي المرتبة الثالثة "القصص الإخبارية"

بنسبة (22%)، أمّا في المرتبة في حين كانت "المقابلات" في المرتبة الرابع بنسبة (8%)، وكان تفضيل الشباب لـــ "التحقيقات" بالمرتبة الخامسة بنسبة (5%)، وأخيرا في المرتبة السادسة جاءت "المقالات" بنسبة (4%)، أما بالنسبة لـــ "أخرى تذكر" أجاب خمسة من المبحوثين أنّهم يقومون بتجميع الأخبار وتحليلها، والاعتماد على البث المباشر للأحداث وهم لا يتجاوزون (0%).

وتتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج دراسة (بريص، 2015) التي وصلت إلى أنّ المبحوثين يفضلون الشكل الصحفي بالدرجة الأولى "الأخبار" ومن ثم "التقارير"، وتليها "القصص الإخبارية"، وأيضاً اتفقت دراسة (بربخ، 2015) مع تلك النتائج.

وحول استخدام الأشكال الصحفية التي تستخدمها الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لنقل أحداث القدس، أشار مدير عام إذاعة صوت فلسطين عايد عويمر إلى أنّ الإذاعة تحرص بشدة على استخدام "الأخبار" وكذلك "التقارير المصورة". (عويمر، 2023)

وتفسر الباحثة في هذه النتائج إلى أنّ الوقت يكون ضيّقا للمبحوثين ويفضلون متابعة أحداث القدس على شكل "الأخبار" نظراً لسرعة الأحداث وتلاحقها وتطوراتها المستمرة وخصوصا عندما نتحدث كما أسلفنا سابقاً أنّ (60%) من المبحوثين يتابعون الأحداث عند وقوع أحداث في القدس فقط، لذلك فهم بهذه الحالة يلجؤون نحو الأخبار لسرعة الأحداث وتلاحقها وتبعاتها وتطوراتها.

14. وسائط يفضلها المبحوثين لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك.

الجدول رقم (19)

وسائط يفضلها المبحوثين لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
صورة فقط	79	%4
صورة مع نص	612	%30
فيديو فقط	229	%11
فيديو مع نص	711	%34
الصورة المتحركة	121	%6
الكاريكاتير والرسومات المتنوعة	171	%9
انفوغرافيك	132	%6
أخرى تذكر	6	%0
المجموع	2061	%100

*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة

يظهر من خلال الجدول رقم (19) أنّ المبحوثين يفضلون متابعة الأحداث من خلال "الفيديو مع نص" كمرتبة أولى بنسبة (34%)، وكذلك "صورة مع نص" بدرجة ثانية بنسبة (30%)، في حين كان نسبة الاعتماد على "الفيديو فقط" في الدرجة الثالثة بنسبة (11%)، وفي الدرجة الرابعة كان الاعتماد على "الكاريكاتير والرسومات المتنوعة" بنسبة (9%)، وحازت كل من "الصورة المتحركة" و"الانفوغرافيك" على الدرجة الخامسة بنفس النسب وهي (6%)، وفي الدرجة السادسة "صورة بدون نص" بنسبة (4%).

ويتضح من خلال النتائج السابقة توجه الشباب نحو تفضيل "الفيديو مع نص" و"صورة مع نص" بنسب أعلى في متابعة أحداث القدس، وهذا يعود لاهتمام الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك نحو استثمار وسائط جديدة تساعد على إيصال المعلومة لدى الجمهور، حيث أكّدت مديرة البرامج في إذاعة (راية) سمر ثوابتة أنّ الإذاعة تعتمد على "الصورة مع نص" و"الفيديو مع نص" عبر الفيسبوك (ثوابتة، 2023)، وكذلك يؤكد الدكتور باسم وشاح على أن إذاعة صوت الشعب على استخدام "الصورة مع نص" و"الفيديو مع نص" و"الصورة فقط" و"الفيديو فقط" عبر صفحتها على الفيسبوك" (وشاح، 2023).

وفي تقرير لواقع الإعلام الرقمي في فلسطين أنّ المحتوى الذي يفضل الفلسطينيون متابعته هو "الفيديو بشكل عام " بنسبة (64.5%)، ومن ثم "الصور والتصاميم" بنسبة (45.4%)، (المركز الشبابي الإعلامي، 2023)، وفي دراسة لـــــ (Zahoor & Sadiq, 2021) كشفت أيضاً أنّ وسائل الإعلام الفلسطينية التقليدية تستخدم وسائل الإعلام الجديدة؛ لأنّها فعالة، وتسهّل نشر النصوص ومقاطع الفيديو والصور المتعلقة بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي.

وأتيح للمبحوثين في ذكر وسائط أخرى التي يفضلونها أثناء متابعتهم لتلك المواقع عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس عبر الفيسبوك، مثل التسجيلات الصوتية من (التليجرام).

15. الأنماط التي يفضلها المبحوثين عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية في قضية أحداث القدس.

الجدول رقم (20)

الأنماط التي يفضلها المبحوثين عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية في قضية أحداث القدس

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
منشور	769	%49
بث مباشر	426	%28
هاشتاغ	207	%13
مشاركة من صفحة أو حساب آخر	153	%10
أخرى تذكر	4	%0
المجموع	1559	%100

*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد

تشير نتائج الجدول رقم (20) إلى أنّ ما نسبته (49%) كان أكثر الأنماط التي يتابعها عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينيّة على الفيسبوك في قضية أحداث القدس "منشور" وذلك كأعلى نسبة، ومن ثم ما نسبته (28%) كان نمط "بث مباشر"، ويليها نمط الـــ "هاشتاغ" بنسبة (13%)، في حين كان نمط "مشاركة من صفحة أو حساب آخر" بنسبة (10%).

وتفسر الباحثة أنّ سبب تفضيل المبحوثين للنمط "المنشور" أنّ المبحوثين يفضلون هذا النمط بسبب تسارع الأحداث وتلاحقها خلال وقوع أحداث في القدس وتطوراتها، وكذلك أيضا يتميز الفيسبوك بالسرعة والآنية والتفاعلية والتحديث اللحظي للأخبار، وهذا ما يدفع عيّنة الدراسة لاعتماد نمط "المنشور"، وبالتالي اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة السابقة (بربخ، 2015) من حيث تفضيل الجمهور للأخبار السريعة لحظة وقوع الأحداث خلال العدوان على غزة عام 2014.

وأجاب أربعة مبحوثين على أنّهم يفضلون أنماط أخرى أثناء متابعتهم لتلك المواقع عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس عبر الفيسبوك.

القسم الثالث: أسباب ودوافع المتابعة:

سادساً: ما أسباب ودوافع اعتماد المبحوثين على مواقع الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس؟

16. الأسباب والدوافع لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك.

الجدول رقم (21)

الأسباب والدوافع لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
السرعة والآنية في نقل الحدث	311	%15
لأنها تمتلك مصادر معلومات لا يمتلكها الإعلام التقليدي	190	%9
بسبب تفرد وتميز هذه المواقع عبر الفيسبوك في نقل الأحداث مقارنة مع الإعلام التقليدي	120	%5
لسهولة استخدام هذه المواقع عبر الفيسبوك	272	%12
لأن هذه المواقع لا تخضع لسياسة تحريرية مثل الإعلام التقليدي	153	%7
تطرح هذه المواقع عبر الفيسبوك عدة موضوعات عن أحداث القدس	304	%14
حتى أكون على اطلاع وفهم ما يجري من أحداث في القدس	567	%26
تتيح مجالاً أوسع لحرية الرأي والتعبير	164	%7
طبيعة حياتي وارتباطاتي الاجتماعية تتطلب ضرورة متابعة أحداث القدس	109	%5
أخرى تذكر	6	%0
المجموع	2196	%100

*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد

تشير نتائج الجدول رقم (21) إلى أنّ ما نسبته (26%) كانت دوافعهم وأسباب متابعهم لأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك هو "حتى أكون على اطّلاع وفهم ما يجري من أحداث في القدس"، وتلتها "السرعة والآنية في نقل الحدث" بنسبة (15%)، ومن ثم (14%) كانت دوافعهم وأسباب متابعهم هي أنها "تطرح هذه المواقع عبر الفيسبوك عدة موضوعات عن أحداث القدس"، في حين أنّ ما نسبته (12%) كانت الدوافع والأسباب هي "لسهولة استخدام هذه المواقع عبر الفيسبوك"، وأنّ ما نسبته (9%) بسبب "لأنّها تمتلك مصادر معلومات لا يمتلكها الإعلام التقليدي"، وكانت الدوافع والأسباب التالية "تتيح مجالاً أوسع لحرية الرأي والتعبير" و"لأنّ هذه المواقع لا تخضع لسياسة تحريرية مثل الإعلام التقليدي" (7%) لكل واحدة منهما، وما نسبته (5%) كانت دوافعهم وأسباب متابعهم على تلك المواقع هو "طبيعة حياتي وارتباطاتي الاجتماعية تتطلب ضرورة متابعة أحداث القدس".

وبحسب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فإنّ الجمهور يزيد اعتمادهم على وسائل الإعلام وفقاً لدرجة استقرارها وكلما زادت حالات الاضطراب وعدم الاستقرار في مجتمع ما كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام، وكذلك تختلف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام بين الجمهور وفقا لظروفهم وخصائصهم وأهدافهم. (المقصورد، 2018)

وتختلف النتائج في هذا الجدول عن نتائج دراسة (حمدي، 2018) التي كشفت أن من أسباب اعتماد شباب جامعة تبوك على مواقع التواصل الاجتماعي هو الترفيه وقضاء وقت الفراغ، وذلك يعزى إلى أن الثقافة والبيئة العامة التي يعيشها الشباب السعودي تختلف تماماً عن التي يعيشها الشباب الفلسطيني على أرضه التي تشهد أحداث وأزمات متتالية تدفع الشباب لمتابعة الأحداث التي تجري على أرض فلسطين لغرض التزود بالمعلومات وزيادة المعرفة بها.

وأجابت عيّنة الدراسة عن أسباب أخرى تدفعهم لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، ومن هذه الأسباب هي الانتماء الوطنيّ، ولأنّها القضية الوحيدة التي خلقت لنا كفلسطينيين.

القسم الرابع: الإشباعات المتحققة والتأثيرات الناجمة عن عملية الاعتماد:

سابعاً: ما درجة ثقة المبحوثين بالأخبار المتعلقة بأحداث القدس على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك؟

17. درجة الثقة بالأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك.

الجدول رقم (22)

درجة ثقة المبحوثين بالأخبار المتعلقة بأحداث القدس

الاعتماد	مرتفعة جداً	مرتفعة	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	القيمة الاحتمالية
ك	81	390	388	32	9	3.56	71.20	0.00
%	9	43	43	4	1			

*المتوسط الحسابي الدال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05

تشير نتائج الجدول رقم (22) إلى أنّ ما نسبته (9%) كانت درجة ثقتهم بالأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك كانت مرتفعة جداً، وأنّ ما نسبته (43%) كانت درجة ثقتهم مرتفعة، في حين كان ما نسبته (43%) كانت درجة ثقتهم

متوسطة، أما (4%) كانت درجة الثقة لديهم ضعيفة، وأخيراً كانت نسبة (1%) درجة ثقتهم ضعيفة جداً.

وتختلف نتائج هذا الجدول مع نتائج دراسة (أبو مراد، 2016) التي توصلت أن نسبة عدد الذي يثقون بالصحافة الإلكترونية بشكل متوسط أكثر من نسبة الذين يثقون بها بشكل عالٍ جداً أو عالٍ، وتفسر الباحثة أنّ سبب هذه الاختلاف أنّ الشباب يعتمدون على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك حيث تحرص هذه المواقع على المهنية والمصداقية في نقل أحداث القدس وفق ما أكّدته سمر ثوابتة على حرص إذاعة راية في الآنية وبنفس الوقت الحرص على الدقة والصدق وجودة المضامين الإعلامية، (ثوابتة، 2023) واتّفق معها عايد عويمر حيث أكّد على أنّه يتمّ التأكد من مصدر الخبر ودقته ونسبه الى مصدر واضح. (عويمر، 2023)

ثامناً: ما الموضوعات التي يتابعها المبحوثون في مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك، وما تأثيرها على اهتمامهم بمتابعة أحداث القدس؟

18. الموضوعات حول القدس التي يتابعها الشباب عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

الجدول رقم (23)

الموضوعات التي يتابعها الشباب حول أحداث القدس

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
سياسية	799	%29
اجتماعية	254	%9
صحية	99	%4
تاريخية	286	%11
أمنية	550	%20
اقتصادية	138	%5
ثقافية	236	%9
دينية	356	%13
المجموع	2718	%100

*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من متعدد

تشير نتائج الجدول رقم (23) إلى أن ما نسبته (29%) للموضوعات حول القدس التي يتابعها عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك (سياسية) وجاءت في المرتبة الأولى، وتلتها في المرتبة الثانية (أمنية) بنسبة (20%)، وفي المرتبة الثالثة الموضوعات (الدينية)

بنسبة (13%)، وجاءت بالمرتبة الرابعة الموضوعات (التاريخية) بنسبة (11%)، في حين بالمرتبة الخامسة مكرر الموضوعات (الثقافية) و(الاجتماعية) بنسب (9%)، وما نسبته (5%) للموضوعات (الاقتصادية) وجاءت في المرتبة السادسة، وأن ما نسبته (4%) للموضوعات (الصحية) كمرتبة سابعة.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج التقرير حول الواقع الرقمي بفلسطين أنّ أبرز المواضيع التي يفضل الفلسطينيون متابعتها هي المواضيع السياسية (المركز الشبابي الإعلامي، 2023)، وفي مقابلة مع المدير التنفيذي لإذاعة أجيال "وليد نصار" أكد بأنّ أبرز المواضيع التي يقومون بتغطيتها حول أحداث القدس عبر الفيسبوك هي المواضيع السياسيّة (نصار، 2023)، وكذلك قال مدير إذاعة منبر الحرية "أيمن القواسمي" إنّ الإذاعة تعمل على نشر المواضيع السياسية والأمنية عبر الفيسبوك، حيث إنّها تركز في الغالب على اقتحامات الأقصى، واعتداءات المستوطنين في الأحياء العربية، وهدم البيوت والمنازل والمنشآت، والتضييق على المقدسيين. (القواسمي أ.، 2023)

ومن خلال ما ظهر في الجدول أعلاه، اتّفقت هذه النتائج مع النتائج التي توصلت إليها دراسة (أبو مراد، 2016) أنّ المبحوثين يعتمدون بنسبة عالية جداً على الإعلام لمتابعة الأخبار السياسية، وكذلك اتفقت مع دراسة (المصري ن.، 2014) التي بيّنت أنّ المبحوثين يتابعون بكثافة ويفضلون المواد السياسيّة والإخباريّة، وهذا الاتفاق بين النتائج يعود لاهتمام الشعب الفلسطيني بشكل كبير على الجانب السياسي كون أرض فلسطين هي أرض أحداث ساخنة وصراع مستمر وارتباط القدس كمكانة سياسية ودينية بالنسبة لهم، وكذلك اتفقت مع دراسة (David et al., 2019) التي بيّنت أنّ غالبية المبحوثين يلجؤون عادةً إلى الآخرين للحصول على معلومات سياسية.

تاسعاً: ما درجة إشباع مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك للحاجات المعرفية للمبحوثين لدى متابعتهم لأحداث القدس، وما التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية المترتبة عن متابعتهم؟

19. درجة الإشباع للحاجات المعرفية حول أحداث القدس لدى الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

الجدول رقم (24)

درجة الإشباع للحاجات المعرفية حول أحداث القدس

الاعتماد	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	القيمة الاحتمالية
ك	106	480	273	30	11	3.72	74.40	0.00
%	12	54	30	3	1			

*المتوسط الحسابي الدال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05

تشير نتائج الجدول رقم (24) إلى أنّ نسبة الإشباع للحاجات المعرفية لدى اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس لكبيرة جداً كانت (12%)، بينما كانت نسبة الإشباع بدرجة كبيرة (54%) وهي الأعلى، في بدرجة متوسطة (30%)، أما بدرجة ضعيفة (3%)، في حين جاءت درجة الضعيفة جداً بنسبة (1%).

وبشكل عام النتائج تشير إلى الموافقة العالية على درجة الشعور لديهم بأنّ هذه المواقع أشبعت حاجاتهم المعرفيّة حول أحداث القدس، وهذه النتائج تدعم الفرضية التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنّ الأفراد يسعون إلى الوسائل التي تحقق أهدافهم لبلوغ رغباتهم وإشباعاتهم. (حدادي، 2020)

واختلفت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (برغوت، 2014) أنّ 65.5% من المبحوثين بأنّ شبكات التواصل وتغطيتها للأزمات تشبع فضولهم المعرفي في بعض الأحيان، بينما رأى 24.8% أنّها تشبع فضولهم المعرفي بشكل دائم.

20. التأثيرات المعرفيّة والسلوكيّة والوجدانيّة المترتبة عن اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس.

أ- التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك:

الجدول رقم (25)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عيّنة الدراسة لفقرات التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك.

الرقم	الفقرة	التكرار	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
7	زاد من متابعتي للأخبار المتعلقة بارتقاء الشهداء ووقوع الجرحى في مدينة القدس	900	4.50	90.00	1	كبيرة جداً
9	الاطلاع حول أخبار العمليات الفدائية ضد قوات الاحتلال في مدينة القدس	900	4.50	90.00	2	كبيرة جداً
3	زادت من معلوماتي بموضوع تهجير أهالي الأحياء المقدسية مثل حيّ الشيخ جراح	900	4.42	88.40	3	كبيرة جداً
2	زادت معرفتي بأخبار الاقتحامات التي يقودها المستوطنون لباحات المسجد الأقصى المبارك	900	4.40	88.00	4	كبيرة جداً
4	زادت معرفتي بالأخبار المتعلقة باعتداءات المستوطنين وقوات الاحتلال بحق أهالي القدس	900	4.40	88.00	5	كبيرة جداً
8	زادت متابعتي للأخبار المتعلقة بخطر هدم الأقصى بسبب الحفريات أسفله	900	4.40	88.00	6	كبيرة جداً
1	زادت من معرفتي بالأخبار المتعلقة بمصادرة الأراضي والاستيطان هدم المنازل بالقدس	900	4.33	86.60	7	كبيرة جداً
5	زاد إدراكي لخطر مخططات التقسيم الزماني والمكاني للمسجد الأقصى المبارك	900	4.33	86.60	8	كبيرة جداً
10	زادت متابعتي بالفعاليات الاستيطانية بالقدس مثل مسيرة الأعلام الصهيونية	900	4.32	86.40	9	كبيرة جداً
6	أصبحت أتابع الأخبار المتعلقة باعتقال المرابطين عند أبواب المسجد الأقصى	900	4.10	82.00	10	كبيرة
	الدرجة الكلية للمجال	900	4.37	87.40		كبيرة جداً

يتضح من الجدول (25) إلى أنّ المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العيّنة عن فقرات **"الآثار المعرفية"** تراوحت بين (4.10 – 4.50)، وكانت الدرجة الكلية كبيرة جداً وبمتوسط حسابي مقداره (4.37)، وجاءت الفقرتان "زاد من متابعتي للأخبار المتعلقة بارتقاء الشهداء ووقوع

الجرحى في مدينة القدس" و"الاطلاع حول أخبار العمليات الفدائية ضد قوات الاحتلال في مدينة القدس" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي مقداره (4.50) أي بدرجة كبيرة جداً لكل منهما، ثم تلتها فقرة "زادت من معلوماتي بموضوع تهجير أهالي الأحياء المقدسية مثل حيّ الشيخ جراح" بمتوسط حسابي بلغ (4.42) بدرجة كبيرة جداً، وجاءت ثلاث فقرات (8،4،2) "زادت معرفتي بأخبار الاقتحامات التي يقودها المستوطنون لباحات المسجد الأقصى المبارك" و"زادت معرفتي بالأخبار المتعلقة باعتداءات المستوطنين وقوات الاحتلال بحق أهالي القدس" و"زادت متابعتي للأخبار المتعلقة بخطر هدم الأقصى بسبب الحفريات أسفله" بمتوسطات حسابية (4.40) لكل واحدة من هذه الفقرات المذكورة سابقاً أي بدرجات كبيرة جداً، في حين جاءت الفقرتان (5،1) "زادت من معرفتي بالأخبار المتعلقة بمصادرة الأراضي والاستيطان هدم المنازل بالقدس" و"زاد إدراكي لخطر مخططات التقسيم الزماني والمكاني للمسجد الأقصى المبارك" بمتوسطات حسابية لكل واحدة منهما (4.33) بدرجة كبيرة جداً، أما فقرة "زادت متابعتي بالفعاليات الاستيطانية بالقدس مثل مسيرة الأعلام الصهيونية" جاءت بمتوسط حسابي (4.32)، وأخيراً جاءت فقرة "أصبحت أتابع الأخبار المتعلقة باعتقال المرابطين عند أبواب المسجد الأقصى" (4.10).

وتشير النتائج في الجدول السابق إلى ارتفاع قيمة المتوسّطات الحسابية لعبارات قياس التأثير المعرفي لاعتماد الشباب في محافظتيّ الخليل وبيت لحم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، مما يؤكد وبحسب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنّ الشباب المبحوثين تحقق لديهم الآثار المعرفية عن أحداث القدس، وظهرت الآثار المعرفية أكثر لدى المبحوثين زيادة المعرفة بأخبار العمليات الفدائية وارتقاء الشهداء ووقوع الجرحى.

وتنسجم هذه النتائج مع النتائج التي توصّلت إليها دراسة (سكيك، 2014) أنّ قضية القدس جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (74.5%) من ضمن مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة معرفة الشباب بالقضايا الوطنية.

ب- التأثيرات الوجدانية النفسية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك.

الجدول رقم (26)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة لفقرات التأثيرات الوجدانية النفسية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك.

الرقم	الفقرة	العدد	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
5	زاد لديّ الارتباط بالقدس كمكان ديني وتاريخي	900	4.70	94.00	1	كبيرة جداً
1	تزداد شعوري بالكراهية للاحتلال الإسرائيلي نتيجة انتهاكاته بحق مدينة القدس	900	4.67	93.40	2	كبيرة جداً
2	يتولد لدي شعور بالحزن على الشهداء والمصابين والأسرى والتعاطف معهم	900	4.67	93.40	3	كبيرة جداً
3	تزيد عندي نشوة الفخر والاعتزاز بجذور القدس التاريخية	900	4.67	93.40	4	كبيرة جداً
6	زاد من اهتمامي بهويتي الفلسطينية وانتمائي لها	900	4.65	93.00	6	كبيرة جداً
4	تزداد لدي شعور التضامن مع أهالي القدس ومشاركة معاناتهم	900	4.62	92.40	4	كبيرة جداً
7	تولد لديّ الشعور بالخوف من اعتداءات المستوطنين وقوات الاحتلال	900	3.52	70.40	7	كبيرة
	الدرجة الكلية للمجال	900	4.50	90.00	كبيرة جداً	

يتضح من الجدول (26) أنّ الدرجة الكلية جاءت بدرجة كبيرة جداً وبمتوسط حسابي مقداره (4.50)، وكانت المتوسطات الحسابية (3.52 – 4.70)، وجاءت الفقرة "زاد لديّ الارتباط بالقدس كمكان ديني وتاريخي" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي مقداره (4.70) أي بدرجة كبيرة جداً، وتلتها فقرات (3،2،1) "تزداد شعوري بالكراهية للاحتلال الإسرائيلي نتيجة انتهاكاته بحق مدينة القدس" و"يتولد لدي شعور بالحزن على الشهداء والمصابين والأسرى والتعاطف معهم" و"تزيد عندي نشوة الفخر والاعتزاز بجذور القدس التاريخية" بمتوسطات حسابية لكل واحدة (4.67) أي بدرجة كبيرة جداً، وجاءت فقرة "زاد من اهتمامي بهويتي الفلسطينية وانتمائي لها" بمتوسط حسابي مقداره (4.65) بدرجة كبيرة جداً، في حين كانت فقرة "تزداد لدي شعور التضامن مع أهالي القدس ومشاركة معاناتهم" بمتوسط حسابي (4.62) بدرجة كبيرة جداً، وأخيراً جاءت فقرة "تولد لديّ الشعور بالخوف من اعتداءات المستوطنين وقوات الاحتلال" بمتوسط حسابي (3.52).

تشير النتائج في الجدول السابق إلى أنّ الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس من قبل الشباب أدّى إلى تحقيق آثار وجدانية، حيث أسهمت زيادة الشعور والارتباط بالقدس، وشعور الكراهية للاحتلال، وشعور الحزن على الشهداء والجرحى والتعاطف معهم، والاعتزاز بجذور القدس التاريخية، وتفسر الباحثة أنّ هذا يعود لدور الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك في بث المضمون الإعلاميّ حول القدس وتغطية كل ما يتعلق بالقدس بشكل مستمر وليس فقط بفترة وقوع الأحداث رغم توجه غالبية المبحوثين للاعتماد عند وقوع الأزمات، وفي مقابلة شخصية مع مدير عام تلفزيون فلسطين خالد سكر أشار إلى أن صفحة تلفزيون فلسطين عبر الفيسبوك تحرص كل الحرص على تغطية كل ما هو متعلق بالقدس من أحداث، وتلفزيون فلسطين موجودة بكل شارع في هذه المدينة؛ لأنّ القدس بالتحديد هي مناطق تماس واحتكاك مع الاحتلال، وأشار أيضا أنّه عندما قام بالاحتلال بإغلاق مكاتب التلفزيون في القدس التفّ المقدسيون والنشطاء والشباب حول القناة وحمل على عاتقه نقل الصور والفيديوهات والأخبار المتعلقة بالمدينة المقدسة وإرسالها لتلفزيون فلسطين لنقلها عبر صفحتهم على الفيسبوك (سكر خ.، 2023)، وتنسجم هذه النتيجة مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تؤكد على أنّ الآثار الوجدانية تظهر للمبحوثين عندما تقدم وسائل الإعلام مضامين تحمل معلومات تؤثر على مشاعر الأفراد نتيجة ما يعرض عليها.

وبالتالي تتفق النتائج التي ظهرت في الجدول أعلاه بتحقق الآثار الوجدانية مع النتائج التي كشفتها دراسة (جودة، 2018) أن لشبكات التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في تعزيز عروبة القدس لدى طلبة جامعة الأقصى، وتتيح المجال لتشكيل الوعي بأهميّة القدس الدينية والجغرافية والدينية، وكذلك تعمل على دور إيجابي في تعزيز هوية القدس.

ج- التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

الجدول رقم (27)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة لفقرات التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

الرقم	الفقرة	التكرار	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
4	أصبحت أخبر المحيطين من حولي بالأحداث الجارية في القدس	900	4.28	85.60	1	كبيرة جداً
6	ازدادت مساهمتي بمشاركة الأخبار المتعلقة بالقدس عبر الصفحات والمجموعات التي تضم مشاركين حول العالم للتعريف بمعاناة المقدسيين	900	4.10	82.00	2	كبيرة
5	أكتفي بعمل الإعجاب والتعليق والمشاركة للمنشورات لأحداث القدس	900	3.88	77.60	3	كبيرة
3	أصبحت أقوم بفعاليات وطنية تعزز صمود المقدسيين	900	3.52	70.40	4	كبيرة
1	أصبحت أشارك في فعاليات تضامنية مع أهل القدس	900	3.41	68.20	5	كبيرة
7	لا أتصرف بأي شيء حيال أحداث القدس وأكتفي بالمتابعة	900	3.11	62.20	6	متوسطة
2	أصبحت أشارك في مواجهات على نقاط التماس مع الاحتلال	900	3.10	62.00	7	متوسطة
	الدرجة الكلية للمجال	900	3.63	72.60	كبيرة	

يتضح من الجدول (27) أنّ الدرجة الكلية جاءت بدرجة كبيرة وبمتوسط حسابي مقداره (3.63)، وجاءت الفقرة "أصبحت أخبر المحيطين من حولي بالأحداث الجارية في القدس" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي مقداره (4.28) أي بدرجة كبيرة جداً، وتلتها فقرة "ازدادت مساهمتي بمشاركة الأخبار المتعلقة بالقدس عبر الصفحات والمجموعات التي تضم مشاركين حول العالم للتعريف بمعاناة المقدسيين" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.10) بدرجة كبيرة، ومن ثم بالمرتبة الثالثة "أكتفي بعمل الإعجاب والتعليق والمشاركة للمنشورات لأحداث القدس" بمتوسط حسابي (3.88) بدرجة كبيرة، وجاءت بعدها فقرة "أصبحت أقوم بفعاليات وطنية تعزز صمود المقدسيين" بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.52) بدرجة كبيرة، أما فقرة "أصبحت أشارك في فعاليات تضامنية مع أهل القدس" حازت على المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (3.41) بدرجة كبيرة، في

حين جاءت فقرة "لا أتصرف بأي شيء حيال أحداث القدس وأكتفي بالمتابعة" بالمرتبة السادسة بمتوسط حسابي (3.11) بدرجة متوسطة، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة "أصبحت أشارك في مواجهات على نقاط التماس مع الاحتلال" بمتوسط حسابي مقداره (3.10) أي بدرجة متوسطة.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنّ الآثار السلوكية تحققت لدى الشباب نتيجة الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، حيث كانت إخبار الناس من حولهم بالأحداث الجارية بالقدس، وازدياد مساهمتهم بمشاركة الأخبار المتعلقة بتلك الأحداث عبر صفحات ومجموعات الفيسبوك ونقلها حول العالم، والقيام بفعاليات تعزز صمود المقدسيين والتضامن معهم، وربما يعزى هذا إلى دور الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك في نقل أحداث القدس بطريقة إنسانية واجتماعية تكسب تعاطف الشباب معها والتفاعل السلوكي تجاه هذه الأحداث، وكما أسلفنا سابقاً في جدول رقم (14) أنّ نتائج الدراستين (الكوع وآخرون، 2023) و (الفاعوري، 2021) كشفتا بأنّ أبرز الموضوعات التي تم تناولها في قضية حيّ الشيخ جراح هي المواضيع الإنسانية والاجتماعية بدرجة أولى والتي أسهمت بزيادة الاهتمام بها وكسب تعاطف الشباب الفلسطيني مع القضية، وتنسجم هذه النتيجة مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي ترى بأن قيام الفرد بعمل معين نتيجة تعرضه للوسيلة الإعلاميّة، هو الناتج الأخير للتأثرات المعرفية والعاطفية.

ويظهر أيضاً من خلال الجدول السابق أنّ أدنى فقرتين حسب المتوسط الحسابي هما فقرة رقم (7) "لا أتصرف بأي شيء حيال أحداث القدس وأكتفي بالمتابعة" وفقرة رقم (2) "أصبحت أشارك في مواجهات على نقاط التماس مع الاحتلال" وترى الباحثة أنّ عدم تفاعل الشباب المبحوثين سلوكياً بتلك الفقرتين تجاه أحداث القدس ربما يعود الخوف من الملاحقة الأمنية من قبل الاحتلال بالضفة الغربية، وبسبب ضيق الوقت وانشغالهم، ويقضون وقتهم للظهور على وسائل الإعلام عبر الفيسبوك لمتابعة الأحداث وتكوين المعرفة بما يدور من أحداث بالقدس، وبالتالي تتفق هذه النتيجة مع الفرضية التي جاءت بها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنّه من ضمن التأثيرات السلوكية من الممكن أنّ ينشأ الخمول وهو العزوف والابتعاد عن القيام بعمل معين بسبب التغطية المبالغ فيها والذي يؤدي إلى الملل.

21. علاقة اعتماد الشباب الفلسطيني على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك بمستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس.

المقياس المعرفي لمستوى معرفة الشباب بأحداث القدس نتيجة الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك.

الجدول رقم (28)

المقياس المعرفي لمستوى معرفة الشباب بأحداث القدس نتيجة الاعتماد

الرقم	الفقرة	التكرار	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
7	عند تنفيذ عمليات فدائية ضد جنود الاحتلال بالقرب من أبواب الأقصى يقوم الاحتلال باستغلالها لمنع المصلين للوصول إليه	900	4.54	90.80	1	كبيرة جداً
6	يعتبر التضييق على المقدسيين في شتى مناحي الحياة وسيلة من وسائل الاحتلال العنصرية وفرض نظام الأبرتهايد	900	4.53	90.60	2	كبيرة جداً
1	سبب اندلاع معركة سيف القدس 2021 هو محاولة تهجير أهالي حيّ الشيخ جراح في القدس	900	4.38	87.60	3	كبيرة جداً
2	تستمر سلطات الاحتلال بهدم مباني المقدسيين بحجة عدم الترخيص، وتصادق على بناء آلاف الوحدات الاستيطانية بشكل متصاعد	900	4.36	87.20	4	كبيرة جداً
3	يقتحم المستوطنون باحات الأقصى المبارك بشكل يومي بحماية شرطة الاحتلال	900	4.35	87.00	5	كبيرة جداً
8	لفتت تغطية مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك انتباهي لأخبار القدس منذ مسيرة الأعلام الصهيونية عند باب العامود	900	4.34	86.80	6	كبيرة جداً
5	عملت مواقع الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك على تغطية أحداث التفجير المزدوج في محطة الحافلات في القدس المحتلة بنوفمبر 2022	900	4.23	84.60	7	كبيرة جداً
4	ساهمت مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك بالمعرفة لأخبار اعتقال مرابطات الأقصى مثل خديجة خويص وهنادي الحلواني	900	4.13	82.60	8	كبيرة
الدرجة الكلية للمجال		900	4.36	87.15	كبيرة جداً	

يتضح من الجدول (28) أنّ الدرجة الكلية جاءت بدرجة كبيرة جداً وبمتوسط حسابي مقداره (4.36)، وجاءت الفقرة "عند تنفيذ عمليات فدائية ضد جنود الاحتلال بالقرب من أبواب الأقصى يقوم الاحتلال باستغلالها لمنع المصلين للوصول إليه" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي مقداره (4.54) أي بدرجة كبيرة جداً، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة "ساهمت مواقع الإذاعات

والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك بالمعرفة لأخبار اعتقال مرابطات الأقصى مثل خديجة خويص وهنادي الحلواني" بمتوسط حسابي مقداره (4.13) أي بدرجة كبيرة.

ويظهر من خلال نتائج الجدول أعلاه أنّ هناك مستويات معرفية كبيرة جداً لدى المبحوثين الشباب نتيجة اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، وعلى معرفة عالية جداً بالأحداث التي تجري بالقدس، وترى الباحثة أن معظم الفقرات بالجدول أعلاه والذي يظهر مستويات معرفة عالية جداً لدى المبحوثين تأتي ضمن الأحداث الآنية واللحظية والهامة التي تزيد من متابعة الجمهور بوقت الأزمات، مثل فقرة رقم (7) و(1) و(2) و(8) و(5) وتفسّر الباحثة أنّ تعرض المبحوثين للأخبار التي تتعلق بوقوع الأحداث والأزمات تزيد من عملية الاعتماد والمتابعة من قبل الجمهور، وبالتالي فإنّ مثل هذه الأحداث المذكورة سابقاً بالجدول أعلاه تزيد من اعتماد الجمهور على تلك الوسائل لمتابعة أحداث القدس والتعرّض لساعات طويلة لغرض عملية المتابعة لاكتساب المعلومات والمعرفة بها.

وكما أسلفنا سابقاً في جدول رقم (13) أنّ ما نسبته (60%) يتابعون عند وقوع أحداث في القدس فقط، و(22%) يتابعون بشكل دائم ومستمر، وبناء عليها تزيد ساعات المتابعة كما هو الظاهر في جدول سابق رقم (15) أن (43%) يتابعون من ساعة إلى أقل من ساعتين، يسهم هذا في زيادة مستويات المعرفة لدى الشباب مع زيادة عملية التعرّض والمتابعة، حيث تظهر النتيجة في جدول سابق آخر رقم (21) أنّ الأسباب التي تدفع الشباب لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك حتى يكونوا على اطّلاع وفهم لما يجري من أحداث، كأعلى نسبة مئوية.

وترى الباحثة من خلال نتائج الجدول أعلاه أنّ هذا يعبر عن اهتمام الشباب عيّنة الدراسة بالقدس والأحداث الجارية نظراً لأهميّتها مكانتها في قلوبهم، وتؤكد النتائج التي وصلت إليها دراسة (جودة، 2018) على صحة هذا التفسير حيث إنّ وسائل التواصل الاجتماعي تعمل على زيادة مسؤولية الفرد اتجاه القدس كعاصمة لفلسطين، وأنّها تسهم في دعم المرابطين والمرابطات في المدينة وزيادة الوعي بأهميّة التصدي للمستوطنات الإسرائيلية.

عاشراً: ما أهم مقترحات المبحوثون لتطوير تناول الإذاعات والفضائيات لأحداث القدس عبر الفيسبوك؟

22. مقترحات لتطوير تناول الإذاعات والفضائيات الفلسطينية لأحداث القدس عبر الفيسبوك.

الجدول رقم (29)

مقترحات لتطوير تناول الإذاعات والفضائيات الفلسطينية لأحداث القدس عبر الفيسبوك

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الاهتمام بنقل الأحداث بشكل آني وسريع	394	%14
استثمار منصة الفيسبوك وخصائصها لنقل الأحداث خارج الحدود الجغرافية	564	%20
عرض مختلف وجهات النظر للمحللين والخبراء والمتخصصين في أحداث القدس	241	%9
التركيز على الجوانب الإنسانية للانتهاكات الإسرائيلية التي يتعرض لها أهل القدس	617	%22
توظيف ميزات الفيسبوك الجديدة مثل "ريلز" لتناول أحداث القدس	578	%21
الحرص على تناول كل ما يتعلق بالقدس من كافة الجوانب سواء السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية	384	%14
أخرى تذكر	10	%0
المجموع	2788	%100

*أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة

تشير نتائج الجدول رقم (29) إلى أنّ عيّنة الدراسة من الشباب يقترحون "تركيز الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك على الجوانب الإنسانية للانتهاكات الإسرائيلية التي يتعرّض لها أهل القدس" وذلك بنسبة (22%) أي بمرتبة أولى، وتلتها بالمرتبة الثانية اقتراح "توظيف ميزات الفيسبوك الجديدة مثل "ريلز" لتناول أحداث القدس" بنسبة (21%)، ومن ثم في المرتبة الثالثة "استثمار منصة الفيسبوك وخصائصها لنقل الأحداث خارج الحدود الجغرافية" بنسبة (20%)، أما في المرتبة الرابعة مكرر الفقرتين "الاهتمام بنقل الأحداث بشكل آني وسريع" و"الحرص على تناول كل ما يتعلق بالقدس من كافة الجوانب سواء السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية" بنسب (14%).

وأبدى عدد من المبحوثين اقتراحات أخرى لتطوير تناول الإذاعات والفضائيات الفلسطينية لأحداث القدس عبر الفيسبوك، منها توفير الدعم المادي والنفسي وتعزيز الحريات، وعدم نشر أي أخبار تخصّ الفصائل الفلسطينية، والابتعاد عن الشائعات، وعمل برامج توعوية عن تاريخ القدس وأهميّتها عند المسلمين على مر الأزمنة، وفضح الممارسات الإسرائيلية سواء على المستوى المحلي او الدولي.

يلاحظ من خلال النتائج السابقة تركيز المبحوثين على ثلاثة مقترحات يرونها مهمّة وضرورية لتطوير تناول الإذاعات والفضائيات الفلسطينية لأحداث القدس عبر الفيسبوك، نظراً لأهمية مواكبة الإعلام الفلسطيني لتقنيات الإعلام الجديد واستثمار خصائصه، لحاجة مدينة القدس وأهلها لكل السبل، والوسائل لنقل معاناتهم بسبب الاحتلال إلى العالم، وهذه المقترحات هي "استثمار منصة الفيسبوك وخصائصها لنقل الأحداث خارج الحدود الجغرافية" و"التركيز على الجوانب الإنسانية للانتهاكات الإسرائيلية التي يتعرض لها أهل القدس" و"توظيف ميزات الفيسبوك الجديدة مثل "ريلز" لتناول أحداث القدس"

وأشارت سمر ثوابتة إلى أنّ إذاعة (راية FM) تمتلك طاقماً متخصصاً في (السوشيال ميديا) ويتمّ إعطاء اهتمام كبير لهذا المجال للبحث عن كل تطور في العالم الرقمي وتوظيفه ومواكبته لاستفادة منه في مجال تطوير الرسالة الإعلام ونقلها للجمهور المتلقي من خلال صفحتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصاً الفيسبوك، وعن حديثها تناول إذاعة راية للجوانب الإنسانية أكدت بأنّ الإذاعة تعمل على توظيفه لفضح جرائم الاحتلال في القدس، ففي الوضع العادي مثلاً كهدم منزل في القدس بحجة عدم الترخيص يتمّ التركيز على هذا الموضوع من حيث البعد الإنساني ومرافقة العائلة المشردة نتيجة الهدم ووضعهم الاجتماعي والاقتصادي والصحي بعد التشرد معاناتهم الإنسانية نتيجة ذلك وعدم الاقتصار فقط على تصوير ركام المنزل وهدمه. (ثوابتة، 2023)

ومن جانبه أكد خالد سكر أنّ مهندسي تلفزيون فلسطين يعملون على مدار الساعة في سبيل تطوير آليات العمل من خلال استحداث أدوات جديدة، ومن الناحية الإنسانيّة أوضح بأنّ كل الأحداث في القدس، وكلّ التعديات والبطش والتهويد والقتل اليوميّ، وكل ما تمارسها سلطات الاحتلال بأذرعها المختلفة ضد الإنسان الفلسطيني في القدس يتمّ التعامل معه بالبعد الإنساني البحت، ولا يتمّ التعامل معه كما بعض الفضائيات كأرقام أو مجرد حدث عابر ولا يمكن تجاوزها كأخبار جافة. (سكر خ.، 2023)

في حين قال وليد نصار إنّ إذاعة أجيال تواكب كل جديد في عمليات التطور ونستفيد من تجارب محطات إذاعية عالمية في هذا المجال، واعتبر أيضاً أنّ الجوانب الإنسانية للانتهاكات التي يتعرض لها فلسطينيو القدس جزء هام من رسالة الإذاعة الاعلامية لنقل

المعاناة الإنسانية للمقدسيين، مع الحفاظ على بث الأمل، حول قصص الصمود والتحدي، وكذلك يتمّ التركيز على الإشعاع الروحي والحضاري للمدينة بما يشجع الناس في كل مكان على زيارتها. (نصار، 2023)

وأضافت أيضاً رغدة مقبول أن إذاعة (شباب الظاهرية) حريصة على عمل دورات متخصصة لكيفية التعامل مع منصّة الفيسبوك، والاستعانة بخبراء في آلية التعامل مع مكوناته وتقنياته الجديدة وخصائصه المتنوعة واستثمارها في سبيل نقل الرسالة الإعلامية فيما يتعلق بأحداث القدس، وكذلك يتم العمل على استخدام البعد الإنساني من خلال نشر الفيديوهات وعمل مقابلات مع أشخاص تعرضوا للاعتداءات ليتمكنوا من شرح ما حدث معهم وفق قولها. (مقبول، 2023)

أما عايد عويمر أضاف بأنّ إذاعة صوت فلسطين تستخدم تقنيات مختلفة مثل البث المباشر، تمويل الأخبار والفيديوهات، والمشاركة على أكبر عدد ممكن من الصفحات الأخرى، بالإضافة إلى استخدام الخوارزميات المختلفة في عملية اختيار الكلمات المفتاحية، والسعي لأن تكون صفحة الاذاعة على الفيسبوك واحدة من أذرع منصات التواصل الاجتماعي التي تتواجد عليها الإذاعة برؤيتها وسياستها التحريرية مع اعتماد وسائل مختلفة لعرض الخبر بما يتلاءم مع المنصّة وسياستها، أما من البعد الإنساني أكد على أنّ الإذاعة تعمل على تسليط الضوء على الجوانب الإنسانية والحياة اليومية في مدينة القدس تماماً بنفس مقدار الاهتمام في الجوانب السياسية؛ لأنّها الجوانب التي تحمل رسالة إلى العالم حول أصالة وعراقة الشعب الفلسطيني، وما تمثله مدينة القدس له كقبلته الأولى وعاصمته الأبدية. (عويمر، 2023)

5.2 المبحث الثاني: اختبار فرضيات الدراسة:

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة مستويات المعرفة.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام معامل (Pearson Correlation)

الجدول رقم (30)

العلاقة بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة مستويات المعرفة.

المجال	Pearson Correlation	القيمة الاحتمالية (Sig)
اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس	*0.70	*0.001
مستويات المعرفة		

نلاحظ من الجدول رقم (30) أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لمعامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وأنّ قيمة معامل الارتباط (0.70)، وهذا يدلّ على وجود علاقة ارتباطية موجبة بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة مستويات المعرفة.

نتيجة اختبار الفرضية الأولى:

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة مستويات المعرفة.

وهذا يدلل على أنّ الاعتماد من قبل الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، تزيد لديهم مستويات المعرفة بأحداث القدس، أي أنّ مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك سعت لرفع مستوى المعرفة للمبحوثين من خلال توفير المزيد من المعلومات حول تلك الأحداث.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، وتراجع الاعتماد على الإعلام التقليدي (المرئي والمسموع).

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام معامل (Pearson Correlation).

الجدول رقم (31)

العلاقة بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، وتراجع الاعتماد على الإعلام التقليدي (المرئي والمسموع).

المجال	Pearson Correlation	القيمة الاحتمالية (Sig)
اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس	*0.79	*0.001
الاعتماد على الإعلام التقليدي (المرئي والمسموع)		

نلاحظ من الجدول رقم (31) أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لمعامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) أقلّ من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وأنّ قيمة معامل الارتباط (0.79) وهذا يدلّ على وجود علاقة ارتباطية موجبة بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، وتراجع الاعتماد على الإعلام التقليدي (المرئي والمسموع).

نتيجة اختبار الفرضية الثانية:

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، وتراجع الاعتماد على الإعلام التقليدي (المرئي والمسموع).

وترى الباحثة أنّ هذه النتيجة منطقية وطبيعية؛ لأنّه كلما كان الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك، فإنّه يتراجع الاعتماد على الوسائل التقليدية، لأنّ الإعلام الجديد و(السوشل ميديا) تتميز بخصائص ومميزات تقنية وتكنولوجية تميّزها عن الإعلام التقليديّ، ونظراً لأن في الإعلام الجديد يوجد تفاعل آني ما بين الوسيلة والجمهور، أي بمعنى ثنائية الاتجاه، على عكس الإعلام التقليدي الذي يتميّز بأحادي الاتجاه.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام معامل (Pearson Correlation).

الجدول رقم (32)

العلاقة بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

المجال	Pearson Correlation	القيمة الاحتمالية (Sig)
اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس	*0.81	*0.001
التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد		

نلاحظ من الجدول رقم (32) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لمعامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وأنّ قيمة معامل الارتباط (0.81) وهذا يدلّ على وجود علاقة ارتباطية موجبة بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

نتيجة اختبار الفرضية الثالثة:

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

وهذا يدلل على أنّ الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية لمتابعة الأحداث في القدس، تزيد من درجة التأثيرات لدى المبحوثين سواء من الناحية المعرفية او الوجدانية أو السلوكية.

الفرضية الرابعة: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة ثقة الشباب في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك، ودرجة تفاعلهم معها.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام معامل (Pearson Correlation).

الجدول رقم (33)

العلاقة بين درجة ثقة الشباب في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك، ودرجة تفاعلهم معها.

المجال	Pearson Correlation	القيمة الاحتمالية (Sig)
ثقة الشباب في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس	*0.73	*0.001
مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك، ودرجة تفاعلهم معها		

نلاحظ من الجدول رقم (33) أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لمعامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وأنّ قيمة معامل الارتباط (0.73) وهذا يدلّ على وجود علاقة ارتباطية موجبة بين درجة ثقة الشباب في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك ودرجة تفاعلهم معها.

نتيجة اختبار الفرضية الرابعة:

ثبت صحة الفرضية القائلة وجود علاقة ارتباطية بين درجة ثقة الشباب في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك ودرجة تفاعلهم معها.

وترى الباحثة أنّ هذه النتيجة طبيعية، لأنّه كلما كان هناك ثقة للجمهور مع الوسيلة فإنّه تزيد لديه التفاعل معها، وهذا يدلل على أنّ ثقة المبحوثين بها يزيد الاعتماد عليها أيضا.

الفرضية الخامسة: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة الثقة في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام معامل (Pearson Correlation).

الجدول رقم (34)

العلاقة بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة الثقة في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس.

المجال	Pearson Correlation	القيمة الاحتمالية (Sig)
اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس	*0.71	*0.001
الثقة في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس		

نلاحظ من الجدول رقم (34) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لمعامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وأنّ قيمة معامل الارتباط (0.71) وهذا يدلّ على وجود علاقة ارتباطية موجبة بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة الثقة في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس.

نتيجة اختبار الفرضية الخامسة:

ثبت صحة الفرضية القائلة وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة الثقة في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس.

يظهر من خلال صحة الفرضية أنّه كلما كان الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة الأحداث بالقدس فإنّ ذلك يعني الثقة بها أكبر، وهذا يوضح أنّ تلك المواقع على الفيسبوك تمتعت بثقة المبحوثين واعتمدوا عليها لمتابعة الأحداث والتزود بالمعلومات حول القدس.

الفرضية السادسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير (النوع الاجتماعي، الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، التخصص العلمي، المحافظة، مكان السكن).

وللإجابة عن هذه الفرضية تحققت الباحثة من سبع فرضيات وهي:

أولاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

الجدول رقم (35)

التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	النوع	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار (t)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
التأثيرات المعرفية	ذكر	455	4.38	0.70	1.072	898	0.284
	أنثى	445	4.34	0.60			
التأثيرات الوجدانية	ذكر	449	4.53	0.53	0.082	898	0.935
	أنثى	451	4.52	0.51			
التأثيرات السلوكية	ذكر	462	3.65	0.65	2.259	898	0.853
	أنثى	438	3.55	0.61			
المقياس المعرفي	ذكر	424	4.40	0.64	1.922	898	0.121
	أنثى	413	4.32	0.61			

يتضح من الجدول رقم (35) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) بشكل عام للتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وبالتالي يعني لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت عدم صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

وهذا يدلل على أنّ المبحوثين من كلا الجنسين تأثروا معرفيا ووجدانيا وسلوكيا وزادت لديهم مستويات المعرفة بنفس الدرجة جراء اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس.

ثانياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الفئة العمرية.

1. التأثيرات المعرفية:

الجدول رقم (36)

التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الفئة العمرية.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية				قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	(18-أقل من22)	(22-أقل من 24)	(24-أقل من 26)	(26-29)			
التأثيرات المعرفية	4.30	4.42	4.63	4.12	20.416	897	0.001

يتضح من الجدول رقم (36) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.001) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق، ولمعرفة الفروق لصالح من، نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (37)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير الفئة العمرية.

الفئة العمرية (أ)	الفئة العمرية (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
(18-أقل من22)	(22-أقل من 24)	-0.12295-*	0.026
	(24-أقل من 26)	-0.32843-*	0.001
	(29-26)	0.18097*	0.003
(22-أقل من 24)	(18-أقل من22)	0.12295*	0.026
	(24-أقل من 26)	-0.20548-*	0.001
	(29-26)	0.30392*	0.001
(24-أقل من 26)	(18-أقل من22)	0.32843*	0.001
	(22-أقل من 24)	0.20548*	0.001
	(29-26)	0.50940*	0.000
(29-26)	(18-أقل من22)	-0.18097-*	0.003
	(22-أقل من 24)	-0.30392-*	0.001
	(24-أقل من 26)	-0.50940-*	0.001

إذ تبين وجود فروق بين الفئة العمرية (18–أقل من22)، والفئة العمرية (22–أقل من 24)، ولصالح الفئة العمرية (22–أقل من 24).

وتبين وجود فروق بين الفئة العمرية (22–أقل من 24)، والفئة العمرية (24–أقل من 26)، ولصالح الفئة العمرية (24–أقل من 26).

وتبين وجود فروق بين الفئة العمرية (24–أقل من 26)، والفئة العمرية (26–29)، ولصالح الفئة العمرية (24–أقل من 26).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الفئة العمرية، ومن خلال المتوسطات الحسابية السابقة تبين أن التأثيرات المعرفية هي لصالح الفئة المبحوثة التي تقع أعمارها ما بين (22-أقل من 24) و(24-أقل من 26) عاماً.

وتفسر هذه النتيجة أنّ غالبية المبحوثين من الفئة العمرية (22–أقل من 24) و(24–أقل من 26) عاماً من أكثر الفئات الذين يحاولون الوصول إلى المعلومات حول أحداث القدس ويتأثرون معرفياً بها، وتتفق نتيجة هذا الفرض مع صحة الفرض التي توصلت إليها دراسة (أبو مراد، 2016) التي أثبتت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات تقديرات المبحوثين حول التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية وقت الأزمات يعزى لمتغير العمر.

2. التأثيرات الوجدانية:

الجدول رقم (38)

التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الفئة العمرية.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية				قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	(18-أقل من22)	(22-أقل من 24)	(24-أقل من 26)	(26-29)			
التأثيرات الوجدانية	4.45	4.57	4.65	4.43	7.986	897	0.001

يتضح من الجدول رقم (38) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.001) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق ولمعرفة الفروق لصالح من نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (39)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير الفئة العمرية.

الفئة العمرية (أ)	الفئة العمرية (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
(18-أقل من22)	(22-أقل من 24)	-0.12183-*	0.008
	(24-أقل من 26)	-0.20094-*	0.001
	(29-26)	0.02488	0.626
(22-أقل من 24)	(18-أقل من22)	0.12183*	0.008
	(24-أقل من 26)	-0.07911	0.126
	(29-26)	0.14671*	0.005
(24-أقل من 26)	(18-أقل من22)	0.20094*	0.001
	(22-أقل من 24)	0.07911	0.126
	(29-26)	0.22582*	0.001
(29-26)	(18-أقل من22)	-0.02488	0.626
	(22-أقل من 24)	-0.14671-*	0.005
	(24-أقل من 26)	-0.22582-*	0.001

إذ تبين وجود فروق بين الفئة العمرية (18–أقل من22)، والفئة العمرية (22–أقل من 24)، ولصالح الفئة العمرية (22–أقل من 24).

وتبين وجود فروق بين الفئة العمرية (22–أقل من 24)، والفئة العمرية (24–أقل من 26)، ولصالح الفئة العمرية (24–أقل من 26).

وتبين أنه يوجد فروق بين الفئة العمرية (24–أقل من 26)، والفئة العمرية (26–29)، ولصالح الفئة العمرية (24–أقل من 26).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الفئة العمرية، ومن خلال المتوسطات الحسابية السابقة تبين أن التأثيرات الوجدانية هي لصالح الفئة المبحوثة التي تقع أعمارها ما بين (22-أقل من 24) و(24-أقل من 26) عاماً.

وتتفق نتيجة هذا الفرض مع الفرض السابق من حيث الفئة العمرية، ولكنّها تختلف مع دراسة (أبو مراد، 2016) التي أثبتت بعدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات المبحوثين حول التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية وقت الأزمات يعزى لمتغير العمر.

3. التأثيرات السلوكية:

الجدول رقم (40)

التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الفئة العمرية.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية				قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	(18-أقل من22)	(22-أقل من 24)	(24-أقل من 26)	(26-29)			
التأثيرات السلوكية	3.54	3.64	3.77	3.40	10.563	897	0.001

يتضح من الجدول رقم (40) أن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.001) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق ولمعرفة الفروق لصالح من نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (41)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير الفئة العمرية.

الفئة العمرية (أ)	الفئة العمرية (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
(18-أقل من22)	(22-أقل من 24)	-0.07488	0.180
	(24-أقل من 26)	-0.20451-*	0.001
	(29-26)	0.16839*	0.007
(22-أقل من 24)	(18-أقل من22)	0.07488	0.180
	(24-أقل من 26)	-0.12963-*	0.039
	(29-26)	0.24327*	0.001
(24-أقل من 26)	(18-أقل من22)	0.20451*	0.001
	(22-أقل من 24)	0.12963*	0.039
	(29-26)	0.37290*	0.001
(29-26)	(18-أقل من22)	-0.16839-*	0.007
	(22-أقل من 24)	-0.24327-*	0.001
	(24-أقل من 26)	-0.37290-*	0.001

إذ تبين وجود فروق بين الفئة العمرية (18–أقل من22)، والفئة العمرية (22–أقل من 24)، ولصالح الفئة العمرية (22–أقل من 24).

وتبين وجود فروق بين الفئة العمرية (22–أقل من 24)، والفئة العمرية (24–أقل من 26)، ولصالح الفئة العمرية (24–أقل من 26).

وتبين وجود فروق بين الفئة العمرية (24–أقل من 26)، والفئة العمرية (26–29)، ولصالح الفئة العمرية (24–أقل من 26).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الفئة العمرية، ومن خلال المتوسطات الحسابية السابقة تبين أن التأثيرات السلوكية هي لصالح الفئة المبحوثة التي تقع أعمارها ما بين (22-أقل من 24) و(24-أقل من 26) عاماً.

وتعزوه الباحثة إلى أنّ تلك الفئات العمرية مؤهلة للتأثر السلوكي جراء الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس بعد أن انطبق على تلك الفئات التأثير المعرفي وكذلك التأثير الوجداني الناجم عن الاعتماد، وتختلف نتيجة هذا الفرض مع دراسة (بربخ، 2015) التي أثبتت عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين حول التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد النخبة السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمر.

في حين اتفقت مع دراسة (أبو مراد، 2016) التي أثبتت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات المبحوثين حول التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية وقت الأزمات يعزى لمتغير العمر.

4. المقياس المعرفي:

الجدول رقم (42)

تأثيرات المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الفئة العمرية.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية				قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	(18-أقل من22)	(22-أقل من 24)	(24-أقل من 26)	(26-29)			
المقياس المعرفي	4.20	4.41	4.64	4.28	19.010	897	0.001

يتضح من الجدول رقم (42) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.001) وهي أقلّ من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق، ولمعرفة الفروق لصالح من، نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (43)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير الفئة العمرية.

الفئة العمرية (أ)	الفئة العمرية (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
(18-أقل من22)	(22-أقل من 24)	-0.20290-*	0.001
	(24-أقل من 26)	-0.43253-*	0.001
	(29-26)	-0.07219	0.232
(22-أقل من 24)	(18-أقل من22)	0.20290*	0.001
	(24-أقل من 26)	-0.22963-*	0.001
	(29-26)	0.13071*	0.036
(24-أقل من 26)	(18-أقل من22)	0.43253*	0.001
	(22-أقل من 24)	0.22963*	0.001
	(29-26)	0.36034*	0.001
(29-26)	(18-أقل من22)	0.07219	0.232
	(22-أقل من 24)	-0.13071-*	0.036
	(24-أقل من 26)	-0.36034-*	0.001

إذ تبين وجود فروق بين الفئة العمرية (18–أقل من22)، والفئة العمرية (22–أقل من 24)، ولصالح الفئة العمرية (22–أقل من 24).

وتبين وجود فروق بين الفئة العمرية (22–أقل من 24)، والفئة العمرية (24–أقل من 26)، ولصالح الفئة العمرية (24–أقل من 26).

وتبين وجود فروق بين الفئة العمرية (24–أقل من 26)، والفئة العمرية (26–29)، ولصالح الفئة العمرية (24–أقل من 26).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الفئة العمرية، ومن خلال المتوسطات الحسابية السابقة تبين أن تأثيرات المقياس المعرفي هي لصالح الفئة المبحوثة التي تقع أعمارها ما بين (22-أقل من 24) و(24-أقل من 26) عاماً.

وهذا يدلل على أنّ المقياس المعرفي والاعتماد على تلك الوسائل من قبل تلك الفئات العمرية زادت من المستوى المعرفي لديهم بأحداث القدس.

ثالثاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

الجدول رقم (44)

التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	الحالة الاجتماعية	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار (t)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
التأثيرات المعرفية	أعزب	618	4.38	0.62	1.097	898	0.332
	متزوج	282	4.32	0.72			
التأثيرات الوجدانية	أعزب	608	4.53	0.52	0.607	898	0.430
	متزوج	292	4.50	0.52			
التأثيرات السلوكية	أعزب	615	3.61	0.64	0.702	898	0.898
	متزوج	285	3.58	0.63			
المقياس المعرفي	أعزب	611	4.35	0.63	0.529	898	0.197
	متزوج	289	4.38	0.64			

يتضح من الجدول رقم (44) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) بشكل عام للتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وبالتالي يعني لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية،

السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت عدم صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

وهذا يدلل على أنّ المبحوثين من كافة الحالات الاجتماعية حريصون على متابعة أحداث القدس والاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك، وتحدث لديهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، وكذلك تزيد لديهم مستويات المعرفة بعض النظر عن المتغيرات للحالة الاجتماعية.

رابعاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

1. التأثرات المعرفية:

الجدول رقم (45)

التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية				قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	الثانوية العامة	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا			
التأثيرات المعرفية	4.15	4.28	4.41	4.12	6.243	897	0.001

يتضح من الجدول رقم (45) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.001) وهي أقلّ من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق، ولمعرفة الفروق لصالح من، نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول (46)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي (أ)	المؤهل العلمي (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
الثانوية العامة	دبلوم	-0.12532	0.226
	بكالوريوس	-0.25562-*	0.002
	دراسات عليا	0.03379	0.783
دبلوم	الثانوية العامة	0.12532	0.226
	بكالوريوس	-0.13030	0.070
	دراسات عليا	0.15911	0.170
بكالوريوس	الثانوية العامة	0.25562*	0.002
	دبلوم	0.13030	0.070
	دراسات عليا	0.28941*	0.003
دراسات عليا	الثانوية العامة	-0.03379	0.783
	دبلوم	-0.15911	0.170
	بكالوريوس	-0.28941-*	0.003

إذ تبين وجود فروق بين المؤهل العلمي (الثانوية العامة)، والمؤهل العلمي (دبلوم)، ولصالح المؤهل العلمي (دبلوم).

وتبين وجود فروق بين المؤهل العلمي (دبلوم)، والمؤهل العلمي (بكالوريوس)، ولصالح المؤهل العلمي (بكالوريوس).

وتبين وجود فروق بين المؤهل العلمي (بكالوريوس)، والمؤهل العلمي (دراسات عليا)، ولصالح المؤهل العلمي (بكالوريوس).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق دلالة إحصائية في التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

ويظهر أنّ المبحوثين الحاصلين على المؤهل العلمي (البكالوريوس) هم أكثر الفئات التي تتحقق لديها التأثيرات المعرفية نتيجة الاعتماد على تلك الوسائل لمتابعة أحداث القدس، وتختلف نتيجة هذا الفرض مع نتيجة فرض دراسة (أبو مراد، 2016) التي أثبتت عدم صحة الفرض القائل

بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تقديرات المبحوثين حول التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد النخبة السياسيّة الفلسطينيّة على الصحافة الإلكترونية وقت الأزمات تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

2. التأثيرات الوجدانية:

الجدول رقم (47)

التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية				قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	الثانوية العامة	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا			
التأثيرات الوجدانية	4.26	4.39	4.57	4.46	9.096	897	0.001

يتضح من الجدول رقم (47) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.001) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق، ولمعرفة الفروق لصالح من، نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (48)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي (أ)	المؤهل العلمي (ب)	الفرق بين المتوسطات (أ – ب)	الدالة المحسوبة
الثانوية العامة	دبلوم	-0.12201	0.155
	بكالوريوس	-0.30498-*	0.001
	دراسات عليا	-0.19846-*	0.049
دبلوم	الثانوية العامة	0.12201	0.155
	بكالوريوس	-0.18297-*	0.001
	دراسات عليا	-0.07645	0.405
بكالوريوس	الثانوية العامة	0.30498*	0.001
	دبلوم	0.18297*	0.001
	دراسات عليا	0.10653	0.169
دراسات عليا	الثانوية العامة	0.19846*	0.049
	دبلوم	0.07645	0.405
	بكالوريوس	-0.10653	0.169

إذ تبين وجود فروق بين المؤهل العلمي (الثانوية العامة)، والمؤهل العلمي (دبلوم)، ولصالح المؤهل العلمي (دبلوم).

وتبين وجود فروق بين المؤهل العلمي (دبلوم)، والمؤهل العلمي (بكالوريوس)، ولصالح المؤهل العلمي (بكالوريوس).

وتبين وجود فروق بين المؤهل العلمي (بكالوريوس)، والمؤهل العلمي (دراسات عليا)، ولصالح المؤهل العلمي (بكالوريوس).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

وهذا يفسر أنّ المبحوثين وفقاً لمتغير المؤهل العلمي يلعب دوراً في درجة التأثيرات الوجدانية، حيث إنّ حملة درجة البكالوريوس هم أكثر شعوراً تجاه الأحداث في القدس نتيجة الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك.

3. التأثيرات السلوكية:

الجدول رقم (49)

التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية				قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	الثانوية العامة	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا			
التأثيرات السلوكية	3.54	3.52	3.63	3.48	1.605	897	0.187

يتضح من الجدول رقم (49) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.187) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت عدم صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

وترى الباحثة أنّ نتيجة هذا الفرض يشير إلى أنّ هناك تشابه وتقارب للسلوك نتيجة الاعتماد على تلك الوسائل لمتابعة أحداث القدس بغض النظر عن المؤهل العلمي والمستوى التعليمي، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الفرض لدراسة (أبو مراد، 2016).

4. المقياس المعرفي:

الجدول رقم (50)

تأثيرات المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية				قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	الثانوية العامة	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا			
المقياس المعرفي	4.11	4.22	4.41	4.29	6.248	897	0.001

يتضح من الجدول رقم (50) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.001) وهي أقلّ من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق، ولمعرفة الفروق لصالح من، نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (51)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي (أ)	المؤهل العلمي (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
الثانوية العامة	دبلوم	-0.10628	0.317
	بكالوريوس	-0.30165-*	0.001
	دراسات عليا	-0.17969	0.144
دبلوم	الثانوية العامة	0.10628	0.317
	بكالوريوس	-0.19536-*	0.005
	دراسات عليا	-0.07340	0.510
بكالوريوس	الثانوية العامة	0.30165*	0.001
	دبلوم	0.19536*	0.005
	دراسات عليا	0.12196	0.193
دراسات عليا	الثانوية العامة	0.17969	0.144
	دبلوم	0.07340	0.510
	بكالوريوس	-0.12196	0.193

إذ تبين وجود فروق بين المؤهل العلمي (الثانوية العامة)، والمؤهل العلمي (دبلوم)، ولصالح المؤهل العلمي (دبلوم).

وتبين وجود فروق بين المؤهل العلمي (دبلوم)، والمؤهل العلمي (بكالوريوس)، ولصالح المؤهل العلمي (بكالوريوس).

وتبين وجود فروق بين المؤهل العلمي (بكالوريوس)، والمؤهل العلمي (دراسات عليا)، ولصالح المؤهل العلمي (بكالوريوس).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق دلالة إحصائية في المقياس المعرفي الناجم عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

هذه النتيجة تشير إلى أنّ المؤهل العلمي له دور في درجة المستوى المعرفي لدى المبحوثين اعتمادا على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس.

خامساً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير التخصص العلمي.

1. التأثيرات المعرفية:

الجدول رقم (52)

التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير التخصص العلمي.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية				قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	أحد مجالات العلوم التطبيقية	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	إعلام، اتصال، صحافة	بلا تخصص			
التأثيرات المعرفية	4.31	4.41	4.43	4.18	3.873	897	0.009

يتضح من الجدول رقم (52) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.009) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق، ولمعرفة الفروق لصالح من، نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (53)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير التخصص العلمي.

التخصص العلمي (أ)	التخصص العلمي (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
أحد مجالات العلوم التطبيقية	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	-0.10560-*	0.037
	إعلام، اتصال، صحافة	-0.12680	0.063
	بلا تخصص	0.12520	0.140
أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	أحد مجالات العلوم التطبيقية	0.10560*	0.037
	إعلام، اتصال، صحافة	-0.02120	0.748
	بلا تخصص	0.23080*	0.006
إعلام، اتصال، صحافة	أحد مجالات العلوم التطبيقية	0.12680	0.063
	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	0.02120	0.748

0.008	0.25200*	بلا تخصص	
0.140	-0.12520	أحد مجالات العلوم التطبيقية	بلا تخصص
0.006	-0.23080-*	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	
0.008	-0.25200-*	إعلام، اتصال، صحافة	

إذ تبين وجود فروق بين التخصص العلمي (أحد مجالات العلوم التطبيقية)، والتخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام)، ولصالح التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

وتبين وجود فروق بين التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام)، والتخصص العلمي (إعلام، اتصال، صحافة)، ولصالح التخصص العلمي (إعلام، اتصال، صحافة).

وتبين وجود فروق بين التخصص العلمي (إعلام، اتصال، صحافة)، والتخصص العلمي (بلا تخصص)، ولصالح التخصص العلمي (إعلام، اتصال، صحافة).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير التخصص العلمي.

وتشير النتيجة إلى أنّ التخصص العلمي له دور في التأثير المعرفي لدى المبحوثين اعتمادا على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، وكما هو ظاهر أنّ التأثير المعرفي أكثر لدى من هم تخصصهم (إعلام، اتصال، صحافة).

2. التأثيرات الوجدانية:

الجدول رقم (54)

التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير التخصص العلمي.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية				قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	أحد مجالات العلوم التطبيقية	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	إعلام، اتصال، صحافة	بلا تخصص			
التأثيرات الوجدانية	4.52	4.58	4.48	4.33	4.612	897	0.003

يتضح من الجدول رقم (54) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.003) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق، ولمعرفة الفروق لصالح من، نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (55)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير التخصص العلمي.

التخصص العلمي (أ)	التخصص العلمي (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
أحد مجالات العلوم التطبيقية	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	-0.05923	0.148
	إعلام، اتصال، صحافة	0.03850	0.483
	بلا تخصص	0.18651*	0.009
أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	أحد مجالات العلوم التطبيقية	0.05923	0.148
	إعلام، اتصال، صحافة	0.09773	0.066
	بلا تخصص	0.24574*	0.001
إعلام، اتصال، صحافة	أحد مجالات العلوم التطبيقية	-0.03850	0.483
	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	-0.09773	0.066
	بلا تخصص	0.14801	0.060
بلا تخصص	أحد مجالات العلوم التطبيقية	-0.18651-*	0.009
	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	-0.24574-*	0.001
	إعلام، اتصال، صحافة	-0.14801	0.060

إذ تبين وجود فروق بين التخصص العلمي (أحد مجالات العلوم التطبيقية)، والتخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام)، ولصالح التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

وتبين وجود فروق بين التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام)، والتخصص العلمي (إعلام، اتصال، صحافة)، ولصالح التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

وتبين وجود فروق بين التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام)، والتخصص العلمي (بلا تخصص)، ولصالح التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

وتشير النتيجة إلى أنّ التأثيرات الوجدانية تحققت لدى من هو تخصصهم (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام) التخصص العلمي له دور في التأثير الوجداني لدى المبحوثين اعتمادا على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، وكما هو ظاهر أنّ التأثير الوجداني أكثر لدى من هم تخصصهم (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

3. التأثيرات السلوكية:

الجدول رقم (56)

التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير التخصص العلمي.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية				قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	أحد مجالات العلوم التطبيقية	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	إعلام، اتصال، صحافة.	بلا تخصص			
التأثيرات السلوكية	3.56	3.69	3.48	3.48	5.501	897	0.001

يتضح من الجدول رقم (56) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.001) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق، ولمعرفة الفروق لصالح من، نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (57)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير التخصص العلمي.

التخصص العلمي (أ)	التخصص العلمي (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
أحد مجالات العلوم التطبيقية	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	-0.13107*	0.009
	إعلام، اتصال، صحافة	0.08821	0.191
	بلا تخصص	0.08491	0.323
أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	أحد مجالات العلوم التطبيقية	0.13107*	0.009
	إعلام، اتصال، صحافة	0.21928*	0.001
	بلا تخصص	0.21598*	0.010
إعلام، اتصال، صحافة	أحد مجالات العلوم التطبيقية	-0.08821	0.191
	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	-0.21928-*	0.001
	بلا تخصص	-0.00330	0.972
بلا تخصص	أحد مجالات العلوم التطبيقية	-0.08491	0.323
	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	-0.21598-*	0.010
	إعلام، اتصال، صحافة	0.00330	0.972

إذ تبين وجود فروق بين التخصص العلمي (أحد مجالات العلوم التطبيقية)، والتخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام)، ولصالح التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

وتبين وجود فروق بين التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام)، والتخصص العلمي (إعلام، اتصال، صحافة)، ولصالح التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

وتبين وجود فروق بين التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام)، والتخصص العلمي (بلا تخصص)، ولصالح التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

وتشير النتيجة إلى أنّ التأثيرات السلوكية انطبقت على من تخصصهم (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام) حيث إنّهم كانوا أكثر تأثرا من الناحية المعرفية والوجدانية لذلك تأثروا سلوكياً نتيجة الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس.

4. المقياس المعرفي:

الجدول رقم (58)

تأثيرات المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير التخصص العلمي.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية				قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	أحد مجالات العلوم التطبيقية	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	إعلام، اتصال، صحافة.	بلا تخصص			
المقياس المعرفي	4.27	4.47	4.38	4.17	7.465	897	0.001

يتضح من الجدول رقم (58) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.001) وهي أقلّ من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق، ولمعرفة الفروق لصالح من، نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (59)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير التخصص العلمي.

التخصص العلمي (أ)	التخصص العلمي (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
أحد مجالات العلوم التطبيقية	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	-0.19649-*	0.001
	إعلام، اتصال، صحافة	-0.10526	0.112
	بلا تخصص	0.09981	0.248
أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	أحد مجالات العلوم التطبيقية	0.19649*	0.001
	إعلام، اتصال، صحافة	0.09123	0.155
	بلا تخصص	0.29630*	0.001
إعلام، اتصال، صحافة	أحد مجالات العلوم التطبيقية	0.10526	0.112
	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	-0.09123	0.155
	بلا تخصص	0.20508*	0.032
بلا تخصص	أحد مجالات العلوم التطبيقية	-0.09981	0.248
	أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام	-0.29630-*	0.001
	إعلام، اتصال، صحافة	-0.20508-*	0.032

إذ تبين وجود فروق بين التخصص العلمي (أحد مجالات العلوم التطبيقية)، والتخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام)، ولصالح التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

وتبين وجود فروق بين التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام)، والتخصص العلمي (إعلام، اتصال، صحافة)، ولصالح التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

وتبين وجود فروق بين التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام)، والتخصص العلمي (بلا تخصص)، ولصالح التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في المقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير التخصص العلمي (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام).

وتشير النتيجة إلى أنّ من تخصصهم (أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام) المستويات المعرفية لديهم أعلى من أي تخصصات أخرى، نتيجة الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس.

سادساً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المحافظة.

الجدول رقم (60)

التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المحافظة.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك.	المحافظة	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار (t)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
التأثيرات المعرفية	الخليل	680	4.26	0.68	8.30	898	0.001
	بيت لحم	220	4.67	0.44			
التأثيرات الوجدانية	الخليل	663	4.48	0.56	3.81	898	0.001
	بيت لحم	237	4.64	0.32			
التأثيرات السلوكية	الخليل	661	3.57	0.66	2.27	898	0.001
	بيت لحم	239	3.69	0.53			
المقياس المعرفي	الخليل	664	4.28	0.64	7.21	898	0.001
	بيت لحم	236	4.63	0.50			

يتضح من الجدول رقم (60) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) بشكل عام للتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) أقلّ من مستوى الدلالة (0.05)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المحافظة، وهذه الفروق لصالح محافظة بيت لحم؛ لأنّ المتوسط الحسابي لمحافظة بيت لحم أكبر من المتوسط الحسابي لمحافظة الخليل.

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير المحافظة، ومن خلال مقارنة المتوسطات نجد أن الفروق لصالح أفراد العينة من هم من محافظة بيت لحم.

وتفسّر الباحثة هذه النتيجة بأنّ الاختلاف البيئي والثقافي بين المحافظتين الخليل وبيت لحم تختلف عن بعضهما، مما يلعب دوراً في إعطاء نتائج مختلفة حول التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية ومستويات المعرفة لديهم، وبالتالي يظهر أنّ المبحوثين من محافظة بيت لحم أكثر تأثراً من الناحية المعرفيّة والوجدانيّة والسلوكيّة، وكذلك مستويات المعرفة لديهم مرتفعة نتيجة الاعتماد.

سابعاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، المقياس المعرفي) الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير مكان السكن.

1. التأثيرات المعرفية:

الجدول رقم (61)

التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير مكان السكن.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية			قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	مخيم	قرية	مدينة			
التأثيرات المعرفية	4.50	4.40	4.26	7.240	898	0.001

يتضح من الجدول رقم (61) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.001) وهي أقلّ من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق، ولمعرفة الفروق لصالح من، نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (62)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير مكان السكن.

مكان السكن (أ)	مكان السكن (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
مخيم	قرية	0.10185	0.161
	مدينة	0.24281*	0.001
قرية	مخيم	-0.10185	0.161
	مدينة	0.14096*	0.003
مدينة	مخيم	-0.24281-*	0.001
	قرية	-0.14096-*	0.003

إذ تبين وجود فروق بين مكان السكن (مخيم)، ومكان السكن (قرية)، لصالح مكان السكن (مخيم).

وتبين أنه يوجد فروق بين مكان السكن (مخيم)، ومكان السكن (مدينة)، لصالح مكان السكن (مخيم).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير مكان السكن، ومن خلال مقارنة المتوسطات نجد أن الفروق لصالح أفراد العينة من هم من سكان المخيم.

حيث يظهر أنّ المبحوثين من سكان المخيمات في محافظتيّ الخليل وبيت لحم هم أكثر من تحقق لديهم التأثيرات المعرفيّة لأحداث القدس نتيجة الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، وهذا يشير إلى عدم وجود تقارب لنسبة المعرفة لدى أفراد العيّنة المبحوثة بتلك الأحداث، ويوجد فجوات بينهم بالاطلاع على حقيقة الأحداث وأسبابها وتداعياتها.

2. التأثيرات الوجدانية:

الجدول رقم (63)

التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير مكان السكن.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية			قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	مخيم	قرية	مدينة			
التأثيرات الوجدانية	4.68	4.53	4.47	6.099	898	0.002

يتضح من الجدول رقم (63) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.002) وهي أقلّ من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق، ولمعرفة الفروق لصالح من، نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (64)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير مكان السكن.

مكان السكن (أ)	مكان السكن (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
مخيم	قرية	0.14953*	0.011
	مدينة	0.20994*	0.001
قرية	مخيم	-0.14953-*	0.011
	مدينة	0.06041	0.115
مدينة	مخيم	-0.20994-*	0.001
	قرية	-0.06041	0.115

إذ تبين وجود فروق بين مكان السكن (مخيم)، ومكان السكن (قرية)، لصالح مكان السكن (مخيم).

وتبين وجود فروق بين مكان السكن (مخيم)، ومكان السكن (مدينة)، لصالح مكان السكن (مخيم).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير

مكان السكن، ومن خلال مقارنة المتوسطات نجد أن الفروق لصالح أفراد العينة من هم من سكان المخيم.

حيث يظهر أنّ المبحوثين من سكان المخيمات في محافظتيّ الخليل وبيت لحم، هم أكثر من تحقق لديهم التأثيرات الوجدانية لأحداث القدس، نتيجة الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، واتفقت نتيجة هذا الفرض مع الفرض السابق من حيث متغير السكن، حيث إنّ سكان المخيمات هم الأكثر معاناة من بطش الاحتلال من نزوح ولجوء ومتمسكون بحلم العودة، لذلك هم الأكثر تأثراً وشعوراً سواء بالفخر والاعتزاز أو الشعور بالحزن والأسى جراء الأحداث التي تجري بالقدس.

3. التأثيرات السلوكية:

الجدول رقم (65)

التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير مكان السكن.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية			قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	مخيم	قرية	مدينة			
التأثيرات السلوكية	3.68	3.67	3.49	8.612	898	0.001

يتضح من الجدول رقم (65) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.001)، وهي أقلّ من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق ولمعرفة الفروق لصالح من نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (66)

نتائج اختبار (LSD) للتأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير مكان السكن.

مكان السكن (أ)	مكان السكن (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
مخيم	قرية	0.01352	0.850
	مدينة	0.19639*	0.008
قرية	مخيم	-0.01352	0.850
	مدينة	0.18287*	0.001
مدينة	مخيم	-0.19639-*	0.008
	قرية	-0.18287-*	0.001

إذ تبين وجود فروق بين مكان السكن (مخيم)، ومكان السكن (قرية)، لصالح مكان السكن (مخيم).

وتبين وجود فروق بين مكان السكن (مخيم)، ومكان السكن (مدينة)، لصالح مكان السكن (مخيم).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير مكان السكن، ومن خلال مقارنة المتوسطات نجد أن الفروق لصالح أفراد العينة من هم من سكان المخيم.

حيث يظهر أنّ المبحوثين من سكان المخيمات في محافظتيّ الخليل وبيت لحم هم أكثر من تحقق لديهم التأثيرات السلوكية نتيجة الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، مما يدلل على أنّ ليس لكل أفراد العيّنة من مناطق سكنية أخرى لديهم مسؤوليات وواجبات وطنية بنفس المستوى أو الدرجة نتيجة الاعتماد.

4. المقياس المعرفي:

الجدول رقم (67)

التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى لمتغير مكان السكن.

التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك	المتوسطات الحسابية			قيمة اختبار (f)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية (Sig)
	مخيم	قرية	مدينة			
التأثيرات السلوكية	3.68	3.67	3.49	8.612	898	0.001

يتضح من الجدول رقم (67) أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.001) وهي أقلّ من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يعني وجود فروق، ولمعرفة الفروق لصالح من، نلجأ إلى اختبار (LSD).

الجدول رقم (68)

نتائج اختبار (LSD) للمقياس المعرفي الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير مكان السكن.

مكان السكن (أ)	مكان السكن (ب)	الفرق بين المتوسطات(أ – ب)	الدالة المحسوبة
مخيم	قرية	0.18137*	0.011
	مدينة	0.29250*	0.001
قرية	مخيم	-0.18137-*	0.011
	مدينة	0.11113*	0.017
مدينة	مخيم	-0.29250-*	0.001
	قرية	-0.11113-*	0.017

إذ تبين وجود فروق بين مكان السكن (مخيم)، ومكان السكن (قرية)، لصالح مكان السكن (مخيم).

وتبين وجود فروق بين مكان السكن (مخيم)، ومكان السكن (مدينة)، لصالح مكان السكن (مخيم).

- **نتيجة اختبار الفرضية:**

ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في المقياس المعرفي الناجم عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك تعزى إلى متغير مكان السكن، ومن خلال مقارنة المتوسطات نجد أن الفروق لصالح أفراد العينة من هم من سكان المخيم.

مما يشير إلى أنّ المبحوثين من سكان المخيمات في محافظتيّ الخليل وبيت لحم كان المستوى المعرفي لديهم بأحداث القدس أعلى من المناطق السكنية الأخرى، نتيجة الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.

الفصل السادس: أهم النتائج والتوصيات والمقترحات

6.1 النتائج

6.2 التوصيات

6.3 المقترحات

أهم النتائج والتوصيات والمقترحات

6.1 النتائج:

بعد إجراء الدراسة التي هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس وعلاقته بمستويات المعرفة، ودرجة الاعتماد، وأسبابه، والتأثيرات المترتبة عليه، وبناءً على الجداول والتحليلات السابقة توصلت الباحثة إلى النتائج الآتية بعد الإجابة على تساؤلات الدراسة:

1. **الإجابة عن السؤال الأول:** حيث تم تقسيم التساؤل إلى أربعةِ محاور:

أ. المحور الأول: مدى متابعة الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، ووصلت إلى أن ما نسبته (42%) يتابعون بدرجة كبيرة، و(29%) يتابعون بدرجة متوسطة.

ب. المحور الثاني: أسباب عدم متابعة عينة الدراسة لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، حيث كشفت النتائج أن (26%) منهم لا وقت لديهم للمتابعة، و (26%) آخرون يتابعون الأخبار من المواقع الإلكترونية فقط، وما نسبته (18%) لا يثقون بالأخبار التي يتم تناولها عبر الفيسبوك.

ت. المحور الثالث: وهو أكثر وسائل الإعلام التي يتم متابعتها عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، حيث اتضح أنّ مواقع الإذاعات عبر الفيسبوك تحظى على نسبة متابعة أكثر من مواقع الفضائيات وهي (90%)، في حين تحظى الفضائيات على نسبة (89%) في نسبة المتابعة.

ث. المحور الرابع: درجة اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، حيث تبين أنّ (52%) يعتمدون بدرجة مرتفعة على مواقع تلك المواقع لمتابعة أحداث القدس، و(28%) بدرجة متوسطة، و(13%) بدرجة مرتفعة جداً، في حين يعتمدون على تلك المواقع بدرجة ضعيفة بنسبة (5%)، أما (2%) بدرجة ضعيفة جداً.

2. **الإجابة عن السؤال الثاني:** حيث تقسيم التساؤل إلى ثلاثة محاور:

أ. المحور الأول: درجة التفاعل (إعجاب، مشاركة، تعليق) مع أحداث القدس عند اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، وكانت نسبة

التفاعل بشكل مرتفع (42%)، في حين أن ما نسبته (27%) كانت متوسطة، و(12%) كانت درجة التفاعل ضعيفة.

ب. المحور الثاني: كيفية تفاعل المبحوثين مع المنشورات المتعلقة بأحداث القدس لدى اعتمادهم على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، وتشير النتائج أنّ ما نسبته (39%) يتفاعلون بالإعجاب وكانت في المرتبة الأولى، وتأتي في المرتبة الثانية التفاعل بالتعليق وذلك بنسبة (26%)، وبمرتبة ثالثة التفاعل بالمشاهدة بنسبة (19%).

ت. المحور الثالث: معدل الاهتمام بالمضمون الإعلامي عن أحداث القدس عند الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، ووصلت النتائج أن (54%) كانت معدل الاهتمام مرتفع، في حين كان معدل الاهتمام بدرجة متوسطة بنسبة (24%).

3. **الإجابة عن السؤال الثالث:** وتم تقسيمه إلى ثلاثة محاور:

أ. المحور الأول: الأوقات التي يزيد فيها الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، حيث وصلت النتائج أنّ (60%) يتابعون الأحداث في القدس فقط، بينما (22%) يتابعون بشكل دائم ومستمر، و(15%) يتابعون أحداث القدس عبر تلك الصفحات من فترة إلى فترة زمنية أخرى.

ب. المحور الثاني: الحقبة الزمنية التي زادت الاهتمام بمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك، تبين أنّ النسبة الأكبر من الشباب المبحوثين بدأوا الاهتمام بمتابعة الأحداث منذ أزمة حيّ الشيخ جراح بنسبة (36%)، بينما (26%) اعتبروا أنّ كل هذه الأحداث خلال السنوات الماضية كانت كفيلة بزيادة الاهتمام والمتابعة.

ت. المحور الثالث: المدة الزمنية التي يتابع فيها المبحوثون يومياً أخبار القدس من خلال مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، حيث تظهر أن (43%) يتابعون الأحداث من ساعة إلى أقل من ساعتين كأعلى نسبة، و (30%) يتابعون في أقل من ساعة.

4. **الإجابة عن السؤال الرابع:** وقسم إلى محورين:

أ. المحور الأول: أبرز الإذاعات الفلسطينية التي يعتمد عليها "عبر الفيسبوك" لمتابعة أحداث القدس، حيث وصلت النتائج أن أكثر الإذاعات التي يتم الاعتماد عليها بشكل

مرتفع إذاعة صوت فلسطين بنسبة (52%)، وإذاعة صوت الأقصى (52%)، ومن ثم إذاعة أجيال (46%)، وإذاعة منبر الحرية (28%).

ب. المحور الثاني: أبرز الفضائيات الفلسطينية التي تعتمد عليها "عبر الفيسبوك" لمتابعة أحداث القدس، وجاء تلفزيون فلسطين الأكثر اعتماداً بنسبة (54%)، ومن ثم جاء تلفزيون فلسطين اليوم بنسبة (51%)، أما قناة الأقصى الفضائية بنسبة (50%).

5. **الإجابة عن السؤال الخامس:** وتم تقسيم هذا التساؤل إلى ثلاثة محاور:

أ. المحور الأول: الأشكال الصحفية المفضلة لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك، وتشير النتائج أنّ ما نسبته (35%) يفضلون الأخبار وهي في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاء الشكل "التقارير المصورة" بنسبة (26%)، وفي المرتبة الثالثة "القصص الإخبارية" بنسبة (22%).

ب. المحور الثاني: وسائط يفضلها المبحوثين لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك، وتبين أنّ "الفيديو مع نص" جاء في المرتبة الأولى بنسبة (34%)، وفي المرتبة الثانية "صورة مع نص" بنسبة (30%).

ت. المحور الثالث: الأنماط التي يفضلها المبحوثين عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية في قضية أحداث القدس، وتشير النتائج أنّ نمط "المنشور" حاز على أعلى نسبة (49%)، ومن ثم ما نسبته (28%) كان نمط "بث مباشر"، ويليها نمط ال "هاشتاغ" بنسبة (13%).

6. **الإجابة عن السؤال السادس:** وهو الأسباب والدوافع لمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك، وبينت الدراسة أنّ ما نسبته (26%) كانت دوافعهم وأسباب متابعهم لأحداث القدس لكيّ يكونوا على اطّلاع وفهم ما يجري من أحداث في القدس، وتلتها "السرعة والآنية في نقل الحدث" بنسبة (15%)، ومن ثم (14%) كانت دوافعهم وأسباب متابعهم هي أنها "تطرح هذه المواقع عبر الفيسبوك عدة موضوعات عن أحداث القدس".

7. **الإجابة عن السؤال السابع:** وهو درجة الثقة بالأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك، وتشير نتائج الدراسة أنّ ما نسبته (9%) كانت درجة ثقتهم بالأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك كانت مرتفعة جداً، وأنّ ما نسبته (43%) كانت درجة ثقتهم مرتفعة، في حين

كان ما نسبته (43%) كانت درجة ثقتهم متوسطة، أما (4%) كانت درجة الثقة لديهم ضعيفة.

8. **الإجابة عن السؤال الثامن:** وهو الموضوعات حول القدس التي يتابعها الشباب عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، حيث تبينّ أنّ الموضوعات "السياسية" جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (29%)، وفي المرتبة الثانية الموضوعات (الأمنية) بنسبة (20%)، وفي المرتبة الثالثة الموضوعات (الدينية) بنسبة (13%).

9. **الإجابة عن السؤال التاسع:** وتم تقسيمه إلى ثلاثة محاور:

أ. المحور الأول: وهو درجة الإشباع للحاجات المعرفية حول أحداث القدس لدى الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك، كانت نسبة الإشباع لدى عينة الدراسة بدرجة كبيرة (54%)، في بدرجة متوسطة (30%)، أما بدرجة ضعيفة (3%).

ب. المحور الثاني: التأثيرات المعرفيّة والسلوكيّة والوجدانيّة المترتبة عن اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس: وبلغت نسبة الوزن النسبي للتأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس (90%)، يليها التأثيرات المعرفية (87.40%)، ثم التأثيرات السلوكية (72.60%).

ت. المحور الثالث: علاقة اعتماد الشباب الفلسطيني على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك بمستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس، حيث يعتقد المبحوثين أنه "عند تنفيذ عمليات فدائية ضد جنود الاحتلال بالقرب من أبواب الأقصى يقوم الاحتلال باستغلالها لمنع المصلين للوصول إليه" حيث جاءت بوزن نسبي (90.80%)، واعتبروا "التضييق على المقدسيين في شتى مناحي الحياة وسيلة من وسائل الاحتلال العنصرية وفرض نظام الأبرتهايد" بوزن نسبي (90.60%).

10. الإجابة عن السؤال العاشر: حيث بينت الدراسة أن أهم المقترحات لتطوير تناول الإذاعات والفضائيات الفلسطينية لأحداث القدس عبر الفيسبوك هو "التركيز على الجوانب الإنسانية للانتهاكات الإسرائيلية التي يتعرض لها أهل القدس" بنسبة (22%)، ومن ثم "توظيف ميزات الفيسبوك الجديدة مثل "ريلز" لتناول أحداث القدس" بنسبة (21%)، وجاء اقتراح "استثمار منصة الفيسبوك وخصائصها لنقل الأحداث خارج الحدود الجغرافية" بنسبة (20%).

ب. نتائج اختبار فروض الدراسة:

1. **الفرض الأول:** ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة مستويات المعرفة.
2. **الفرض الثاني:** ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، وتراجع الاعتماد على الإعلام التقليدي (المرئي والمسموع).
3. **الفرض الثالث:** ثبت صحة الفرضية القائلة بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.
4. **الفرض الرابع:** ثبت صحة الفرضية القائلة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة ثقة الشباب في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك ودرجة تفاعلهم معها.
5. **الفرض الخامس:** ثبت صحة الفرضية القائلة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد الشباب لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس، ودرجة الثقة في الأخبار المتعلقة بأحداث القدس.

6.2 التوصيات:

من خلال استعراض لأهم النتائج التي توصّلت إليها الدراسة الميدانية، تقدم الباحثة مجموعة من التوصيات من أجل الاستفادة منها والنهوض لتطوير أداء الإعلام التقليديّ الفلسطينيّ عبر مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد وتحديدا الفيسبوك لتناول القضايا الفلسطينية الهامة وعلى رأسها قضايا القدس وأحداثها:

1. تخصيص أصحاب القرار في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية الموارد المالية اللازمة لتطوير آليات نقل الرسالة الإعلامية حول القدس إلى العالم.

2. ضرورة إنشاء المؤسسات الإعلامية الفلسطينية خاصة (الإذاعات والفضائيات) كوادر بشرية متخصصة في المجال التكنولوجي لمواكبة كل جديد في التقنيات والخصائص لمنصة الفيسبوك لبث الرواية الفلسطينية حول القدس، لأنّ المعركة الآن هي معركة وعي وصراع أدمغة، للتمكن من مجابهة الاحتلال والتفوق عليهم.
3. أهمية الاهتمام بنقل الموضوعات المتعلقة بالقدس مثل الموضوعات الثقافية والتاريخية والدينية والاجتماعية؛ لأنّها تساعد على اكتساب المعرفة حول هذه القضية وفهمها والتفاعل معها، وليس فقط اقتصارها على الموضوعات السياسية والأمنية.
4. يجب حرص مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك على تغطية الجوانب الإنسانية وإبرازها وإثارتها للجمهور؛ لفهم أبعاد قضية القدس بعمق أكبر لتسهم في تعزيز التضامن والتلاحم والتآزر مع أهل القدس.
5. تكوين شبكة إعلامية موحدة عبر الفيسبوك مرخصة ومتفق عليها من قبل كل المؤسسات الإعلامية وكافة الفئات والأطياف، لتخصيص الرسالة الإعلامية حول القدس وقضاياها وأحداثها فقط، ولتكون هذه الشبكة مرجعا ومصدرا معتمدا للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
6. تخصيص مجموعة من الصفحات لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك تكون مهمتها مخاطبة الرأي العام الغربي باللغة الإنجليزية ونشر المنشورات التي تظهر معاناة الفلسطينيين وتكذيب رواية الاحتلال بأحقيتهم المزيفة بفلسطين والقدس.
7. ضرورة اطلاع المؤسسات الإعلامية في فلسطين منها (الإذاعات والفضائيات) التي تملك حساباً لها على الفيسبوك على الأرقام والنتائج الإحصائية التي وصلت إليها هذه الدراسة للاستفادة منها وتطوير نفسها بناء على تلك النتائج.
8. أهمية الاهتمام على استخدام مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك كافة الأشكال الصحفية المستخدمة وتنويعها خلال نقل الرسالة الإعلامية الخاصة بأحداث القدس، وعدم اقتصارها على شكل "الأخبار".
9. إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث المتعلقة بقضية القدس وأحداثها، لا سيما دور وسائل الإعلام الفلسطينية في نقل القضية وإبرازها.
10. تطوير الأداء الإعلامي عبر الفيسبوك وتعزيز مبدأ المهنية والموضوعية والدقة لرفع ثقة الجمهور.

11. زيادة الاهتمام بالمعالجة الإعلامية لأحداث القدس من قبل الباحثين ودراسات ما بعد الدكتوراة.

12. إضافة مساق خاص بطلبة كليات الإعلام والصحافة لمناقشة دور الإعلام في خدمة قضايا القدس.

13. الابتعاد عن التجاذبات السياسية السائدة في الساحة الفلسطينية لتكون رسالتها الإعلامية مؤثرة بالجمهور وتجاوز حدود الحزبية.

14. تفعيل مشاركة الشباب الفلسطيني في صفحات الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك للتفاعل مع أحداث القدس وعدم الاكتفاء فقط بالتأثير الوجداني والمعرفي، لأنّ الشباب هم العمود الأساس في المجتمع الفلسطيني، وهو صانع الحدث الإعلامي بفلسطين.

مصادر ومراجع الدراسة

الملاحق

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: باللغة العربية:

- **المصادر:**

1. القرآن الكريم:

1- سورة العلق، الآية 5.

2. **التوراة:**

1- سفر إشعياء 2: 3. الكتاب المقدس

2- سفر المزامير 48: 2. الكتاب المقدس

- **المراجع:**

3. الكتب:

- إبراهيم، إسماعيل (2017). **مناهج البحوث الإعلامية،** (ط1)، القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- ابن منظور، محمد بن مكرم (1984). **لسان العرب لابن منظور،** القاهرة: دار المعارف .
- أبو السعيد، أحمد (2014). **الإعلام الفلسطيني نشأته ومراحل تطوره 1876 – 2012،** (ط1)، عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر.
- أبو العزم، عبد الغني (2020)، معجم الغني الزاهر، مؤسسة الغني للنشر.
- أبو زيد، فاروق (2012). **انهيار وصعود النظام الإعلامي الدولي من السيطرة الثنائية وهيمنة القطب الواحد إلى تعدد الأقطاب،** (ط1)، القاهرة، مصر: عالم الكتب.
- أبو شنب، حسين (1988). **الإعلام الفلسطيني،** (ط1)، عمان: دار الجليل للنشر والدراسات والأبحاث الفلسطينية.
- أُزدمير، حسين (2013). **فلسطين في العهد العثماني وصرخة السلطان عبد الحميد الثاني،** (ط1)، القاهرة، مصر: دار النيل للطباعة والنشر.
- إسكندر، ميخائيل مكسي (1972). **القدس عبر التاريخ،** القاهرة: مكتبة الإسكندرية .
- الأطرش، قدري مفتاح (2018)**. ملحمة انتفاضة الأقصى (ثورة لردع الاحتلال وحماية المقدسات)،** (ط1)، بنغازي، ليبيا: دار الكتب الوطنية.
- إمام، إبراهيم (1985). **الإعلام الإذاعي والتلفزيوني** (ط2)، القاهرة: دار الفكر العربي.
- أمين، رضا (2015). **الإعلام الجديد،** (ط1)، القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- أنيس، إبراهيم، ومنتصر، عبد الحليم، والصوالحي، عطية، وأحمد، محمد خلف الله (2004). **المعجم الوسيط** (ط4) مجمع اللغة العربية - مكتبة الشروق الدولية.
- البار، محمد علي (2013). **القدس والمسجد الأقصى عبر التاريخ مع دراسة تحليلية للقضية الفلسطينية،** (ط2)، جدة: دار الفقيه .
- الباش، حسن (2004). **القدس من الإسراء إلى وعد الآخرة سبع آيات تختزل التاريخ،** (ط1)، دمشق، سوريا: دار قتيبة للطباعة والنشر والتوزيع.

- الجندي، محمد (2020). **الوسائط المتعددة للصحافة والإعلام**، (ط1)، القاهرة، مصر: مجمع النيل العربية.
- بايو، جازية (2021). **أسس الانتاج التلفزيوني**، (ط1)، لندن، بريطانيا: e-Kutub Ltd شركة بريطانية مسجلة في انجلترا.
- بدر، أحمد (1998). **دراسات في الاتصال والدعاية الدولية** (ط4)، القاهرة، مصر: دار قباء للطباعة.
- بريجير، بيدرو (2012). **الصراع العربي الإسرائيلي**، (ط1)، بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- بن المحارب، سعد محارب (2011). **الإعلام الجديد في السعودية دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة**، (ط1)، بيروت، لبنان: جداول للنشر والتوزيع.
- بن علي الفيومي، أحمد بن محمد (1987). **المصباح المنير في غريب الشرح الكبير**، (ط2)، القاهرة: دار المعارف.
- بن كروان، سلمان (2015). **الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي**، (ط1)، عمان، الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع.
- بن مساعد المحيا، أسامة (2012). نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، نظريات التأثير الإعلامية.
- البياتي، ياس خضير (2014). **الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة**، (ط1)، عمان، الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون .
- تايه، عبد الله (2006). **الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون**، (ط1)، رام الله: دار الماجد للطباعة والنشر.
- الجبهة الديمقراطية لتحرير فلسطين (2017). **من الانتداب إلى النكبة 1919-1948**. دمشق، سوريا: الدار الوطنية الجديد/ الفرات للنشر والتوزيع/ شركة دار التقدم العربي للصحافة والطباعة والنشر.
- جرار، حسني أدهم (2008). **نكبة فلسطين عام 1947 - 1948 "مؤامرات وتضحيات"**، (ط1)، عمان، الأردن: دار الفرقان للنشر والتوزيع.
- الجمهورية التركية إدارة الاتصال برئاسة الجمهورية (2020)**. احتلال القرن: فلسطين في ظل الخطط الأحادية الجانب**. Prestij Grafik Rek. ve Mat. San. ve Tic. Ltd. Şti.
- الجويلي، عزام محمد، محمد، جميل خليل، وموسى، عيسى (2015). **الإعلام الدولي**، (ط1)، عمان، الأردن: دار المعتز للنشر والتوزيع.
- الحاج، كمال (2020). **مناهج البحث الإعلامي**. دمشق، سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.
- الحاج، كمال (2020). **نظريات الإعلام والاتصال**، دمشق، سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.
- حبيب، راكان عبد الكريم، والحازمي، مبارك، وعوض الله، غازي، ومرسي، محمد، والحلواني، مريهان، والقرني، علي (2001). **مقدمة وسائل الاتصال**، (ط1)، زهران: مكتبة دار زهران.

- حدادي، وليد (2020). **الإعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا الجديدة،** (ط1)، عمان: مركز الكتاب الأكاديمي .
- الحربي، عبد الكريم عبد الله (2003). **الإنترنت والقنوات الفضائية ودورها في الانحراف والجنوح،** (ط1)، الرياض، المملكة العربية السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- حسين، سمير (2006). **بحوث الإعلام،** عالم الكتب.
- حسين، ماجى الحلواني (2006). **مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي،** القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع.
- حمزة، عبد اللطيف (1978). **الإعلام والدعاية،** (ط1)، بغداد: مكتبة المعارف.
- الخزرجي، حيدر محمود (2015). **الإعلام المرئي وصناعة الأجندة السياسية - العراق نموذجاً،** عمان، الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- خلة، كامل محمود (1982). **فلسطين والانتداب البريطاني،** (ط2)، طرابلس، الجمهورية العربية الليبية: المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان.
- خليفة، إيهاب (2016). **حروب مواقع التواصل الاجتماعي،** (ط1)، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- خليفة، محمود (2015). **الإعلام الفلسطيني النشأة والتطور،** (ط1)، رام الله، فلسطين: وزارة الإعلام .
- الدعمي، غالب كاظم (2017). **الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة،** (ط1)، عمان، الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- الدلو، جواد راغب (2020). **دراسات في تاريخ الصحافة الفلسطينية،** (ط1)، غزة: الجامعة الإسلامية - غزة.
- الدليمي، عبد الرازق (2016)، **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين،** عمان، الأردن: دار اليازوري العلميه للنشر والتوزيع.
- دليو، فضيل (2013). **تاريخ وسائل الإعلام والاتصال،** (ط4)، القبة القديمة، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- الدهيسات، هايل خليفة (2012). **القدس تاريخ وحضارة من الكنعانية إلى الرعاية الهاشمية،** (ط1)، عمان، الأردن: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع .
- رابح، الصادق (2014). **فضاءات رقمية قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات،** (ط1)، بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.
- راضي، وسام (2013). **الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الدولي المفاهيم، الوسائل، المقاصد،** (ط1)، دبي - بغداد: صفحات للدراسات والنشر، دار ومكتبة عدنان طبع نشر توزيع، دار ميزوبوتاميا .
- راضي، وسام، والتميمي، مهند (2017). **الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة،** (ط1)، العين، الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي .
- ريان، محمد (2013). **الإعلام الجديد،** (ط1)، القاهرة، مصر: مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع .
- زيدان، أشرف محمد، والسويدي، سيف (2022). **العالم ما وراء التقليدي "ميتافيرس"،** (ط2)، اسطنبول، تركيا: دار الأصالة للنشر والتوزيع والترجمة والطباعة.

- سركيس، خليل (2001). **تاريخ القدس المعروف بتاريخ أورشاليم**، (ط1)، بورسعيد: مكتبة الثقافة الدينية.
- السعدي، مؤيد (2019). **الاندماج الاتصالي في الإعلام الجديد**، (ط1)، الجزائر: منشورات ألفا للوثائق .
- السوداني، حسن، والمنصور، محمد (2016). **شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الجمهور المتلقين**، (ط1)، عمان، الأردن: مركز الكاتب الأكاديمي.
- الشاعر، عبد الرحمن بن إبراهيم (2015)، **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**، (ط1)، عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- شقرة، علي خليل (2014). **الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي**، (ط1)، عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- شقرة، علي خليل (2014). **الإعلام الجديد**، (ط1)، عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- الشمالية، ماهر عودة، اللحام، محمود عزت، وكافي، مصطفى يوسف، (2015). **الإعلام الرقمي الجديد**، (ط1)، عمان، الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع .
- صادق، عباس مصطفى (2008). **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، عمان، الأردن: دار شروق للنشر والتوزيع.
- صالح، محسن (2002). **فلسطين سلسلة دراسات منهجية في القضية الفلسطينية**، (ط1)، كوالالمبور، ماليزيا .
- صالح، محسن محمد (2012). **الطريق إلى القدس دراسة تاريخية في رصيد التجربة الإسلامية على أرض فلسطين منذ عصور الأنبياء وحتى أواخر القرن العشرين**، (ط.5)، بيروت، لبنان: مركز زيتونة للدراسات والاستشارات .
- طالة، لمياء (2014). **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، (ط1)، عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع ونبلاء ناشرون وموزعون.
- الطائي، مصطفى حميد (2007). **التقنيات الإذاعية والتلفازية وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم**. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر .
- الطائي، مصطفى حميد (2007). **الفنون الإذاعية والتليفزيونية وفلسفة الإقناع**، (ط1)، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر .
- طربين، أحمد (2016). **فلسطين في عهد الانتداب البريطاني**، مكتبة فلسطين للكتب المصورة.
- العارف، عارف باشا (1994). **تاريخ القدس**، (ط2)، القاهرة: دار المعارف.
- عبد الباسط، محمد ناصر (2015). **الإعلام الفضائي والهوية الثقافي**ة، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية: دار المعرفة الجامعية طبع نشر توزيع .
- عبد الحميد، صلاح محمد (2012). **الإعلام الجديد**، (ط1)، القاهرة، مصر: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد (2000). **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، (ط1)، القاهرة، مصر: دار عالم الكتب .
- عبد الحميد، محمد (2007). **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، (ط1)، عالم الكتب .
- عبد الصادق، عادل (2011). **الفضاء الإلكتروني والرأي العام "تغير المجتمع والأدوات والتأثير"**، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني.

- عبد الله، مها (2020). **مستوطنة عطرت: المفتاح الصناعي في خطة إسرائيل الاستعمارية الاستيطانية لفلسطين**. رام الله: مؤسسة الحق .
- عبد النبي، سليم (2010). **الإعلام التلفزيوني**، (ط1)، عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- العبد، عاطف عدلي، وعدلي، نهى عاطف (2007). **وسائل الإعلام نشأتها، تطورها، آفاقها المستقبلية**، (ط1)، القاهرة، مصر: دار الفكر العربي.
- عبد، محمد الأمين (2020). **مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي "الاعتماد المتبادل"**، (ط1)، برلين، ألمانيا: المركز العربي الديمقراطي .
- عبود، ريم (2020). مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، دمشق، سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.
- عبيد، مصطفى فؤاد (2003). **مهارة البحث العلمي**، (ط1). غزة، فلسطين: مكتبة ومطبعة دار المنارة.
- عجوة، علي، البادي، محمد، الحلواني، ماجي، الجمال، راسم، عبد الحميد، محمد، والسيد، سعيد محمد (1989). **مقدمة في وسائل الاتصال**، (ط1)، جدة، المملكة العربية السعودية: مكتبة مصباح.
- عرار، محي الدين عبد حسين (2016). **الصحافة الفلسطينية نشأتها وتطورها ودورها في النضال الوطني**، (ط1)، عمان، الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- العزعزي، وديع (2020). **التقنيات الحديثة للانتاج التلفزيوني والعمل الإخباري في القنوات الفضائية**. عمان: دار اليازوري العلمية .
- عقيله، عبد المحسن حامد (2015). **الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري**، المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
- علي، عبد الخالق محمد (2010). **خطوات نحو بحث النهج الإعلامي**، دار المحجة البيضاء.
- علي، فلاح خالد (1980). **فلسطين والانتداب البريطاني**، (ط1)، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- عمر، محمد زيان (1975). **البحث العلمي مناهجه وتقنياته**، (ط1)، الرياض، السعودية: مطبعة خالد حسين الطرابيشي .
- عمر، يحيى السيد (2021). **الشباب العربي: أزمة هوية ومستقبل مهدد**، (ط1)، اسطنبول، تركيا: دار الأصالة للنشر والتوزيع .
- العمري، وليد (2010). **الصحافة الفلسطينية ثلاث مطارق وسندان**، رام الله، فلسطين: مركز رام الله لدراسات حقوق الإنسان .
- غوانمة، يوسف حسن (1999). **صفحات من تاريخ القدس وفلسطين والأردن في العصر الإسلامي**، (ط1)، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.
- قمحية، حسان أحمد (2017). **الفيسبوك تحت المجهر**، (ط1)، الجيزة، مصر: دار النخبة للنشر والتوزيع.
- قنديلجي، عامر إبراهيم (2013). **منهجية البحث العلمي**، (ط1)، عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

- كافي، مصطفى يوسف (2015). **الرأي العام ونظريات الاتصال**، (ط1)، عمان، الأردن: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع .
- مار، برنارد، ووارد، مات (2022). **تطبيقات الذكاء الاصطناعيّ**، (عائشة يكن حداد، المترجمون)، (ط1)، الرياض، المملكة العربية السعودية: شركة العبيكان للتعليم.
- مجمع اللغة العربية (2011). **المعجم الوسيط** (ط5)، القاهرة، مصر: مكتبة الشروق الدولية .
- المحمودي، محمد سرحان (2019). **مناهج البحث العلمي**، صنعاء، جمهورية اليمن: مكتبة الوسطية للنشر والتوزيع .
- المدني، أسامة غازي (2021). **ذكاء الإعلام**، (ط1)، جدة، المملكة العربية السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- مروه، أديب (1961). **الصحافة العربية نشأتها وتطورها**، بيروت، لبنان: دار مكتبة الحياة.
- المشهداني، سعد (2020). **منهجية البحث الإعلامي**، (ط1)، العين، دولة الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
- المشهداني، سعد سلمان (2015). **تاريخ وسائل الإعلام في العراق النشأة والتطور** (ط3)، عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- مصالحه، نور الدين (1992). **طرد الفلسطينيين مفهوم "الترانسفير" في الفكر والتخطيط الصهيونيين**، (ط1)، بيروت، لبنان: مؤسسة الدراسات الفلسطينية .
- المفلح، خضرة عمر (2015). **الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة**، عمان، الأردن: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
- المقدادي، كاظم (2013)**. الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة**، (ط1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- المقدسي، نصري الجوزي (2010). **تاريخ الإذاعة الفلسطينية "هنا القدس"**، (ط1)، دمشق، سوريا: الهيئة السورية العامة للكتاب ـ سلسلة آفاق ثقافية.
- المقصورد، نها عبد (2018). **نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: الأسس والمنطلقات**، اسطنبول: المعهد المصري للدراسات .
- مكاوي، حسن عماد، وعبد الغفار، عادل (2008). **الإذاعة في القرن الحادي والعشرين**، (ط1)، القاهرة: دار المصرية اللبنانية.
- نجم، طه عبد العاطي (2015). **مناهج البحث الإعلامي**، (ط1)، الإسكندرية، مصر: دار كلمة للنشر والتوزيع.
- نصر، محمد حسني (2015). **نظريات الإعلام**، (ط1)، الإمارات: دار الكتاب الجامعي .
- النعيمي، محمد عبد العال، البياتي، عبد الجبار توفيق، وخليفة، غازي جمال (2015). طرق ومناهج البحث العلمي، (ط1)، عمان، الأردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع .
- نوفل، رشا صابر (2018). **المرئيات الفضائية حكاية نهضة علمية حديثة**، محافظة المنوفية: كلية الآداب جامعة المنوفية.
- ياغي، اسماعيل أحمد (1983). **الجذور التاريخية للقضية الفلسطينية**، الرياض: دار المريخ للنشر.

4. دراسات سابقة:

- أبو صالح، محمد ذياب (2022). *الشيخ جراح (القدس)*، المؤتمر الخامس عشر/ جامعة النجاح - نابلس/ حي الشيخ جراح، قصة صمود في مواجهة محاولات التهجير والتهويد (صفحة 15). نابلس: جامعة النجاح الوطنية.
- أبو مراد، ماجد (2016). *اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية أثناء الأزمات*، رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية - غزة.
- أبو يعقوب، شدان يعقوب (2015). *أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية*، رسالة ماجستير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، الصفحات 6 - 8.
- الأشهب، عبد السلام (2017). *استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك أنموذجا" وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية*، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي.
- بربخ، نضال عبد الله (2015). *اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014*، رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية - غزة.
- برغوت، اسماعيل احمد (2014)، *اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية وقت الازمات*. رسالة ماجستير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القهرة، مصر.
- بريص، محمود سلمان (2015). *اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تشكيل معارفهم نحو قضايا البيئة*، رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية - غزة.
- جودة، آمال. (2018)، *دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز عروبة القدس لدى طلبة جامعة الأقصى*. مؤتمر دور التربية في تعزيز عروبة القدس، غزة، فلسطين، 28 أبريل، الصفحات 1 - 7.
- حمدي، ماطر عبد الله (2018). *اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية*، مجلة جامعة الشرق الأوسط.
- خاطر، ترنيم زهدي يوسف (2015)، *اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014 م*: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- رجوب، سهير محمد (2022). *تأثير الشائعات الصحية عبر الفيسبوك على طلبة الجامعات الفلسطينية - لقاح كورونا نموذجاً*، المجلة العربية للنشر العلمي، عمان، الأردن.
- رضوان، سائد (2016). *اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات*، رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية - غزة، فلسطين.
- زاير، بشير، وغضبان، حياة (2020)، *استخدامات الطلبة الجامعيين لراديو الانترنت*، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجزائر، الصفحات 1 - 59.

- زرن، جمال (2017). *الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته*، مركز الجزيرة للدراسات، صفحة 18.
- سرحان، عبد الكريم، كحلة، رشا عصام، والجمل، منى يحيى (2021). *المحتوى الإعلامي عبر وسائل التواصل الاجتماعي - صفحة تلفزيون فلسطين عبر الفيسبوك نموذجاً*، المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية العدد السادس - الجزء الثاني، الصفحات 275 - 277.
- سكيك، هشام أحمد (2014). *دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية*، رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية - غزة.
- شهرزاد، بوهدة (2020)، *دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي صفحة الفيسبوك لإذاعة المدية أنموذجاً*. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام المجلد (03) - العدد (02)، صفحة 382.
- صبيحة، صاحبي (2018). *اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد*، جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي-، صفحة 67.
- علاوة، محمد (2017). *الإعلام الجديد: المفهوم، الخصائص والعوامل، التي تميزه عن التقليدي، وطبيعة العلاقة بينهما*، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية: المجلد الأول - العدد الأول والثاني.
- عماري، فاطمة الزهراء (2016). *استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي: حالة "الفيس بوك":* دراسة لعينة من صفحات "الفيس بوك" "لقناتي" بي بي سي وفرانس 24 خلال عام 2012، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، مجلد 2016، عدد 8، صفحات 93-110.
- عيساني، رحيمة الطيب (2013). *الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي*، الباحث الإعلامي العدد 20، الصفحات 62-66.
- الغامدي، قينان عبد الله، (2012). *التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني*، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية.
- الفاعوري، أنس خالد. (2021)، *توظيف المؤثرين لشبكات التواصل الاجتماعي في قضية "حي الشيخ جراح" 2021 م*، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- الكوع، معين، وأغبر، ياسمين، وعط، هبة، وأبو عيشة، ملاك. (2023). *المقاومة الرقمية الفلسطينية في قضية حي الشيخ جراح: دور الصفحات الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي في مواجهة محاولات التهجير والتهويد*. مجلة القدس للأبحاث الأكاديمية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 1، عدد 2.
- المصري، إبراهيم محمود (2016)، *استخدام النخبة لمواقع التواصل الاجتماعي في تسويق القضية الفلسطينية*. مركز جيل البحث العلمي - المؤتمر الدولي الثالث عشر: فلسطين قضية وحق، طرابلس، لبنان 2 و3 ديسمبر 2016، صفحة 59- 69.
- المصري، نعيم فيصل (2014). *دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب الفلسطيني*، مجلة جامعة الأزهر - غزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 16، العدد 2، الصفحات 292 - 293.

- مناجرة، مرام محمد (2020). *اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية*. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد (03) - العدد (01).
- الناصر، طارق زياد، ومشاقبة، صدام (2022). *متابعة الجمهور لصفحات الفضائيات الأردنية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل معارفهم نحو أزمة كورونا*، المجلة المصرية لبحوث الإعلام - العدد 81 (الجزء الثاني)، الصفحات 297-321.
- النجار، إسلام محمد علي (2018)، *الإعلام الإلكتروني وصراع الأولويات بين التاريخ التقليدي والمستقبل الرقمي*. مؤتمر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الإعلام الإلكتروني، نابلس: جامعة النجاح الوطنية الصفحات 1- 5.
- نجم الدين، فيصل كامل، وعثمان غادة محمد (2019). *الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي تعايش أم تنافس معايير التسابق والانتشار - دراسة وصفية*، مجلة بحوث العدد الخامس والعشرون.

5. تقارير:

- ipoke. (2022). تقرير ipoke في إصداره السادس لعام 2021 الواقع الرقمي الفلسطيني.
- Ipoke. (2023). ايبوك (Ipoke) تُصدر تقريرها السنوي السابع للعام 2022، سوشيال آيبوك.
- إبراهيم، علي (2022). **القدس في قرارات ومواقف الرؤساء الأمريكيين من عام 1967 إلى عام 2020**، قسم الأبحاث والمعلومات مؤسسة القدس الدولية.
- أقطاي، ياسين، أبو ستة، سلمان، مايلز، أوليفر، كي، جون، غورمان، آنتوني، الكرمي، غادة، هاندميكر، جف (2018). **الحرب العالمية الأولى وأثرها على فلسطين إرث مئة عام**، الدوحة، قطر: مركز الجزيرة للدراسات.
- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2022). **كتاب القدس الإحصائي**، رام الله، فلسطين.
- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2023). **كتاب القدس الإحصائي السنوي 2023**. رام الله، فلسطين.
- حسن، صالح الحاج (2021). **معركة سيف القدس في الميزان**. مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، الصفحات 3 - 6.
- الداودي، حسن (2021). **تقدير موقف: المعركة الرقمية خلال هبة القدس**، المركز الفلسطيني لأبحاث السياسات والدراسات الاستراتيجية - مسارات.
- مركز الجزيرة للدراسات (2021). **"هَبَّة القدس": الصراع على معادلة ردع جديدة**. الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات.
- المركز الشبابي الإعلامي (2023). **واقع الإعلام الرقمي في فلسطين خلال 2022**. غزة، فلسطين.
- وحدة العلاقات العامة/ محافظة القدس (2021). **تقرير محافظة القدس للعام 2021 حول انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي في المحافظة**، القدس: محافظة القدس.

- وزارة الأوقاف والشؤون الدينية/ هيئة علماء فلسطين، (2021). **التقرير السنوي للعام 2021 حول الاعتداءات الصهيونية على مدينة القدس والمسجد الأقصى المبارك**. غزة: وحدة القدس بوزارة الأوقاف والشؤون الدينية/ وقسم القدس في هيئة علماء فلسطين.
- يعقوب، هشام، وإبراهيم، علي، والدنان، ربيع (2021). **التقرير السنوي حال القدس 2021 قراءة في مسار الأحداث والمآلات**. قسم الأبحاث والمعلومات. بيروت: مؤسسة القدس الدولية.

6. أوراق رسمية من مؤسسات:

- أبو شامي، كميل (2023). تسهيل مهمة الحصول على كشف لأسماء الإذاعات والفضائيات المرخصة في الضفة الغربية. الإدارة العامة للمطبوعات وشؤون وسائل الإعلام، وزارة الإعلام الفلسطينية، تاريخ الاسترداد 1 آذار, 2023
- وزارة الإعلام الفلسطينية (2022). بيانات المحطات الإذاعية والتلفزيونية المرخصة. غزة، قطاع غزة، فلسطين: وزارة الإعلام .
- وزارة الإعلام الفلسطينية (2022). بيانات المحطات الإذاعية والتلفزيونية المرخصة، رام الله، الضفة الغربية، فلسطين: الإدارة العامة للمطبوعات وشؤون وسائل الإعلام.

7. المواقع الإلكترونية:

- أرناؤوط، عبد الرؤوف (2021)، **مأساة "الشيخ جراح" بالقدس...القصة الكاملة**: وكالة الأناضول: https://www.aa.com.tr/ar/
- أليغرين، مات (2022). **35 + Facebook إحصائيات وحقائق لـ 2022**: https://www.websiterating.com/ar/research/facebook-statistics/
- الأمم المتحدة، (2022). **الشباب**، من الأمم المتحدة السلام والكرامة والمساواة على كوكب ينعم بالصحة: https://www.un.org/ar/global-issues/youth
- الجزيرة (2021). **فيسبوك تعلن تغيير اسمها إلى "ميتا"**، من الجزيرة: https://www.aljazeera.net
- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (2022). **الإحصاء الفلسطيني يستعرض أوضاع الشباب في المجتمع الفلسطيني**: https://www.pcbs.gov.ps/postar.aspx?lang=ar&ItemID=4295
- حسين، عبد الله (2018). **الصحافة بدأت قبل آلاف السنين مكتوبة على الحجارة والجلود**، من العرب: https://alarab.co.uk/
- سالم، عبد الله نجيب (2008). **المجد المنيف للقدس الشريف، منبر التوحيد والجهاد**، موقع شبكة رنيم: https://qudsinfo.com/book/
- سكاي نيوز عربية (2018). **مارك زوكربيرغ يعلن تغيير اسم شركة فيسبوك إلى "ميتا"**: https://www.skynewsarabia.com/technology/
- سوشال ستديو (2017). **تقرير وسائل التواصل الإجتماعي في فلسطين 2016**، social studio: https://blog.socialstudio.me/01/2017/palestine-reports/smrp2016-launch/

- عمر، عبد الله معروف (2021). **هبة المقدسيين والصراع على القدس ومآلاته**، من مركز الجزيرة للدراسات: https://studies.aljazeera.net/ar/article/5003
- الغد (2021). **بعد تصاعده في 2021.. الاستيطان حقائق وأرقام**: https://alghad.com/
- القواسمي، هنادي (2021). **أعمدةُ المواجهة في باب العامود**، من متراس: https://metras.co/
- ماجد، محمد، والعيس، أيسر (2021). **"انتفاضة باب العامود".. فصائل فلسطينية تشيد بانتصار المقدسيين**، من الأناضول: https://www.aa.com.tr/ar/
- مركز العودة الفلسطيني. (2021). **حي الشيخ جراح في القدس نقطة اللاعودة**، لندن: https://prc.org.uk/upload/library/files/ShiekhJarrahAR-compressed.pdf
- مصطفى، مهند (2021). **العامل المركزي لاندلاع الهبة الشعبية، الفلسطينيون في إسرائيل: مقاربات سياسية واجتماعية بين جائحة كورونا والانتفاضة الراهنة**، حيفا: مدى الكرمل - المركز العربي للدراسات الاجتماعية التطبيقية: https://mada-research.org/2021/06/15/
- ميدان القدس (2021). **عام حافل بالاعتقالات والابعادات والعقوبات الجماعية في القدس**: https://palinfo.com/news/2021/12/31/49837/
- نوباني، يامن (2019). **أيام الراديو**، من وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا: http://www.wafa.ps/ar_page.aspx?id=xN8iSka853157099718axN8iSk
- اليونيسكو (2022). **بريادة الشباب، مع الشباب، من أجل الشباب**: https://ar.unesco.org/youth

ثانياً: باللغة الإنجليزية:

1. **Books:**

- Hassan, R., & Thomas, J. (2006). The new media theory reader. McGraw-Hill Education (UK).
- Kothari, C. R. (2004). Research methodology: Methods and techniques. New Age International, (Vol. 3). New Age International (P) Ltd., Publishers.
- Manovich, L. (2001). the language of new media. london: Massachusetts Institute of Technology.
- Pavlik, j. (1998). New Media Technology: cultural and commercial perspectives (Vol. Second Edition). Boston: Allyn and Bacon.

- settel, i. (1960). A Pictorial History of RADIO WITH OVER 400 NOSTALGIC PHOTOS. New York, United States of America: Crown Publishers ‹Inc.

2. previous studies :

- Apuke, O. D. (2017). What is Radio? In O. D. Apuke, INTRODUCTION TO RADIO PRODUCTION (p. 9). LAP - Lambert Academic.
- Baker, A. (2010). Reviewing net-only college radio: a case study of Brooklyn College Radio. Journal of Radio & Audio Media, 17(1), 109-125.
- David, C. C., San Pascual, M. R. S., & Torres, M. E. S. (2019). Reliance on Facebook for news and its influence on political engagement. PloS one, 14(3), e0212263.
- Flichy, P. (2008). echnique, usage et representations, Réseaux /2, n° 148-149. p. 169.
- Keib, K., & Wojdynski, B. (2019). Staying alive: TV news Facebook posts, perceived credibility, and engagement intent. Electronic news, 13(1), 3-22.
- KUYUCU, M. (2014). Social Media Marketing Via Facebook In Turkish Television Channels. Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, 2(01), 144.
- Laor, T. (2019). "Hello, is There Anybody Who Reads Me?" Radio Programs and Popular Facebook Posts. International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence, Vol. 5, Nº 7, pp. 80 - 86.
- Makananise, F. O. (2022). Youth Experiences with News Media Consumption: The Pursuit for Newsworthy Information in the Digital Age. Journal of African Film & Diaspora Studies (JAFDIS), 5(2).
- Mathiyazhagan, T., Kaur, J., Ravindhar, M., & Devrani, G. P. (2015). Traditional media of communication. International Journal of Social Sciences, 4(1), 159-169.
- Mishra, S. (2017). JOURNALISM & MASS COMMUNICATION - RADIO JOURNALISM. Sambalpur: Odisha State Open University.
- OBIJIOFOR, L., & HANUSCH, F. (2013, june 15). THE USE AND BELIEVABILITY OF SOCIAL NETWORKS NEWS AMONG NIGERIAN YOUTHS. Covenant Journal of

Communication (CJOC) Vol. 1, No. 1 (Maiden Edition), July, 2013, pp. 1 - 18.
- Oliveira, M., Portela, P., & Santos, L. A. (2012). Doing Radio in the Age of Facebook. Radio evolution, 17.
- Zahoor, M., & Sadiq, N. (2021, May 22). Digital public sphere and Palestine-Israel conflict: A conceptual analysis of news coverage. Liberal Arts & Social Sciences International Journal (LASSIJ), pp. 168-181.

3. reports :

- KEMP, S. (2023). DIGITAL 2023: GLOBAL OVERVIEW REPORT. DATAREPORTAL.

4. web:

- Brandwatch (2019). **The History of Facebook**: From BASIC to Global Giant: https://www.brandwatch.com/blog/history-of-facebook/
- Britannica. (2022). **Reinventing radio**, 1945–60 Postwar rebuilding ،Britannica: https://www.britannica.com/biography/Kay-Thompson
- Cheng, M. H., Wu, Y. C., & Chen, M. C. (2016). Television meets facebook: The correlation between tv ratings and social media. American Journal of Industrial and Business Management, 6(03), 282: https://doi.org/10.4236/ajibm.2016.63026
- computer hope. (2022). Facebook, from computer hope: https://www.computerhope.com/jargon/f/facebook.htm
- Hootsuite (2021). Digital 2021 Executive Summary Report: https://www.hootsuite.com/pages/digital-trends-2021
- Indeed (2021). Traditional Media vs. Digital Media in Marketing. Retrieved May 31, 2022, from Indeed: https://www.indeed.com/career-advice/career-development/traditional-media-vs-digital-media
- Isaac, M. (2021). Facebook renames itself Meta. The New York Times, 10: https://www.nytimes.com/2021/10/28/technology/facebook-meta-name-change.html
- Macmillan Dictionary. (2022). new media: https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/new-media

- TechWholesale. (2014). History of the Radio: From Inception to Modern Day: https://www.techwholesale.com/history-of-the-radio.html
- world misc. (2020). What is the importance Facebook: https://c.worldmisc.com/read/what-is-the-importance-facebook

الملاحق

الملاحق:

الملحق رقم (1)

قائمة أسماء السادة محكمي صحيفة الاستقصاء (حسب الترتيب الهجائي)

الرقم	اسم المحكم	التخصص الدقيق	الدرجة العلمية	اسم الجامعة
1	د. إبراهيم الحروب	إدارة الاتصالات والإعلام	أستاذ الإعلام المساعد	جامعة بيت لحم – بيت لحم
2	د. أسامة عبد الله	إذاعة وتلفزيون	أستاذ الإعلام المساعد	جامعة النجاح الوطنية – نابلس
3	أ.د. أمين وافي	إعلام في علوم الإعلام والاتصال	أستاذ الإعلام ورئيس قسم الصحافة الإعلام الجامعة الإسلامية	الجامعة الإسلامية – غزة
4	د. حافظ أبو عياش	الإعلام الإلكتروني	أستاذ الإعلام المساعد	جامعة النجاح الوطنية – نابلس
5	د. حسين سعد	الإذاعة والتلفزيون	أستاذ الإعلام المساعد	جامعة القدس المفتوحة – غزة
6	أ. د. خديجة بريك	علوم الإعلام والاتصال	أستاذ الإعلام المساعد	جامعة باتنة 1
7	أ.د. خلف الطاهات	علوم الصحافة والإعلام	أستاذ الإعلام	جامعة اليرموك – الأردن
8	د. رمضان إبراهيم	الإعلام	أستاذ الإعلام المساعد ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان السابق بجامعة الأزهر	جامعة الأزهر – مصر
9	أ.د. سعد المشهداني	إعلام ــ صحافة	أستاذ الإعلام بجامعة تكريت	جامعة تكريت – العراق
10	د. شادي أبو عياش	دراسات الإعلام والاتصال	أستاذ الإعلام المساعد	الجامعة العربية الأمريكية – جنين
11	أ.د. طلعت عيسى	دراسات إعلامية	أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية	الجامعة الإسلامية – غزة
12	د. عمرو أبو جبر	الإعلام	أستاذ الإعلام المشارك ورئيس قسم الإعلام والاتصال بجامعة فلسطين	جامعة فلسطين
13	د. عناد نواجعة	الإحصاء	أستاذ الإعلام المساعد	جامعة الخليل – الخليل
14	د. فريد أبو ضهير	صحافة عربية	أستاذ الإعلام المساعد	جامعة النجاح الوطنية – نابلس
15	د. قيس أبو عياش	صحافة وإعلام	أستاذ الإعلام المساعد	جامعة الخليل – الخليل
16	أ.د. كامل مراد خورشيد	الإعلام	أستاذ الإعلام المشارك	جامعة الشرق الأوسط - (MEU) الأردن
17	أ.د. ماجد تربان	صحافة	أستاذ الإعلام بجامعة الأقصى	جامعة الأقصى – غزة
18	أ.د. محسن كشكول	صحافة كلية الإعلام	أستاذ الإعلام بالجامعة العراقية	الجامعة العراقية – العراق
19	د. محمود خلوف	العلاقات العامة، الإعلام الرقمي، علوم الاتصال	أستاذ الإعلام المساعد	الجامعة العربية الأمريكية – جنين
20	أ.د. مي العبدالله	علوم الإعلام والاتصال	أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية	الجامعة اللبنانية – لبنان

الملحق رقم (2)

جـــــامعة الخليل

كـــــلية الدراسات العليا

برنامج ماجستير الإعلام

قسم الإعلام

استبانة رسالة ماجستير بعنوان:

اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك وعلاقته بمستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس

دراسة ميدانية على محافظتي الخليل وبيت لحم

تحية طيبة:

تجري الباحثة دراسة ميدانية حول "اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك وعلاقته بمستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس"، وأرجو من حضرتكم التكرم بالإجابة عن أسئلة هذه الاستبانة، مع التأكيد على أن كل البيانات والمعلومات التي سيتم الحصول عليها "سرية" ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرة لكم حسن تعاونكم ...

الباحثة: سهير رجوب

المشرف: د. علاء الدين عياش

كلية الدراسات العليا – قسم الإعلام – جامعة الخليل

فبراير 2023

تعريف مصطلحات الاستبانة:

أحداث القدس: وهي الأحداث التي بدأت تتبلور في بداية شهر آذار عام 2021 والتي شهدت خلالها مدينة القدس هبّة شعبية واسعة، بدءً بمظاهرات احتجاجية رفضاً لإغلاق الاحتلال باب العامود، وصولاً إلى حراك في حي الشيخ جراح، حيث سعت إسرائيل إلى تهجير العائلات من الحي لصالح المستوطنين واندلاع معركة سيف القدس الأمر الذي أدى إلى زيادة الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك منذ أحداث 2021 إلى اليوم.

ويقصد **بالإذاعات والفضائيات الفلسطينية:** تلك المؤسسات في فلسطين وبالتحديد في (الضفة الغربية وقطاع غزة) التي اعتمدت على الفيسبوك وإنشاء صفحات لها لنقل رسائلها وأخبارها على الجمهور المستهدف.

القسم الأول:

أولاً: الخصائص الديمغرافية:

1) **النوع الاجتماعي:**

□ ذكر □ أنثى

2) **الفئة العمرية:**

□ 18 –أقل 22. □ 22– أقل 24. □ 24 –أقل 26. □ 26–29.

3) **الحالة الاجتماعية:**

□ أعزب/عزباء. □ متزوج/ة. □ أرمل/ة. □ مطلق/ة.

4) **المؤهل العلمي:**

□ الثانوية العامة فما دون. □ دبلوم. □ بكالوريوس. □ دراسات عليا.

5) **التخصص العلمي:**

□ أحد مجالات العلوم التطبيقية.
□ أحد حقول العلوم الإنسانية غير الإعلام.
□ إعلام، اتصال، صحافة.
□ بلا تخصص.

6) **منطقة السكن:**

□ محافظة الخليل □ محافظة بيت لحم

7) **مكان السكن:**

□ مخيم □ قرية □ مدينة

القسم الثاني:

ثانياً: أنماط وعادات متابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك:

1) ما مدى متابعتك لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك؟

□ أتابع بدرجة كبيرة جداً. □ أتابع بدرجة كبيرة. □ أتابع بدرجة متوسطة. □ أتابع بدرجة ضعيفة. □ لا أتابع.

لمن أجاب بـ (لا أتابع) يرجى الانتقال إلى سؤال رقم (2) ثم توقف وسلم الاستبانة مشكوراً:

2) ما سبب عدم متابعتك لمواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة):

□ لا وقت لديّ للمتابعة.
□ لا استخدم مواقع التواصل الاجتماعي.
□ لا أملك هاتفاً ذكياً أو انترنت.
□ لا أثق بالأخبار التي يتم تناولها عبر الفيسبوك.
□ ليس لديّ المعرفة الكافية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي واستخدام الهاتف الذكي.
□ لا يهمني متابعة مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك.
□ ألجأ لوسائل بديلة مثل التلفزيون والإذاعة وغيرها.
□ أتابع الأخبار من المواقع الإلكترونية فقط.
□ أخرى تذكر .....

3) خلال متابعتك لأحداث القدس، ما أكثر وسائل الإعلام التي تتابعها عبر الفيسبوك؟

□ مواقع الإذاعات عبر الفيسبوك. □ مواقع الفضائيات عبر الفيسبوك. □ الإذاعات التقليدية.
□ القنوات الفضائية. □ الصحف. □ مواقع إلكترونية.

4) ما درجة اعتمادك على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس؟

□ مرتفعة جداً □ مرتفعة. □ متوسطة. □ ضعيفة. □ ضعيفة جداً.

5) ما درجة تفاعلك (إعجاب، مشاركة، تعليق) مع أحداث القدس عند اعتمادك على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك؟

□ مرتفعة جداً □ مرتفعة. □ متوسطة. □ ضعيفة. □ ضعيفة جداً.

6) كيف تتفاعل مع المنشورات المتعلقة بأحداث القدس لدى اعتمادك على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك؟

□ إعجاب. □ تعليق. □ مشاركة. □ المشاهدة فقط. □ جميع ما ذكر.

7) ما معدل اهتمامك بالمضمون الإعلامي عن أحداث القدس الذي تتابعه عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك؟

□ مرتفعة جداً □ مرتفعة. □ متوسطة. □ ضعيفة. □ ضعيفة جداً.

8) متى تتابع أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك؟:

- ☐ بشكل دائم ومستمر.
- ☐ عند وقوع أحداث في القدس فقط.
- ☐ أتابع من فترة إلى فترة زمنية أخرى.
- ☐ أتعرض للمتابعة بشكل غير مقصود لأحداث القدس.
- ☐ أخرى تذكر .....

9) منذ متى زاد اهتمامك بمتابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة):

- ☐ منذ تولي دونالد ترامب رئاسة الولايات المتحدة 2017.
- ☐ منذ اندلاع هبة باب الرحمة 2019.
- ☐ منذ إعلان صفقة القرن عام 2020.
- ☐ منذ أزمة حيّ الشيخ جراح ومعركة سيف القدس 2021.
- ☐ كل هذه الأحداث زادت من اهتمامي بمتابعة أحداث القدس.
- ☐ أخرىتذكر .....

10) ما المدة الزمنية التي تتابع فيها يومياً أخبار القدس من خلال مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك؟

- ☐ أقل من ساعة.
- ☐ من ساعة إلى أقل من ساعتين.
- ☐ من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات.
- ☐ من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات.
- ☐ من أربع ساعات فأكثر.
- ☐ لا أتابع يومياً

11) اختر أبرز مواقع الإذاعات الفلسطينية التي تعتمد عليها "عبر الفيسبوك" لمتابعة أحداث القدس:

أبرز الإذاعات	اعتمد عليها بشكل كبير جداً	اعتمد عليها بشكل كبير	اعتمد عليها بشكل متوسط	اعتمد عليها بشكل منخفض	لا اعتمد عليها
إذاعة صوت الشباب/الظاهرية					
إذاعة أجيال					
إذاعة القمر					
إذاعة كرامة					
إذاعة منبر القدس					
إذاعة نغم					
إذاعة هوا نابلس					
إذاعة راية					
إذاعة مزايا					
إذاعة نساء FM					
إذاعة مصادر					
إذاعة Jerusalem24					
إذاعة FM 24					
إذاعة شباب FM					
إذاعة مود					
إذاعة صبا					
إذاعة فلسطين					
إذاعة صوت الأقصى					
إذاعة الأسرى					
إذاعة الشعب					

12) ما أبرز مواقع الفضائيات الفلسطينية التي تعتمد عليها "عبر الفيسبوك" لمتابعة أحداث القدس:

أبرز الفضائيات	اعتمد عليها بشكل كبير جداً	اعتمد عليها بشكل كبير	اعتمد عليها بشكل متوسط	اعتمد عليها بشكل منخفض	لا اعتمد عليها
تلفزيون فلسطين					
تلفزيون العودة					
فضائية الأقصى					
فلسطين اليوم					

13) أفضل متابعة أحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك عن طريق: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ الأخبار.
- ☐ التحقيقات.
- ☐ القصص الإخبارية.
- ☐ المقابلات.
- ☐ التقارير المصورة.
- ☐ المقالات.
- ☐ أخرى تذكر .....

14) ما الوسائط التي تفضل متابعتها على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية المتعلقة بأحداث القدس؟: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ صورة فقط.
- ☐ صورة مع نص.
- ☐ فيديو فقط.
- ☐ فيديو مع نص.
- ☐ الصورة المتحركة.
- ☐ الكاريكاتير والرسومات المتنوعة.
- ☐ انفوغرافيك
- ☐ أخرى تذكر.....

15) ما أكثر الأنماط التي كنت تتابعها عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك في قضية أحداث القدس؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة):

- ☐ منشور.
- ☐ بث مباشر.
- ☐ هاشتاغ.
- ☐ مشاركة من صفحة أو حساب آخر.
- ☐ أخرى تذكر .....

القسم الثالث: أسباب ودوافع المتابعة:

16) ما دوافع وأسباب متابعتك لأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة):

- ☐ السرعة والآنية في نقل الحدث.
- ☐ لأنها تمتلك مصادر معلومات لا يمتلكها الإعلام التقليدي.
- ☐ بسبب تفرد وتميز هذه المواقع عبر الفيسبوك في نقل الأحداث مقارنة مع الإعلام التقليدي.
- ☐ لسهولة استخدام هذه المواقع عبر الفيسبوك.
- ☐ لأن هذه المواقع لا تخضع لسياسة تحريرية مثل الإعلام التقليدي.
- ☐ تطرح هذه المواقع عبر الفيسبوك عدة موضوعات عن أحداث القدس.
- ☐ حتى أكون على اطلاع وفهم ما يجري من أحداث في القدس.
- ☐ تتيح مجالاً أوسع لحرية الرأي والتعبير.
- ☐ طبيعة حياتي وارتباطاتي الاجتماعية تتطلب ضرورة متابعة أحداث القدس.
- ☐ أخرى تذكر .....

القسم الرابع: الاشباعات المتحققة والتأثيرات الناجمة عن عملية الاعتماد:

17) ما درجة ثقتك بالأخبار المتعلقة بأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك؟

□ مرتفعة جداً □ مرتفعة. □ متوسطة. □ ضعيفة. □ ضعيفة جداً.

18) ما الموضوعات حول القدس التي تتابعها حول القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

□ سياسية. □ اجتماعية. □ صحية. □ تاريخية

□ أمنية. □ اقتصادية. □ ثقافية □ دينية

19) عند متابعتك لأحداث القدس عبر مواقع الإذاعات والفضائيات عبر الفيسبوك، إلى أي حد تشعر بأن هذه المواقع أشبعت حاجاتك المعرفية حول أحداث القدس؟:

□ كبيرة جداً. □ كبيرة. □ متوسطة. □ ضعيفة. □ ضعيفة جداً.

20) التأثيرات المترتبة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك لمتابعة أحداث القدس:

A. التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك:

	التأثيرات المعرفية	درجة التأثير				
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	زادت من معرفتي بالأخبار المتعلقة بمصادرة الأراضي والاستيطان هدم المنازل بالقدس.					
2	زادت معرفتي بأخبار الاقتحامات التي يقودها المستوطنون لباحات المسجد الأقصى المبارك.					
3	زادت من معلوماتي بموضوع تهجير أهالي الأحياء المقدسية مثل حيّ الشيخ جراح .					
4	زادت معرفتي بالأخبار المتعلقة باعتداءات المستوطنين وقوات الاحتلال بحق أهالي القدس.					
5	زاد إدراكي لخطر مخططات التقسيم الزماني والمكاني للمسجد الأقصى المبارك.					
6	أصبحت أتابع الأخبار المتعلقة باعتقال المرابطين عند أبواب المسجد الأقصى.					
7	زاد من متابعتي للأخبار المتعلقة بارتقاء الشهداء ووقوع الجرحى في مدينة القدس.					
8	زادت متابعتي للأخبار المتعلقة بخطر هدم الأقصى بسبب الحفريات أسفله.					
9	الاطلاع حول أخبار العمليات الفدائية ضد قوات الاحتلال في مدينة القدس.					
10	زادت متابعتي بالفعاليات الاستيطانية بالقدس مثل مسيرة الأعلام الصهيونية.					

B. التأثيرات الوجدانية النفسية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك:

التأثيرات الوجدانية	درجة التأثير				
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة

1	تزداد شعوري بالكراهية للاحتلال الإسرائيلي نتيجة انتهاكاته بحق مدينة القدس.					
2	يتولد لدي شعور بالحزن على الشهداء والمصابين والأسرى والتعاطف معهم.					
3	تزيد عندي نشوة الفخر والاعتزاز بجذور القدس التاريخية.					
4	تزداد لدي شعور التضامن مع أهالي القدس ومشاركة معاناتهم.					
5	زاد لديّ الارتباط بالقدس كمكان ديني وتاريخي					
6	زاد من اهتمامي بهويتي الفلسطينية وانتمائي لها					
7	تولد لديّ الشعور بالخوف من اعتداءات المستوطنين وقوات الاحتلال.					

C. التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك:

	التأثيرات السلوكية	درجة التأثير				
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	أصبحت أشارك في فعاليات تضامنية مع أهل القدس.					
2	أصبحت أشارك في مواجهات على نقاط التماس مع الاحتلال.					
3	أصبحت أقوم بفعاليات وطنية تعزز صمود المقدسيين.					
4	أصبحت أخبر المحيطين من حولي بالأحداث الجارية في القدس.					
5	أكتفي بعمل الإعجاب والتعليق والمشاركة للمنشورات لأحداث القدس.					
6	ازدادت مساهمتي بمشاركة الأخبار المتعلقة بالقدس عبر الصفحات والمجموعات التي تضم مشاركين حول العالم للتعريف بمعاناة المقدسيين.					
7	لا أتصرف بأي شيء حيال أحداث القدس وأكتفي بالمتابعة.					

21) قم بالإجابة عن الفقرات الآتية التي تتلاءم مع حالتك:

	المقياس المعرفي	الإجابة				
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	سبب اندلاع معركة سيف القدس2021 هو محاولة تهجير أهالي حيّ الشيخ جراح في القدس.					
2	تستمر سلطات الاحتلال بهدم مباني المقدسيين بحجة عدم الترخيص، وتصادق على بناء آلاف الوحدات الاستيطانية بشكل متصاعد.					
3	يقتحم المستوطنون باحات الأقصى المبارك بشكل يومي بحماية شرطة الاحتلال.					
4	ساهمت مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك بالمعرفة لأخبار اعتقال مرابطات الأقصى مثل خديجة خويص وهنادي الحلواني.					
5	عملت مواقع الإذاعات والفضائيات على الفيسبوك على تغطية أحداث التفجير المزدوج في محطة الحافلات في القدس المحتلة بنوفمبر 2022.					

6	يعتبر التضييق على المقدسيين في شتى مناحي الحياة وسيلة من وسائل الاحتلال العنصرية وفرض نظام الأبرتهايد.					
7	عند تنفيذ عمليات فدائية ضد جنود الاحتلال بالقرب من أبواب الأقصى يقوم الاحتلال باستغلالها لمنع المصلين للوصول إليه.					
8	لفتت تغطية مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك انتباهي لأخبار القدس منذ مسيرة الأعلام الصهيونية عند باب العامود.					

22) ما مقترحاتك لتطوير تناول الإذاعات والفضائيات الفلسطينية لأحداث القدس عبر الفيسبوك؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ الاهتمام بنقل الأحداث بشكل آني وسريع.
- ☐ استثمار منصة الفيسبوك وخصائصها لنقل الأحداث خارج الحدود الجغرافية.
- ☐ عرض مختلف وجهات النظر للمحللين والخبراء والمتخصصين في أحداث القدس.
- ☐ التركيز على الجوانب الإنسانية للانتهاكات الإسرائيلية التي يتعرض لها أهل القدس.
- ☐ توظيف ميزات الفيسبوك الجديدة مثل "ريلز" لتناول أحداث القدس.
- ☐ الحرص على تناول كل ما يتعلق بالقدس من كافة الجوانب سواء السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية.
- ☐ أخرى تذكر .....

شاكرةً لكم حسن تعاونكم

وأطيب الأمنيات

الملحق رقم (3)

كـــــــلية الدراسات العليا

برنامج ماجستير الإعلام

قسم الإعلام

أسئلة المقابلة الشخصية لدراسة ماجستير بعنوان:

اعتماد الشباب على مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية على الفيسبوك وعلاقته بمستويات المعرفة لديهم بأحداث القدس

دراسة ميدانية على محافظتي الخليل وبيت لحم

ملاحظة: البيانات التي ستحصل عليها الباحثة جراء هذه المقابلة ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرة لكم حسن تعاونكم ...

الباحثة: سهير رجوب

المشرف: د. علاء الدين عياش

كلية الدراسات العليا – قسم الإعلام – جامعة الخليل

فبراير 2023

أسئلة أداة المقابلة

1. أشارت نتائج دراستنا الميدانية أن الشباب الفلسطيني يتابعون مواقع الإذاعات والفضائيات الفلسطينية عبر الفيسبوك بشكل كبير بلغت نسبتهم 50%، في حين كان الذين يتابعون بشكل متوسط 29%، برأيك ما الذي يدفع الشباب نحو اللجوء لوسائل الإعلام عبر الفيسبوك؟
2. بناء على النتائج السابقة كيف تقرأ مستقبل الإذاعة والتلفزيون التقليديين؟
3. ما الذي دفع بكم لإنشاء حسابات لكم عبر الفيسبوك؟
4. ما الأشكال الصحفية التي تستخدمونها لإيصال الرسالة الإعلامية في نقل أحداث القدس عبر الفيسبوك؟
5. ما التحديات التي تواجهكم خلال نقل رسالتكم الإعلام حول أحداث القدس عبر الفيسبوك؟
6. كيف تتعاملون مع هذه التحديات؟
7. هل من مقترحات لديكم لتطوير المواقع الخاصة بكم عبر الفيسبوك؟
8. أكثر المواضيع التي تغطونها عبر مواقعكم (الفضائيات/ الإذاعات) عبر الفيسبوك بكثرة في حال وقوع أحداث بالقدس؟
9. هل تستثمرون خصائص والميزات التقنية للفيسبوك خلال نقل أحداث القدس عبر صفحاتكم؟
10. في ظل التطور التكنولوجي والسرعة التي يعيشها العالم، كيف تواكبون ذلك في نشر الأخبار؟
11. كيف تتناولون الجوانب الإنسانية للانتهاكات التي يتعرض لها فلسطينيو القدس؟

الملحق رقم (4)
قائمة بأسماء مديري الإذاعات الفلسطينية الذين تم مقابلتهم

الرقم	الاسم	العمل	تاريخ المقابلة
1	أيمن القواسمي	مدير إذاعة منبر الحرية/ الخليل	2023/6/11
2	د. باسم وشاح	مدير إذاعة صوت الشعب/ غزة	2023/6/11
3	رغدة مقبول	مدير إذاعة صوت الشباب / الظاهرية	2023/6/5
4	سليمان أبو عرام	مدير إذاعة كرامة/ الخليل	2023/6/4
5	سمر ثوابتة	مديرة برامج إذاعة راية /FM رام الله	2023/6/10
6	عايد عويمر	مدير عام إذاعة صوت فلسطين/ رام الله	2023/6/4
7	وليد نصار	المدير التنفيذي لشبكة أجيال الاذاعية/ رام الله	2023/6/6

قائمة بأسماء مديري الفضائيات الفلسطينية الذين تم مقابلتهم

الرقم	الاسم	العمل	تاريخ المقابلة
1	خالد سكر	مدير عام تلفزيون فلسطين/ رام الله	2023/6/5
2	سائد رضوان	مدير دائرة الإعلام الرقمي في قناة الأقصى الفضائية/ غزة	2023/6/13