



كلية الآداب

قسم علوم الاتصال والإعلام

# دور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة في فلسطين

بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الاتصال والإعلام

إعداد الباحث

توفيق عبد العزيز محمد أبو جراد

إشراف

أ.د. حسين عبد الحميد أبو شنب

أستاذ - عميد كلية الإعلام والاتصال

جامعة فلسطين

أ.د. دينا فاروق أبو زيد

الأستاذ المساعد - قسم علوم الاتصال والإعلام

جامعة عين شمس

1436هـ - 2015م



كلية الآداب

قسم علوم الاتصال والإعلام

## رسالة ماجستير

اسم الطالب: توفيق عبد العزيز محمد أبو جراد.

عنوان الرسالة: دور القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة في فلسطين.

### لجنة الإشراف:

الاسم: أ. د. حسين عبد الحميد أبو شنب الوظيفة: أستاذ دكتور.

الاسم: أ. د. دينا فاروق أبو زيد الوظيفة: أستاذ مساعد.

تاريخ البحث: / / 2015م

الدراسات العليا أجزت الرسالة بتاريخ

/ / 2015م

ختم الإجازة

/ / 2015م

موافقة مجلس الجامعة

/ / 2015م

موافقة مجلس الكلية

/ / 2015م

## شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا لهذا، وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله، والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى صلوات ربي وسلامه عليه، وعلى آله وصحبه، ومن سار على دربه، واهتدى بهُده إلى يوم الدين.  
أما بعد،

في بداية هذا العمل الذي أسأل الله له القبول، لا يسعني إلا أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى الأساتذة الكرام الذين نهلنا على أيديهم العلم والمعرفة، وأخص بالشكر الأستاذ الدكتور/ حسين عبد الحميد أبو شنب، الذي كان له الفضل الكبير في وصول هذا العمل بهذه الطريقة من خلال إشرافه على رسالتي، وكذلك متابعته للإعلاميين الفلسطينيين من خلال عمله في مختلف الجامعات الفلسطينية، وكان له الفضل الكبير في تنمية مهاراتي الصحفية أثناء عملي الصحفي والإذاعي، كما أشكر مشرفتي العزيزة الأستاذة الدكتورة/ دينا فاروق أبو زيد، التي فتحت لي أبواب الأمل منذ المحاضرة الأولى لي في تمهيدي الماجستير، وكانت أمنيته أن تكون مشرفة على رسالتي، وبحمد الله تحقق ذلك، وكان لها الفضل الكبير في الوصول لهذا العمل، ومتابعتها لي بشكل مستمر، فقد كانت لي الأخت والأم والصديقة والأستاذة في غربتي، ولم تبخل علي في النصائح والإرشادات من أجل أن أصل إلى هذه المرحلة، وأتقدم بالشكر للأستاذة الكرام، الأستاذ الدكتور/ حسن عماد، والأستاذة الدكتورة/ سلوى سليمان، الذي قبلوا مناقشة رسالتي.

كما أتقدم بالشكر وعظيم الامتنان إلى جامعة عين شمس، وعمادة كلية الآداب، ممثلة بالأستاذة الدكتورة/ سوزان القليني، عميدة الكلية، وكافة الأساتذة في قسم علوم الاتصال والإعلام على ما قدموه لي من مساعدة ومسانده مكنتني من المضي بخطى ثابتة في مسيرتي العلمية.  
كما أشكر زوجتي التي وقفت بجانبني أثناء فترة دراستي، وتحملت غربتي عنها من أجل إكمال مسيرتي التعليمية، وإخوتي وأبناء عائلتي، كما أشكر الأستاذ/ رائد أبو ربيع، والأستاذ الدكتور/ محمود الأستاذ، والدكتور/ ماجد الديب، الذين ساهموا في العمل الإحصائي للدراسة.  
كما أتقدم بجزيل الشكر والعرفان لمصر العزيزة على قلوبنا شعباً وقيادة لاستضافتهم لي على هذه الأرض الطيبة، وما وجدت من كرم الاستقبال وحُسن الضيافة.

ويسرني أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من مدّ لي يد العون لإنجاز هذا العمل. وفي الختام أسأل الله العليّ القدير السداد والفلاح، وأن يكون عملي هذا خالصاً لوجهه الكريم، ومُسخرًا لرفعة شأن وطننا فلسطين، وأمتنا العربية والإسلامية.

الباحث

# الإهداء

إلى أرواح شهداء مصر وفلسطين الأكرم منا جميعاً..

إلى من كانت ملاكي في الحياة.. إلى معنى الحب ونبع الحنان والتفاني.. إلى من كان دعائها لي وقوداً من أجل استكمال مسيرتي.. إلى روح أُمي الحنونة التي انتقلت إلى بارئها وهي تتمنى أن تراني في هذا الموقف..

إلى من كان لي كل حياتي.. إلى من لم يبخل علينا ليقدم لنا لحظة سعادة.. من تجرّع كأس الآلام ليسقيني قطرة نجاح وحب.. من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم.. إلى روحه الطاهرة التي عانقت السماء في مثل هذا اليوم السادس والعشرون من أغسطس لتكون مشيئة الله فوق كل اعتبار أن يكون تحقيق حلم والدي في ذكرى وفاته، فألى روحه الطاهرة أهدي هذا العمل..

إلى من شاركتني حياتي وتحملت معي مشقة سنين من العمل الجاد والمتواصل زوجتي العزيزة.. إلى من أسند ظهري بوجودهم.. ومن تتشابك يدي بأياديهم الغاليين على قلبي إخوتي وأخواتي.. إلى من أنسوني في دراستي وكانوا خير رفقاء في مسيرتي العلمية والاجتماعية في مصر.. أصدقائي وزملائي..

إلى من احتضننا واحتضنت قضية فلسطين.. وطننا الثاني مصر الحبيبة رئيساً وشعباً وجيشاً.. في مثل هذا اليوم السادس والعشرون من أغسطس من العام الماضي، استطاعت مصر وقف العدوان على غزة.. فللغالية مصر كل الحب والاحترام.. وإلى وطني الغالي فلسطين الحبيبة..

الباحث

## فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
ج	شكر وتقدير
د	الإهداء
هـ	فهرس المحتويات
ط	فهرس الجداول
1	مقدمة الدراسة
56-3	<b>الفصل الأول</b> <b>الإطار المنهجي للدراسة</b>
4	مقدمة
5	أولاً: الاستدلال على مشكلة الدراسة
5	ثانياً: مشكلة الدراسة
6	ثالثاً: أهمية الدراسة
7	رابعاً: أهداف الدراسة
7	خامساً: الدراسات السابقة
7	أ- دراسات متعلقة بالقائم بالاتصال
12	ب- دراسات متعلقة بالمواقع الالكترونية
20	ج- دراسات متعلقة بالنظريات المستخدمة في الدراسة
30	د- دراسات متعلقة بالمواطنة
40	سادساً: تساؤلات الدراسة
40	أ- تساؤلات تتعلق بالدراسة الميدانية
41	ب- تساؤلات تتعلق بالدراسة التحليلية
41	سابعاً: فروض الدراسة
42	ثامناً: الإجراءات المنهجية
42	أ- نوع الدراسة
42	ب- منهج الدراسة
43	ج- مجتمع الدراسة
43	د- أدوات الدراسة

رقم الصفحة	الموضوع
44	هـ- مجال وعينة الدراسة
49	و- وحدات التحليل
49	ز- فئات التحليل
50	تاسعاً: اختبار الصدق والثبات
55	عاشراً: مصطلحات الدراسة
98-57	<b>الفصل الثاني</b> <b>الإطار النظري للدراسة</b>
58	مقدمة
59	نظرية حارس البوابة الإعلامية
59	أولاً: التعريف بالنظرية
61	ثانياً: ظهور تطور نظرية حارس البوابة
62	ثالثاً: فروض نظرية حارس البوابة
63	رابعاً: حارس البوابة في المواقع الالكترونية
64	العوامل والضغوط التي تؤثر على حارس البوابة
72	الانتقادات الموجهة لنظرية حارس البوابة
75	<b>نظرية بناء الأجندة</b>
76	أولاً: تعريف الأجندة
77	ثانياً: ظهور وتطور نظرية بناء الأجندة
79	ثالثاً: المفاهيم الأساسية لبناء أجندة وسائل الإعلام
80	رابعاً: مداخل دراسة بناء أجندة وسائل الإعلام
82	خامساً: مراحل بناء الأجندة
83	سادساً: الإطار العام لبناء الأجندة
83	1- أجندة جماعات المصالح
84	2- أجندة وسائل الإعلام
84	3- أجندة الجماهير
85	4- أجندة السياسة العامة وأجندة واضعي السياسة
89	سابعاً: المعايير التي تحدد بناء أجندة وسائل الإعلام

رقم الصفحة	الموضوع
91	ثامناً: العلاقة الخطية في بناء الأجندة
92	العوامل التي تؤثر في بناء أجندة وسائل الإعلام
98	الخلاصة
<b>130-99</b>	<b>الفصل الثالث</b> <b>القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية</b>
100	مقدمة
101	<b>المواقع الإلكترونية الإخبارية</b>
102	أولاً: وظائف المواقع الإلكترونية المتعلقة بالتغطية الإخبارية
107	ثانياً: سمات المواقع الإلكترونية الإخبارية
109	ثالثاً: خدمات المواقع الإلكترونية الإخبارية
112	رابعاً: الصعوبات التي تواجهها المواقع الإلكترونية الإخبارية
113	المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية
115	1- أهداف المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية
117	2- التشريعات الخاصة بالمواقع الإلكترونية الإخبارية
119	3- مصداقية المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية
120	4- معوقات الإعلام الإلكتروني في فلسطين
124	<b>القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية</b>
125	خصائص القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية
127	إعداد القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية
130	الخلاصة
<b>162-131</b>	<b>الفصل الرابع</b> <b>المواطنة</b>
132	مقدمة
133	<b>المواطنة</b>
133	أولاً: مفهوم المواطنة
137	ثانياً: لمحة تاريخية عن مفهوم المواطنة
139	ثالثاً: ارتباط مفهوم المواطنة بالوطنية

رقم الصفحة	الموضوع
140	رابعاً: ارتباط مفهوم المواطنة بالجنسية
141	خامساً: صور وأشكال المواطنة
142	سادساً: سمات المواطنة
143	سابعاً: شروط المواطنة
143	ثامناً: مجالات المواطنة
145	قضايا المواطنة
151	دور المواقع الإخبارية في تعزيز المواطنة
153	المجتمع الفلسطيني والمواطنة
157	التحديات التي تواجه المواطنة في فلسطين
159	أثر الانقسام الفلسطيني علي المواطنة
162	الخلاصة
200-163	<b>الفصل الخامس</b> <b>النتائج المتعلقة بالدراسة التحليلية</b>
272-201	<b>الفصل السادس</b> <b>النتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية</b>
309-273	<b>خاتمة الدراسة</b>
274	نتائج فروض الدراسة
294	ملخص نتائج الدراسة
306	الخلاصة
308	توصيات الدراسة
310	المراجع
327	الملاحق
350	ملخص الدراسة باللغة العربية
353	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية



## فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
51	معامل الارتباط بين درجات كل مجال والمجموع الكلي لاستمارة الدراسة الميدانية.	.1
51	عدد أسئلة استمارة الدراسة الميدانية وفقاً لكل مجال والمجموع الكلي للمجالات.	.2
52	عامل الارتباط بين درجات كل مجال والمجموع الكلي لاستمارة الدراسة التحليلية.	.3
166	مكونات الاستمارة التحليلية.	.4
167	التكرارات والنسب المئوية لحجم تناول قضايا المواطنة في المواقع الإلكترونية الإخبارية.	.5
169	التكرارات والنسب المئوية لفئات نوعية الموضوعات المرتبطة بالمواطنة.	.6
171	التكرارات والنسب المئوية لفئات الاتجاه نحو نوعية الموضوعات المرتبطة بالمواطنة.	.7
172	التكرارات والنسب المئوية لفئات قضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية.	.8
175	التكرارات والنسب المئوية لفئات أشكال عرض المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة.	.9
176	التكرارات والنسب المئوية لفئات الإمكانات التفاعلية المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة.	.10
178	التكرارات والنسب المئوية لفئات الصور المقدمة مع المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة.	.11
180	التكرارات والنسب المئوية لفئات الروابط المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة.	.12
181	التكرارات والنسب المئوية لفئات الأساليب الإقناعية للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة.	.13
183	التكرارات والنسب المئوية لفئات الاستمالات المستخدمة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة.	.14
184	التكرارات والنسب المئوية لفئات الوسائط المتعددة المتضمنة في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة.	.15

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
186	التكرارات والنسب المئوية لفئات مصدر المعلومة الأولى (رسمي/غير رسمي) للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة.	.16
189	التكرارات والنسب المئوية لفئات مصادر المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة الخاصة بالموقع.	.17
190	التكرارات والنسب المئوية لفئات المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة.	.18
194	التكرارات والنسب المئوية لفئات شكل المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة.	.19
196	التكرارات والنسب المئوية لفئات الشخصيات المحورية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة.	.20
199	التكرارات والنسب المئوية لفئات الموقع الجغرافي للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة.	.21
204	مجالات استمارة الدراسة الميدانية.	.22
205	التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير الموقع الالكتروني.	.23
206	التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير العمر.	.24
207	التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير الجنس.	.25
208	التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير المؤهل العلمي.	.26
209	التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير التخصص.	.27
210	التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير الموقع الوظيفي.	.28
212	التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير الانتماء السياسي.	.29
213	التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير سنوات الخبرة.	.30
214	التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير عدد اللغات التي تتقنها غير اللغة العربية.	.31
215	التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير المشاركة في دورات تدريبية.	.32
216	التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير الدخل الشهري.	.33
218	التكرارات والنسب المئوية لمدى متابعة القائمين بالاتصال المواقع الالكترونية الإخبارية الأخرى.	.34

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
220	التكرارات والنسب المئوية لأكثر المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية التي يتابعها القارئ بالاتصال.	.35
223	التكرارات والنسب المئوية لأسباب متابعة القارئ بالاتصال للمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية.	.36
225	التكرارات والنسب المئوية لتأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجنحة قضايا المواطن لدى القارئ بالاتصال.	.37
226	التكرارات والنسب المئوية لحجم تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجنحة قضايا المواطن لدى القارئ بالاتصال.	.38
227	التكرارات والنسب المئوية لمدى التزام القارئ بالاتصال بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الذي يعملون به.	.39
229	التكرارات والنسب المئوية لمدى التوافق بين السياسة التحريرية للموقع الذي يعمل به القارئ بالاتصال وبين اتجاهاتهم الفكرية نحو القضايا المطروحة.	.40
230	التكرارات والنسب المئوية لتأثير الواقع السياسي الفلسطيني على تناول القارئ بالاتصال للقضايا المطروحة.	.41
231	التكرارات والنسب المئوية لمدى توافق أجنحة الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعمل به القارئ بالاتصال وأولويات الجمهور.	.42
233	التكرارات والنسب المئوية للمعايير التحريرية الخاصة بتناول القضايا المطروحة في الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعمل به القارئ بالاتصال.	.43
235	التكرارات والنسب المئوية للمصادر التي يعتمد عليها في توفر المعلومات الخاصة بالقضايا التي تطرح في المواقع التي يعمل به القارئ بالاتصال.	.44
237	التكرارات والنسب المئوية للعلاقة متبادلة بين أجنحة الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعمل به القارئ بالاتصال وأولويات الجمهور.	.45
239	التكرارات والنسب المئوية لمدى اهتمام المواقع الالكترونية للقارئ بالاتصال في طرح قضايا المواطن كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني.	.46
240	التكرارات والنسب المئوية للقضايا المتعلقة بالمواطن التي يحرص القارئ بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الالكتروني الذي يعملون به.	.47

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
243	التكرارات والنسب المئوية لمعتقدات القائمين بالاتصال حول القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كألوية من أولويات الجمهور.	.48
244	التكرارات والنسب المئوية للقضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كألوية من أولويات القائمين بالاتصال.	.49
246	التكرارات والنسب المئوية والترتيب للقضايا كألوية من أولويات الجمهور من منظور القائمين بالاتصال.	.50
248	التكرارات والنسب المئوية للعوامل التي تؤثر في بناء أجنادات القائمين بالاتصال بما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الالكتروني الذي يعملون به.	.51
251	التكرارات والنسب المئوية لآلية بناء أجندة قضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الذي يعمل به القائمون بالاتصال.	.52
253	التكرارات والنسب المئوية للقيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال من أجل تعزيزها لدى الجمهور.	.53
256	التكرارات والنسب المئوية لمدى اهتمام القائمين بالاتصال بتغطية قضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الذي يعملون به.	.54
257	التكرارات والنسب المئوية لمعدلات كتابة القائمين بالاتصال حول قضايا المواطنة داخل الموقع الذي يعملون به.	.55
258	التكرارات والنسب المئوية للفنون الصحفية التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال في تناولهم لقضايا المواطنة في فلسطين.	.56
260	التكرارات والنسب المئوية لوجود علاقة بين قضايا المواطنة وبين الأشكال التحريرية التي يستخدمها القائمون بالاتصال في الموقع.	.57
261	التكرارات والنسب المئوية للاستمالات التي يستخدمها القائمون بالاتصال في صياغة الرسالة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة في فلسطين.	.58
262	التكرارات والنسب المئوية للأساليب الإقناعية التي يستخدمها القائمين بالاتصال في تناولهم لقضايا المواطنة.	.59
264	التكرارات والنسب المئوية لقضايا المواطنة التي تحتل مواقع متميزة في الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال.	.60

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
265	التكرارات والنسب المئوية لمدى تأثير المواقع الالكترونية الإخبارية على اتجاهات الجمهور المتعلقة بقضايا المواطنة من وجهة نظر القائمين بالاتصال.	.61
267	التكرارات والنسب المئوية لدوافع اهتمام القائمين بالاتصال بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعملون به.	.62
270	التكرارات والنسب المئوية لارتباط قضايا المواطنة التي يركز عليها القائمون بالاتصال بالواقع الاجتماعي والسياسي والقانوني في فلسطين.	.63
271	التكرارات والنسب المئوية للغرض الإعلامي الذي يقوم به القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة.	.64
275	المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة كأولوية من أولويات الجمهور.	.65
276	المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة لقضايا المواطنة.	.66
277	المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة كأهمية الموضوعات والقضايا.	.67
278	المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة لقضايا المواطنة في المواقع الإلكترونية.	.68
280	المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة في العلاقة المتبادلة بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري وأولويات الجمهور.	.69
281	المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة في بناء الأجندة للقضايا التي يتناولها القائم بالاتصال وبين القيم والأنماط الاجتماعية السائدة في المجتمع.	.70
282	نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات درجات متغير الانتماء الحزبي.	.71
283	نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات درجات متغير الموقع الوظيفي.	.72
284	نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات درجات متغير المؤهل العلمي.	.73
284	نتائج اختبار " ت " لإيجاد دلالة الفروق بين متوسطات الدرجات وفقاً لمتغير الجنس.	.74
285	نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات درجات متغير العمر.	.75
286	نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات درجات متغير سنوات الخبرة.	.76
286	نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات درجات متغير مستوى الدخل.	.77

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
286	الارتباط بين سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الالكترونية الإخبارية ومدى اهتمام القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson).	.78
289	الارتباط بين سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الالكترونية الإخبارية ودور القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson).	.79
291	الارتباط بين مدى اهتمام القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة ودور القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson).	.80

## مقدمة الدراسة:

تشغل المواطنة فكر الباحثين والمختصين والأكاديميين منذ القدم، وغدت هماً سياسياً وثقافياً يشغل القيادات والأحزاب السياسية في معظم دول العالم، وتحظى باهتمام ورعاية المنظمات غير الحكومية والمواطنين البسطاء.

ارتبط مفهوم المواطنة بالعديد من الأبعاد العالمية والإقليمية، كحق المساواة أمام القانون، وحقوق الانتخابات، والمشاركة السياسية، والانتماء، والولاء، والالتزام بحق المشاركة الفاعلة في اتخاذ القرارات الجماعية، وتولي المناصب العامة.

ومما لا شك فيه أن المواطنة تعد من القضايا الجوهرية التي لا بدّ من تسليط الضوء عليها، حيث أن الحدود والواجبات والمسئولية هي ثقافة يجب استحضار معانيها والتثقيف بها، والدعوة لممارستها، وبهذه الطريقة يمكن تكريس المواطنة وبناء الأوطان.

وهناك الكثير من الشواهد التي تجسّدت عبر عشرات السنين تدل على أن الشعب الفلسطيني يختزن بعداً وطنياً تجسّد من خلال الصمود والمقاومة للمحتل والتثبيت بالأرض والإصرار على العودة لمن هجروا قسراً رغم التقسيم الجغرافي والسياسي في فلسطين.

إن تواجد الشعب الفلسطيني في عدّة مناطق جغرافية مترامية الأطراف، وانعدام التواصل الجغرافي بين الضفة الغربية وقطاع غزة، كما يتعرض الشعب الفلسطيني في القدس الشرقية لحملة إسرائيلية شرسة لفقدانهم أدنى مقومات الحياة الكريمة وتشريدتهم من مساكنهم بالقوة، بالإضافة إلى الفلسطينيين في الأراضي المحتلة عام (1948) الذين يتعرضون لسلب حقوقهم المدنية كمواطنين ويعانون من ممارسات التمييز على أرضهم، وأيضاً الفلسطينيين في الشتات الذين هجروا من أرضهم ومحاولتهم العودة إلى وطنهم حيث الولاء والانتماء للوطن.

وتعد قضية المواطنة من أبرز القضايا المطروحة في التربية السياسية، وخصوصاً في فلسطين، إذ أن الصراع الآن ليس عسكرياً فقط بقدر ما أصبح صراعاً حضارياً وثقافياً وسياسياً، وتعمل المؤسسات الفلسطينية على تحصين شبابها وحقنهم سياسياً ضد محاولات الغزو والاستقطاب تأكيداً للهوية الوطنية، وتعميقاً للانتماء والولاء للوطن.

إن توفير إمكانية التفاعلية في المواقع الإخبارية، وتوفير مضمون مناسب يلبي احتياجات المستخدم تعد من العناصر المهمة في نجاح التفاعلية في المواقع الإخبارية، وتكمن التفاعلية في المواقع الإخبارية على إتاحتها من قبل القائم بالاتصال، ومن هنا أصبح من المهم دراسة العناصر

التي وضعها حارس البوابة الإعلامية لهذه المواقع التي تشجّع المتلقي على التفاعل مع وسيلة الاتصال، وخاصة المواقع الإخبارية المتاحة عبر شبكة الانترنت.

إن القائم بالاتصال وهو يقوم بعمله لابد أن يواجهه كثيراً من العقبات والمشكلات، ولا بد أن يتعرض للعديد من الضغوط التي تتباين بتباين المجتمعات واختلاف الأنظمة الإعلامية والفترة الزمنية التي تمر بها، وطبيعة الإطار التنظيمي الذي تعمل في إطاره صحافة مجتمع ما، وهي ضغوط يصعب حصرها لتعدد مصادرها وتعدد مسؤولياتها وإن كانت في مجملها تعوق الممارسة المهنية وتؤثر في صياغة المضمون الصحفي ومعالجته.

ورغم عدم توظيف الانترنت بشكل متكامل على مستوى صحافة الدول العربية، فإن العديد من الدراسات أكدت على التأثير الذي أحدثته على صناعة الصحافة والقائمين عليها، وقد وجد (ضيف، 2002) أن هناك ارتباط إيجابي بين استخدام تكنولوجيا المعلومات، وبين تأثير التكنولوجيا على الأداء الإعلامي من حيث تحسّن المضمون، ومن حيث سرعة الانجاز وإجادة الأداء.

فوسائل الإعلام تجذب الانتباه إلى قصص إخبارية معينة وتشجّع الناس على الحديث حولها، وهي بهذا ترتب أولوياتهم من القضايا المهمة، وتسعى إلى تشكيل الطريقة التي يفكرون بها حول تلك القضايا والموضوعات.

وقد عملت المواقع الصحفية الالكترونية الفلسطينية على الشبكة العنكبوتية على شرح القضية الفلسطينية مخترقة الحصار الصهيوني على أبناء الشعب الفلسطيني، وممثلة في ذلك سيادة فلسطين على الفضاء المعلوماتي.



# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة

أولاً: الاستدلال على مشكلة الدراسة

ثانياً: مشكلة الدراسة

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: الدراسات السابقة

سادساً: تساؤلات الدراسة

سابعاً: فروض الدراسة

ثامناً: الإجراءات المنهجية

تاسعاً: اختبار الصدق والثبات

عاشراً: مصطلحات الدراسة

## الفصل الأول

### الإطار المنهجي للدراسة

#### مقدمة:

يستعرض الباحث في هذا الفصل الإطار المنهجي للدراسة مستعرضاً كيفية الاستدلال على المشكلة البحثية وصولاً إلى مشكلة الدراسة وأهمية موضوع الدراسة وأهدافها، والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، كما يستعرض الباحث المنهج العلمي المستخدم في الدراسة، ومجتمعها وعينة الدراسة متضمنة عينة الدراسة الميدانية المتمثلة في القائم بالاتصال وعينة الدراسة التحليلية المتمثلة في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية وكذلك يستعرض الباحث في هذا الفصل أساليب جمع البيانات واختبارات الصدق والثبات وصولاً إلى الإجراءات الإحصائية المتبعة في استخلاص وتفسير النتائج.

## أولاً: الاستدلال على مشكلة الدراسة:

عايش الشعب الفلسطيني العديد من الأزمات التي أثرت على مجريات الحياة العامة في المجتمع الفلسطيني وفي ظل الانقسام الداخلي لفت نظر الباحث ومن خلال عمله الصحفي ان المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية باتت عاملاً مؤثراً في الساحة الفلسطينية وتحديداً في ظل التجاذبات السياسية بين الأحزاب الفلسطينية، فحاول الباحث أن يرى مدى تأثير الصحفيين في تعزيز قضايا المواطنة والعمل على غرس القيم الوطنية بعيداً عن الفئوية والحزبية، كما أن العدوان الإسرائيلي المستمر على أبناء الشعب الفلسطيني والحصار المفروض على قطاع غزة وعمليات التهويد المستمرة للقدس، جعلت من الباحث أن يتطلع لقضايا المواطنة وكيف يعمل القائمون بالاتصال في تعزيزها بالشكل الذي يخدم الأهداف الوطنية.

ومن خلال البحث والتعمق في الدراسات السابقة التي تناولت قضايا المواطنة رأى الباحث أن الدراسات أهملت دور القائم بالاتصال وتأثيره القوي في عملية بناء أجندة هذه القضايا، لذلك قام الباحث بدراسة استطلاعية على عدد من القائمين بالاتصال ساعدته على الوصول لمشكلة الدراسة وحاجة المجتمع الفلسطيني لتعزيز القيم الوطنية الصحيحة، في ظل الضغوطات الكبيرة التي ساعدت في اهتزاز قيم المواطنة في بعض الأحيان وقوتها في أحيان أخرى، ومن هذه الضغوط العدوان الإسرائيلي المستمر على أبناء الشعب الفلسطيني وحالة الانقسام السياسي.

## ثانياً: مشكلة الدراسة:

تعد المواطنة قيمة من القيم التي كانت ولا تزال موضع اهتمام لدى الشعب الفلسطيني في ظل التطورات السياسية والاجتماعية المتلاحقة، لما يلاحظ من نقص في معارف النشء والشباب حول قيم المواطنة في ظل سياسات التغريب والتأثيرات الفكرية المتعددة الوافدة، فقد فرض الوضع السياسي والاقتصادي والاجتماعي الراهن في فلسطين، الاهتمام بالمواطنة، وخاصة بعد الانقسام الفلسطيني الذي أدى إلى إحياء قيم الفردية والسلبية، والانتماء للحزب على حساب الانتماء والولاء للوطن، وأثر ذلك على الإعلام الفلسطيني بشكل عام، وعلى المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية بشكل خاص، حيث شهدت الساحة الفلسطينية حالة اشتباك في الخطاب السياسي والإعلامي بسبب التجاذبات السياسية، وسيطرة الخطاب الحزبي على بعض وسائل الإعلام الالكتروني، ومن تجلياتها شيوع الفوضى الإعلامية التحريضية، وما يترتب على ذلك من تقديم المصلحة الحزبية على مصلحة المجتمع، وأدى بالتالي إلى اهتزاز قيم المواطنة والانتصار لصالح الانتماءات الحزبية والفصائلية، الأمر الذي يدعو إلى أهمية التحقق من مدى اهتمام المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية والقائمين بالاتصال في هذه المواقع، ومدى تأثيرهم في تعزيز قيم المواطنة سلباً أو إيجاباً في ظل السياسة

الإعلامية الفلسطينية السائدة، والتحقق من أهمية قيم المواطنة في ترتيب أولويات أجندة الأخبار في هذه المواقع، وكذلك في التعرف على أولوية قضايا المواطنة لدى القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، بغرض الوصول إلى تصوّر مقترح لإعلاء قيم المواطنة في المجتمع الفلسطيني.

### ثالثاً: أهمية الدراسة:

تعدّ الممارسة الإخبارية للقائم بالاتصال من أهم القضايا التي يجب أن يوليها الباحثون اهتماماً كبيراً في الدراسات الصحفية المعاصرة، ويجمع أغلب أساتذة الاتصال على اعتبار الوظيفة الإخبارية أهم الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام، وهي وظيفة تستوجب في ظل ثورة وتكنولوجيا المعلومات الممارسة الواعية للقائم بالاتصال<sup>(1)</sup>.

تأتي أهمية هذه الدراسة "دور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيب أولويات قضايا المواطنة في فلسطين" من الآتي:

#### أ- الأهمية العلمية:

- 1- حاجة المكتبة الفلسطينية لمثل هذه الدراسات لإثرائها بالبحث العلمي.
- 2- نوعية الدراسة وحدائتها في دراسة الظواهر الإعلامية والسياسية للقائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية.
- 3- تقوية وتقوية الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، في وقت أصبح فيه الإعلام الإلكتروني من أهم مصادر المعلومات للجمهور.

#### ب- الأهمية العملية:

- 1- تناول الدراسة لقضية المواطنة كقضية مركزية ومحورية بالنسبة للشعب الفلسطيني.
- 2- أهمية دراسة دور المواقع الإلكترونية الإخبارية، لما تمثله من وسيلة فعالة في تزويد الجمهور بالمعلومات حول قضايا المواطنة.
- 3- تمثل الدراسة مؤشراً للقائمين بالاتصال لمعرفة مضمون المواقع وكيفية بناء أجندة المواقع الإخبارية، ووضع ذلك في اعتباراتهم أثناء التخطيط الإعلامي.

---

(1) عبد الله محمد زلط (2007): القائم بالاتصال في الصحافة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، جامعة بنها، مصر، ص29.

## رابعاً: أهداف الدراسة:

- 1- إبراز الدور الذي يقوم به القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيب القضايا الفلسطينية كأولوية من أولوياته.
- 2- التعرف على أكثر المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية تناولاً لقضية المواطنة.
- 3- الكشف عن الدور الذي يقوم به القائم بالاتصال في ترتيب أولويات قضايا المواطنة في فلسطين.
- 4- تحديد دور المواقع الإخبارية الالكترونية في تعزيز قيم المواطنة.
- 5- إلقاء الضوء على كيفية المعالجة لقضية المواطنة في المواقع الإخبارية الالكترونية الفلسطينية.
- 6- رصد العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال في ترتيب القضايا كمادة إعلامية.
- 7- الكشف عن مدى وجود إستراتيجية إعلامية موحدة بين المواقع الإخبارية الفلسطينية في تناول قضية المواطنة.
- 8- تقديم مجموعة من التوصيات لتفعيل دور القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية في بناء أجندة قضايا المواطنة.

## خامساً: الدراسات السابقة:

### أ- دراسات متعلقة بالقائم بالاتصال:

- 1- دراسة عهد أبو دراز (2013): الرضا الوظيفي للعاملين بمجال الصحافة الالكترونية في فلسطين<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة لمعرفة مدى الرضا الوظيفي للعاملين في الصحافة الالكترونية والعوامل التي تؤثر على أدائهم المهني، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية حيث استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي لعينة من القائمين بالاتصال في الصحافة الالكترونية قوامها (198) يعملون في (16) موقعاً إخبارياً، واستخدم الباحث صحيفة الاستقصاء من أجل جمع البيانات من العاملين في الصحافة الالكترونية.

### أهم نتائج الدراسة:

- 1- رضا العاملين في الصحافة الالكترونية الفلسطينية عن أدائهم المهني وكذلك على المكانة الوظيفية والرواتب المستحقة.

---

(1) عهد أبو دراز (2013): الرضا الوظيفي للعاملين بمجال الصحافة الالكترونية في فلسطين، دراسة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، القاهرة، مصر.

- 2- هناك فروق دالة إحصائية بين المتخصصين في الإعلام والغير متخصصين فيما يتعلق بالرضا الوظيفي ومكان العمل داخل الموقع الإخباري.
- 3- تتيح المواقع الإخبارية للقائم بالاتصال فرصة استخدام التقنيات الحديثة من أجل الارتقاء بمستوى المهنة.
- 4- يوجد تعاون كبير بين العاملين داخل المؤسسة الصحفية مما يؤدي إلى تكامل العمل وخروجه بطريقة جيدة.
- 5- لا توجد علاوة غلاء معيشة تتلاءم بشكل كاف مع غلاء الأسعار والظروف الاقتصادية الصعبة.
- 6- عدم وجود حوافر في العمل للمتميزين في عملهم ولا يوجد مبدأ التشجيع المعنوي والمادي.
- 7- عدم وجود ضمان اجتماعي بعد ترك العمل في الموقع حيث لا توجد آليات تقاعد ودفع مستحقات العاملين في الصحافة الالكترونية.

## 2- دراسة رومينيا سوروجيا (2013) (Romina Surugiu)<sup>(1)</sup>:

### **Labor Conditions of Young Journalists in Romania: a Qualitative Research.**

هدفت الدراسة للتعرف على ظروف عمل الصحفيين الرومانيين في المؤسسات الإعلامية، في ظل ملكية وسائل الإعلام والتقاليد التنظيمية والمعايير الصحفية السائدة، كما تهدف الدراسة لمعرفة تأثير الانترنت على العمل الصحفي ومدى الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المقابلات المباشرة مع القائمين بالاتصال والذي بلغ عددهم (30) قائما بالاتصال في الصحف الوطنية والإذاعة والتلفزيون. **أهم نتائج الدراسة:**

- 1- تؤثر ملكية المؤسسات الإعلامية على الأداء الصحفي للقائمين بالاتصال.
- 2- أكثر من نصف الصحفيين حصلوا على دورات تدريبية من أجل تطوير مهاراتهم، كما أن كل الصحفيين قد أنهوا دراستهم الجامعية الأولى البكالوريوس، ومنهم من التحق بالماجستير.
- 3- يمضي الصحفيون ساعات طويلة في العمل الإداري في المؤسسة الإعلامية كما يتم تحديث الموقع الإخباري بشكل مستمر ويتم التواصل مع إدارة المؤسسة عبر الإيميل.
- 4- إن الوضع الاقتصادي الذي يمرون به يجبرهم على تحمل أعباء العمل لساعات طويلة مع عدم رضاهم للأجور.

(1) Romina Surugiu (2013): Labor conditions of young journalists in Romania: A qualitative research Procedia, Social and behavioral sciences 81, pp.157-161.

- 5- عدم التزام مالكي المؤسسات الإعلامية بالتعاقد مع الصحفيين حيث تشير نتائج الدراسة بأن الصحفيين يعملون ساعات أطول من المنصوص عليها بالعقد وكذلك الأجور.
- 6- حصل عدد (6) صحفيين من أصل (30) على عقد وظيفة دائم، أي ما نسبته (30%) فقط من الذين يحصلون على حقوقهم المشروعة.
- 7- يرى الصحفيون أن العائدات المالية من وراء عملهم لا كفي لسد احتياجاتهم المعيشية، ولا يقوم مالكي المؤسسات الإعلامية بإعطائهم الحقوق المالية نظير عملهم بشكل عادل.
- 8- يعمل عدد من الصحفيين ما بين (6) إلى (12) شهراً غير مدفوعة الأجر تحت مسمى التدريب.
- 9- غالبية الصحفيين غير منتمين إلى نقابات مهنية، كما أن (27%) من الصحفيين رفضوا بشكل قاطع الانضمام لأي منظمة مهنية بسبب اعتقادهم بعدم قدرة هذه المنظمات من الحفاظ على حقوقهم.
- 10- يرى الصحفيون أن السياسة التحريرية للمؤسسات الصحفية تؤثر بشكل كبير على الأداء المهني.

### 3-دراسة وسام الحنبلي (2011): العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع المصرية<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة إلى التعرف على سمات القائمين بالاتصال داخل المواقع الالكترونية المصرية عينة الدراسة وسمات بيئة العمل وتقويم القائمين بالاتصال والتعرف على المؤثرين في توجيه السياسة التحريرية في المواقع الالكترونية المصرية وعلاقة المواقع بالوسط الإعلامي والمجتمعي بمصر.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي استخدمت فيها الباحثة منهج المسح الإعلامي وصحيفة الاستقصاء والمقابلة المقننة لجمع المعلومات واختارت عينة عمديه من المواقع الالكترونية قوامها (6) مواقع، متمثلة في موقع بوابة الأهرام موقع إخوان أون لاين، موقع محيط.كوم، وموقع مصرأوي.كوم، موقع المصريين، وموقع أون إسلام.نت.

#### أهم نتائج الدراسة:

- 1- أكدت عينة الدراسة من المحررين أن مسؤولي التحرير لهم النسبة الأكبر في توجيه دفة السياسة التحريرية في كل مواقع العينة ما عدا موقع إخوان أون لاين، حيث أشار محررو الموقع إلى الدور الأكبر الذي يلعبه الممولون (جماعة الإخوان المسلمين) في صنع السياسية التحريرية.

---

(1) وسام كمال الحنبلي (2011): العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع المصرية، دراسة ماجستير غير منشوره، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.

2- أكدت نتائج الدراسة بأن نسبة من تدربوا على الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية مصراوي (22%)، الأهرام (16.7%)، المصريون (15.4%)، أون إسلام (10.5%)، إخوان أون لاين (5%).

3- يعتمد المحررون في المواقع الالكترونية المصرية على خبراتهم السابقة في هذا المجال، وأكد نسبة (96%) من محرري موقع الأهرام أنهم عملوا سابقاً في هذا المجال.

4- يؤكد (80%) من المحررين في المواقع الالكترونية عينة الدراسة أنهم يودون الاستمرار في العمل، وأن كثرة ساعات العمل ويطء خدمات الانترنت في مصر من أكثر الضغوط التي تواجههم.

5- يحرص (50%) من القائمين بالاتصال في المواقع الالكترونية عينة الدراسة على التدريب وتنمية مهاراتهم ومعارفهم.

6- يستخدم (90%) من القائمين بالاتصال شبكة الفيس بوك، ويملكون حسابات شخصية لهم، ونسبة (44%) فقط يستخدمون تويتر، و(97%) يستخدمون موقع يوتيوب، ولكن فقط (41%) لديهم حسابات شخصية.

7- أكدت الدراسة بأن نسبة (22.5%) من القائمين بالاتصال يطالبون بالتدريب المتخصص والدائم لهم وأن نسبة (21.5%) يطالبون بتنظيم العمل المهني للعاملين والتميز بين الهواة والمحترفين.

4- دراسة هيرمانس، فيرجير (2009) Liesbeth Hermans & Maurice Vergeer<sup>(1)</sup>:

**Internet in the daily life of journalists: Explaining the use of the internet by work-related characteristics and professional opinions.**

هدفت الدراسة لمعرفة مدى استخدام القائمين بالاتصال لتطبيقات الانترنت في عملهم الصحفي، ومدى اعتماد القائمين بالاتصال على المواقع الإخبارية كمصادر للمادة الإعلامية، وما حرص القائم بالاتصال على مصداقية الأخبار، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي اعتمدت على منهج المسح لعينة من القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام.  
أهم نتائج الدراسة:

1- إن جميع الصحفيين يستخدمون الانترنت بشكل يومي.

2- ينظر الصحفيين على أن الانترنت له فوائد كبيرة في العمل الصحفي من حيث إيجاد مصادر جديدة.

3- انخفاض مستوى استخدام الصحفيين لبعض خواص الانترنت لأغراض مهنية مثل المنتديات والدرشة والرسائل الفورية.

---

(1) Liesbeth Hermans & Maurice Vergeer (2009): Internet in the daily life of journalists: Explaining the use of the internet by work-related characteristics and professional opinions. Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.15, pp.138-157



4- يعتبر الانترنت أحد عوامل تحسين الأداء المهني لدى الصحفيين، ويعمل الصحفيون على الاستفادة من إمكانيات الانترنت في إنتاج رسائلهم الإعلامية.

5- تشير نتائج الدراسة على وجود علاقة سلبية بين استخدام الانترنت وبين مصداقية المعلومات الواردة في المواقع الإخبارية، لذلك يعمل القائم بالاتصال للتأكد من مصادر الأخبار.

6- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الانترنت وبين التدريب الإعلامي والتخصص والمستوى التعليمي، فيما يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الانترنت وبين الفئة العمرية، حيث تبين أن أصحاب فئة العمر أكثر من (60) عاماً أقل استخداماً للانترنت من الفئة العمرية (20-30).

7- تشير النتائج أن مديري المواقع الإخبارية أقل استخداماً لتطبيقات الانترنت من المحررين والمراسلين والعاملين في المواقع.

8- يرى القائمون بالاتصال أن الانترنت ساعد في تحسين أدائهم الوظيفي وتطوير الكفاءة، وتوفير الوقت والجهد، والسرعة في طرح القضايا والموضوعات.

9- يرى القائمون بالاتصال أن لصحافة الانترنت تأثيراً على القيم والمعايير المهنية في العمل الصحفي.

5- دراسة حسين أبو شنب (2000): دور القائم بالاتصال في مؤسسات الإعلام الفلسطيني في مواجهة متغيرات الألفية الثالثة<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة إلى التعرف على ماهية القائم بالاتصال وإعداده وتدريبه ومستواه التعليمي، وخبرته الإعلامية، وإمكاناته العلمية والفنية، والتعرف على مدى الرضا الوظيفي، والعلاقة بين العاملين، وإدارة المؤسسات الإعلامية، والسياسة العامة، والعلاقة بين مصادر الأخبار والمعلومات، والاستفادة من التقنيات، والصعوبات التي تواجه القائمين بالاتصال، حيث استخدم الباحث المنهج الاستكشافي الوصفي الذي تغلب عليه الصيغة التطبيقية الميدانية وفقاً لأداة الاستقصاء التي اعتمد عليها لجمع البيانات والمعلومات، وذلك من خلال منهج المسح لعينة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية قوامها (165) مفردة.

---

(1) حسين عبد الحميد أبو شنب (2000): دور القائم بالاتصال في مؤسسات الإعلام الفلسطيني في مواجهة متغيرات الألفية الثالثة، مجلة البحوث والدراسات العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، العدد (33)، القاهرة، مصر، ص 201-233.

## أهم نتائج الدراسة:

- 1- كشفت الدراسة أن نسبة (61%) من القائمين بالاتصال التحقوا بدورات التدريب والتأهيل.
- 2- كشفت الدراسة عن تدني المستوى الوظيفي بين القائمين بالاتصال بنسبة (54%).
- 3- كشفت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال ونوع المواطنة (مقيم، عائد).
- 4- يرى القائمون بالاتصال أن النظام الإعلامي تابع للنظام السياسي بنسبة (48.8%)، وبنسبة (6.6%) في علاقة الإشراف فقط، وبنسبة (3.3%) في علاقة التمويل، حيث يتضح من النتائج السابقة رغبتهم في ضرورة التنسيق والمشاركة بين النظام الإعلامي والسياسي والإشراف الكامل.
- 5- كشفت الدراسة عن رغبة القائمين بالاتصال في استخدام التقنيات الحديثة لتطوير الإنتاج في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية في كل مراحل الإنتاج.
- 6- أفاد المبحوثون من القائمين بالاتصال بأن الاعتماد في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية في الحصول على المعلومات يأتي من وكالة الأنباء الفلسطينية "وفا" بشكل أساسي وبنسبة (52%)، ومن الوكالات العالمية بنسبة (16%).

## ب- دراسات متعلقة بالمواقع الإلكترونية:

- 6- دراسة رويدا أحمد (2015): خطاب المواطنة في المواقع الإلكترونية الإخبارية وانعكاساتها على ممارسة الشباب الجامعي<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة لمعرفة كيفية تناول المواقع الإلكترونية للأخبار المتعلقة بالمواطنة، واتجاهات الشباب نحو خطاب المواطنة وتصورات الشباب الجامعي نحو تحقيق المواطنة النشطة، وتصورات الشباب الجامعي نحو تحقيق المواطنة النشطة في ضوء الواجبات والمسئوليات. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي استخدمت منهج التحليل المقارن للمقارنة بين المواقع الإخبارية.

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات من عند الطلاب، بالإضافة إلى المقابلات المتعمقة لعدد (12) مفردة من المبحوثين بكليتي الآداب والهندسة.

---

(1) دراسة رويدا أحمد (2015): خطاب المواطنة في المواقع الإلكترونية الإخبارية وانعكاساتها على ممارسة الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، كلية البنات، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.

## أهم نتائج الدراسة:

- 1- طرأت العديد من التحولات على مفهوم المواطنة، حيث لم يعد يقتصر المفهوم على المواطنة باعتبارها مجموعة من الحقوق والواجبات السياسية والقانونية، لكنه تخطى ذلك ليشمل الحقوق الثقافية والاقتصادية والاجتماعية.
- 2- لم تهتم المواقع الأبعاد الثقافية والتنموية والاقتصادية وهو ما يعد إغفالاً لأبعاد لا تقل أهمية عن العبد السياسي والقانوني للمواطنة.
- 3- ارتفاع معدل معرفة الطلاب بالحقوق الاجتماعية للمواطنة.
- 4- هناك ارتباط بين تصورات الشباب من طلبة الجامعات وبين ما يشهده المجتمع المصري من عدة سياسات تشكل دوراً هاماً في إيجاد حالة من الحراك السياسي بين المهتمين بالشأن العام.
- 5- ضعف مشاركة الشباب في الأنشطة والفعاليات السياسية والوطنية، بالإضافة إلى العزوف عن الاشتراك في اتحادات الطلبة بالجامعة.

## 7- دراسة ماريان بيتكو (2014) (Marian Petcu)<sup>(1)</sup>:

### Mass media and the internet challenges- Romanian experience.

هدفت الدراسة لمعرفة تأثير انتشار الانترنت على وسائل الإعلام الأخرى بعد الأزمة الاقتصادية عام 2008، كما تهدف لمعرفة مدى استخدام المواطنين للانترنت كأحد مصادر المعلومات، وتعد هذه الدراسة من الدراسات التحليلية المقارنة التي تستخدم الإحصائيات الرسمية ومقارنتها مع بعضها لمعرفة تطور تأثير الانترنت ومدى استفادة المؤسسات الإعلامية من الإمكانيات المتاحة للانترنت.

## أهم نتائج الدراسة:

- 1- أن نسبة (53%) من المواطنين في رومانيا لديهم اشتراك في الانترنت في العام (2012)، بعد أن كانت النسبة (0.06%) في العام (2003).
- 2- بلغ عدد الشركات التي تزود المواطنين بخدمة الانترنت (896) شركة في العام (2012)، كما أن النتائج تشير إلى دمج بعض الشركات ببعضها من أجل المنافسة.
- 3- تعاني الصحف الالكترونية من تدني انتشار الإعلانات عبر الصحف الالكترونية، مما يسبب في ضائقة مالية للصحف.

---

(1) Marian Petcu (2014): Mass media and the internet, challenges- Romanian experience Procedia, Social and behavioral sciences 163 (2014) 7 – 11.

4- أثرت انتشار الصحف الالكترونية التي بلغت (2,780) في العام (2012) إلى تخفيض عدد الصحف اليومية المطبوعة من (80) في عام (2007) إلى (51) في عام (2010) إلى (53) في العام (2012).

5- تؤكد النتائج أن (67%) من مجموع السكان في رومانيا يستخدمون الانترنت، (25%) منهم تتراوح أعمارهم بين (14-24) عاماً، كذلك فقط (4%) من الذين تتراوح أعمارهم بين (4-24) عاماً لا يستخدمون الانترنت.

6- تؤكد نتائج الدراسة أن (73%) من أفراد العينة يستخدمون الانترنت بشكل يومي، (30%) يقضون أكثر من (6) ساعات يومياً، كما أن (31%) يستخدمون الانترنت من خلال الهواتف الذكية.

7- تؤكد النتائج أن (37%) من المستطلعة آرائهم يتابعون الأخبار عبر المواقع الإخبارية مرة على الأقل أسبوعياً.

8- صحافة الانترنت احتلت مكانة جيدة بين وسائل الإعلام بسبب مرونتها وتعامل الجمهور معها، كما أنها تتجاوز الحدود الجغرافية.

9- انتشار الانترنت أدى إلى انخفاض سلطة القائم بالاتصال في الصحافة بسبب تدفق المعلومات بشكل سريع وعدم قدرة الصحفي في التحكم بمصادر الأخبار.

10- تؤكد نتائج الدراسة على انتشار صحافة المواطن حيث أصبح المواطن صانعاً للمادة الإعلامية، وأصبح من الصعب وضع معايير أخلاقية تحدد طبيعة العمل الإعلامي الالكتروني.

**8-دراسة يحي المدهون (2012): دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظات غزة<sup>(1)</sup>.**

هدفت الدراسة لمعرفة دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة، ومدى متابعة الطلبة للمواقع الإخبارية، تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج الوصفي للتعرف على دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظات قطاع غزة، وفي إطاره استخدم أسلوب المسح لمسح عينة من المجتمع الأصلي لطلاب الجامعات في قطاع غزة، والتي تم اختيارها بشكل عشوائي، حيث طبقت أداة الاستبيان على عينة الدراسة.

---

(1) يحي إبراهيم المدهون (2012): دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظات غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة الأزهر - غزة، فلسطين.

## أهم نتائج الدراسة:

- 1- أثبتت نتائج الدراسة أن (71.8%) من المبحوثين يرون أن الصحافة الالكترونية الفلسطينية لها دور في تدعيم قيم الانتماء الوطني، و(64.2%) في المشاركة المجتمعية، و(61%) في تدعيم قيم الديمقراطية.
- 2- أكدت نتائج الدراسة أن دور الصحافة في تدعيم المشاركة المجتمعية تدفع المواطن في اتجاه التفاعل المجتمعي مع محيطه المحلي في أعلى مراتب هذا المجال بنسبة (69.1%)، وتسهم في تحقيق التقارب والتفاهم بين أفراد المجتمع بنسبة (61.4%).
- 3- أكدت نتائج الدراسة على دور الصحافة الالكترونية في تدعيم قيم الديمقراطية، حيث أكد (69.4%) على أنها تزيد من قدرة الفرد في التعبير عن رأيه، و(64.6%) تسهم في إيجاد مواطن مبدع يعبر عن طموحاته، و(61.3%) تشجع التحرك المدني لمواجهة الفتن وتعزيز الوحدة، و(58%) تحث على تعزيز مبدأ الانتقال السلمي للسلطة.
- 4- أكدت الدراسة أن دور الصحافة الالكترونية في تدعيم قيم الانتماء الوطني تتلخص في: (79.2%) تشيد بتضحيات ونضالات شعبنا وصموده، (77.1%) تنمي الشعور بالعرز والفخر بالوطن والدفاع عنه، (76%) تنمي مشاعر الوفاء تجاه الثوابت الوطنية والمقدسات، (74%) تؤكد على تعزيز صمود المواطن في مواجهة سياسات المحتل، (71%) تسهم في إيجاد مواطن يفخر بذاته وتاريخه وثقافته، (71.8%) تحفز الأجيال على الفداء والتضحية من أجل الوطن، و(59.6%) تحث على تقديم مصلحة الوطن على المصالح الحزبية.
- 5- أثبتت الدراسة أن للصحافة الالكترونية دور كبير في تدعيم قيم المواطنة بنسبة (65.5%)، ولها دور كبير في تنمية مشاعر الوفاء اتجاه الثوابت الوطنية والمقدسات.
- 6- بيّنت الدراسة دور الصحافة الالكترونية في الإشادة بتضحيات ونضالات الشعب الفلسطيني، وتقديم مصلحة الوطن على المصالح الحزبية.
- 7- احتلت وكالة معاً الإخبارية المرتبة الأولى في متابعة عينة الدراسة لها، تلتها في المرتبة الثانية المواقع الحزبية، فلسطين برس، وفلسطين الآن، وفلسطين اليوم.

## 9-دراسة إِيَاد القرا (2010): بعنوان: دور المواقع الإلكترونية الفلسطينية في نشر ثقافة حقوق الإنسان<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة إلى بيان دور المواقع الإلكترونية الفلسطينية في نشر ثقافة حقوق الإنسان، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن، وتكونت عينة الدراسة من المواقع الإخبارية الإلكترونية، واستخدمت استمارة تحليل مضمون كأداة للدراسة لتحليل قضايا حقوق الإنسان في المواقع الإلكترونية الفلسطينية، والكشف عن أبعاد هذه الصورة وطبيعتها واختلافها من موقع إلى آخر.

### أهم نتائج الدراسة:

1- أن الحقوق المدنية والسياسية كانت الأكثر اهتماماً في معالجة المواقع الإخبارية لقضايا حقوق الإنسان.

2- أن نسبة (37.3%) من عينة الدراسة تطالع المواقع الحقوقية الإلكترونية وهي نسبة تعتبر جيدة باعتبار أنها مواقع الكترونية خاصة تتناسب مع درجة الثقافة الحقوقية والاهتمام لدى الجمهور.

3- أن نسبة (25.3%) من عينة الدراسة لا يطالع المواقع الحقوقية، يرجع إلى أن المواقع الحقوقية الإلكترونية مملة وغير جذابة.

4- لم تستفد المواقع الحقوقية من الخدمات التفاعلية التي يقدمها الإنترنت للمواقع الإلكترونية باستثناء خدمات بسيطة لا ترتقي لدرجة التفاعلية مثل الإرسال لصديق.

## 10-دراسة عبد الخالق زقزوق (2010): دور الصحافة الإلكترونية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات عن انتخابات مجلس الشورى<sup>(2)</sup>.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به الصحافة الإلكترونية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات عن انتخابات مجلس الشورى (2010)، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج الوصفي، وفي إطاره استخدم أسلوب المسح بالعينة من الشباب الجامعي يقسم الإعلام التربوي لكلية التربية النوعية- جامعة المنوفية، حيث تم اختيار عينة غير احتمالية قوامها (50) مفردة بالتساوي بين الذكور والإناث، حيث استخدمت أداة الاستبيان لقياس مدى التعرض للصحف الإلكترونية ودرجة الإدراك بالانتخابات لمجلس الشورى.

---

(1) إِيَاد القرا (2010): بعنوان: دور المواقع الإلكترونية الفلسطينية في نشر ثقافة حقوق الإنسان، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، مصر.

(2) عبد الخالق إبراهيم زقزوق (2010): دور الصحافة الإلكترونية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات عن انتخابات مجلس الشورى 2010م، الجمعية العربية لتكنولوجيا المعلومات، مصر، ص 47-62.

## أهم نتائج الدراسة:

- 1- أكدت الدراسة أن دوافع قراءة انتخابات مجلس الشورى (2010) تمثلت لدى الشباب الجامعي حتى يكونوا مواطنين فعالين بنسبة (15.6%)، والمشاركة في الرأي (43.5%).
- 2- كشفت الدراسة أن (40%) من العينة يتعرضون للصحف الالكترونية بشكل دائم (30%) بشكل غير منظم.
- 3- اهتمت عينة الدراسة بمتابعة المضامين الفنية والسياسية بنسبة تراوحت بين (17.95%) و(17.43%)، ثم تلتها المضامين الاقتصادية والاجتماعية وأخبار بنسب مختلفة.
- 4- ارتبطت دوافع التعرض للصحف الالكترونية بالدوافع النفعية للحصول على المعلومات.
- 5- احتلت الصحف الورقية المرتبة الأولى، وتلتها الصحف الالكترونية بنسبة وصلت إلى (24%).
- 6- بلغت درجة الاعتماد على الصحف الالكترونية (22%).
- 7- كان الهدف من متابعة الصحف الالكترونية لأنها قليلة التكلفة.

## 11- دراسة رابيا بولات ولويرنس براتشت (2010) (Rabia Karakaya Polat and Lawrence Pratchett<sup>(1)</sup>):

### **Citizenship in the age of the internet: A comparative analysis of Britain and Turkey.**

هدفت الدراسة لمعرفة تأثير شبكة المعلومات (الانترنت) على المواطنة، وإجراء مقارنة على تأثيرها في كل من تركيا والمملكة المتحدة، وقد تم اختيار هذين البلدين نظراً لوجود قواسم مشتركة فيما يتعلق بميراث الإمبراطورية، ووجود الأقليات العرقية والثقافية، وهدفت أيضاً للوصول إلى العوامل التي تؤثر على المواطنة باستخدام تكنولوجيا المعلومات، واتبعت الدراسة الأسلوب التحليلي الذي ارتكز على الخلفية التاريخية للمواطنة.

## أهم نتائج الدراسة:

- 1- كان للانترنت الأثر الكبير في وصول المعلومات من وإلى أفراد الشعب، والتواصل فيما بينهم، والتأثير في طبيعة الحكم على المستوى الوطني والعالمي في كلا البلدين.

---

(1) Rabia Karakaya Polat; Lawrence Pratchett (2010): Citizenship in the age of the internet: A Comparative analysis of Britain and Turkey, Political studies association, Edinburgh.

- 2- كانت نسبة وصول المواطنين للانترنت في بريطانيا أعلى من تركيا، حيث وصل في بريطانيا إلى نسبة (70%)، بينما كانت النسبة في تركيا (30%) فقط.
- 3- أظهرت الدراسة على وجوب تقييم الطبيعة المتغيرة للعلاقة بين المواطن والدولة في تركيا، من حيث منح حقوق للأقليات والهوية العرقية.
- 4- إن ممارسة المواطنة في تركيا وبريطانيا بأوجهها المختلفة (الحقوق، المسئوليات، الهوية، قيم المواطنة، المشاركة الفاعلة) هي نتاج إرث تاريخي وتقاليد وطنية.
- 5- كان للانترنت المساهمة الفاعلة والمؤثرة في المساعدة على نشر تعاليم المواطنة وممارستها.
- 6- اهتمت الحكومات في بريطانيا بالديمقراطية الالكترونية من خلال مبادرة الحكومة الالكترونية، ولكن لم يكن اهتمام كافٍ في تركيا بهذا المجال، رغم أن البلديات فيها تمارسها بشكل جيد.
- 12- دراسة خالد معالي (2008): أثر الصحافة الالكترونية على التنمية السياسية في فلسطين<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة إلى معرفة المجالات التي يمكن للصحافة الإلكترونية الفلسطينية أن تؤثر فيها فيما يتعلق بالتنشئة السياسية وتشكيل الرأي العام، واستكشاف مدى مواكبة الصحافة الإلكترونية الفلسطينية للصحافة الإلكترونية العالمية، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت استمارة الاستقصاء كأداة بحثية، وذلك بالتطبيق على طلبة الجامعات.

#### وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1- انتشار الصحافة الإلكترونية الفلسطينية أدى إلى رفع هامش الحريات في المجتمع الفلسطيني، وساهم في نقد ومراقبة السلطة السياسية، وهو أمر سخر خطى عملية التنمية السياسية.
- 2- لعبت الصحافة الإلكترونية الفلسطينية دوراً كبيراً في عملية التنشئة السياسية لكلا الحركتين فتح وحماس، ولعبت دوراً سلبياً في عملية الاستقطاب السياسي الحاد بعد إجراء الانتخابات التشريعية عام 2005م.
- 3- تراجعت الحريات الصحفية الإلكترونية بفعل الصراع الداخلي الفلسطيني.
- 4- اعتمدت المواقع الإخبارية الفلسطينية على تغطية العدوان الإسرائيلي على الفلسطينيين بشكل كبير واستخدمت الصور الحية من مواقع الأحداث.

---

(1) خالد معالي (2008): أثر الصحافة الالكترونية على التنمية السياسية في فلسطين رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة الأزهر-غزة، فلسطين.



5- أتاحت الصحافة الالكترونية الفلسطينية بعداً كبيراً في التعمق بالأحداث السياسية، وعرضت مختلف الآراء للأحزاب والقوى السياسية الفلسطينية.

6- شكلت الصحافة الالكترونية مصدراً هاماً للنخب السياسية الفلسطينية كمصدر مهم للأخبار المتعلقة بالأحداث السياسية الفلسطينية.

13- دراسة أمين أبو وردة (2008): أثر المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي<sup>(1)</sup>.

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على الأثر الذي تتركه المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية على طلبة جامعة النجاح الوطنية بنابلس كنموذج لطلبة الجامعات الفلسطينية، حيث هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين المواقع الالكترونية الإخبارية والتوجهات والانتماءات السياسية لدى الطلبة.

وتأتي هذه الدراسة في إطار المناهج الوصفية التحليلية، ولتحقيق ذلك استخدمت أداة الاستبانة على عينة عشوائية قوامها (401) طالب من طلبة جامعة النجاح.

أهم نتائج الدراسة:

1- تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن أكثر الأسباب التي تدفع الطالب لمتابعة المواقع الالكترونية هو اهتمامه بالقضية الفلسطينية، ثم انتفاضة الأقصى، ثم سهولة الوصول إليها، وأخيراً أنها تهتم بالرأي والرأي الآخر.

2- أظهرت نتائج الاستبانة أن الانتماء الحزبي للمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية هو السبب في انحيازها لطرف دون آخر بنسبة (83.5%).

3- أكد (77%) من المبحوثين أن هناك علاقة بين الانتماء والميل السياسي ومتابعة المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية.

4- أظهرت نتائج الدراسة أن (76.2%) من المستطلعة آرائهم يرون أن المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية ساهمت في رفع وتيرة التعصب للحزب على حساب الانتماء للوطن.

5- أظهرت النتائج أن (75.6%) من المبحوثين يرون أن الجهات الممولة للمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية تلزم القائمين بالتزام النهج السياسي للإطار أو الفصيل الذي ينتمي إليه.

---

(1) أمين عبد العزيز ذبلان أبو وردة (2008): أثر المواقع الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي - طلبة جامعة النجاح نموذجاً 2000-2007، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

6- أظهرت نتائج الدراسة أن وكالة معاً الإخبارية حصلت على أكبر نسبة متابعة، حيث بلغت (54.6%)، يليها المركز الفلسطيني للإعلام بنسبة (54.1%)، ووكالة الأنباء الفلسطينية "وفا" (40.4%)، ووكالة فلسطين برس للأخبار بنسبة (30.3%).

7- يؤثر الإعلام الإلكتروني الفلسطيني بشكل ملحوظ في التوجهات السياسية لشريحة طلبة جامعة النجاح الوطنية، حيث بلغت نسبة متابعة المواقع الإخبارية (98.2%)، و(50%) يتابعون بشكل تفصيلي لهذه المواقع.

### ج- دراسات متعلقة بالنظريات المستخدمة في الدراسة:

أ. دراسات تتعلق بنظرية بناء الأجندة:

14- دراسة مطر المطيري (2012): معايير بناء أجندة الأخبار في التلفزيون الكويتي وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو القضايا العربية<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة إلى معرفة المعايير المستخدمة في اختيار الأخبار في ضوء القيم الإخبارية للقائم بالاتصال، وكيفية اختياره للمواد الإخبارية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدم فيها الباحث منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، وقد اختار الباحث عينة ميدانية عشوائية من الجمهور الكويتي بلغ قوامها (400) مفردة كما اختار عينة من نشرات الأخبار التلفزيون الكويتي وهي نشرات الثالثة والتاسعة والثانية عشر مساءً في الفترة الزمنية بين 1 أغسطس و15 أغسطس عام 2010، واستخدم الباحث استمارة صحيفة الاستقصاء من أجل جمع المعلومات من الجمهور وأيضاً استمارة تحليل مضمون لتحليل نشرات الأخبار.

### أهم نتائج الدراسة:

1- احتلت القضية الفلسطينية المرتبة الأولى من القضايا العربية المطروحة في نشرات الأخبار، وتلتها العراقية، ثم السودانية.

2- كان اهتمام نشرات الأخبار بالقضايا السياسية في المرتبة الأولى ثم العسكرية، والكوارث، والاقتصادية، والعلمية، والرياضية على الترتيب.

3- إقبال الجمهور على متابعة النشرات الإخبارية بشكل كبير.

---

(1) مطر على المطيري (2012): معايير بناء أجندة الأخبار في التلفزيون الكويتي وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو القضايا العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، مصر.

4- ارتفاع نسبة من يرون أن النشرة الإخبارية متوازنة في عرض وجهات النظر المختلفة، وأن النشرة تحظى بمصداقية عالية بلغت نسبتها (85.5%).

5- يوجد توافق بين المضامين الإخبارية الواردة في النشرات وبين اهتمامات الجمهور عينة الدراسة.

6- بناء النشرة يخضع لتأثيرات السياسة الإعلامية وأيدلوجيا الحكم والمجتمع، وهو بذلك يؤثر على القائم بالاتصال.

7- وجود تأثير لأجندة أخبار التلفزيون على الجمهور المتابع بشكل واضح، مما يحمل صناع النشرة مسؤولية العمل على الإجابة الدائمة والإتقان للنشرة.

#### 15- دراسة عواطف حسن (2010): العوامل المؤثرة في بناء أجندة الصحافة اليمنية<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة لمعرفة الدور الذي يلعبه حارس البوابة داخل الصحف اليمنية في اختيار ومعالجة المضامين الصحفية، وتأثير المصادر الإخبارية على عملية بناء أجندة القضايا في الصحف اليمنية، ومعرفة درجة التأثير المتبادل بين القوى الخارجية والداخلية الفاعلة المؤثرة على وسائل الإعلام، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي، واختار الباحث عينة عمدية من الصحف اليمنية الحكومية والحزبية والأهلية، حيث تم تحليل (50) عدداً، فيما اختار الباحثين بطريقة الحصر الشامل للصحفيين الذي بلغ عددهم (80) مبحوثاً، واستخدم الباحث أداتي صحيفة الاستقصاء لجمع المعلومات من القائمين بالاتصال، واستمارة تحليل المضمون الخاصة بتحليل مضمون الصحف اليمنية عينة الدراسة.

#### أهم نتائج الدراسة:

1- إن المؤسسة الرئاسية أكثر القوى المؤثرة في بناء أجندة القضايا السياسية اليمنية في كافة الصحف عينة الدراسة.

2- الجمهور اليمني يؤثر بشكل كبير على بناء أجندة القضايا الاقتصادية والاجتماعية والأسرية وقضايا العنف في الصحف اليمنية.

3- التزام القائمون بالاتصال في الصحف اليمنية بالسياسة التحريرية للصحف الرسمية، ما يقلل من درجة حرية الصحفي في بناء القضايا وصياغة مضمونها.

---

(1) عواطف حسن (2010): العوامل المؤثرة في بناء أجندة الصحافة اليمنية، دراسة ماجستير غير منشورة، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة، مصر.

4- يختلف بناء أجندة القضايا في الصحف اليمنية باختلاف الانتماءات السياسية للصحف والصحفيين أنفسهم.

5- تعتمد الصحف الرسمية على وكالة سبأ للأخبار كأحد المصادر المهمة، وكذلك تعتمد على المصادر الرسمية والحكومية كمصادر للأخبار في الصحف الرسمية.

6- تراجع دور القائمين بالاتصال في الصحف اليمنية في تقرير ما ينشر بسبب القيود المفروضة عليهم من إدارة الصحف والسياسات المتبعة فيها.

## 16- دراسة ماجدة مراد (2007): العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في الإذاعة المصرية<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة إلى بحث العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في الإذاعة المصرية، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح للتعرف على العوامل المختلفة التي تؤثر على القائم بالاتصال في الأخبار الإذاعية أثناء إسهامه في بناء أجندة القضايا التي تهتم الجمهور، واختارت الباحثة عينة شملت جميع رؤساء تحرير ومحرري الأخبار بمركز الأخبار الإذاعية التابع للإدارة المركزية للأخبار المسموعة بقطاع الإذاعة، وبلغ قوامها (110) مفردة، وهم يمثلون مجموع العاملين في إدارة وإعداد وتحرير نشرات الأخبار لشبكة البرنامج العام، إدارة وإعداد وتحرير نشرات الأخبار لشبكتي صوت العرب والإذاعات الإقليمية، إدارة وإعداد وتحرير نشرات الأخبار لشبكتي الشرق الوسط والشباب والرياضة، واستخدمت الباحثة أداة الاستبيان والمقابلة المتعمقة والملاحظة المباشرة لجمع المعلومات.

### أهم نتائج الدراسة:

1- أكدت نتائج الدراسة أن أهم المصادر التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في بناء أجندة الأخبار الإذاعية هي الوكالات الدولية، ثم وكالة أنباء الشرق الأوسط، الوكالات العربية، ثم المراسلون.

2- أكدت نتائج الدراسة أن مركز التأثير الأول في عملية صناعة الأخبار هو: رئيس الجمهورية يليه مجلس الوزراء، تليه وسائل الإعلام في المرتبة الثالثة، يليها السلطة التشريعية متمثلة في مجلس الشعب والشورى.

3- أكدت عينة الدراسة من القائم بالاتصال أن راتبه لا يناسب مجهوده المقدم، وأن المكافآت المالية لا تتناسب مع الجهد المبذول، وأن هذا العامل من أكثر عوامل عدم رضاه الوظيفي.

---

(1) ماجدة مراد (2007): العوامل المؤثرة في بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في الإذاعة المصرية، المجلة

المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، العدد 28.

4- أكدت نتائج الدراسة بأن أهم عوامل رضاه الوظيفي كان تحمّل المسؤولية، والإبداع في العمل من خلال توظيف المهارات.

5- أوضح القائم بالاتصال أن أهم عناصر الكفاءة المهنية من وجهة نظره تتمثل في: المهارات السياسية اللازمة للمهنة من إتقان اللغة العربية والأجنبية، ومهارات الكمبيوتر، والسمات المهنية من متابعة أحوال الناس في مصر وبالتطوير والتدريب من حيث حضور الندوات والدورات التدريبية والندوات والمؤتمرات.

6- أكدت نتائج الدراسة أن أبرز الإمكانيات المتاحة لدى القائم بالاتصال بالأخبار الإذاعية هي توافر الخدمات الإخبارية لأهم الوكالات مع وجود وسائل اتصال إلكترونية.

7- أكدت الدراسة أن محددات الحرية التي يعمل في إطارها القائم بالاتصال، أولاً: في إطار ما تراه سياسة الدولة مناسباً، ثانياً: في إطار سياسة المؤسسة، ثالثاً: في إطار الرقابة الذاتية، رابعاً: في إطار ما يراه رئيس العمل مناسباً ثم اختيار ممارسة العمل بحرية.

#### 17- دراسة جاكى سميث وآخرون (2001) Smith, Jackie & others (1):

### **From protest to agenda building description bias in media coverage of protest events in Washington.**

هدفت الدراسة للتعرف على الأسلوب الذي يتم به تغطية المظاهرات من قبل وسائل الإعلام، وما هو حجم التغطية ومدى تأثير الجماعات والقوى الاجتماعية في بناء أجندة وسائل الإعلام، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي، وتحليل مضمون وسائل الإعلام، وقد قام سميث وفريقه بتحليل مضمون الأخبار الخاصة بالمظاهرات التي تتم في واشنطن خلال الفترة من عام (1982) إلى عام (1991)، والتي تم نشرها في صحف الواشنطن بوست، والنيويورك تايمز، وما أذيع في شبكات (NBC, CBS, ABC).

#### **أهم نتائج الدراسة:**

1- كانت الصحف أكثر اهتمام بتغطية المظاهرات من الشبكات التلفزيونية، حيث كانت نسبة تغطية الصحف بنسبة (83%)، وكانت نسبة تغطية الشبكات التلفزيونية (17%).

2- عملت وسائل الإعلام على إبراز أحداث العنف في المظاهرات والاعتقالات، وتعمدت إغفال موضوع المظاهرات والأسباب الخاصة بها.

3- تقوم وسائل الإعلام بتهميش أهداف المظاهرات القائمة بشكل عام.

---

(1) Smith, Jackie & others (2001): From protest to agenda building description bias in media coverage of protest events in Washington D.C., Social forces, Vol.79, Issue 4.

## ب. دراسات تتعلق بنظرية حارس البوابة:

18- دراسة مريم بسطا (2014): دور حارس البوابة في تحديد أطر تفاعل القراء مع المواد الخبرية على المواد الخبرية على مواقع الصحف الإلكترونية المصرية<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة إلى رصد اتجاهات موقعي الصحفيين عينة الدراسة في معالجتها لأحداث ثورة يناير المصرية والفترة الانتقالية ورصد سمات تعليقات القراء واتجاهاتها اتجاه أحداث الثورة المصرية، والتعرف على دور حارس البوابة في الصحف الإلكترونية في تشكيل الأطر المعرفية للقراء واتجاهاتهم نحو أحداث ثورة يناير، والتعرف على سمات البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة فيما يتعلق بعملية انتقاء وحذف تعليقات القراء.

وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن. واستخدمت أداة تحليل المضمون والمقابلة المتعمقة وعينة قوامها (17) موقعاً يتيح التعليق على الأخبار، صحيفة الأهرام، اليوم السابع، (15) قائمة بالاتصال بالصحف.

### أهم نتائج الدراسة:

- 1- ظهر تأثير نمط الملكية على أسلوب معالجة وتقديم الأحداث.
- 2- تبني موقعي الأهرام واليوم السابع الاتجاه الإيجابي نحو أحداث ثورتي يناير والفترة الانتقالية في معظم الأخبار محل التحليل.
- 3- فرضت طبيعة الأحداث التي شهدتها فترة التحليل على موقعي الأهرام واليوم السابع التركيز على تقديم شخصيات رموز النظام السابق والمتظاهرين والشخصيات العسكرية في معظم الأخبار التي تناولت أحداث الثورة.
- 4- ساهمت أطر المعالجة الإخبارية بموقعي الأهرام واليوم السابع بدور مؤثر في توجيه وتشكيل أطر إدراك القراء لتلك الأحداث.
- 5- تباين اتجاه تعليقات القراء بموقعي الأهرام واليوم السابع نحو أحداث ثورة يناير بشكل عام مع اتجاهات المعالجة الإخبارية لتلك الأحداث بموقعي الدراسة.

---

(1) دراسة مريم عادل بسطا (2014): دور حارس البوابة في تحديد أطر تفاعل القراء مع المواد الخبرية على المواد الخبرية على مواقع الصحف الإلكترونية المصرية، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.

6- عدم حرص قراء موقعي الأهرام واليوم السابع على التفاعل والتواصل مع بعضهم البعض أو مع محرري الموقع.

7- محدودية استجابة المحررين بالرد على تعليقات الجمهور.

8- اعتاد القارئ بالاتصال على تعليقات الجمهور كمصدر جديد لجمع الأخبار والحصول على أفكار لموضوعات صحيفة جديدة.

9- ارتبط سياسة الموقع في التعامل مع تعليقات القراء بشكل كبير بنمط الملكية للموقع.

10- هناك رقابة إعلامية مشددة على مواقع الصحف الإلكترونية سواء القومية أو الخاصة.

11- اعتبار التعليق على الأخبار وسيلة تمنح الجمهور الفرصة للتعبير عن رأيهم ووجهة نظرهم الشخصية.

19- دراسة ستوارت سوروكا (2012) Stuart N. Soroka<sup>(1)</sup>

### **The Gatekeeping function: Distributions of information in media and the real world.**

هدفت الدراسة لمعرفة قدرة حراس البوابة للتحكم في المادة الإعلامية وكيفية تمثيلها لكافة الموضوعات في العالم الحقيقي، والتعرف على الآليات التي يستخدمها حراس البوابة لتغطية الأحداث. أهم نتائج الدراسة:

1- اختيار حراس البوابة القصص الإخبارية بناء على توجهاتهم الفكرية بشكل منحاز، كما يختار بناء على مصالح الجمهور.

2- تؤكد النتائج بأن أهم وظائف حراس البوابة هو انتقاء المواد الإخبارية من العدد الكبير من الرسائل الإعلامية، لذلك وجد الباحث اختلافات منهجية بين المحتوى الإخباري وبين العالم الحقيقي.

3- هناك منافسة كبيرة بين وسائل الإعلام في تقديم وجهات نظر مختلفة، وأن كل وسيلة تعتمد فكر واتجاه خاص بها يختلف عن الوسيلة الأخرى مثل نيويورك تايمز تمثيل لتقديم وجهات نظر ليبرالية في المناسبات الوطنية.

4- تؤثر الأحزاب السياسية في مضمون ما تقدمه وسائل الإعلامية، حيث تعتمد الوسائل الحديث بشكل سلبي عن الأحزاب الأخرى.

---

(1) Stuart N. Soroka (2012): The gate keeping function: Distributions of information in media and the real world, The journal of politics, Vol.74, No.2, pp.514-528.

- 5- اختلاف تعاطي حراس البوابة في وسائل الإعلام مع ما يطرحه الأحزاب الأمريكية بناء على التوافق بينه وبين الحزب وخصوصاً ما يتعلق بالنواحي السياسية والاقتصادية.
- 6- تؤكد النتائج بأن الجمهور يفضل وسائل الإعلام الخاصة أكثر من وسائل الإعلام الحكومية.
- 20- دراسة ثائر تلاحمه (2012): حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت<sup>(1)</sup>.

تهدف الدراسة لوصف الإمكانيات التفاعلية المتاحة في المواقع الالكترونية الإخبارية ودور حراس البوابة في توظيفها لخدمة الجمهور، ومدى استفادة حراس البوابة من التطورات التكنولوجية في استخدام التفاعلية في أداء رسالته الإعلامية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي لجمع المعلومات الخاصة بالتفاعلية في المواقع، واختار الباحث عينة عشوائية قوامها (31) موقعاً من مجتمع الدراسة البالغ (102) موقعاً إلكترونياً، واستخدم الباحث أداة الاستبانة كأداة لتحليل المواقع.

أهم نتائج الدراسة:

- 1- يعتقد (77.4) من عينة الدراسة بأن حراس البوابة الإعلامية يقوم بدور الرقابة على التعليقات والإضافات التي يقوم بها زوار الموقع، فيما يعتقد (9%) من حراس البوابة بأن التعليقات تنشر من قبل الزوار بدون بشكل تلقائي، وبدون تدخل حراس البوابة.
- 2- يحرص (71%) من حراس البوابة في المواقع الإخبارية على مشاركة المواد الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعية كأداة تفاعلية مهمة.
- 3- يعتقد كل حراس البوابة بأن مواقعهم الالكترونية تستخدم نظام الوسائط المتعددة في نشر المواد الإعلامية عبر المواقع.
- 4- يرى حراس البوابة بأن الموقع الالكتروني يوفر تعددا في الاختيارات أمام الزوار بنسبة (93.5%)، مقابل (6.5%) أجابوا بأن الموقع لا يتيح التعددية.
- 5- يرى (93.5%) من حراس البوابة بأن الموقع الالكتروني يوفر إمكانيات الاتصال والتواصل مع الزوار.
- 6- أجاب حراس البوابة أن الموقع الالكتروني لا يتيح التواصل مع الزوار، وكان ذلك بنسبة (74%).

---

(1) دراسة ثائر تلاحمه (2012): حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.



7- يرى حراس البوابة بأن الموقع يتم تحديثه بشكل مستمر، وذلك بنسبة (100%).

8- يرى (93.5%) من حراس البوابة أن مواقعهم الالكترونية تتيح خدمة النص الفائق لربطهم مع مواقع أخرى.

## 21- دراسة مها الملاح (2009): معالجة المندوبين والمراسلين العرب للقضايا العربية: دراسة تطبيقية مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال بالصحف والقنوات الإخبارية العربية<sup>(1)</sup>.

تهدف الدراسة للتعرف على دور القائم بالاتصال المتمثل في المراسلين والمندوبين العرب بالصحف القنوات الإخبارية في معالجتهم للقضايا العربية، ومدى تأثير ملكية الوسيلة على اتجاهاته، والضغط التي قد يتعرض لها أثناء عمله، مما قد ينعكس على المضمون الذي يقوم بتقديمه وكيفية اختياره للأطر التي يضع فيها الأخبار، ونوعية الأطر التي يستخدمها في معالجته للقضايا العربية.

استخدمت الدراسة منهج المسح، والمنهج المقارن لإجراء المقارنة بين الصحف والقنوات الإخبارية محل الدراسة من حيث أنواع الوسائل (صحف وقنوات تليفزيونية)، وأنواع الملكية (خاصة وحكومية)، واختار الباحث عينة من المراسلين والمندوبين العرب المقيمون بجمهورية مصر العربية، وتحدد مجتمع العينة من المراسلين والمندوبين العاملين بجريدتي الأهرام والحياة، وبقناتي النيل للأخبار والجزيرة، وذلك بواقع (38) مفردة، وكانت العينة الزمانية ثلاث شهور.

### أهم نتائج الدراسة:

1- أكدت عينة الدراسة أن (39.5%) من المبحوثين لديهم خبرة (10) سنوات فأكثر، بينما كانت نسبة من لديهم خبرة من خمس إلى أقل من سبع سنوات (10.5%)، وأن (21.1%) لديهم خبرة من سنة إلى أقل من ثلاث سنوات، ومن لديهم خبرة أقل من عام بلغت نسبتهم (2.6%).

2- أكدت الدراسة أن (65.8%) من المبحوثين يرون أن دخلهم معقول، بينما بلغت النسبة التي رأت أن الدخل مناسب جداً (15.8%)، ومن وجد أن دخلهم غير مناسب (18.4%)، وقد أرجعوا عدم رضاهم عن الدخل هو أن دخلهم لا يساوي الجهد المبذول في العمل، بالإضافة إلى عدم وجود قواعد ثابتة لتحديد الأجور، كما أنه لا يفي بمتطلبات الحياة اليومية.

3- أكدت عينة الدراسة أن (65.8%) من العينة أكدوا أنه توجد أحياناً بعض الصعوبات في التعامل مع المصادر، بينما رأت نسبة (31.6%) أنه لا توجد أي صعوبات، وبلغت نسبة من رأوا أنه

---

(1) مها حسين الملاح (2009): معالجة المندوبين والمراسلين العرب للقضايا العربية، دراسة تطبيقية مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال بالصحف والقنوات الإخبارية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.

بالفعل يوجد صعوبات (2.6%)، وقد أوضح (40.5%) من المبحوثين الذين أجابوا بنعم، وأحياناً أنه ترجع بعض هذه الصعوبات إلى حذر المصادر من المراسل/ المندوب، بينما بلغت النسبة التي رأت أن الصعوبة تكمن في الوصول إلى المصدر (35.7%).

4- أكدت عينة الدراسة أن (32.6%) من المراسلين والمندوبين التحقوا بالعمل من خلال فترة التدريب أثناء الدراسة، وأن (27.9%) من خلال المعارف والأقارب، و(14%) من خلال تقديم إنتاج صحفي أو تليفزيوني، و(11.6%) من خلال الإعلان، و(9.3%) من خلال الصدفة.

## 22- دراسة علي العمار (2008): الخطاب الصحفي لقضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية في الصحافة اليمنية<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة لمعرفة تهم قضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية التي يتناولها القارئ بالاتصال في الصحف اليمنية، وأهم القضايا التي يتم تغييبها، وكذلك معرفة مدى حجم وتناول واهتمام الصحافة اليمنية بقضايا حقوق الإنسان، ورصد وتحليل ملامح وسمات الخطابات الصحفية لقضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية في الصحافة اليمنية للوصول إلى تحديد موضوعي لتوجهات ومواقف الصحف اليمنية عينة الدراسة تجاه قضايا حقوق الإنسان.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدم فيها الباحث منهج المسح الإعلامي من أجل وصف ورصد وتحليل وتفسير الظاهرة، كما استخدم الباحث أداة تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء لجمع البيانات، وقد اختار الباحث عينة من الصحف الموالية والمعارضة، وعينة قوامها (40) مفردة من القارئ بالاتصال في الصحف المصرية.

### أهم نتائج الدراسة:

- 1- اتفقت خطابات صحف الدراسة "الصحو، الثوري، الناس" بضيق الهامش الديمقراطي، وعدم اعتراف السلطة بالآخر، وتزييف الحكومة للتعددية السياسية على أرض الواقع.
- 2- أكد القارئ بالاتصال بأن قضية المشاركة السياسية من أهم قضايا حقوق الإنسان السياسية، وأن الحق في إجراء انتخابات نزيهة من أهم الحقوق المتعلقة بهذه القضية بنسبة (36.5%)، وحق المشاركة في العملية الانتخابية بنسبة (18%)، وحق الترشح بنسبة (17.9%)، وحق التداول السلمي للسلطة بنسبة (14%)، والتعددية السياسية بنسبة (13.6%).

(1) علي حسين حسن العمار (2008): الخطاب الصحفي لقضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية في الصحافة اليمنية- دراسة ميدانية وتحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.

3- أشارت الدراسة بأن القائمين بالاتصال أكدوا بأن قضية الحق في العيش بأمان احتلت المرتبة الأولى في اهتمام الصحف بالقضايا المدنية لحقوق الإنسان، تليها قضية الحقوق التشريعية، ثم حقوق المواطنة المتساوية.

4- أكدت نتائج الدراسة الميدانية بأن حقوق المرأة احتلت الأولوية الأولى في حقوق المواطنة المتساوية بنسبة (38.9%)، ثم الحق في المساواة أمام القانون بنسبة (31.9%)، وعدم التمييز بين البشر بنسبة (29.2%).

5- أكد (90%) من عينة القائم بالاتصال بأن أكبر المعوقات التي تواجههم عند تناول قضايا حقوق الإنسان هي تهزّب المسؤولين الذين يمتلكون مصادر المعلومات.

6- أكد (55%) من عينة الدراسة بأن أسباب تغيب بعض قضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية في الصحف اليمينية لأنها تتعارض مع سياسة الحكومة.

### 23- دراسة بروس وميشيل (2000) Bruce A. Williams & Michael X. Delli (1):

#### **The collapse of media gate keeping and the Clinton- Lewinsky scandal.**

هدفت الدراسة لكشف التغيير في بيئة وسائل الإعلام الأمريكية في تعاطيها مع فضيحة كلينتون ولوينسكي، ودور حارس البوابة في هذه الوسائل في تمرير الأخبار وانتقائها والتأثير في المادة الإخبارية، وما حجم التغطية الإخبارية للقضية.  
أهم نتائج الدراسة:

1- كان لحارس البوابة التأثير الكبير في انتقاء ومرير الأخبار المتعلقة بالقضية، وذلك حسب انتماء المؤسسة الإعلامية الحزبي.

2- كان لصحافة الانترنت الدور الكبير في تدفق المعلومات للجمهور بدون قيود، وهذا ما أثر على الصحف الورقية في تغطيتها.

3- كان حجم التغطية كبيراً، حيث يرد خبراً أو تقريراً كل (20) دقيقة، مما جعل حراس البوابة يخطئون في بعض الأحيان، مما يتسبب في عدم القدرة على تصحيح الأخطاء.

4- تغليب القضايا السياسية في التغطيات الإعلامية لوسائل الإعلام، وتوظيفها من أجل إبراز فضيحة ليونسكي.

5- فقد حارس البوابة في الصحافة التقليدية مكانته، ويحاولون التكيف مع البيئة الإعلامية الجديدة، ومحاكاة التطور في الشكل والمضمون الصحفي.

---

(1) Bruce A. Williams & Michael X. Delli (2000): The collapse of media Gatekeeping and the Clinton- Lewinsky scandal, sage publications, London, Thousand Oake CA and New Delhi, Vol.1 .

- 6- تحاول النخبة السياسية الأمريكية للسيطرة على تغطيات وسائل الإعلام، وتعمل على بناء أجندة ووسائل الإعلام فيما يخدم مصالحهم، وتشير الدراسة بأن تعدد مصادر الإعلام الجديد كان له التأثير في الحد من هذه السيطرة.
- 7- تشير النتائج للتأثير القوي لجماعات الضغط على حارس البوابة في المؤسسات الإعلامية للحفاظ على زخم الحملة المضادة لكليبتون.
- 8- لعب الجمهور دوراً كبيراً في التأثير على حارس البوابة في بث بعض المواضيع المتعلقة بفضيحة لوينسكي.

#### د - دراسات متعلقة بالمواطنة:

#### 24- دراسة سايبيل كرادومان (2015) Sibel Karaduman<sup>(1)</sup>:

#### The role of critical media literacy in further development of consciousness of citizenship.

تهدف الدراسة إلى معرفة تأثير وسائل الإعلام في زيادة الوعي بالمواطنة في ظل التطور التكنولوجي في مجال الاتصال في تركيا، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي لمعرفة تأثير وسائل الإعلام، واستخدام هذه الوسائل لتشجيع المشاركة المجتمعية لتشكيل رأي عام حر وديمقراطي.

أهم نتائج الدراسة:

- 1- إن الأفراد المتابعين لوسائل الإعلام أكثر قدرة على مهارات التفكير والتحليل النقدي.
- 2- تعد وسائل الإعلام أحد المصادر الأساسية للمعرفة بحقوق المواطنة وتنفيذها وتكريسها والعمل على تطويرها بما يتلائم مع المجتمع.
- 3- يتضح من نتائج الدراسة أن هناك وسائل إعلام تهيمن على التغطيات الصحفية، مما يؤثر على تعددية الأصوات والثقافات، وهو ما يعني تجاهل التنوع الثقافي والتأثير على ثقافة المواطنة.
- 4- يحرص المواطنون على الاستفادة من وسائل الإعلام في تشكيل وجهات النظر بخصوص القضايا التي تهم المواطنين لمساعدتهم في اتخاذ القرارات.
- 5- تعمل وسائل الإعلام على تشجيع المواطنين للوفاء بالتزاماتهم تجاه الدولة.
- 6- تعددية وسائل الإعلام وحريتها تساعد في الوصول إلى الوعي بمبادئ المواطنة والتي تسهم في ضمان النظام الاجتماعي الديمقراطي القائم على المساواة والحفاظ على الحقوق للمواطنين.
- 7- المواطنون الذين يواظبون على القراءة والمطالعة أكثر حماية من تأثيرات وسائل الإعلام السلبية.

(1) Sibel Karaduman (2015): The role of critical media literacy in further development of consciousness of citizenship, Procedia, Social and behavioral sciences, Akdeniz university, Faculty of communication, Antalya, Turkey, Vol.174, pp.3039-3043.

## 25- دراسة إبراهيم الهدبان (2012): المواطنة بين الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة للتعرف على مدى تطابق القوانين الوضعية مع الشريعة الإسلامية فيما يخص قيمة وقضايا المواطنة، في ظل ظاهرة أزمة المواطنة ومفاهيمها وأسبابها التي بدأت بالصعود على سطح الأحداث في الدول العربية، كما تهدف الدراسة للبحث عن أسباب أزمات المواطنة، والتعرف على مفاهيم الشريعة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج الوصفي، ومنهج الخبرة التاريخية في بيان أحكام الشريعة الإسلامية، وأحكام القوانين الوضعية في المواطنة.

### أهم نتائج الدراسة:

- 1- تتداخل مفاهيم المواطنة على الصعيد النظري ببعضها، إلا أن المساواة بين المواطنين في كافة مجالات الحياة هي المحور الرئيسي في مفهوم المواطنة.
- 2- النصوص قاطعة في أصول الشريعة الإسلامية في كفالة حق المواطن السياسية والاجتماعية.
- 3- يؤكد دستور دولة الكويت وقوانينها الوضعية على حقوق المواطن السياسية والاقتصادية.
- 4- تتوافق القوانين الوضعية مع أصول الشريعة الإسلامية في مساواة المواطنين ببعضهم البعض، وفي مساواة الناس جميعاً في الكرامة الإنسانية وأمام القانون.
- 5- الأزمة السياسية والمجتمعية التي يعيشها بعض البلدان العربية ترجع إلى عدم تطبيق النظم السياسية القائمة في هذه البلدان على مبادئ وقوانين المواطنة الواردة بين دفتي هذه النصوص والقوانين على أرض الواقع.

## 26- دراسة جيسكا بالدوين (2012) (Jessica Baldwin)<sup>(2)</sup>:

### **Using Technology, Building Democracy: How political campaigns' uses of digital media reflect shifting norms of citizenship.**

هدفت الدراسة لمعرفة العلاقات بين المفاهيم التكنولوجية الحديثة للمواطنة وإتاحة مساحة واسعة في وسائل الإعلام، وبين أنماط الناخبين والمشاركة السياسية، كما هدفت الدراسة لمعرفة محتوى رسائل الحملات عبر وسائل الإعلام الرقمية والمحتوى الخاص بقواعد المشاركة السياسية والمواطنة، وكيف يتم استخدام الوسائط الرقمية لإنشاء رسائل الحملات، والتي تتضمن تعريفات المواطنة القائمة على المشاركة

---

(1) إبراهيم الهدبان (2012): المواطنة بين الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الشريعة، جامعة الكويت، الكويت.

(2) Jessica Baldwin (2012): Using Technology, Building Democracy: How political campaigns' uses of digital media reflect shifting norms of citizenship, Northwestern university.

داخل حالة ديمقراطية معاصرة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تم تحليل مجموعة كبيرة من النصوص خلال انتخابات التجديد (2010)، وهكذا يجمع البحث بين أساليب التحليل النصي والملاحظة بالمشاركة، وإجراء مقابلات متعمقة مع العاملين بالحملة والمستشارين السياسيين.

#### أهم نتائج الدراسة:

- 1- إن النصوص الرقمية والمدونات تقدم المعلومات السياسية المفصلة عن الحملات، وتقوم بتشجيع المواطنين على المشاركة السياسية.
- 2- تعمل شبكات المعلومات على زيادة الجهود لإشراك المواطنين في تعميم نصوص الحملة الرقمية، وتعدد أشكال العمل في نفس الوقت بشكل متقن وفعال.
- 3- استخدام الوسائط بشكل فعال في عمليات التعبئة السياسية للمواطنين من قبل الحملات.
- 4- الممارسات المتغيرة لكيفية ممارسة حملات السيطرة على المناقشة العامة توفر فرصاً جديدة في المداولات العامة والمناقشة والنقد.
- 5- يمكن للمناقشات أن تجرى مجتمعة، وهذه الممارسات تبين الفرص للأشكال الجديدة والمتغيرة للمواطنة.

#### 27- دراسة وسام صقر (2010): الثقافة السياسية وانعكاسها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة 2005-2009م<sup>(1)</sup>.

استهدفت الدراسة إلى التعرف على أهم أبعاد المواطنة ومفهومها العصري من خلال أدبيات الفكر السياسي والاجتماعي، كما ألفت الضوء على أهم المتغيرات المعاصرة المؤثرة في مفهوم وقيم المواطنة، وتحديد واقع الثقافة السياسية الفلسطينية للشباب الفلسطيني ومدى ارتباط ذلك بأبعاد وقيم المواطنة، واستخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحديد الظاهرة القائمة، كما استخدم أداة الاستبانة كأداة من أدوات المسح الاجتماعي للتعرف أكثر على واقع هذه الظاهرة بشكل أفضل.

استخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية، حيث اختار الطلبة شكل عشوائي في كل مجتمع من مجتمعات الدراسة المتمثل في طلبة جامعات (الأزهر - غزة، الإسلامية - غزة، الأقصى، القدس المفتوحة)، وتمثلت العينة بنسبة (1%) من مجتمع الدراسة البالغ عدده (69,129) طالب وطالبة.

---

(1) وسام محمد جميل صقر (2010): الثقافة السياسية وانعكاساتها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة 2005-2009م، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر - غزة، فلسطين.

## أهم نتائج الدراسة:

- 1- أثبتت الدراسة وجود حالة من الازدواجية وعدم الوضوح عند طلبة الجامعات نحو وعيهم لمبادئ المواطنة.
- 2- أكد (34.2%) من المبحوثين تأييدهم لإلغاء الأحزاب الفلسطينية التي تتعارض مع الثقافة السياسية الوطنية، فيما أكد (41.2%) أن الحل الأمثل للخروج من أزمة الانقسام السياسي هو تشكيل حكومة وحدة وطنية.
- 3- أكد (66.9%) من المبحوثين على تقبلهم آراء الآخرين وتقبل التعددية السياسية، فيما رفض ذلك (22.6%)، فيما أكدت النتائج أن (56.6%) من المبحوثين تتأثر حياتهم الشخصية إذا فشل الحوار الوطني الفلسطيني.
- 4- أكدت الدراسة أن (91.1%) من المبحوثين يشعرون بالفخر والاعتزاز بفلسطينيتهم، وأن (83.9%) من المبحوثين يقدمون أنفسهم فداء الوطن، وأشار (72.5%) من المبحوثين أن حبهم للوطن لا يقل كلما زاد حرمانهم من حاجاتهم الأساسية.
- 5- أكد (79.4%) من المبحوثين أنهم لا يشعرون بالمساواة الكاملة بين جميع المواطنين، وأكد (77.5%) أنه لا بد من توحيد المرجعية لجميع التنظيمات الفلسطينية حتى تكون مواطنة فعلية.
- 6- أكد (73.9%) من المبحوثين أنهم يهتمون بالإنجازات الوطنية لأن ثمارها تعود على الجميع، فيما يؤكد (94.5%) أن الدفاع عن الوطن وحمايته فريضة على الجميع.
- 7- أكدت الدراسة أن (61.8%) من المبحوثين يفكرون في الهجرة خارج الوطن بعد الانقسام الفلسطيني، فيما يرفضها (34.5%).

## 28- دراسة مايكل ميلاكوفيتش (2010) Michael Milakovich<sup>(1)</sup>:

### The internet and increased citizen participation in government.

هدفت الدراسة لمعرفة دور شبكة الانترنت وأنظمة الاتصال الحديثة في تعزيز المشاركة الفاعلة للمواطنين، وتأثيرها على القرارات الإدارية والانتخابية للحكومة، وآلية نشر المعلومات وتبادلها بين الأفراد دون النظر إلى مكان تواجدهم الجغرافي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي

---

(1) Michael Milakovich (2010): The internet and increased citizen participation in government, department of political science, University of Miami, Coral Gables, Florida, USA, Journal of democracy, Creative Commons License.

تعمل على وصف الفضاءات الالكترونية على شبكة الانترنت المنشأة من قبل النشطاء والمرشحين السياسيين من أجل مشاركة اكبر من قبل المواطنين.  
أهم نتائج الدراسة:

- 1- يساهم الانترنت بشكل كبير في تشجيع المواطنين للمشاركة في القضايا المحلية والوطنية والدولية التي تنطوي على عمليات صنع القرارات الحكومية.
- 2- تدفق المعلومات بشكل كبير عبر الانترنت ساهم في تمكين المواطنين من الإطلاع على القضايا المهمة، وعمليات سن القوانين، ومعرفة المرشحين وبرامجهم وخبراتهم السياسية، والمشاركة في المناظرات العامة، والحملات الانتخابية، للتأثير على الرأي العام وقرارات المجالس النيابية.
- 3- أكدت الدراسة أن استخدام الانترنت من قبل حملة الرئيس الأمريكي "أوباما" أثرت بشكل كبير على نتائج الانتخابات من خلال التواصل مع قطاعات كبيرة من الناخبين عبر الانترنت.
- 4- يستخدم الانترنت بصورة جيدة في الاحتجاجات والحركات الاجتماعية (غير الحكومية)، وتنظيم الاستفتاءات، ووضع القوانين للمواطنين.
- 5- يعتبر الانترنت أكثر الوسائل التي سهّلت الاتصال الفعال بين المواطن والحكومة، وتنمية الشراكات بينهما.
- 6- إن دمج أعداد كبيرة من البريد الالكتروني والرسائل والآراء الواردة على الانترنت هو الصعوبة والتحدي الأكبر الذي يواجه الجمهور.
- 7- يعد التصويت الالكتروني لاختيار المرشحين في الانتخابات والتصويت على القوانين والقضايا العامة واتخاذ القرارات مباشرة في بعض القضايا تظل التحديات الرئيسية للمواطنين والحكومات.

29- دراسة جان ماسك (2008) (Jan Masek)<sup>(1)</sup>:

### **Citizenship education and media pedagogy: Developing citizenship skills with media environments.**

هدفت الدراسة لمعرفة قوة تأثير وسائل الإعلام في تدعيم وتنمية مهارات المواطن، وتأثيراتها على التربية في مجال المواطنة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تقوم الدراسة بالتطبيق على كافة وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، بالإضافة إلى المواقع الإعلامية على شبكة الانترنت، ودراسة تأثيرها على تعليم المواطنة.  
أهم نتائج الدراسة:

- 1- أكدت الدراسة أن استخدام مصادر المعلومات المعاصرة تسمح للمتعلمين بتحليل المدى الواسع والآراء والملاحم المتعلقة بالمواطنة في كل أنحاء العالم.

---

(1) Jan Masek (2008): Citizenship education and media pedagogy: Developing citizenship skills with media environments, Practice and Innovation, London, P.713-716.



- 2- إن التطبيقات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في وسائل الإعلام تؤثر في تربية المواطنة بشكل فعال وواضح.
  - 3- إن المعرفة بوسائل الإعلام وتأثيراتها وتحليل رسائلها يؤثر بشكل إيجابي في بيئة الإعلام كمصدر من مصادر معلومات المواطن.
  - 4- إن وسائل الإعلام تشكل رؤى للواقع كمفهوم أساسي في كل من المعرفة وتربية المواطنة في تشيكوسلوفاكيا.
  - 5- تعد وسائل الإعلام مصدراً لتحفيز الطلبة على تعلم مفاهيم المواطنة، ويستخدم الإعلام في الرقابة المتعمدة والتفكير النقدي.
  - 6- أن إنتاج رسائل إعلامية عن قضايا المواطنة يعزز مهارات الابتكار لدى المواطنين.
  - 7- أكدت الدراسة على وجود تنوع في الممارسات المعرفية والإعلامية، وأن ذلك يساعد في تحليل محتوى الإعلام في مجال المواطنة.
  - 8- يتيح استخدام المواقع الإخبارية الالكترونية كأداة تقييم وتحفيز للمعرفة في قضايا المواطنة، وإمكانية مشاركة الطلبة من خلال وسائل الإعلام التعبير عن آرائهم وتوضيح فهمهم للعالم.
  - 9- أن غالبية المشاريع التربوية للمواطنة غير مبنية على أهداف معرفية وإعلامية واضحة.
- 30- دراسة حسين أبو شنب (2007): دور الإعلام في تعزيز السلم الأهلي في المجتمع الفلسطيني<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تعزيز السلم الأهلي في المجتمع الفلسطيني، وذلك بعد حالة الفلتان التي سادت في المجتمع الفلسطيني بعد الانقسام وقبله، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي الذي يهتم بدراسة الظاهرة وجمع المعلومات المتعلقة بها، وفي إطاره استخدم الباحث منهج المسح باعتباره الأكثر ملائمة والأنسب من بين المناهج العلمية، كما استفاد الباحث من المنهج التاريخي في تتبع ظاهرة الانفلات الأمني وتهديد السلم الأهلي في المجتمع الفلسطيني قبل النكبة وبعدها حتى إجراء الدراسة مع نهاية (2006) وبداية (2007)، حيث تم تطبيق هذا البحث على مجتمع النخبة الفلسطينية المتمثلة في مجالات العمل السياسي والإعلامي والجامعي والتنظيمي والحزبي، وهيئات حقوق الإنسان، وشبكة المنظمات الأهلية، والمجتمع المدني باعتبار هذه

---

(1) حسين عبد الحميد أبو شنب (2007): دور الإعلام في تعزيز السلم الأهلي في المجتمع الفلسطيني، المؤتمر العلمي الثالث عشر - الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، 8-10 مايو، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.

النخبة القادرة على قراءة الظاهرة، بحكم المعاشية الميدانية واليومية، حيث اختار الباحث عينة غير احتمالية بواقع (224) مفردة، وتم توزيعها بالاتصال الشخصي.

### أهم نتائج الدراسة:

- 1- بيّنت الدراسة أهم معوقات السلم الأهلي كما يرى المبحوثون من النخبة الفلسطينية، تمثلت في نبذ العنف وتدعيم الانتماء للوطن بنسبة (86%)، قبول الآخر بنسبة (82%)، احترام القيم الأخلاقية بنسبة (82%)، ودعم التعددية السياسية بنسبة (71%).
- 2- كشفت الدراسة أن أهم المخاطر والأضرار التي انعكست على المجتمع الفلسطيني في ضوء تدهور السلم الأهلي وفق رؤية النخبة هو تهديد الوحدة الوطنية بنسبة (86%)، ورغبة الأفراد في الهجرة بنسبة (65.2%)، وبروز النزعات القبلية والعشائرية بنسبة (61.6%)، وتهديد العلاقات الاجتماعية بنسبة (66.5%).
- 3- يرى المبحوثون أن المؤسسات الإعلامية الرسمية لا تسهم بشكل كافٍ في تعزيز السلم الأهلي.
- 4- بيّنت الدراسة أن هناك معوقات أمام دور الإعلام في تعزيز السلم الأهلي تمثلت في تنفيذ تعليمات الفصائل بنسبة (67.8%)، عدم احترام الرأي الآخر بنسبة (52.2%)، عدم توفر الكفاءات والخبرات بنسبة (48.2%)، تأثير مصادر التمويل بنسبة (50%)، والقيود الإسرائيلية على مصادر المعلومات بنسبة (28%).

### 31- دراسة ثريا البدوي (2006): دور الإعلام في دعم المواطنة في مصر<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة بنية وأداء الإعلام المصري بجمعية تعزيز المواطنة، وذلك من خلال اختبار قدرة وسائل الإعلام في إتاحة كلمة للمواطنين من جهة، والتعبير عن المواطنين من جهة أخرى، حيث انطلقت الدراسة من الفرضية الرئيسية للدراسة عن وجود علاقة بين بنية وأداء وسائل الإعلام في المجتمع من ناحية وبين المواطنة من ناحية أخرى.

حيث استخدمت الدراسة المنهج الوصفي في إطاره استخدم أسلوب المسح لعينة من جمهور المواطنين في مصر بهدف التعرف على العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام المحلية وبين تقديرهم لدور الإعلام في تعزيز المواطنة، وذلك من خلال أداء الاستبيان والمقابلة الشخصية التي أجريت على عينة الدراسة، كما استخدمت أداء تحليل المضمون لعدد من الصحف، وذلك للتعرف على أنماط مختلفة وعن توجهاتها المختلفة تتعلق بالقضية محل البحث أو الدراسة.

---

(1) ثريا أحمد البدوي (2006): دور الإعلام في دعم المواطنة في مصر، المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر (الإعلام وتحديث المجتمعات العربية)، جامعة القاهرة، مصر، ص 63-166.

## أهم نتائج الدراسة:

- 1- كشفت الدراسة ارتفاع نسبة مشاهدة التلفزيون العربي والجرائد العربية والإذاعات المصرية، في حين انخفضت نسبة التعرض للفضائية المصرية.
- 2- أثبتت الدراسة دور الإعلام في تعزيز المواطنة الاجتماعية، فلإعلام دور في نشر الوعي بمخاطر الزيادة السكانية، وفي الحث على تعلم الإناث، في حين انخفض دور الإعلام في تعزيز المواطنة السياسية من حيث نشر الوعي ودور الأحزاب في الحياة السياسية، وتقليل المشاركة السياسية، وإرساء قواعد الديمقراطية وممارستها.
- 3- كشفت الدراسة عدم وجود ارتباط بين مشاهدة التلفزيون المصري والفضائيات المصرية وقراءة الجرائد المصرية القومية والحزبية المستقلة وبين تنمية الشعور بدور الإعلام في تعزيز المواطنة.
- 4- تبين وجود ارتباط بين قراءة المجلات المصرية والاستماع للإذاعات المصرية، وتعزيز أهمية دور الإعلام في تعزيز المواطنة.
- 5- كشفت الدراسة عن وجود اختلاف بين المراحل العمرية ونوعية التعليم، والمستوى الاقتصادي- الاجتماعي، وتقدير دور الإعلام في تعزيز المواطنة.

## 32- دراسة موسى الشرقاوي (2005): وعي طلاب الجامعة ببعض قيم المواطنة<sup>(1)</sup>.

تناولت هذه الدراسة قياس مستوى وعي الطلاب في جامعة الزقازيق ببعض قيم المواطنة، والعلاقة بين مستوى وعي الطلاب وبعض المتغيرات الأخرى، كالتخصص، والجنس، والإقامة، ومستوى تعليم الأب، ومستوى دخل الأسرة، والتصور المقترح لدور الجامعة في إنماء وعي الطلاب بقيم المواطنة، وتكمن أهمية هذه الدراسة في تناولها المرحلة التعليمية التي تناولتها وهي مرحلة التعليم الجامعي، حيث يكون الطلاب في هذه المرحلة العمرية قد نضجت شخصياتهم واكتملت أهم ملامحها في الحياة العملية، وتبلورت لديهم مفاهيم الانتماء للوطن والمشاركة والحرية والجماعية.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية حيث استخدم فيها المنهج الوصفي والذي يعتبر أكثر المناهج مناسبة لهذه الدراسة، وذلك للوقوف على مستوى وعي الطلاب بقيم المواطنة وما يرتبط بها من فروق، حيث طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (700) مفردة من طلاب جامعة الزقازيق.

---

(1) موسى علي الشرقاوي (2005): مرجع سابق، ص112-192.

## أهم نتائج الدراسة:

- 1- أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي طلاب الجامعة بقيم المواطنة وبين أبعادها الخمسة المتمثلة في حب الوطن، الانتماء والولاء، الحرية، المشاركة، والجماعية.
- 2- كما أظهرت الدراسة أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع في كل جانب من جوانب قيم المواطنة، وبين قيم المواطنة الخمسة.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية حسب محل الإقامة بين الريف والحضر من جانب قيم المواطنة، وبين القيم الخمسة حب الوطن، الولاء والانتماء، الحرية، المشاركة، والجماعية.
- 4- كما أثبتت الدراسة أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية دلت على نوع التخصص مع قيم المواطنة، حيث كانت دالة إحصائية لدى الكليات الأدبية أكثر من الكليات العلمية.
- 5- دلت العلاقة بين مستوى تعليم الأب المنخفض والمرتفع في قيم الولاء والانتماء والحرية لصالح التعليم المرتفع، أما قيمة حب الوطن والمشاركة والجماعية فهي غير دالة إحصائية، كما أظهرت أنه لا توجد علاقة دالة إحصائية في قيم حب الوطن والمشاركة والجماعية بين مستوى تعليم الأب المنخفض والمرتفع، وتشير النتائج إلى تقارب طلاب المرحلة الجامعية في كيفية تناولهم لقضايا المواطنة والتي تعكس الوعي بتلك القيم وتؤكد وجودها.
- 6- أشارت نتائج الفرض أن قيمة حب الوطن والمشاركة السياسية والجماعية غير دالة إحصائية، فلا تختلف استجابات الأبناء ذوي الدخل المنخفض أو المرتفع تجاه هذه القيم، أما بالنسبة لقيم الانتماء والولاء والحرية فإنها دالة إحصائية لصالح الأبناء ذوي الدخل المنخفض.

## 33- دراسة حسين أبو شنب (2001): دور وسائل الإعلام في تعزيز الانتماء الوطني لدى أمهات شهداء انتفاضة الأقصى<sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن حجم العلاقة بين أمهات شهداء الأقصى ووسائل الإعلام، والتعرف على مدى تأثير هذه الوسائل في تنمية الوعي السياسي والوطني في ضوء ما تعكسه فعاليات الانتفاضة، وإلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تعزيز الانتماء الوطني لدى أمهات شهداء انتفاضة الأقصى، وتأتي هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية برصد المادة الإعلامية وجمع الحقائق والمعلومات الخاصة بالموضوع، واستخدم الباحث في هذا الإطار منهج المسح بالعينة.

(1) حسين عبد الحميد أبو شنب (2001): مرجع سابق، ص 97-147.

## أهم نتائج الدراسة:

- 1- أن الأسر الفلسطينية التي قدّمت الشهداء تنتمي إلى الأسرة الفقيرة ذات الدخل المحدود التي تعتمد على الأب العامل.
- 2- أظهرت الدراسة أن الواجب الوطني هو الدافع الأكثر تأثيراً في الاندفاع نحو الاستشهاد والمشاركة في الفعاليات الانتفاضة بنسبة (87.9%) بالنسبة لأم الشهيد، والدفاع عن القدس بنسبة (53.5%)، والإيمان بالشهادة بنسبة (49.5%)، والوازع الديني بنسبة (48.6%)، وقسوة الممارسات الإسرائيلية بنسبة (33.6%)، ويتضح من ذلك خلال مشاركة الأم الفلسطينية في فعاليات الانتفاضة بأشكالها المختلفة.
- 3- كانت روح الانتقام والثأر عند أمهات الشهداء الأكثر تفاعلاً، نتيجة الصورة التلفزيونية التي كشفت عن عمق الحقد الإسرائيلي وعدوانيته اتجاه حب الانتقام بنسبة (61.7%)، والعطف على الشهداء بنسبة (51.4%)، والتمسك بالثوابت الوطنية بنسبة (46.4%)، وهذا يدل على حجم الانتماء الوطني لأم الشهيد التي رفضت وفق الاستبانة التسليم بالأمر الواقع.
- 4- وعن تأثير وسائل الإعلام في أسرة الشهيد، فقد تبين من خلال إجابات أمهات الشهداء أن الصورة الإعلامية كانت موضع حوار ونقاش بين أفراد الأسرة، وكان الشهداء يشاركون بنسبة (87.8%)، وكان يتألم الشهيد بنسبة (78.8%)، ويتأثرون بنسبة (9%).
- 5- وأكد أن وسائل الإعلام تزيد من التوعية السياسية والوطنية بنسبة (56.1%).
- 6- وأن نسبة (41.1%) أكدوا أن وسائل الإعلام تقدم معلومات عن النماذج الوطنية.
- 7- وأن نسبة (54.8%) أكدوا أن وسائل الإعلام تدعو إلى التمسك بالحقوق الوطنية.
- 8- أكدت نتائج الدراسة أن الأم الفلسطينية صابرة وشجاعة ومؤمنة ومضحية ومكافحة، وهو ما يتوافق مع التسلسل الذي عكس صورة الأم الفلسطينية التي فرحت بالانتفاضة ولم تندم بعد استشهاد ولدها، ولم تغضب علي المتسببين في الانتفاضة، ومازالت علي حالها تمارس دورها في الميدان التفاعلي الوطني والصبر والإصرار.

## الاستفادة من الدراسات السابقة:

استعرض الباحث الدراسات السابقة من أربعة محاور رئيسية وهي "القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية، والمواقع الالكترونية الإخبارية، والنظريات المستخدمة في الدراسة، والمواطنة"، وذلك بالاعتماد على الدراسات العربية والأجنبية في كل من المحاور، وقد استفاد الباحث من هذه الدراسات في التعرف على الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في وسائل الإعلام وكيفية بناء أجندة قضايا المواطنة، وتأثير

وسائل الإعلام على الجمهور، وكذلك كيف تبني المواقع الإخبارية أجندتها من خلال التعرف على المصادر التي تمارس تأثيراتها على تلك المواقع.

وقد مثلت هذه الدراسات المنطلق الرئيس في صياغة فروض الدراسة وتساؤلاتها، وكذلك المقارنة بين نتائج هذه الدراسة ونتائج الدراسات السابقة التي اطلع عليها الباحث وتعامل مع الكثير من تفصيلاتها، كذلك استفاد الباحث من تلك الدراسات في التحليل العام لنتائج الدراسة الميدانية والدراسة التحليلية الخاصة بالدراسة.

كما استفاد الباحث من الإجراءات المنهجية التي اتبعتها هذه الدراسات، معرفة قياس دور القائم بالاتصال والعوامل المؤثرة عليه وكيفية بناء أجندة المواقع الإخبارية كما قامت بها الدراسات المختلفة، كذلك وضع أسئلة استمارة الاستقصاء واستمارة تحليل المضمون الخاصة بالمواقع الالكترونية الإخبارية، وتحليل المواد الإعلامية الخاصة بقضايا المواطنة.

### سادساً: تساؤلات الدراسة:

#### أ- تساؤلات تتعلق بالدراسة الميدانية:

تتعلق تساؤلات الدراسة بعدة أسئلة تتضمن الإجابة عن التساؤل الرئيسي للدراسة وهو ما دور القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية في بناء أجندة قضايا المواطنة في فلسطين، وللإجابة عليه تم طرح ثلاث تساؤلات فرعية وهي:

- 1- ما سلوك القائمون بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية من حيث أسباب ومدى متابعة المواقع الإلكترونية الإخبارية الأخرى؟
- 2- ما حجم وتأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية في بناء أجندة قضايا المواطنة ومدى التزام القائمون بالاتصال وتوافق اتجاهاتهم الفكرية معها؟
- 3- ما القضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به؟
- 4- القيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال من أجل تعزيزها لدى الجمهور؟
- 5- ما مدى اهتمام القائمين بالاتصال بتغطية قضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به وما معدلات ودوافع كتابة القائمين بالاتصال والفنون الصحفية المستخدمة والأساليب الإقناعية؟

## ب- تساؤلات تتعلق بالدراسة التحليلية (تحليل المضمون):

- 1- ما الموضوعات المرتبطة بالمواطنة التي تتناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية من حيث نوعيتها واتجاهاتها وقضاياها؟
- 2- ما القضايا المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية وكيفية عرضها والعناصر المصاحبة لها؟
- 3- ما مصادر المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تتناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية من حيث مصدر المعلومة الأولى (رسمي/غير رسمي) ومن حيث مصادر الموقع والمصادر الخارجية؟
- 4- ما شكل المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تتناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟
- 5- ما الشخصيات المحورية التي وردت في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟
- 6- ما الموقع الجغرافي للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟

## سابعاً: فروض الدراسة:

في ضوء الإطار النظري للدراسة والخاص بنظرية بناء الأجندة ونظرية حارس البوابة، ومدى تطبيق فروض هذه النظريات على الدراسة الميدانية، ومدى استفادة الباحث من الدراسات السابقة والدراسات الخاصة بنظرية بناء الأجندة ونظرية حارس البوابة، فقد وضع الباحث عدة فروض لاختبارها على الدراسة، وهي:

- 1- توجد علاقة ارتباطية بين أهمية الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع وبين بنائها كأجندة للقائم بالاتصال.
- 2- توجد علاقة ارتباطية بين ترتيب القضايا من وجهة نظر القائم بالاتصال وبين بناء أجندة المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية.
- 3- توجد علاقة ارتباطية بين أجندة القائم بالاتصال وبين ترتيب المواطنة كأهم الأجندة المطروحة
- 4- توجد علاقة ارتباطية بين العوامل والمتغيرات المتعلقة بقضايا الجمهور وبين بنائها كأجندة لدى القائم بالاتصال.
- 5- توجد علاقة ارتباطية بين بناء الأجندة للقضايا التي يتناولها القائم بالاتصال وبين القيم والأنماط الاجتماعية السائدة في المجتمع.

- 6- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الالكترونية الإخبارية ومدى اهتمام القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة.
- 7- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الالكترونية الإخبارية ودور القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة.
- 8- توجد علاقة ارتباطية بين دور القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة ومدى اهتمام القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة.
- 9- توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال مثل (الانتماء الحزبي، المكان الجغرافي، المستوى التعليمي، النوع، السن، سنوات الخبرة، مستوى الدخل) وبين بناء أجندة القضايا.

## ثامناً: الإجراءات المنهجية:

### أ- نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية تستهدف وصف المواقف أو الظواهر أو الأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها، بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو الحدث تحديداً دقيقاً، ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية والدقة<sup>(1)</sup>، حيث تستهدف هذه الدراسة تحليل دور القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة في فلسطين.

### ب- منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح، وتوظفه ببعده التحليلي (فيما يخص المسح الشامل لمضمون المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية محل الدراسة المتصل بالتغطية الإخبارية لقضايا المواطنة موضع الدراسة)، والوصفي (المسح بالعينة لجمهور القائم بالاتصال من العاملين في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية)، وهو أسلوب يمنح الباحث إمكانية رصد الظاهرة البحثية عبر تحليل مختلف عناصرها داخل سياق زمني محدد وفق إجراء منهجي منضبط، وبما يتيح الخروج باستخلاصات تجيب على تساؤلات الدراسة وتحقق فروضها<sup>(2)</sup>.

---

(1) سمير حسين (1991): بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ص 97-98.

(2) رنا سمير أحمد صديق (2012): أولويات وأطر القضايا السياسية في المواقع الالكترونية وعلاقتها باتجاهات الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، ص 30.



## ج- مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة هو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه، وهو المجتمع الذي يرغب في تعميم النتائج عليه، ويتمثل مجتمع الدراسة في:

### 1. مجتمع الدراسة الميدانية:

يتمثل في جميع القائمين بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية.

### 2. مجتمع الدراسة التحليلية:

يتمثل في مواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية المنشأ، وهذه المواقع هي مواقع الكترونية على شبكة الانترنت، وتتبع جهات إعلامية مختلفة، وأنشأت مباشرة على شبكة الانترنت لتقديم خدمات إعلامية مختلفة<sup>(1)</sup>.

## د- أدوات الدراسة:

### أسلوب جمع البيانات:

#### 1. استمارة تحليل المضمون:

تعتبر استمارة تحليل المضمون إحدى أدوات جمع المعلومات والبيانات الأساسية خصوصاً في بحوث الإعلام<sup>(2)</sup>.

وتستخدم كأداة لوصف المضمون الظاهر والصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً وكمياً منتظماً للسمات الظاهرة، وتحليل المضمون طريقة بحث متعددة الأغراض وجدت للبحث في أنواع عديدة من المشاكل التي يعتبر محتوى ما في وسائل الإعلام بمثابة الأساس المرجعي، وذلك بتحليل التغطية الإخبارية في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية المتضمنة في عينة الدراسة لمعرفة قائمة القضايا الأكثر بروزاً، وكذلك درجة الاختلاف أو التشابه في بناء أجندة القضايا في المواقع<sup>(3)</sup>.

#### 2. صحيفة استقصاء:

تستخدم لجمع البيانات من عينة مختارة من القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية، لقياس أجندة القائم بالاتصال.

---

(1) سمير محمد حسين (1999): مرجع سابق، ص 298.

(2) سمير محمد حسين (1999): بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، القاهرة، مصر، ص 227.

(3) عائشة بنت سعيد بن محمد الغباشي (2011): دور الفضائيات الإخبارية العربية في ترتيب أولويات القضايا الخليجية لدى الجمهور العماني، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر، ص 33.

ويعتبر الاستقصاء من أكثر وسائل أو أدوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد، يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد<sup>(1)</sup>.

وسيستخدم الباحث طريقة البريد الإلكتروني لاستيفاء الاستبانات الموزعة على جمهور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية ممن لا يتسنى الوصول إليهم من خلال الاستقصاء الميداني.

#### هـ- مجال وعينة الدراسة:

##### 1. المجال الزمني للدراسة:

اختار الباحث موعد إعلان دولة فلسطين كعضو مراقب بالجمعية العامة للأمم المتحدة في 29 نوفمبر 2012 موعد بدء إجراء الدراسة التحليلية، ولمدة ثلاثة شهور حتى موعد 28 فبراير 2013م، واستخدم الباحث طريقة الأسبوع الصناعي من أجل اختيار عينة المادة الإعلامية التي سيتم تحليلها.

##### 2. عينة الدراسة:

ترتبط بحوث المسح بنظام العينات، التي تسمح للباحث استنتاج عدد كبير من المفردات من خلال الاتصال المباشر مع عدد صغير مختار منها تسمى العينة التي يجب أن تختار بعناية شديدة بحيث تكون ممثلة في خصائصها لمجموع المفردات إلى مدى بعيد<sup>(2)</sup>.

##### أ. عينة القائم بالاتصال:

تتمثل في اختيار الباحث عينة عشوائية، وهي التي يتم فيها تقسيم المجتمع أو الإطار إلى أقسام أو طبقات متجانسة في داخلها، ويتم اختيار وحدات العينة لكل طبقة على حدة بطريقة عشوائية<sup>(3)</sup>، وهي تمتاز بدقة تمثيلها للمجتمع الأصلي، بحيث يضمن ظهور وحدات الدراسة في أي جزء من المجتمع الدراسي، حيث أن المجتمع الأصلي من القائمين بالاتصال تتمثل في كل من "رؤساء التحرير، مدراء التحرير، المحررين، المرسلين، المصورين"، حيث بلغ قوام العينة (54) مبحوثاً من المجتمع الأصلي، وهو كافة القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، ولا يوجد عدد محدد للمجتمع الأصلي بسبب إخفاء عدد من المواقع لعدد العاملين فيها.

---

(1) محمد عبد الحميد (1993): دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب للنشر والتوزيع، مصر، ص183.

(2) محمد عبد الحميد (1993): المرجع السابق، ص173.

(3) عبد الله محمد سعد أبو راس (2007): معالجة مواقع الانترنت الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسي في

المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، ص14.

## ب. عينة تحليل المضمون:

اختار الباحث عينة عمدية من المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية التي تقدم رسالة إخبارية، وتمثل في:

- 1- الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية "وفا".
- 2- الموقع الإلكتروني لوكالة معاً الإخبارية الفلسطينية.
- 3- الموقع الإلكتروني لوكالة فلسطين برس الإخبارية.
- 4- موقع الإلكتروني لوكالة فلسطين الآن الإخبارية.

### أسباب اختيار الباحث للعينة العمدية من المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية:

1. اختار الباحث موقع "وكالة معاً الإخبارية"، وهو موقع الكتروني مستقل، وحسب الإحصائيات فهو الأكثر متابعة لدى الجمهور الفلسطيني.
2. موقع "وكالة فلسطين الآن الإخباري"، وهو موقع الكتروني إخباري تابع لحركة "حماس".
3. موقع "وكالة فلسطين برس للأنباء"، وهي وكالة إخبارية الكترونية تابعة لحركة "فتح".
4. موقع وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية "وفا"، وتعد الوكالة الرسمية التابعة للدولة.

### 1- الموقع الإلكتروني لوكالة معاً الإخبارية الفلسطينية<sup>(1)</sup>:

منذ انطلاقتها في العام (2005) دأبت "وكالة معاً" على نشر الأخبار على مدار الساعة باللغتين العربية والإنجليزية، وتعتبر من أكثر المواقع الإلكترونية التي يزورها القراء في الأراضي الفلسطينية، كما أوردت ذلك في موقعها الإلكتروني إذ ينوف عدد زوار الموقع ثلاثة ملايين شهرياً. وباعتبارها المصدر الرئيسي في فلسطين الذي ينقل الأخبار بحيادية، فقد أصبحت وكالة "معاً" الخيار الأول للمعلومة بالنسبة لعدد كبير من الفلسطينيين، كما أن عدد قرائها على الصعيد العالمي في تزايد مستمر، حيث أنها تستهوي العديد من وكالات الأنباء العالمية فيما يخص الشأن الفلسطيني. تقدم "وكالة معاً" الإخبارية حسب تقريرها المنشور على موقعها تقاريرها الإخبارية بكل مهنية لقرائها المحليين، والعالميين، كما تقدم الموضوعات المميزة والتحقيقات الصحفية، والتحليل الإخبارية والمقالات التي يقدمها نخبة من الكتاب.

---

(1) الموقع الإلكتروني لوكالة معاً الإخبارية على الانترنت، تم دخوله في 20/06/2014م.

<http://maannews.net/arb/ViewContent.aspx?PAGE=AboutUs>.

تغطي "وكالة معاً" الأخبار السياسية، والاقتصادية، والثقافية، والرياضية من كافة محافظات الضفة الغربية وقطاع غزة، وكذلك آخر التطورات في الشأن الإسرائيلي، بالإضافة إلى تقديم آخر المستجدات على صعيد الوطن، نقوم باستمرار بترجمة مقتطفات من الصحافة العبرية نقدمها لقرائنا باللغة العربية، كما نقدم مقالات أدبية وتحقيقات مميزة حول مواضيع متنوعة تتراوح بين شؤون الأسرى إلى المشاريع الرامية إلى تطوير الاقتصاد، ومن أجل تقديم هذه التغطية الشاملة، نتواصل "معاً" مع مجموعة من المرسلين المؤهلين، ومثلهم من المصورين المنتشرين في كافة المدن الرئيسية في فلسطين، ويعمل هؤلاء بالتنسيق مع المحررين، والمترجمين والطواقم الأخرى في مكتب رئيسي للوكالة في مدينة بيت لحم، وآخر في مدينة غزة.

وتشير الوكالة على موقعها تماشياً مع رغبة الجمهور في الإطلاع على آخر الأنباء عما يجري في فلسطين، تقوم "معاً" بإرسال رسائل قصيرة (SMS) تتضمن الأخبار العاجلة عما يدور في فلسطين لمشتريها على هواتفهم النقالة كي يواكبوا آخر التطورات، وهذه الرسائل ترسل باللغة العربية والإنجليزية للمشاركين الذي يستخدمون شبكة جوال الفلسطينية، وكذلك الشبكات الإسرائيلية، وهذه الخدمة تغطي الأخبار السياسية والاجتماعية والاقتصادية وكذلك الرياضية، كما تقدم "معاً" عناوينها الإخبارية عبر شريط إخباري يظهر على شاشات التلفزة المحلية التسعة الشريكة في "شبكة معاً".

## 2- الموقع الإلكتروني لوكالة فلسطين برس<sup>(1)</sup>:

وكالة "فلسطين برس" وكالة أنباء فلسطينية مستقلة تأسست في فلسطين 2003/08/09، وحصلت على ترخيص من وزارة الإعلام الفلسطينية في الرابع من يناير عام (2005) كأول وكالة أنباء فلسطينية مستقلة بعد وكالة "وفا" الحكومية.

ترتبط الوكالة حسب ما أوردت عبر موقعها بعدد لا بأس به من الجهات الإعلامية والمؤسسات البحثية والأكاديمية في العديد من البلدان العربية والعالمية، تحصل على خدماتها الإخبارية، فضلاً عن الاتفاقات الموقعة مع عدد من وكالات الأنباء العربية، بهدف تعدد المصادر الإخبارية وتنوعها.

تقدم الوكالة خدماتها الإخبارية للمشاركين عبر البريد الإلكتروني، خدمة الرسائل القصيرة (SMS)، والفاكس وفق الإمكانيات الفنية المتوفرة لدى المشتركين.

---

(1) الموقع الإلكتروني لوكالة فلسطين برس للأنباء، تم دخوله في تاريخ 2014/06/20م:

<http://www.palpress.co.uk/arabic/?Action=ConstPage&ID=1>.

### 3- الموقع الإلكتروني لوكالة فلسطين الآن الإخباري<sup>(1)</sup>:

وكالة 'فلسطين الآن' من الوكالات الإخبارية الأولى على مستوى فلسطين، التي تهتم بتغطية جميع الأحداث على امتداد وطننا الحبيب، إضافة إلى أهم الأحداث العربية والدولية، مراعيةً الدقة والمصداقية والموضوعية، وتحوز على متابعة محلية وعربية ودولية كبيرة ومتزايدة، وتتخذ الوكالة من مدينة غزة مقراً لها.

وحسب ما نشرته الوكالة عبر موقعها أنها تعتمد في تغطيتها الإخبارية على طاقم متميز مكون من عشرات المحررين والمراسلين موزعين على أنحاء قطاع غزة والضفة الغربية والأراضي الفلسطينية المحتلة عام (1948)؛ لتمكن متابعيها من التمتع بتغطية متكاملة شاملة.

تحتل الوكالة مكانة متقدمة بين الوكالات الإخبارية الفلسطينية، حيث يزيد متوسط عدد متابعي الوكالة في اليوم الواحد عن (35,000) متابع، ليصل إلى أكثر من (50,000) متابع وقت التطورات المهمة على الساحة الفلسطينية.

وتضيف الوكالة عبر موقعها أنها من أوائل الوكالات الفلسطينية والعربية التي تم تصميم شكلها العام، ومحتواها بشكل مهني محترف، ويريح عين القارئ.

كما تعد الوكالة من أوائل المواقع كذلك التي تهتم بصياغة الأخبار وتحريرها بشكل يراعي خصائص الإنترنت المختلفة عن الصحافة المطبوعة.

### 4-الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا<sup>(2)</sup>:

صدر قرار اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية بإنشاء وكالة الأنباء الفلسطينية 'وفا'، بتاريخ 1972/06/05، كهيئة مستقلة مرتبطة هيكلياً وسياسياً وإدارياً برئاسة اللجنة التنفيذية للمنظمة، لتتولى مهمة التعبئة الإعلامية والتصدي مواجهة الدعاية المعادية ولتكون منبراً مستقلاً يتولى نقل الأحداث الوطنية بعيداً عن أي وصاية أو تبعية، وهذا القرار هو الإطار القانوني الذي يحكم عمل الوكالة حتى اليوم.

تركز عمل وكالة 'وفا' منذ تأسيسها على نقل الخبر الفلسطيني، وخصوصاً البلاغات العسكرية الصادرة عن القيادة العامة لقوات الثورة الفلسطينية، لكن هذا العمل توسع، ليشمل تغطية الأحداث الوطنية على تنوعها وأخبار تجمعات الشتات الفلسطيني، ونقل كل ما له علاقة بالقضية الفلسطينية.

(1) الموقع الإلكتروني لوكالة فلسطين الآن الإخبارية، تم دخوله في تاريخ 20/06/2014م.

<http://paltimes.net/general/us>.

(2) الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية: تم دخوله في تاريخ 20/06/2014م.

[http://www.wafa.ps/arabic/index.php?action=receive\\_page&id=16](http://www.wafa.ps/arabic/index.php?action=receive_page&id=16).

انطلق عمل وكالة 'وفا' في بدايته بسيطاً ومتواضعاً، وتركز في نشرة يومية باللغة العربية، تطور بعدها لإصدار نشرة يومية باللغة الانجليزية وثانية باللغة الفرنسية، ومن ثم نشرة للرصد الإذاعي، وأخرى لأقوال الصحف العربية والدولية وثالثة لرصد الصحافة والإذاعات الإسرائيلية، وكان الهدف من هذه النشرات الإخبارية أولاً تزويد الصحافة المحلية والعربية والدولية بالموقف الفلسطيني، وتزويد صانع القرار بأخر الأنباء المتعلقة بالقضية الفلسطينية من مختلف العواصم عبر رصدها وتحليلها.

استطاعت الوكالة منذ نشأتها تحقيق مكانة مرموقة بين نظيراتها العربية والعالمية، وحققت في أوقات معينة أسبقية وحضوراً مميزاً، خصوصاً أثناء الغزو الإسرائيلي للبنان عام (1982)، وحرب طرابلس في شمال لبنان عام (1983)، وحرب المخيمات في بيروت (1985)، وقبل ذلك أثناء الحرب الأهلية في لبنان.

حققت الوكالة حضوراً مميزاً في المنظمات العربية والدولية ذات الاختصاص، فإضافة إلى عضويتها الدائمة في اتحاد وكالات الأنباء العربية، واتحاد وكالات الدول الإسلامية، ورابطة وكالات دول عدم الانحياز، ورابطة وكالات أنباء المتوسط، شغلت على مدى دورات عدة منصب نائب الرئيس لهذه الهيئات.

لعبت الوكالة دوراً مكماً لعمل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية مثل 'فلسطين الثورة' المجلة المركزية لمنظمة التحرير الفلسطينية، وإذاعة صوت فلسطين - صوت الثورة الفلسطينية، والتي واصلت عملها حتى بعد قيام السلطة الوطنية الفلسطينية، وتلفزيون فلسطين الذي تأسس بعد قيام السلطة الوطنية، وغيرها من المنابر الإعلامية التي تأسست فيما بعد.

ج. العينة الزمانية:

تتمثل في الفترة الزمنية التي تبدأ يوم 2012/11/29م، وهو يوم إعلان الدولة الفلسطينية، وحتى 2013/02/28م، وهي فترة ثلاث شهور، وقد اختار الباحث الأسبوع الصناعي في تحليله لعينة الدراسة، حيث بلغ عدد الأيام (14) يوماً، وهي 29 نوفمبر 2012، 7 ديسمبر 2012، 15 ديسمبر 2012، 15 ديسمبر 2012، 22 ديسمبر 2012، 29 ديسمبر 2012، 5 يناير 2013، 12 يناير 2013، 19 يناير 2013، 26 يناير 2013، 2 فبراير 2013، 9 فبراير 2013، 16 فبراير 2013، 23 فبراير 2013، 28 فبراير 2013، علماً بأن المواقع الالكترونية الإخبارية تتيح خدمة الأرشفة، وقد بلغ عدد المواد الإعلامية التي تم تحليلها (1,708) مادة إعلامية تتعلق بقضايا المواطنة في فلسطين.

## و- وحدات التحليل:

اختار الباحث وحدة الموضوع في تحليله للمواد الإعلامية المتعلقة بالمواطنة.

## ز- فئات التحليل:

ضمت استمارة تحليل المضمون العديد من الفئات، والتي صممت بغرض القياس الشكلي، والبنائي، والموضوعي لسائر الموضوعات والقضايا التي تضمنتها المادة الإعلامية المتعلقة بقضية الدراسة، على النحو التالي<sup>(1)</sup>:

### أ. فئات تحليل الشكل:

1. فئة موقع المادة التحريرية الخاصة بالمواطنة وتكراراتها.
2. فئة الصور الصحفية المستخدمة في عرض المادة التحريرية الخاصة بالمواطنة وتكراراتها.
3. فئة الوسائط المتعددة المتضمنة في المادة التحريرية الخاصة بالمواطنة وتكراراتها.
4. فئة الروابط المصاحبة للمادة التحريرية الخاصة بالمواطنة وتكراراتها.
5. فئة العناصر التيبوغرافية "عناصر الإيضاح".

### ب. فئات تحليل المضمون:

1. فئة الموضوعات المتعلقة بالمواطنة وتكراراتها.
2. فئة القضايا المتعلقة بالمواطنة وعدد تكراراتها.
3. فئة مصدر المادة التحريرية الخاصة بقضايا المواطنة وتكراراتها.
4. فئة الأساليب الإقناعية المتبعة في المادة التحريرية الخاصة بالمواطنة وتكراراتها.
5. فئة اتجاه المضمون الصحفي للمادة التحريرية الخاصة بالمواطنة وتكراراتها.
6. فئة الاستمالات المتبعة في المادة التحريرية الخاصة بالمواطنة وتكراراتها.
7. فئة الأشكال التحريرية المستخدمة في التغطية الصحفية الخاصة بالمواطنة وتكراراتها.
8. فئة هدف المادة التحريرية الخاصة بالمواطنة وتكراراتها.

---

(1) رنا سمير أحمد صديق (2012): مرجع سابق، ص 38.

## تاسعاً: اختبار الصدق والثبات:

تسعى اختبارات الثبات إلى التأكد من اتساق أداة جمع المعلومات أو المقياس في قياس ما يسعى الباحث إلى قياسه بينما تسعى اختبارات الصدق إلى التأكد من أن الأداة تقيس فعلاً ما يسعى الباحث إلى قياسه، وكلا الاختبارين يكمل الاختبار الآخر، ولا غنى عنهما للتأكد من صلاحية الأداة وكفاءتها في جمع البيانات المطلوبة<sup>(1)</sup>.

وقام الباحث بإخضاع استمارة التحليل الخاصة بالدراسة الميدانية المتعلقة بالقائم بالاتصال، واستمارة التحليل الخاصة بالدراسة التحليلية الخاصة بتحليل المضمون لاختبار الصدق والثبات وعرضها على مجموعة من الأساتذة المختصين في هذا المجال<sup>(2)</sup> مرفق أسماء المحكمين ضمن ملاحق الدراسة أيضاً.

## صدق استمارة الدراسة الميدانية:

### أولاً: صدق البيانات:

قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء والمختصين في الإعلام بهدف التعرف على آرائهم حول "دور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية في بناء أجندة قضايا المواطنة في فلسطين"، وفي ضوء آراء السادة المحكمين تم استبعاد بعض البنود وتعديل بعضها الآخر.

---

(1) سمير محمد حسين (1999): مرجع سابق، ص 203.

- (2) أولاً: أ.د. أميمة عمران، رئيس قسم الإعلام بجامعة أسيوط.
- أ.د. سمير عبد الفتاح، أستاذ مناهج البحث جامعة بنها.
  - أ.د. محمود علم الدين، أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة.
  - أ.د. محمود الأستاذ، أستاذ الإحصاء بجامعة الأقصى.
  - أ.د. هبة شاهين، أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس.
- ثانياً: د. حنان يوسف، أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس.
- د. دينا الخطاط، أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس.
  - د. سهى عبد الرحمن، أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس.
  - د. ماجد تريان، أستاذ الإعلام بجامعة الأقصى.
  - د. السيد عبد الوهاب، أستاذ الإعلام بجامعة المنوفية.
  - د. طلعت عيسى، أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية.
  - د. عبد الباسط شاهين، أستاذ الإعلام بجامعة اليرموك.
  - د. موسى طالب، أستاذ الإعلام بجامعة الأزهر بغزة.
  - د. نرمين خضر، أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة.
  - د. هاني محمد علي، أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة.
  - د. هويدة علي، أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة.



## ثانياً: صدق الاتساق الداخلي:

قام الباحث بحساب معامل الارتباط لبيرسون (Pearson) بين كل مجال من مجالات الاستمارة والدرجة الكلية للاستمارة وهي كما في الجدول الآتي:

### جدول رقم (1):

معامل الارتباط بين درجات كل مجال والمجموع الكلي لاستمارة الدراسة الميدانية

م	المجال	معامل الارتباط
1.	سلوك استخدام القائم بالاتصال للموقع الإلكترونية الإخبارية	0.998 (**)
2.	مدى اهتمام القائم بالاتصال بقضايا المواطنة	0.998 (**)
3.	دور القائم بالاتصال في بناء أجندة قضايا المواطنة	0.976 (**)
4.	السمات العامة للقائم بالاتصال	0.998 (**)

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

\*\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

مما تقدم يتضح من الجدول السابق؛ وبعد حساب معامل الارتباط بين كل مجال من المجالات والدرجة الكلية للاستمارة هي قيم دالة إحصائياً، وذلك عند مستوى دلالة (0.01) أو (0.05)؛ فقد تبين أن جميع المجالات هي دالة عند مستوى دلالة (0.01) أو (0.05)؛ ليصبح عدد البنود (الأسئلة) لكل مجال موزعة كما في الجدول الآتي:

### جدول رقم (2):

عدد أسئلة استمارة الدراسة الميدانية وفقاً لكل مجال والمجموع الكلي للمجالات

المجال	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	المجموع
عدد الفقرات	12	8	11	11	42

## صدق استمارة الدراسة التحليلية:

### 1. صدق المحكمين:

قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء والمختصين في الإعلام بهدف التعرف على آرائهم حول "دور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية في بناء أجندة قضايا المواطنة في فلسطين"، وفي ضوء آراء السادة المحكمين تم استبعاد بعض البنود وتعديل بعضها الآخر.

### 2. صدق الاتساق الداخلي:

قام الباحث بحساب معامل الارتباط لبيرسون (Pearson) بين كل مجال من مجالات الاستمارة، والدرجة الكلية للاستمارة، وهي كما في الجدول الآتي:

### جدول رقم (3):

عامل الارتباط بين درجات كل مجال والمجموع الكلي لاستمارة الدراسة التحليلية

م	المجال	معامل الارتباط
1.	نوعية الموضوع	0.930 (**)
2.	الاتجاه	0.930 (**)
3.	قضايا المواطنة	0.754 (*)
4.	أشكال عرض المادة والإمكانات التفاعلية المصاحبة لها	0.952 (*)
5.	العناصر المصاحبة للمادة الإعلامية	0.659 (*)
6.	أسلوب العرض	0.998 (**)
7.	الوسائط المتعددة المتضمنة في المادة الإعلامية Multimedia	0.932 (**)
8.	مصادر المادة الإعلامية	0.930 (**)
9.	شكل المادة الإعلامية	0.930 (**)
10.	الشخصيات المحورية	0.985 (**)
11.	الموقع الجغرافي للمادة المنشورة	0.930 (**)

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

\*\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

مما تقدم يتضح من الجدول السابق؛ وبعد حساب معامل الارتباط بين كل مجال من المجالات والدرجة الكلية للاستمارة هي قيم دالة إحصائياً، وذلك عند مستوى دلالة (0.01) أو (0.05)؛ فقد تبين أن جميع المجالات هي دالة عند مستوى دلالة (0.01) أو (0.05).

### ثبات استمارة الدراسة الميدانية:

#### أولاً: باستخدام التجزئة النصفية

لحساب ثبات المقياس باستخدام قانون التجزئة النصفية وذلك بإيجاد معامل الارتباط لبيرسون بين مجموع الفقرات زوجية الرتبة ومجموع الفقرات فردية الرتبة كما يلي:

$$r_2 = \frac{r}{r + 1}$$

حيث: (ث) ثبات المقياس.

(ر) معامل الارتباط لبيرسون.

وبحساب معامل الارتباط لبيرسون بين مجموع الفقرات زوجية الرتبة، ومجموع الفقرات فردية الرتبة للاستبانة (ر=0.870).

$$0.93 = \frac{0.870 \times 2}{0.870 + 1} = \text{وعليه فإن } \theta$$

مما سبق نجد أن قيمة معامل الثبات ( $\theta=0.93$ ) تعتبر عالية، والذي يدل على الوثوق بهذا المقياس في التعرف إلى دور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية في بناء أجندة قضايا المواطنين في فلسطين، وهذا مؤشر على صلاحية استمارة الدراسة الميدانية للتطبيق.

**ثانياً: باستخدام معامل كرونباخ ألفا ( $\infty$ ):**

لحساب ثبات المقياس باستخدام معامل كرونباخ ألفا تم إيجاد مجموع تباين فقرات المقياس وتباين المقياس الكلي وهي كما يلي:

$$\left[ \frac{\text{مجموع } 2\epsilon}{2\epsilon} - 1 \right] \frac{n}{1-n} = \infty$$

حيث ( $\infty$ ) معامل الثبات،  $n$  عدد فقرات المقياس،  $2\epsilon$  تباين المقياس الكلي،  $2\epsilon$  مجموع تباين الأبعاد المختلفة للمقياس.

$$0.89 = \left[ \frac{15.9852}{121.8459} - 1 \right] \frac{42}{1-42} = \infty \text{ وعليه فإن } \infty$$

مما سبق نجد أن قيمة معامل ثبات المقياس باستخدام معامل كرونباخ ألفا ( $\infty = 0.89$ )، والتي تعطي دلالة على الوثوق بهذا المقياس في التعرف إلى دور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية في بناء أجندة قضايا المواطنين في فلسطين، وهذا مؤشر على صلاحية استمارة الدراسة الميدانية للتطبيق.

**ثبات استمارة الدراسة التحليلية:**

**أولاً- باستخدام التجزئة النصفية**

لحساب ثبات المقياس باستخدام قانون التجزئة النصفية وذلك بإيجاد معامل الارتباط لبيرسون بين مجموع الفقرات زوجية الرتبة ومجموع الفقرات فردية الرتبة كما يلي:

$$\theta = \frac{r^2}{r+1}$$

حيث: ( $\theta$ ) ثبات المقياس.  
( $r$ ) معامل الارتباط لبيرسون.

وبحساب معامل الارتباط لبيرسون بين مجموع الفقرات زوجية الرتبة ومجموع الفقرات فردية الرتبة للاستبانة (ر=0.87).

$$0.93 = \frac{0.87 \times 2}{0.87 + 1} = \text{ث}$$

مما سبق نجد أن قيمة معامل الثبات (ث = 0.93) تعتبر عالية والذي يدل على الوثوق بهذه الاستمارة لفي التعرف إلى دور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية في بناء أجندة قضايا المواطنة في فلسطين، وهذا مؤشر على صلاحية استمارة الدراسة التحليلية للتطبيق.

**ثانياً: باستخدام معامل كرونباخ ألفا (α):**

لحساب ثبات المقياس باستخدام معامل كرونباخ ألفا تم إيجاد مجموع تباين فقرات المقياس وتباين المقياس الكلي وهي كما يلي:

$$\left[ \frac{\text{مج ع}^2}{2\text{ع}} - 1 \right] \frac{ن}{1 - ن} = \alpha$$

حيث α معامل الثبات، ن عدد فقرات المقياس، ع تباين المقياس الكلي، مج ع مجموع تباين الأبعاد المختلفة للمقياس.

$$0.90 = \left[ \frac{14.7645}{132.7041} - 1 \right] \frac{140}{1 - 140} = \alpha$$

مما سبق نجد أن قيمة معامل ثبات المقياس باستخدام معامل كرونباخ ألفا (α = 0.90) والتي تعطي دلالة على الوثوق بهذا المقياس في التعرف إلى دور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية في بناء أجندة قضايا المواطنة في فلسطين، وهذا مؤشر على صلاحية استمارة الدراسة التحليلية للتطبيق.

### المعالجة الإحصائية:

للتحقق من صحة الفروض قام الباحث باستخدام برامج الحاسوب الإحصائي (SPSS) (Statistical package for social sciences)، وهي كالتالي:

1. اختبار "ت" (T-test) لحساب دلالة الفروق بين مجموعتين مستقلتين وغير مرتبطتين.
2. اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) لإيجاد دلالة الفروق بين متوسطات درجات المجموعات.

3. اختبار شيفيه البعدي (Scheffe) للكشف عن اتجاه الفروق بين متوسطات درجات المجموعات.
4. المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والتكرارات، والنسب المئوية.
5. معامل الارتباط بيرسون (Pearson) للتأكد من صدق الاستثمارات، ومدى ارتباط كل مجال من مجالات الاستثمار بالمجموع الكلي للاستثمار.
6. حساب ثبات الاستثمارات باستخدام قانون التجزئة النصفية.
7. إيجاد ثبات الاستثمارات باستخدام معادلة كرونباخ ألفا.

## عاشراً: مصطلحات الدراسة:

### 1- المواطنة:

هي فكرة جامعة تضم بين ظهرانيها أبناء الشعب الواحد على تنوع المكونات الدينية والسلالية والعرقية والقبلية والطائفية التي يشملها هذا الشعب، وهي بمثابة القاسم المشترك الذي يربط بين المكونات ويحقق ترابطها وائتلافها الوطني في إطار الدولة<sup>(1)</sup>.

ويعرفها الباحث بأنها مجموع القيم المتمثلة في الانتماء والولاء للوطن، والمشاركة السياسية، والتعددية الحزبية، والإيمان بعدالة القضية، وتعزيز الهوية الفلسطينية، والوحدة الوطنية التي تضم جميع فئات الشعب الفلسطيني نحو تحرير أرضه المحتلة بعيداً عن التقسيمات الجغرافية والسياسية التي فرضها الاحتلال وفق شعار منظمة التحرير الفلسطينية الذي يؤكد على الوحدة الوطنية.

### 2- الصحافة الالكترونية:

هي الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النشر الالكتروني بشكل دوري، وتجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة، وتحتوي على الأحداث الجارية، ويتم الإطلاع عليها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الانترنت. وفي تعريف آخر: هي الصحافة اللأورقية التي يتم نشرها على شبكة الانترنت، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدونها منها، وطبع ما يرغب في طباعته<sup>(2)</sup>.

ويرى كل من خليل صابات وجمال عبد العظيم أن الصحافة الالكترونية هي التي يتم إصدارها بطريقة الكترونية متكاملة بدءاً من تلقي الأخبار من وكالات الأنباء والمراسلين والبحث عن المعلومات والصور واستقائها من بنوك المعلومات الدولية، ومروراً بمعالجة الأخبار والتقارير، وكتابة

(1) نسرين عبد الحميد نبيه (2008): مبدأ المواطنة بين الجدل والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، ص6.

(2) رضا عبد الواحد أمين (2007): الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص94.

المقالات وتحريرها وتصحيحها، وتصميم الرسوم والصور الفوتوغرافية وإعدادها، وتركيب الصفحات وبنائها إلى أي جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة<sup>(1)</sup>.

### 3- القائم بالاتصال:

هو كل من يزاول في منشأة صحفية العمل الصحفي لقاء أجر، ويتخذ هذا العمل مهنة مختارة له، وتقوم بينه وبين المنشأة رابطة العامل بصاحب العمل، وقد عرّف أحد الكتاب الفرنسيين وهو "فيليب جيلارد" الصحفي بأنه الشخص الذي يخصص الجزء الأكبر من نشاطه لمزاولة الأعمال الصحفية ويستمد منها الجزء الأكبر من دخله<sup>(2)</sup>.

ويعرّف الباحث القائم بالاتصال بأنه جميع العاملين في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية (محررين، رؤساء تحرير، مراسلين، مصورين للمواقع).

### 4- المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية:

هي مواقع أنشئت على شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) بغرض تقديم خدمة إعلامية وإخبارية<sup>(3)</sup>، وهي فلسطينية المنشأ والإدارة، تهتم بقضايا وأحداث فلسطين والعالم العربي، وموجهة أساساً للشعب الفلسطيني.

### 5- بناء الأجندة:

هي مجموعة القضايا أو الأحداث التي ينظر إليها في توقيت ما على أنها تحتل مراتب متقدمة في سلم الأهمية، ويقصد بها أجندة الأخبار الفلسطينية، وبالتالي يمكن النظر لعملية وضع الأجندة على أنها معركة تنافسية مستمرة بين عدد من القضايا بهدف النجاح في الاستحواذ على اهتمام الإعلاميين المتخصصين والجمهور، سواء العام أو النخبة، ومن ثم فإن دراسة هذه العملية تشكل في النهاية محاولة لتفسير حدوث التغيير الاجتماعي في المجتمعات الحديثة.

---

(1) ماجد سالم التريان (2008): الانترنت والصحافة الالكترونية- رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ص 95.

(2) عبد الله محمد زلطة (2007): مرجع سابق، ص 46.

(3) عبد الله محمد سعد أبو راس (2007): مرجع سابق، ص 22.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري للدراسة

مقدمة.

نظرية حارس البوابة الإعلامية:

- تعريف بالنظرية.
- ظهور وتطور نظرية حارس البوابة.
- فروض نظرية حارس البوابة.
- حارس البوابة في المواقع الالكترونية.
- العوامل والضغط التي تؤثر على حارس البوابة.
- الانتقادات الموجهة لنظرية حارس البوابة.

نظرية بناء الأجندة:

- تعريف الأجندة.
- ظهور وتطور نظرية بناء الأجندة.
- المفاهيم الأساسية لبناء أجندة وسائل الإعلام.
- مداخل دراسة بناء أجندة وسائل الإعلام.
- مراحل بناء الأجندة.
- الإطار العام لبناء الأجندة.
- المعايير التي تحدد بناء أجندة وسائل الإعلام.
- العلاقة الخطية في بناء الأجندة.
- العوامل التي تؤثر في بناء أجندة وسائل الإعلام.
- الخلاصة.

## الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

### مقدمة:

يستعرض الباحث في هذا الفصل النظريات المستخدمة في الدراسة، وهي نظريتي حارس البوابة وبناء الأجندة، وعمل الباحث جاهداً من أجل بحث جوانب النظرية من حيث نشأتها وتطورها وتعريفها بشكل علمي كما ورد في الكتب والدراسات والفروض الخاصة بالنظرية، حيث أفادت الباحث في صياغة هذه الفروض بما يتلاءم مع أهداف الدراسة ومشكلتها، كما يستعرض الباحث حارس البوابة في المواقع الإخبارية لما له من أهمية في بناء أجندة قضايا المواطنة في المواقع الالكترونية الإخبارية، والضغوطات التي يواجهها حارس البوابة خلال عمله المهني والقيم المجتمعية السائدة في المجتمع، وتأثيرات السياسة التحريرية والجمهور المستهدف.

كما يستعرض الباحث نظرية بناء الأجندة التي من خلالها حددت الدراسة مراحل بناء أجندة القضايا، وترابط الأجندات الخاصة بوسائل الإعلام، والقائم بالاتصال، والجمهور، والمعايير التي تحدد بناء أجندة وسائل الإعلام، والعوامل التي تؤثر في بناء أجندة وسائل الإعلام.



## نظرية حارس البوابة (Gate keeping Theory):

ظهرت أهمية القائم بالاتصال مع تطور المؤسسات الإعلامية في العقد الثاني من القرن العشرين، وتحديداً انتشار المواقع الالكترونية الإخبارية كمصدر مهم من المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها الجمهور، وأصبحت المؤسسات الإعلامية عبارة عن شبكات اتصال ضخمة تتصارع داخلها المصالح، وأصبحت كل مؤسسة في حد ذاتها نظاماً قائماً بذاته، حيث يتم اتخاذ العديد من القرارات المهمة في كل دقيقة داخل هذه المؤسسات الإعلامية، ونظراً لأهمية اتخاذ هذه القرارات بالنسبة للجمهور يجب معرفة من يتخذ هذه القرارات وكيفيه اتخاذها ومن ينفذها، وما هي العوامل التي تؤثر على القائمون بالاتصال في اختيارهم للرسائل الإعلامية؟.

ونظراً لأهمية هذه النظرية في دراستنا فقد تم تطبيقها على موضوع الدراسة من خلال دراسة القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية عينة الدراسة، وذلك بالتعرف على المعايير المختلفة التي تتحكم بالقائم بالاتصال في اختيار المحتوى الإخباري وتقييم رؤيتهم لكيفية بناء أجندة قضايا المواطن في فلسطين واتجاهاتهم نحوها، فضلاً عن الضغوط المهنية وسياسة الموقع وعلاقات العمل ومدى انعكاس ذلك على طبيعة المعالجات الإخبارية والتبادل الإعلامي للموضوعات والقضايا المتعلقة بالدراسة.

### أولاً: تعريف بالنظرية:

يقصد بنظرية حارس البوابة الإعلامية أن القائمين والمسؤولين عن الوسيلة الإعلامية يتحكمون بمضمون الرسالة المنشورة، حيث تمر الرسالة الإعلامية بعدة مراحل من المصدر حتى الجمهور ليتم التقرير في كيفية وصول الرسالة الإعلامية للجمهور والكيفية التي ستصل فيها، وهل ستقل كما هي أو ستطراً عليها بعض التغييرات والتعديلات، فضلاً أنهم ينشرون ما يريدون ويمنعون ما لا يريدون نشره<sup>(1)</sup>.

ويعرف المشاقبة حراس البوابة بأنهم الأشخاص الذين يقومون بالتقاط وجمع الصور والأخبار والأنباء والمعلومات من مصادرها الإخبارية، سواء أكانت وكالات الأنباء أو الصحف أو الأفراد أو المؤسسات أو الجماعات أو الجماهير، فكل هؤلاء هم حراس البوابة الإعلامية<sup>(2)</sup>.

---

(1) منال المزهرة (2012): نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان الأردن، ص258-259.

(2) بسام المشاقبة (2011): مرجع سابق، ص113.

ويمكن القول بأن حراسة البوابة الإعلامية هي عملية متكاملة وواسعة في التحكم في المعلومات التي تحتوي على كل أنواع الرسائل الإعلامية وليس الأخبار فقط، وكذلك تتضمن التحكم في توقيت إيصالها من المصدر للجمهور<sup>(1)</sup>.

وأثناء هذه العملية يتم التأكد على بعض جوانب القصة الإخبارية وإهمال أخرى، ولا بد أن يكون الخبر أو الرسالة بمواصفات معينة حتى يتم السماح لها بالمرور، وبهذا يكتسب حارس البوابة دوراً رئيسياً ليس فقط في التعديلات الكمية وإنما في التعديلات الكيفية، وهذا جوهر نظرية حارس البوابة<sup>(2)</sup>. ومن خلال هذا الدور فإن حارس البوابة يحدد للجمهور ما يجب أن يشاهده أو يقرأه أو يسمعه، ومن هذا المنطلق يكون تأثير حارس البوابة مزدوجاً من خلال ما يسمح بعرضه ومن خلال ما يحجبه عن الجمهور<sup>(3)</sup>، كما ويعد القائم بالاتصال أحد العناصر الأساسية لعملية الاتصال وهو من يقوم بتمثيل المصدر الاتصالي في تقديم المضمون<sup>(4)</sup>.

واستفادت من هذا المفهوم العديد من التخصصات كعلوم الاتصال والاجتماع وعلم النفس والعلوم السياسية، ولكن تم تداوله بشكل خاص في الصحافة لدراسة دور المحررين كحراس، حيث يشير مفهوم حراسة البوابة الإعلامية في الأدبيات التقليدية إلى آلية الاختيار، أما في بعض الأدبيات فإنه يعني أصحاب المصلحة والقائمين على العمل، وحاولت الدراسات مناقشة مدى صلاحية الاستعانة بهذه النظرية في فهم الأداء الإعلامي على شبكة الانترنت<sup>(5)</sup>، ونتيجة لما سبق فإن عملية حراسة البوابة هي عملية تشكيل للواقع الاجتماعي، فعند منع حدث ما أو رسالة إعلامية من المرور أو التغطية عبر وسائل الإعلام، فإن هذا الحدث لا يصبح جزءاً من الواقع الاجتماعي الذي يدركه الأفراد، مما له الأثر على الطريقة التي ندرك بها الواقع، لذلك فإن التأثيرات التي يتعرض لها حارس البوابة تؤثر بشكل كبير على الرؤية العامة للواقع الاجتماعي<sup>(6)</sup>.

- 
- (1) إيمان متولي عرفات (2009): حرية الصحافة في الكويت وتأثيرها على الممارسة الصحفية في الفترة 2003-2007، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص45.
  - (2) إيمان متولي عرفات (2009): المرجع السابق نفسه، ص45.
  - (3) محمد عارف (2012): دور قناة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي "الثورة المصرية نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، نابلس، فلسطين، ص48.
  - (4) صلاح الدين عثمان (2013): العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في الصحافة الليبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، ص142.
  - (5) وسام الحنبلي (2011): العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص43.
  - (6) منى مجدي فرج (2001): مرجع سابق، ص21.

## ثانياً: ظهور وتطور نظرية حارس البوابة:

تعود البدايات الأولى لدراسة المؤسسات الإعلامية وما يحدث بداخلها وأهمها دراسات القائم بالاتصال إلى الملاحظات الأولية للباحثين في المجال الإعلامي ومن أهم ذلك دراسة ويبير (Weber, 1918)، وبارك (Bark 1923)<sup>(1)</sup>، ثم ظهرت دراسة ليو روستن (Leo Rosten, 1937) في الولايات المتحدة الأمريكية التي تناولت بالشرح قطاعاً من القائمين بالاتصال، والتي تعتبر أول دراسة عن سيكولوجية المراسل الصحفي، وبعدها تطورت الأبحاث المتعلقة بالقائم بالاتصال ودوره في المؤسسة الصحفية<sup>(2)</sup>، وقد أجريت في الخمسينيات من القرن الماضي العديد من الدراسات المهمة التي تناولت دور الصحفي في انتقاء الأخبار وكانت الانطلاقة الفعلية لأبحاث القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية<sup>(3)</sup>. ومن أهم هذه الدراسات دراسة وارن بريد (Breed)، وكارتر (Carter)، وجيبر (Gieber)، وستارك (Stark)، وروبرت جاد (Judd)، ووايت (White)، وكن مكروري (Macrorie) وغيرهم من الباحثين الذين بحثوا في آليات عمل المحررين وتغطيتهم، والعوامل التي تؤثر عليهم في اختيارهم للمادة الإعلامية<sup>(4)</sup>، حيث أكد الباحث الأمريكي (Gieber) بأن ما يصل الجمهور من أخبار هو ما جعله الصحفي أخباراً، وأن أكثر ما يؤثر على الصحفي اختياره لهذه الأخبار هي الضغوط البيروقراطية الذي يفرضها الواقع داخل حجرات الأخبار<sup>(5)</sup>.

وفي العام (1955) أكد (Warren Bread) أن هناك تأثيراً قوياً من القوى الاجتماعية على العاملين في وسائل الإعلام في اختيار مضمون الأخبار في هذه الوسائل، كما أن هناك تأثيراً قوياً من الصحف الكبرى على طريقة تناول ومعالجة الصحف الصغرى للأخبار، وهذا يحرم الجمهور من التنوع الإخباري، ولا يعطي مجالاً لتكوين رأي عام واع<sup>(6)</sup>.

ولكن حتى هذا التاريخ لم يظهر مصطلح حارس البوابة بمفهومه الحديث إلى أن دراسة العالم النمساوي الأصل كيرت لوين (Kurt Lewin) ليعيد هذا المفهوم للدراسة والتحليل العلمي المنظم<sup>(7)</sup>،

---

(1) G. H. Stempel, Gatekeeping (1985): The mix of Topics and Selection of Stories, Journalism Quarterly, Vol.62, Winter, PP791-796.

(2) حسين أبو شنب (2000): مرجع سابق، ص205.

(3) بسام المشاقبة (2011): نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ص114.

(4) حسن مكاي (2009): نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع الطبعة التاسعة، القاهرة، مصر.

(5) محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص274.

(6) Warren Breed (1955): Newspaper opinion leader and process of standardization, Journalism quarterly, Summer, Vol.32, P.277.

(7) منى مجدي فرج (2001): المعايير الرقابية للفيلم السينمائي الروائي المصري في السينما والتلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام قسم الإذاعة، جامعة القاهرة، ص22.

حيث عمل لوين على نقل مفهومة حارس البوابة من مجرد مفهومة إلى نظرية، وأكد أن الرسالة الإعلامية تتعرض خلال مسيرتها من المصدر للجمهور للعديد من نقاط التفنيش والتدقيق وهي عملية متكاملة تتأثر بشكل كبير بالعوامل والقوى المحيطة بحارس البوابة<sup>(1)</sup>.

ويرى لوين أن هناك نقاطاً أو بوابات على طول رحلة المادة الإعلامية من المصدر وحتى الجمهور تتحكم في كيفية وصول الرسالة من حيث الشكل والمحتوى ويكون لمن يديرون هذه البوابات نفوذاً كبيراً وذات أهمية كبيرة في انتقال المعلومات، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار ازدادت المواقع التي يصبح فيها قدرة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو إدخال بعض التغييرات عليها<sup>(2)</sup>.

والملاحظ في هذه الدراسات أن بها عنصر مشترك حيث تركيزها على التفاعل بين الأنماط والأخلاقيات الصحفية المثالية والأساليب الاجتماعية والتنظيمية المتبعة في المجتمع، وتعتبر هذه الدراسات ذات أهمية كبيرة لوسائل الإعلام والمهتمين والصحفيين لأنها تساعد في الوصول لأحكام أكثر دقة عن العاملين في الوسائل الإعلامية<sup>(3)</sup>.

### ثالثاً: فروض نظرية حارس البوابة:

تستند نظرية حارس البوابة من خلال ما توصل إليه الباحثون إلى مجموعة من الفروض أهمها:

1- أن تدفق المعلومات والأخبار يمر عبر سلسلة يكون مسئولاً عن تدفقها مجموعة من الأفراد يقفون في حلقات ومراكز على طول السلسلة حيث يتمتعون بالقدرة على حجب التدفق أو تعديله نقصاً أو زيادة.

2- أن هؤلاء الأشخاص الذين يتمتعون بالقدرة على التحكم في تدفق المعلومات يمثلون حراساً لنظم معينة سياسية وثقافية واقتصادية واجتماعية، وهم جزء أصيل من تلك النظم بحكم انتمائهم إليها أيديولوجياً أو بنائياً أو بحكم ضغوطات تمارسها عليهم السلطة السائدة أو المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها<sup>(4)</sup>.

---

(1) كمال الحاج (2007): تأثير المواد التلفزيونية الأجنبية على إنتاج المواد الثقافية في التلفزيون المصري والسوري

في ظل العولمة، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة، جامعة القاهرة، القاهرة، ص45.

(2) أحمد عيساوي (2014): علوم الإعلام والاتصال، دار الكتاب الحديث، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص41.

(3) محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص277.

(4) مطلق سعود المطيري (2007): التغطية الإعلامية للمرسل الأمريكي لقضايا الشرق الأوسط، رسالة دكتوراه غير

منشورة، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس، القاهرة، ص80.

3- يسيطر حراس البوابة بحكم موقعهم على المعلومات المتاحة لهم، فهم يتحكمون فيما نقرأ أو نسمع، مما يشكل وجهة نظرنا في الأحداث والقضايا، حيث يعد حارس البوابة المتحكم في اختيار الرسالة نظراً لأنه يعمل على إعادة بناء الهيكل الجوهري للحدث وتحويله إلى رسالة إعلامية<sup>(1)</sup>.

4- ترى نظرية حارس البوابة أن القائم بالاتصال هو المسئول عن جمع المعلومات الخاصة بالرسالة الإعلامية والتأكد من صحتها قبل تقديمها للجمهور، وتعتمد النظرية على قدرة الصحفي على الملاحظة ومتابعة الأحداث الجارية، واختيار ما يمكن نشره وما يمكن إغفاله، والتركيز على قضايا معينة<sup>(2)</sup>.

5- وتفترض النظرية أن حارس البوابة يتعرض لعدد كبير من الرسائل الإعلامية، حيث يقوم بغربلتها لتصل لعدد محدود من الرسائل الذي يستطيع نشرها عبر وسائل الإعلام، حيث لا يستطيع القائم بالاتصال بث كل الرسائل ليس فقط لحجمها وإنما استحالة نقلها دون تشكيلها وفقاً للأساليب المعتادة والمعتمدة<sup>(3)</sup>.

#### رابعاً: حارس البوابة في المواقع الالكترونية:

بالرغم من السمات الخاصة والتميزة للبيئة الإعلامية الالكترونية فإن حراس البوابة في المواقع الالكترونية لا يزالون يقومون بنفس المهام التي يقوم بها حراس البوابة في البيئة التقليدية، سواء في جمع المادة الإعلامية أو تقييمها أو تحريرها، وإن حدث تغير في أولويات المراحل التي تتعلق بإنتاج المضمون الإعلامي، حيث إضافة مراحل أخرى باعتبار أن البيئة الإعلامية الالكترونية لها سماتها الخاصة التي تفرض مهام جديدة على حراس البوابة، بحيث لم يعد يقتصر عملهم على اتخاذ قرار بنشر مادة معينة وحجب غيرها، إذ أصبح عليهم اتخاذ قرارات أخرى تتعلق بطبيعة النصوص المصاحبة للمادة، والرسوم التوضيحية والجرافيك والخرائط وقواعد البيانات المناسبة لها، وروابط البريد الالكتروني، كما زادت بعض التساؤلات المتعلقة بإضافات على الرسالة والمتعلقة بإضافة مواد سمعية وبصرية ومرئية<sup>(4)</sup>.

---

(1) عزام أبو حماد (2011): تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على صحافة الانترنت العربية من وجهة نظر المحررين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، ص24.

(2) مطلق سعود المطيري (2007): مرجع سابق، ص79.

(3) إيمان متولي عرفات (2008): مرجع سابق، ص44-46.

(4) ثائر تلاحمة (2012): حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، ص42.

وتشمل شبكة الانترنت على مجموعة من البوابات التي يملكها مزود الخدمة ومحركات البحث، وتشير الدراسات أن الأهمية ليست فقط في إنتاج المعلومات بقدر ماهية الآليات الكفيلة بانتباه الجمهور والتحكم في مسار تدفق المعلومات، ولكن الأهم هو الترتيب الذي يصل للجمهور هي القضايا والأخبار والموضوعات التي يتم السماح بالتركيز عليها من خلال تلك البوابات<sup>(1)</sup>، وهو ما يؤكد على أهمية وجود حارس البوابة الخاص بالمواقع الالكترونية على اعتبار أن هناك بعض المواقع الخاصة التي لا تسمح بالدخول إليها لبعض الأعمار السنية أو تلك المواقع المخصصة للأجهزة الحكومية الحيوية بالدولة أو الشركات الخاصة، كذلك أن هناك مواقع إخبارية يكون الدخول إلى مشاهدتها محتواها برسوم مالية تعمل الجهات المسؤولة عنها بمنع المشاهدة إلا بطريقة خاصة يسمح حارس بوابتها للمشاركين بالدخول إليها<sup>(2)</sup>.

إن التطورات التقنية الحديثة جعلت نظرية حارس البوابة تأخذ العديد من الأبعاد التي سمحت للعديد من الأفراد بأن يكونوا حراس بوابات إعلامية، حيث أن تأثير حراس البوابة الإعلامية واضحاً بشكل كبير في مضمون الرسالة الإعلامية<sup>(3)</sup>.

### العوامل والضغوط التي تؤثر على حارس البوابة:

لقد أثبتت الدراسات الإعلامية التي تناولت حارس البوابة على أن هناك العديد من المؤثرات والعوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال، والتي من خلالها يحدد ما ينشر وما يحجب، وأن معرفتنا بوظيفة حارس البوابة يعني معرفة وفهم العوامل والمؤثرات التي يتعرض لها والتي تتحكم في القرارات التي سيصدرها<sup>(4)</sup>، ومن هذه العوامل خصائص القائم بالاتصال (معايير ذاتية) مثل العمر والنوع والطبقة الاجتماعية والتعليم والضغوط المهنية، مثل العلاقات بمصادر الأخبار والمعلومات، سياسة المؤسسة، الجامعات المرجعية والانتماءات، وأيضاً معايير المجتمع وتقاليده، وتأثير السياسات الداخلية والخارجية، فضلاً عن معايير الجمهور التي تتمثل في توقعاتهم نحو الموضوعات الإعلامية<sup>(5)</sup>.

---

(1) وسام الحنبلي (2011): مرجع سابق، ص 53.

(2) منى فرج (2001): مرجع سابق، ص 41.

(3) عبد الرحمن المطيري (2009): مرجع سابق، ص 208.

(4) محمد عبد الحميد (2004): نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، الطبعة الثالثة، ص 93.

(5) نرمين خضر (2008): اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية

في الألفية الثالثة، المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر (الإعلام بين الحرية والمسؤولية)، الجزء الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 337.

## أولاً: الخصائص الذاتية للقائم بالاتصال:

هناك علاقة قوية بين الخصائص الذاتية والسمات الشخصية للقائم بالاتصال والمحتوى الذي يقدمه عبر وسائل الإعلام، حيث تلعب الخصائص والسمات الذاتية مثل النوع، الدخل، العمر، الطبقة الاجتماعية، الانتماءات الفكرية والعقائدية، والإحساس بالذات دوراً مهماً في الممارسة الإعلامية لحارس البوابة<sup>(1)</sup>. ويعتبر الإحساس بالذات نتيجة لقدرة الفرد والمجتمع على تلبية احتياجات عديدة يتصدرها إحساس الفرد بالأمن بأشكاله المتعددة، والذي يستطيع من خلاله الفرد التعبير والمشاركة في صنع القرار، مما يجعل القائم بالاتصال على ثقة كبيرة بنفسه وتقديره لذاته<sup>(2)</sup>.

وتتحكم الاعتبارات الشخصية لحراسة البوابة الإعلامية بشكل كبير في إحداث تغيرات جوهرية على المادة الإعلامية، وقد تكون هذه الاعتبارات سياسية، اقتصادية، شخصية، أو إعلامية مقصودة يريد من خلالها إحداث تغيرات ثقافية أو اجتماعية لدى الجمهور المستهدف<sup>(3)</sup>.

لذلك يجب أن يكون لديه مهارات ومؤهلات شخصية يستطيع من خلالها فعل ذلك، وأهمها أن يكون لديه خلفية سياسية واقتصادية وثقافية وتاريخية وأمنية كي يفهم بشكل معمق الشؤون المحلية والدولية والتطورات الاقتصادية والسياسية داخل وخارج البلاد<sup>(4)</sup>.

## ثانياً: الضغوط المهنية وعلاقات العمل:

يتأثر المضمون الصحفي بشكل كبير باتجاهات الممارسة المهنية وضغوط العمل للقائم بالاتصال، وتتأثر هذه الممارسة بكثير من العوامل أهمها التنظيم الإداري في المؤسسة والتأهيل العلمي والمهني، وأيضاً اتجاهات العلاقات الداخلية بين الزملاء، بجانب العوامل المتعددة المتعلقة بالرضا الوظيفي، وتأثير قرارات المدراء ومالكي وسائل الإعلام على ما تتضمنه الرسالة الإعلامية، لذلك فإن مضمون الرسالة الإعلامية يتأثر بشكل كبير بالعوامل الداخلية، كما يتأثر بالعوامل الخارجية المتمثلة في البيئة والسياق الاجتماعي أو جمهور المتلقين<sup>(5)</sup>.

---

(1) حسن عماد، ليلى السيد (2009): الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثامنة، ص179.

(2) محمد عبد الحميد (2004): نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، الطبعة الثالثة، ص157.

(3) بسام المشاقبة (2001): نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ص113.

(4) حسنين شفيق (2001): التدريب الإعلامي في الصحافة المطبوعة والالكترونية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، ص46.

(5) تحسين منصور، محمود الحديدي (2006): معوقات الممارسة المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة الرياضية الأردنية اليومية وعلاقتها ببعض المتغيرات، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، المجلد الحادي والعشرون، العدد الخامس، عمان، الأردن، ص227.

لذلك يخضع العاملون في مجال صناعة الأخبار لتدريب مهني من خلال التفاعل مع الزملاء والمداومة على قراءة ومتابعة الوسيلة الإعلامية نفسها، ودعم مدراء العمل لقرارات حارس البوابة، حيث يمثل زملائه ورؤسائه جماعات مرجعية<sup>(1)</sup>.

وبالرغم من الولاء الذي يقدمه حارس البوابة لسياسة المؤسسة الإعلامية، إلا أنه يجب أن يكون مبتكراً ولديه توجهات فردية يتفاعل مع المتغيرات المجتمعية ويشارك في صنع القرار<sup>(2)</sup>، وهناك العديد من الدراسات التي تناولت التنشئة الاجتماعية المتنامية بين الصحفي ومصادره المتبادلة وتأثيرها على الأحكام المهنية والاهتمامات، وهذه الدراسات أتاحت تصوراً ملائماً لطبيعة الإنتاج الإعلامي<sup>(3)</sup>.

### ثالثاً: العلاقات بمصادر الأخبار والمعلومات:

أشارت غالبية الدراسات في هذا المجال على صعوبة استغناء القائم بالاتصال عن مصادره التي تعد أهمية قصوى بالنسبة له<sup>(4)</sup>، ومن الصعوبة وضع آليات ومعايير خاصة للعلاقة بين القائم بالاتصال ومصادر الأنباء والمعلومات داخل المجتمع، لأن هذه العلاقة تتأثر بعده عوامل من الممكن أن تجدها في مجتمعات ولا تراها في مجتمعات أخرى بصرف النظر عن طبيعة النظام الإعلامي القائم<sup>(5)</sup>.

وقد حدد الباحثان جيبير وجونسون (Gieber & Johnson, 1961) العلاقة بين القائم بالاتصال والمصادر الإخبارية في مستويات يوضح الأول منها حالة الاستقلال الكامل بين النظم الاجتماعية المختلفة، ويتسم تدفق المعلومات من المصدر للقائم بالاتصال بشكل انسيابي رسمي، أما المستوى الثاني يشير إلى العلاقة المتبادلة بين المصدر والقائم بالاتصال، حيث الاتفاق الواضح في المرجعيات لديهم، ويشتركان في بعض الأهداف الخاصة بالعملية الاتصالية، فيما يؤكد المستوى الثالث علاقة التبعية الواضحة من قبل القائم بالاتصال للمصدر، وبالتالي تظهر جلياً سيطرة المصدر على المحتوى الإعلامي الذي يبثه الصحفي وهنا تظهر قوة المصدر<sup>(6)</sup>.

---

(1) نشوة عقل (2002): مرجع سابق: ص 67.

(2) Jennifer M. George & Gareth R. Jones (1996): Organization behavior (N.Y addition- Wesley Publishing company Inc, PP.321-322.

(3) نشوة عقل (2002): مرجع سابق، ص 68.

(4) حسن عماد (2009): نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 82.

(5) رعدة عيسى (2005): العوامل المؤثرة على القيادات الإعلامية النسائية باتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري وانعكاساتها على التخطيط الإعلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 57.

(6) W. Gieber, W. Jonson (1961): The city Hall Beat A study of reporter and Source Roles, Journalism Quarterly. Vol.12, No.38, PP290-291.



ويحاول المحرر قدر الإمكان استماله مصادره الإخبارية، حيث تعد المصادر الإخبارية الرسمية من أهم المصادر المعلوماتية لدى الصحفيين<sup>(1)</sup>.

#### رابعاً: تأثير السياسات الخارجية والداخلية:

يتأثر عمل حارس البوابة الإعلامية بنوعين من السياسات أحدهما يسمى بالسياسات الخارجية، ويقصد بها تلك السياسات التي تصدر عن المشرعين والمسؤولين عن وضع الأهداف العامة الرئيسية للمؤسسة الإعلامية في المجتمع، ويتم ذلك من خلال التشريعات والقوانين التي تضمن ضبط العملية الإعلامية في جميع المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر السلطة الحاكمة، ولا تمارس هذه السياسات صراحة ولكن يظل لها تأثير واضح في قرارات وسائل الإعلام<sup>(2)</sup>.

أما النوع الثاني فهو السياسات الداخلية، حيث تؤثر سياسات حجرة الأخبار على المحتوى الإخباري، فالبناء القائم على تسلسل النفوذ يجعل المندوب الإخباري قريباً من نهاية هذا التسلسل، وبالتالي يصبح القرار بأيدي رؤساء التحرير ومديري المحطات الإخبارية، وتكون هذه الأفكار والسياسات معلنه أو مستترة ويكتسبها القائم بالاتصال من خلال العمل<sup>(3)</sup>.

وتجري باستمرار عملية تطبيع المحررين الجدد عليها، حيث أن أسلوب المعالجة والتقييم الإخباري للمحرر والطاقم التحريري في الوسيلة الإعلامية يتأثر بشكل كبير بسياسة التحرير وقرارات المسؤولين عن الوسيلة<sup>(4)</sup>.

وهنا يجدر بنا أن نميز بين الأدوار الداخلية لحراس البوابة والأدوار الخارجية التي تتمثل في المشرعين والمنظمين، فحراس البوابة هو جزء أساسي في التنظيم الداخلي للمؤسسة ويعملون في إطار سياستها وعليهم أدواراً مهمة لاستكمال العمل الإعلامي في حين أن المشرع أو المنظم الخارجي مثل الرقيب وقت الحرب أو إعلان حالة الطوارئ من خارج المؤسسة الإعلامية، ويعمل في إطار نظام قيمي مختلف، وهو وكيل خارجي للجمهور أو الحكومة، وكلاهما يضبط ويفسر ويقيم المحتوى، وكلاهما يمكن أن يمنع الرسالة الإعلامية من أن تصل للجمهور<sup>(5)</sup>.

(1) نوال الصفتي (2001): مرجع سابق، ص 95.

(2) حنان الجندي (2011): صورة القائم بالاتصال في مجال الإذاعة المسموعة والمرئية، مرجع سابق، ص 44-45.

(3) نشوة عقل (2002): مرجع سابق، ص 68.

(4) منى الأكشر (2008): مرجع سابق، ص 67.

(5) وسام نصر (2001): العوامل المؤثرة على مشاركة المرأة في البرامج التلفزيونية، مرجع سابق، ص 185.

## خامساً: تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية:

يعتبر الانتماء محددًا أساسياً ومهماً من محددات الشخصية لأنه يؤثر في طبيعة التفكير والتفاعل مع المحيط الخارجي، كما يتم وصف الفرد من خلال مفهوم الجماعات التي ينتمي إليها مثل الجماعات التعليمية، الاجتماعية، الوظيفية، والتنظيمات السياسية<sup>(1)</sup>.

حيث نعرف جماعات الانتماء (Membership groups) بأنها الجماعات التي يشترك فيها الفرد مع أعضائها في القيم والأفكار والمعتقدات والاتجاهات والسلوكيات والدوافع والميول، ومن خلال معرفتنا للجماعات المرجعية لحارس البوابة يمكننا توقع أحكامه واتجاهاته تجاه القيام بسلوك معين<sup>(2)</sup>.

فقد أكد الباحثان جون ريلي وماتيدا ريلي (Riley & Riley) في نموذجهما الخاص بتأثير الجماعات الأولية والتنظيمات الاجتماعية في إطار السياق الاجتماعي العام على كل من المراسل والمستقبل في آن واحد، حيث أن حارس البوابة الإعلامية قد يقوم بضبط المعلومات التي يحصل عليها واتخاذ قراراته بما يتفق مع القيم والتقاليد والأعراف الاجتماعية السائدة، والتي تمثل إطاراً مرجعياً للمعايير الثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع<sup>(3)</sup>.

وهذه المعايير الثقافية التي تشابه في مضمونها القيم (Values) التي تعد أحد المرجعيات التي يعتمد عليها حارس البوابة في اختياره للرسالة الإعلامية، وتشكل موقفاً أو رأياً مغايراً تجاهها، وتحدد آليات اختياره للمحتوى الإعلامي على أن يكون هذا الاختيار يتوافق مع ما يؤمن به من معايير ثقافية، أي أن هذه المعايير تصبح بمثابة إطاراً مرجعياً له في تفسير الأحداث والقيام بسلوك معين<sup>(4)</sup>.

ولعل ذلك ينطبق أيضاً على آليات اختيار القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية للمواد الإعلامية وتشكيلها وتحريرها بما يتناسب مع ذلك.

## سادساً: التوقعات الخاصة بالجمهور:

أكدت الدراسات المتعلقة بحراسة البوابة الإعلامية على أهمية العلاقة التي تربط القائم بالاتصال بجمهوره، ومدى تأثير احتياجات الجمهور عليه في اختياره للمادة الإعلامية، فقد وجد

(1) رغبة عيسى (2005): مرجع سابق، ص56.

(2) محمد عبد الحميد (2004): مرجع سابق، ص164.

(3) Riley M.W and J. W. Riley(1959): Mass communication and social system In R.K Morton, et al., (eds.), Sociology Today (New York: Basic book), P543.

(4) وسام نصر (2001): مرجع سابق، ص172.

الباحثون أن المحررين يميلون إلى إعطاء قرائهم ما يبحثون عنه، حيث تصبح اهتمامات الجمهور أولوية لدى القائم بالاتصال في عملية الاختيار والانتقاء للأخبار<sup>(1)</sup>.

وقد لاحظ باحثون آخرون حجم التأثير المتبادل بين القائم بالاتصال والجمهور، حيث يؤثر الجمهور بشكل كبير على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور، وبهذا يلعب الجمهور دوراً إيجابياً في صناعة المادة الإخبارية<sup>(2)</sup>.

كذلك أظهرت الدراسات ضرورة أن ترضي وسائل الإعلام جمهورها، وأن القائم بالاتصال في حاجة شديدة لتحديد جمهوره بدقة وتصوره، لذلك يؤثر على قراراته تأثيراً قوياً، وقد يعاني القائم بالاتصال الذي يعمل في وسيلة إعلامية جماهيرية من صعوبة تصور ومعرفة طبيعة إدراك جمهوره، ورغم أنه في بعض الأحيان تستطيع وسائل إعلام معينة جذب جماهير محددة بدقة إلا أنه من الصعب أن يختار القائم بالاتصال الجماهيري بحكم طبيعته جمهور دقيق لأنه يتوفر للجميع<sup>(3)</sup>.

### سابعاً: المحافظة على قيم المجتمع:

يسعى القائم بالاتصال لإقرار القيم والمبادئ للنظام الاجتماعي الذي يعد من القوى الأساسية الذي يعمل في إطاره، حيث تسعى وسائل الإعلام للحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع<sup>(4)</sup>. لذلك ينبغي على القائم بالاتصال أن يكون واعياً للمغزى الاجتماعي لمهنته ومسئوليته تجاه الجمهور الذي يوجه له خطابه<sup>(5)</sup>، وبناءً على ذلك تقوم وسائل الإعلام على توجيه انتباه الحضور نحو قضايا معينة وهي بذلك تسهم في تحقيق درجة من الاتفاق العام داخل المجتمع<sup>(6)</sup>.

لهذا يلجأ حارس البوابة الإعلامية إلى حجب بعض الرسائل الإعلامية من أجل تدعيم ثوابت المجتمع وثقافته، وحماية بنيانه الاجتماعي، وتعزيز دور المواطن في عملية التنمية، ومن الممكن أن يتخلى القائم بالاتصال عن السبق الصحفي من أجل احترام المجتمع وتقاليده<sup>(7)</sup>.

---

(1) Tsan Kuo, Jae Wonlee (1992): Factor Affecting Gate Keepers Selection of Foreign news national news paper editors, Journalism Quarterly, Vol.69, No.3, P556.

(2) حسن عماد (2009): مرجع سابق، ص 83.

(3) منال المزاهرة (2012): مرجع سابق، ص 273.

(4) حسن عماد، ليلي السيد (2009): مرجع سابق، ص 178.

(5) حسنين شفيق (2011) مرجع سابق، ص 46.

(6) حارس أحمد هلال (2011): دور الاتصال التفاعلي في ترتيب أوليات الاهتمام لدى الشباب الجامعي، رسالة

ماجستير غير منشورة، جامعة دمنهور، كلية الآداب، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، ص 50.

(7) بسام المشاقبة (2011): مرجع سابق، ص 113.

وارتبطت الموضوعات التي تحرص عليها وسائل الإعلام بالصالح العام وسياسة الدولة والأهمية المجتمعية ومصلحة الوطن من أجل دعم الاستقرار والسلم الأهلي، وتعزيز قيم المواطنة حيث يحرص القائم بالاتصال أن تكون هذه القيم متوافرة في المضمون الإعلامي للوسيلة الإعلامية التي يعمل بها<sup>(1)</sup>. ومن الضروري أن يمارس القائم بالاتصال سلطته للمصلحة العليا وليس لمصلحته الشخصية وأن يكون ممثلاً للمجتمع المحلي وليس أدوات بيد جماعات حزبية، مما يعني أن يحترم الشرائع التي تدعو للشرف والأخلاق الحميدة واحترام القواعد والمعايير الأخلاقية التي تنص عليها المواثيق والأعراف والتقاليد<sup>(2)</sup>.

وقد يمارس على حارس البوابة ضغوط اجتماعية تجبره على الالتزام بالقيم الاجتماعية السائدة حتى لو لم يكن مقتنعاً بها، ومن بين أنواع الضغوط الاجتماعية المرتبطة بطبيعة النظام الاجتماعي ما يسميه الباحثون التدوق الاجتماعي الذي من شأنه إلزام حارس البوابة بما يتدوقه الجمهور، حيث أن الجمهور يميل لقراءة أو متابعة أنماطاً معينة من الرسائل الإعلامية بغض النظر عن قيمتها.

ويعد تدوق الجمهور جزءاً من كيانه الاجتماعي، وبواجهه الإعلامي ضغطاً من قبل هذا التدوق، والجدير ذكره أن أنماطاً من الرسائل الإعلامية قد تكون ذات أهمية في بيئة اجتماعية، ولا تكون ذات أهمية في بيئة أخرى<sup>(3)</sup>. وترى ليلي عبد المجيد أن هناك عادات وقيم وعوامل خاصة في المجتمع العربي كانت محصلة للظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي يمر بها، حيث تمر مجتمعاتنا العربية بمرحلة انتقالية يترتب عليها تغيير في سلم القيم، وأن هذه المجتمعات تعمل جاهدة من أجل البحث عن بدائل لواقع غير مرضي بالنسبة لهم، وأن ما يطرح الآن هو محاكاة للنموذج الغربي الذي يلقى إعجاباً من قبل الجمهور العربي اعتقاداً بأنه الأفضل<sup>(4)</sup>.

ويرى بيتنر (Bitnet, 1985) أن هناك عدة عوامل أخرى تؤثر في اختيار حارس البوابة للمعلومات التي يوافق عليها أو يرفضها، وهي:

1- **متغيرات اقتصادية:** إن عملية التمويل للوسيلة الإعلامية مهمة جداً، لذلك فهي تؤثر على اختيار القصص الإخبارية ومساحتها ووقت عرضها<sup>(5)</sup>.

(1) نوال الصفتي (2001): مرجع سابق، ص 94.

(2) منى الأكشر (2008): مرجع سابق، ص 70-71.

(3) عبد الله زلطة (2007): القائم بالاتصال في الصحافة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، ص 244-245.

(4) كمال بديع (2002): مرجع سابق، ص 46.

(5) نوال الصفتي (2001): إعداد القائم بالاتصال في الصحف المصرية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 12، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 95.

- 2- **القيود القانونية والتشريعية:** إن القوانين والتشريعات التي تفرضها الدولة تؤثر على سير عمليات النشر، حيث أن هناك بعض القيود في التعرض للشخصيات وعمليات القذف التي من شأنها التأثير في مضمون وسائل الإعلام، كذلك حق الوصول للمعلومات ونشرها في ظل عدد المصادر التي لم تعد حكراً على المؤسسات الرسمية الحكومية<sup>(1)</sup>.
- 3- **القيم الإخبارية:** وتكمن أهميتها في قدرة حارس البوابة في تقديم القصة الإخبارية بشكل متوازن مع مراعاة نسبة المساحة والزمن المتاحة<sup>(2)</sup>.
- 4- **الموعد الأخير (Dead line):** والذي يؤثر بشكل كبير على مدى معالجة القصص الإخبارية بتعمق وتوازن، كما يقع حارس البوابة في حيرة من حيث اختياره قصة واحد فقط من العديد من القصص الإخبارية في لحظة الحسم، وكذلك يضطر لإلغاء العديد من القصص الإخبارية أو تقليل مساحتها<sup>(3)</sup>.
- 5- **المنافسة بين وسائل الإعلام:** وهذا من الجوانب الايجابية حيث يحرص حارس البوابة على اختيار أفضل القصص الإخبارية وأكثرها اهتماماً للجمهور، وفي ظل المنافسة الكبيرة بين وسائل الإعلام نجد أن هناك جهازاً صحفياً يلبي احتياجات القائم بالاتصال والجمهور<sup>(4)</sup>.
- 6- **أخلاقيات حارس البوابة:** إن الصفات الأساسية لحارس البوابة تتحكم بشكل كبير في اختياره، حيث أن الشخصية والمهنية وعدالة ونزاهة حارس البوابة من العوامل القوية في عملية الاختيار، حيث يجب عليه وضع مصلحة مجتمعه ووطنه فوق كل الاعتبارات<sup>(5)</sup>.
- 7- **التفاعل مع رجع الصدى:** وهذا ضروري جداً، حتى لو جاء متأخراً من أجل تقديم الأفضل، ومواكباً لاحتياجات الجمهور<sup>(6)</sup>.

(1) نوال الصفتي (2001): المرجع السابق نفسه، ص95.

(2) مها الملاح (2009): مرجع سابق، ص97.

(3) نشوى عقل (2002): تقييم نشرات الأخبار في قناة النيل الإخبارية المتخصصة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص67.

(4) مرعي مذكور (2013): الرضا المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية، المجلة العربية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 18، ص125.

(5) منى الأكشر (2008): مشكلات القائم بالاتصال في الصحف الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، ص186.

(6) مها الملاح (2009): معالجة المندوبين والمراسلين العرب للقضايا العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس، القاهرة، ص96-97.

إن حارس البوابة يعمل في أطر هيكلية وبنية تنظيمية محددة تحكمها العديد من القيود مثل العددية، نوعية الوسيلة الإعلامية، وطبيعة الوسيلة الإعلامية، وطبيعة ملكيتها، وهو ما يؤثر على حارس البوابة، وقد صنفت إحدى الدراسات هذه القيود التي تحكم عملية حارس البوابة وقسمتها إلى<sup>(1)</sup>:

1- القيم (Values).

2- الروتين الوظيفي.

3- الإدارة.

**أولاً: القيم الوظيفية:** حيث تعتبر من أهم المحددات التي تحدد صلاحية الموضوع للنشر من عدمه، كما يحدد كيفية نشره، حيث أنها تحدد أولويات حراس البوابة وأخلاقياتهم المهنية.

**ثانياً: الروتين الوظيفي:** حيث يعتبر من العوامل المهمة التي تتعلق بمحددات وأسلوب اختيار الأخبار، ومن أهم العوامل التي تحدد الأخبار التي يتم نشرها هي عنصري الوقت والمساحة.

**ثالثاً: الهيكل الإداري:** الذي يعد من العوامل المهمة التي تساعد في استقرار المؤسسة وانسياب العملية الإعلامية بشكل جيد<sup>(2)</sup>.

كما أن هناك قيوداً تتحكم في عملية النشر ومنها الحيادية والتوازن في تقديم الأخبار خاصة المثيرة منها<sup>(3)</sup>.

### الانتقادات الموجهة لنظرية حارس البوابة:

واجهت نظرية حارس البوابة العديد من الانتقادات في ظل التطور الكبير في وسائل الإعلام والاتصال، وظهور الإعلام الحديث منافساً قوياً في الساحة الإعلامية، وأن النظرية قد حدث عليها تطورات كبيرة لمجاراة هذا التطور حيث لا يستطيع حارس البوابة أن يتحكم في الرسائل الإعلامية التي تصل للجمهور نظراً لتعدد المصادر والانفتاح الإعلامي الكبير بعد الثورة التكنولوجية في مجالات الإعلام والاتصال، وتتمثل الانتقادات فيما يلي:

1- عملية صناعة القرار في المؤسسة الإعلامية تكون جماعية، ويتم تشكيلها بناءً على الآليات الجماعية المتفق عليها، فالبوابة لا يتم التحكم بها من قبل شخص واحد أو من خلال جماعة معينة ومحددة في أوقات مختلفة، كما تتحدث نظرية حارس البوابة الإعلامية التي تركز على أن

---

(1) مها الملاح (2009): نفس المرجع سابق ص 96-97.

(2) نوال الصفتي (2001): مرجع سابق، ص 98.

(3) مها الملاح (2009): مرجع سابق، ص 97.

شخصاً معيناً يتحكم في سير الرسالة الإعلامية، لذلك فإن البناء المتسلسل للمؤسسات الإخبارية التي تمنح لأشخاص محددين الأدوار الرئيسية في صنع القرارات، فإن هذه القرارات تتخذ في إطار السياق التنظيمي لا من خلال منظور فردي<sup>(1)</sup>.

2- يرى (Shoemaker, 1991) أن هناك عوامل تؤثر في القرار منها السياق الاجتماعي والمعلنين وجماعات الضغط والرؤساء، ويؤكد (Shoemaker) أن النظرية حدث عليها تطورات كبيرة من خلال الباحثين في هذا المجال<sup>(2)</sup>.

3- أكد الباحثون في النظرية على أهمية معايير القرب والحدثة والبروز كدوافع أساسية في عملية انتقاء الرسائل الإعلامية، وهذا ما يمثل المدخل التقليدي لحراسة البوابة، ولكن طرأت بعض العناصر الأخرى التي لا يمكن إغفالها كالحاجة إلى المادة المصورة والرغبة في المنافسة وتأثير المصادر الإخبارية، ومراعاة الأجندة السياسية، ومواكبة التطورات في وسائل الإعلام الحديثة<sup>(3)</sup>.

4- تعاملت نظرية حارس البوابة الإعلامية بما يخص صناعة الخبر بشكل بسيط، وأن تعاطيها في هذا الأمر بشكل سطحي، فالأفكار المكونة للخبر تأتي للمؤسسة الإعلامية من عدة طرق وبعده أشكال، ومن الممكن أن تبحث المؤسسة عن هذه الأخبار من خلال العاملين فيها، لذلك فإن تبسيط عملية إنتاج الأخبار أمر مخالف للواقع، حيث أن العملية تخضع لعوامل عديدة ويشترك فيها أفراد المؤسسة طبقاً لتصورات نابذة من اهتمامات وتفسيرات المؤسسات البيروقراطية المهمة في المجتمع التي تعد المصادر الشرعية للخبر<sup>(4)</sup>.

5- إن مفهوم حارس البوابة لا ينطبق إلا على قنوات الاتصال القائمة داخل جماعة اجتماعية بعينها كفريق المحررين مثلاً، إنما يجب أن يلاحظ دور وكالات الأنباء المستقلة التي تحتل نفس الأهمية بسبب مسؤولياتها عن وضع مضامين الرسائل الإعلامية التي تبث عبر وسائل الإعلام، ونظراً لأن وكالات الأنباء وهيئات التحرير المسؤولة في وسائل الاتصال الجماهيري لا تمثل جماعة اجتماعية بالمعنى الذي قصده (لوين) فإن مفهوم حارس البوابة لا يصلح للتطبيق على كل فئات القائمين على الاتصال، وبناء عليه يرى الباحثون أهمية التمييز بين المجالين التاليين:

- المجال الرئيسي، الذي تمثله وكالات الأنباء والصحفيون المرسلون الذين يتولون جمع الأنباء.

(1) نشوة عقل (2002): مرجع سابق، ص66.

(2) ميادة مهنا (2009): أطر تقديم صورة المرأة في الصحافة الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص59.

(3) حنان الجندي (2011): مرجع سابق، ص48.

(4) نشوة عقل (2002): مرجع سابق، ص66.

- والمجال الثانوي، وتمثله إدارات التحرير التي يعمل فيها محررو الأخبار، ومن هنا يتضح أن المجال الأول هو الذي يحدد الأحداث التي تستحق الكتابة والنشر، ومن ثم يحدد الأخبار التي ستنتقل للقائم بالاتصال، أما المجال الثانوي فتقتصر مهمته على مجرد تعديل وتحريّر المادة الإخبارية، وعلى ذلك فإن حارس البوابة يؤدي بشكل منفصل وعلى نحو مختلف في كل مجال على حدة<sup>(1)</sup>.

وعلى الرغم من هذه الانتقادات التي وجهت لنظرية حارس البوابة كونها تقوم بدراسة القائم بالاتصال الذي يتحكم في المادة الإعلامية، إلا أنها تركز على فهم الدور المنوط على حارس البوابة داخل المؤسسة الإعلامية، إلا أنها تسمح بخلق قائم باتصال عصري يتوافق مع تطورات الإعلام الجديد، فنظرية حارس البوابة فقط على عملية التحكم بالرسالة الإعلامية وكيفية مرورها عبر الوسائل الإعلامية، لكنها تركز على دراسة القائم بالاتصال من خلال فهم المؤثرات الداخلية والخارجية التي تؤثر في العملية الاتصالية<sup>(2)</sup>.

---

(1) منال المزاهرة (2012): مرجع سابق، ص174.

(2) عبد الرحمن المطيري (2009): مرجع سابق، ص208.



## نظرية بناء الأجندة (Agenda building Theory):

يرى العديد من الباحثين أن الفكرة الأساس في وضع الأجندة يجب أن تتسع لتصل إلى مفهوم بناء الأجندة (Agenda building)، الذي يشير إلى أن وسائل الإعلام توضح بعض الأحداث والأنشطة للجمهور، مما يدفعهم إلى الاهتمام بها والتركيز عليها، وأن هناك أنواعاً مختلفة من الموضوعات تتطلب أنواعاً مختلفة وكميات من التغطية الإعلامية، وذلك لجذب الانتباه إليها، كما لا يغفل هذا المفهوم اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام من حيث الألفاظ ومصطلحات لجذب انتباه الجمهور نحوها.

وقد أخذت عملية بناء الأجندة تظهر سريعاً حينما بدأت الشخصيات السياسية المعروفة والموثوق بها تتحدث إلى الجمهور عن المواضيع والأحداث المثارة على الساحة الإعلامية، بالإضافة إلى أن دراسة بناء الأجندة تبحث في كيفية بناء وسائل الإعلام لأجندة الجمهور من خلال الموضوعات ذات الأهمية، وهناك بعض العوامل التي لها تأثير في بناء الأجندة، مثل المؤتمرات الصحفية المتعلقة بصنّاع القرار السياسي، والأدوار التي يقوم بها المختصون في العلاقات العامة<sup>(1)</sup>.

وفي العقد الأخير من القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين انتقلت دراسات وضع الأجندة (Agenda Setting) من متغيّر مستقل إلى متغيّر تابع، واستبدلت السؤال من يضع أجندة الجمهور؟ بالسؤال من يضع أجندة وسائل الإعلام، لتبدأ مرحلة بناء الأجندة (Agenda Building)، والتي أعقبت ثلاث مراحل بدأت باختيار الفرض الأساسي لوجود ارتباط إيجابي بين ترتيب الاهتمام لكل من وسائل الإعلام والجمهور، ثم المرحلة الخاصة بالأدوار المقارنة للصحف والتلفزيون واختبار بعض المتغيرات، ثم المرحلة التي اهتمت بالمرشحين واهتماماتهم السياسية كبديل للأجندة السياسية، وصولاً إلى المرحلة الرابعة بناء الأجندة التي اتجهت فيها الأجندة إلى التوسع، بحيث تركز على الصلة بين أجندة الوسائل وأجندة الرأي العام وأجندة السياسة من خلال مؤشرات الأحداث<sup>(2)</sup>.

بناء الأجندة (Agenda Building) يمكن النظر إليه على أنه عملية تفاعلية، حيث توجد عوامل مختلفة تحاول أن تؤثر وتستخدم وسائل الإعلام لصالحها، ولكن ينبغي الإشارة إلى أن وسائل الإعلام والقائمين بالاتصال فيها ليسوا مجرد أداة رد فعل لمحاولات هذه العوامل، ففي إطار عدد من الحدود الموضوعية بسبب القيود التكنولوجية والقواعد الرسمية وغير الرسمية، فإن وظيفة القائمين بالاتصال كحراس للبوابة تلعب دوراً في تحديدهم لأولويات الاتصال وفي عملية بناء الأجندة، فثمة

(1) سعد بن سعود آل سعود (2006): الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي، رسالة

دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ص 116.

(2) مرفت الطرابيشي؛ عبد العزيز السيد (2009): نظريات الإعلام، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، ص 270.

حاجة إلى فهم أفضل لكيفية بناء الأجندة الإعلامية ومن الذي يقوم بتحديددها، فهذه الأجندة تشكل من خلال عملية تفاعلية بين وسائل الإعلام ومصادرها في إطار تنافس المنظمات الإخبارية، وتقاليدها التعامل مع الأخبار واهتمامات جماعات المصالح<sup>(1)</sup>.

إن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها ويقفون بشأنها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام<sup>(2)</sup>. واستنتج "ليمان" من ذلك أن الناس يتصرفون ليس على أساس ما يحدث أو ما قد وقع فعلاً، ولكن على أساس ما يعتقدون أنه الموقف الحقيقي، وهذا الموقف حصلوا عليه من الصور التي قدّمها لهم وسائل الإعلام وهي معان وتفسيرات ليس لها في الغالب سوى نصيب محدود مما حدث فعلاً، وهذا من الممكن أن يؤدي إلى تصرفات غير لائقة، وسلوك لا علاقة له بحقيقة ما يجري في العالم الخارجي<sup>(3)</sup>.

#### أولاً: تعريف الأجندة:

نستعرض عدداً من التعريفات الخاصة بالأجندة، حيث عرّفها "روجر وديرنج" (Rogers & Dearing, 1988) الأجندة بأنها قائمة من الأحداث والقضايا التي ينظر إليها في وقت محدد مرتبة وفقاً لأهميتها<sup>(4)</sup>.

وعرّف (Show) (1977) الأجندة بأنها وقائع محدّدة المساحة والوقت، وتعكس القضايا التي تشمل على تغطية إخبارية متراكمة لسلسلة من الأحداث المتصلة التي تقع في أوقات مختلفة، وتتدرج تحت فئات أكبر، ولكن (Becker) (1991) يرى أن القضية تتضمن صراعاً تختلف حوله وجهات

---

(1) مرفت الطرابيشي؛ عبد العزيز السيد (2009): مرجع سابق، ص 271.

(2) حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد (2009): الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثامنة، القاهرة، مصر، ص 288.

(3) Melvine L. Defleur & Sandra J. Ball (1989): Theories of mass communication, Longman publishing company, Fifth edition, New York, USA. P360.

نظريات وسائل الإعلام (1993): ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص 360.

(4) Rogers: E. M. & Dearing. J. W. (1988): Agenda- Setting Research: where has it been, where is it going? Communication year book, vol.11, P565.

النظر<sup>(1)</sup>، والأجندة مجموعة القضايا أو الأحداث التي ينظر إليها في توقيت ما على أنها تحتل مراتب متقدمة في سلم الأهمية<sup>(2)</sup>.

وأدى تعدد التعريفات إلى أن وصلت حدًا يرى صعوبة التفرقة أحياناً بين الحدث والقضية<sup>(3)</sup>، حيث تخدم بعض الأحداث قضية معينة، أو قد تحاول وسائل الإعلام ربط بعض الأحداث بقضية معينة لإضفاء نوع من الأهمية على الحدث<sup>(4)</sup>.

ومن التعريفات السابقة يمكن وضع تعريف شامل للأجندة بأنها "قائمة من الأحداث والقضايا التي تحدث في وقت محدد، ويتم ترتيبها وفقاً لأهميتها، فتكون الأحداث محددة المساحة والزمن، حيث أن القضايا تعتبر مجموعة متراكمة لسلسلة من الأحداث المتصلة التي تقع في أوقات مختلفة، وتتضمن صراعاً تختلف حوله وجهات النظر.

ويعدُّ بناء الأجندة أحد الجهود اللاحقة لوضع مفهوم لدور العلاقات العامة في إنتاج الأخبار والأثير على أجندة وسائل الإعلام.

## ثانياً: ظهور وتطور نظرية بناء الأجندة:

لقد طرح مصطلح بناء الأجندة لأول مرة من قبل الباحثين "كوب وايلدر" (Cobb & Elder) (1971)، حيث اهتم الباحثان بالكيفية التي تنشأ من خلالها القضايا، ولماذا تجذب بعض القضايا انتباه صناع القرار، في حين تفشل قضايا أخرى في ذلك. ففي عملية بناء الأجندة تكون أجندة وسائل الإعلام المتغير التابع وليس المتغير المستقل كما في وضع الأجندة.

وبدون أي إشارة صريحة إلى بناء الأجندة كان الباحث "فانكهوزر" (Funkhouser) من أوائل الباحثين الذين اختبروا العلاقة بين العالم الواقعي وحجم تغطية وسائل الإعلام لهذه الأحداث، وقام بقياس حجم تغطية عدد من القضايا في المجلات الإخبارية في الفترة من (1960-1970)،

---

(1) سهام محمد عبد الخالق (2005): معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار بالتلفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث، دراسة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص70.

(2) منى مجدي فرج (2007): مرجع سابق، ص90.

(3) مطر على محمد المطيري (2012): مرجع سابق، ص32.

(4) سهام محمد عبد الخالق (2005): معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار بالتلفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث، دراسة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص70.

والإحصائيات الرسمية المتعلقة بهذه القضايا خلال الفترة الزمنية نفسها، وتبين من النتائج التي وصل إليها أن هناك تأييداً ضعيفاً لفرضية أن الأحداث الواقعية تحرك تغطية وسائل الإعلام.

وفي عام (1972) أجرى كل من (Maxwell McCombs & Donald Shaw) دراسة عن المسئول عن بناء أجندة وسائل الإعلام الخاصة بالانتخابات الرئاسية في عام (1968)، وكانت النتائج أن المحررين وموظفي غرفة الأخبار والمذيعين يلعبون دوراً هاماً في تشكيل الواقع السياسي، حيث استنتجت الدراسة بأن القراء لا يعرفون القضية فقط إنما ربط تلك القضية بكم من المعلومات وربطها في القصص الإخبارية<sup>(1)</sup>.

وقد أجرى لانج ولانج (Lang & Lang) (1981) دراسة حالة لفضيحة ووترجيت، حيث وجد الباحثان أن الدراسات السابقة في مجملها قد تجاهلت الكيفية التي تتشكل بها الأجندة، وهو ما يعني معرفة ضئيلة أو معدومة بالعملية التي يتم من خلالها بناء الأجندة أو التي يستطيع من خلالها موضوع أو قضية ما أن تجذب انتباه الجمهور لكونه يمثل خبراً كبيراً أو إثارة لقضية سياسية معينة.

أما الباحثان بهر واينجر (Behr & Iyengar) (1985) فقد قاما بأحد الاختبارات الإمبريقية القليلة لعملية بناء الأجندة بهدف اختبار أجندة وسائل الإعلام وتأثيرها على أجندة الجمهور، وذلك من خلال تحليل مضمون الأخبار المسائية في محطة (CBS)، وثلاث استطلاعات قومية في الفترة بين (1974-1980)، وقد كشفت التحليلات التي أجراها الباحثان أن طبيعة التغطية الإخبارية للتلفزيون تتحدد في جانب منها على الأقل على أساس الظروف الواقعية، كما توصلنا إلى أن الخطب الرئاسية زادت من مستويات التغطية الإخبارية للقضية المطروحة.

أما الباحث دان بيركowitz (Dan Berkowitz) (1987) فقد تناول بناء الأجندة في علاقتها بكل من التلفزيون والصحف والمصادر التي جاءت منها القصص الإخبارية، ومعرفة إذا كانت أخبار التلفزيون استعانت بمصادر تختلف عن التي استخدمتها الصحف، وقد وجد الباحثان شيفر وويمان (Sheafer & Weimann) أن الأحداث الواقعية يمكن أن تكون لها علاقة وثيقة بأجندة وسائل الإعلام، حيث أجريا دراسة لبناء الأجندة تناولت تحليل أربع حملات انتخابية إسرائيلية، وهي حملات أعوام (1996)، (1999)، (2001)، (2003)، ومن نتائج هذه الدراسة أنه في مرحلة بناء الأجندة

---

(1) Stanley J. Baran (2012): Introduction to mass communication, media literacy and culture, 7<sup>th</sup> edition, P368.

فإنه توجد هناك علاقة وثيقة بين مؤشرات الأوضاع القائمة في الشارع الإسرائيلي وأجندة وسائل الإعلام<sup>(1)</sup>.

### ثالثاً: المفاهيم الأساسية لبناء أجندة وسائل الإعلام:

تعد عملية بناء أجندة وسائل الإعلام من أهم العمليات في العملية الاتصالية التي تؤثر من خلالها وسائل الإعلام على جمهورها، وهي عملية تفاعلية بين عدة عوامل تحاول التأثير في هذه العملية وان لعملية بناء الأجندة مفاهيم أساسية تتمثل فيما يلي:

- 1- بناء الأجندة (Agenda Building) هو الامتداد الأكبر لبحوث وضع الأجندة.
- 2- إذا كانت عملية وضع الأجندة تعتبر نظرية لمعرفة التأثيرات على المستوى الفردي (Individual Level)، فإن بناء الأجندة تمثل المستوى الأوسع للنظرية (Macro Level Theory)، لأنها العملية الأكثر تعقيداً، والتي تصبح من خلالها بعض القضايا مهمة في مجالات صنع القرار.
- 3- بناء الأجندة عملية تجميعية يؤثر فيها كل من وسائل الإعلام والحكومة والمواطنين بعضهم في بعض<sup>(2)</sup>.

وكما يبدو فإن مفهوم "لانج ولانج" لبناء الأجندة يأخذ شكلاً أكثر تعقيداً وتشابكاً من الفروض الأساسية لوضع الأجندة، ويفترض هذا المفهوم أن وضع قضية ما في أجندة الجمهور عبارة عن عملية متكاملة تستغرق وقتاً طويلاً، وتسير من خلال عدة مراحل، ويفترض أيضاً هذا الامتداد لوضع الأجندة أن الطريقة التي تضع بها وسائل الإعلام القضية في إطار، والكلمات التي تستخدم لوصفها لها تأثير مهم، وهذا هو دور الشخصيات المعروفة التي تعلق على القضية والتي لها أهميتها في المجتمع<sup>(3)</sup>.

---

(1) سماح رضا محمود (2010): دور الخطاب الرئاسي في بناء أجندة وسائل الإعلام والصفوة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، ص 18-23.

(2) Stanly J. Baran & Dennis k. Davis: Mass communication Theory: Foundations Ferment, and Future Cusa: Wadsworth Publishing Company, 1995, P235.

(3) موسى علي طالب (2005): دور وسائل الإعلام الفلسطينية والإسرائيلية في ترتيب أولويات الرأي العام الفلسطيني نحو قضايا الصراع العربي الإسرائيلي، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر، ص 34.

4- تفترض المقدمة المنطقية لبناء الأجندة أن وسائل الإعلام يمكن أن يكون لها تأثير عميق على كيف يقوم المجتمع أو الدولة أو ثقافة ما بتحديد الاهتمامات التي تتعلق بها، ثم دفع المؤسسات المعنية المختلفة لمواجهة هذه الاهتمامات<sup>(1)</sup>.

5- تختبر البحوث في مجال بناء الأجندة بشكل أساسي كيف تبني وسائل الإعلام أجندتها من خلال العناصر التي تستحق قيمة خبرية، ومن العوامل التي يمكن أن يكون لها تأثير في ذلك: المؤتمرات: المؤتمرات الصحفية الرئاسية، وجلسات الهيئات التشريعية، وكذلك جهودات العلاقات العامة<sup>(2)</sup>.

### رابعاً: مداخل دراسة بناء أجندة وسائل الإعلام:

تتضمن دراسات بناء أجندة وسائل الإعلام ثلاثة مداخل رئيسية وهي:

#### 1- مدخل القوة:

الفرض الرئيس لمدخل القوة: هنالك علاقات ارتباط بين أولويات اهتمامات مراكز القوى في المجتمع وأولويات اهتمامات أجندة وسائل الإعلام.

ووفقاً لهذا المدخل فإن بناء أجندة وسائل الإعلام يعبر عن اهتمامات مراكز القوى في المجتمع، ويعكس الوزن النسبي لهذه القوى. ويرى عدد من الباحثين أن وسائل الإعلام تمثل أيضاً مركز قوى في حد ذاتها<sup>(3)</sup>. وتبين "سهام عبد الخالق" أن هنالك ثلاث نماذج أساسية توضح علاقة التأثير بين أجندة كل من وسائل الإعلام وصانع القرار والجمهور وجماعات الضغط، وهذه النماذج هي: نموذج المبادرة الخارجية، ونموذج المبادرة الداخلية، ونموذج النطاق الداخلي.

#### 2- المدخل التنظيمي:

الفرض الرئيس لهذا المدخل: تؤثر أولويات المؤسسة الإعلامية على أولويات اهتمامات أجندة وسائل الإعلام.

القوة في ظل هذا المدخل مرتبطة بالسياسات الإدارية للمؤسسات الإعلامية وقواعد العمل بها، فأهداف المؤسسة الصحفية وأسلوب ممارستها للعمل هو المحدد النهائي لأولويات اهتماماتها.

---

(1) سماح رضا زكي (2001): دور وكالات الأنباء الدولية، والشبكات العالمية المصوّرة في بناء أجندة وسائل الإعلام المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص12.

(2) Joseph R. (1996): Dominck the Dynamics of mass communication, Fifth edition, USA the Mc Graw- Hill Companies Inc., P544.

(3) سهام محمد عبد الخالق (2005): المرجع السابق نفسه، ص79.

ويكون الصحفي هو مصدر القوة في علاقته بالمؤسسة الصحفية، ويساعد هذا المدخل في التخفيف من حدة المدخل الفردي لدراسة القوة في وسائل الإعلام، والذي يتخذ من حراس البوابة (Gatekeeper) موضوعاً للدراسة على أساس أنه صاحب القرار في مضمون ما ينشر أو يذاع وتوقيت نشره إذاعته، فالقرار وفق المدخل التنظيمي يشارك في صناعته كل من المستويات الإدارية داخل المؤسسة الإعلامية، بدءاً بالمستوى الأعلى والذي يؤثر في المستوى الأدنى وهكذا<sup>(1)</sup>.

أي يمكننا القول حسب المدخل أن أجندة وسائل الإعلام تعكس أهداف المؤسسة الإعلامية وأسلوب ممارستها للعمل، وبهذا يهتم هذا المدخل بالتقاليد والأعراف الصحفية والتنظيم البيروقراطية السائدة في المؤسسة<sup>(2)</sup>.

إن وسائل الإعلام تقوم بدور إيجابي في اختيار ما يقدم من قضايا وأعادته تشكيله وفقاً لمجموعة من العوامل الداخلية الخاصة بالوسيلة الإعلامية، بحيث يتم بناء الأجندة داخل الوسيلة ذاتها باعتبار أن وسائل الإعلام والقائمين بالاتصال ليسو مجرد أداة لتبني أجندات مسبقة التجهيز، وإنما تلعب دوراً نشطاً في تحديد أولوياتهم، ويبحثون وراء الحقائق والأحداث ثم يطوّرونها ليتم بناء أجندة وسائل الإعلام<sup>(3)</sup>.

وينبغي الإشارة إلى أن وسائل الإعلام والقائمين بالاتصال بها ليسو مجرد أداة رد فعل لمحاولات العوامل المؤثرة عليهم، ففي إطار عدد من الحدود الموضوعية بسبب القيود التكنولوجية والقواعد الرسمية وغير الرسمية، فإن وظيفة القائمين بالاتصال كحراس للبوابة تلعب دوراً في تحديد لأولويات الاتصال وعملية بناء الأجندة<sup>(4)</sup>.

### 3- المدخل الأيديولوجي:

والفرض الرئيسي لهذا المدخل: هناك علاقة ارتباط بين الأيديولوجية السائدة في المجتمع وأولويات اهتمامات أجندة وسائل الإعلام.

حيث أن هناك ارتباط بين الأيديولوجيا والفئات التي تمسك بزمام القوى في المجتمع، الأيديولوجيا هي مجموعة من المفاهيم والرموز تم وضعها بواسطة أحد أو عدد من هذه الفئات لجعل النظام القائم بالدولة نظاماً شرعياً وحتمياً. وتسهم وسائل الإعلام في نشر أو تدعيم الأيديولوجية السائدة في المجتمع بصنعها للمعاني وإعادة تفسير الواقع بما يتناسب وهذه الأيديولوجية.

(1) مطر على محمد المطيري (2012): مرجع سابق، ص 48.

(2) سهام محمد عبد الخالق (2005): مرجع سابق، ص 82.

(3) منى مجدي فرج (2007): مرجع سابق، ص 19.

(4) مرفت الطرابيشي؛ عبد العزيز السيد (2009): نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، ص 271.

ولا يعكس هذا التفسير الواقع الحقيقي، حيث لا يتم نقل الحقيقة من كافة جوانبها، بل يتم تقديم معلومات غير مكتملة للمواطنين واتجاهات مضللة عن شكل العالم الحالي لتدعيم الأيديولوجية السائدة في المجتمع. فالقائم بالاتصال الذي يتبع النظام الرأسمالي لا يقوم باختيار الأخبار التي تبرز نجاح النظام الشيوعي، بل يحاول دائماً البحث عن الأخبار التي تبرز قصور هذا النظام أو تحول الدول الشيوعية إلى النظام الرأسمالي<sup>(1)</sup>.

ومن خلال متابعتنا لوسائل الإعلام العربية ومنها المواقع الإلكترونية الإخبارية إلى الاعتقاد الجازم من سيطرة وهيمنة الأيديولوجية السائدة في الأداء الإعلامي الفلسطيني، ووصفه بأنه إعلام موجّه، تمسك السياسة بزماء توجيهه وهي بدورها التي تزرع الأيديولوجية المتوافقة مع النظام السياسي في الوقت التي تحرص فيه على تقديم الاعتقاد الديني السائد، والموروث الثقافي والاجتماعي والشعبي الذي يتماشى مع توجهات النظام السياسي القائم<sup>(2)</sup>.

### خامساً: مراحل بناء الأجندة:

- تبرز وسائل الإعلام بعض الأحداث أو القضايا وتشرها.
- تحتاج هذه القضايا إلى قدر أكبر من التغطية لتثير الاهتمام.
- وضع هذه القضايا والأحداث وإبرازها بشكل يسهل فهمها والإلمام بها لدى الجميع.
- استخدام اللغة التي تناسب الفئات المستهدفة حتى لا تؤثر على مدركات الجمهور لأهمية القضية.
- ضرورة الربط بين الرسائل الإعلامية عند إبرازها للأحداث والقضايا وبين الواقع الخاص بالجمهور حتى وإن وجدت قضايا تتطلب أهميتها إبرازها رغم عدم كونها لصيقة أو ملموسة للجمهور، فينبغي تقديمها والتركيز عليها بصورة أكثر دقة.
- لا بد من استغلال الشخصيات المعروفة والموثوق فيها لدى الجمهور وجعلها تتبنى تلك القضايا، وتقوم بتقديمها والحديث عنها، لأن ذلك يسرع في عملية بناء الأجندة<sup>(3)</sup>.

أهمية عامل الزمن، حيث قدرة وسائل الإعلام على وضع الأجندة، وتحديد الوزن النسبي للقضايا المطروحة يتوقف على الانتقاء والتركيز وتحديد وقت العرض، وتحديد مدى الاستمرار بها كقضايا ذات أولوية في وسائل الإعلام، إضافة إلى الأهمية المضاعفة لتوقيت إجراء البحث بهدف

(1) سهام محمد عبد الخالق (2005): مرجع سابق، ص 99-100.

(2) مطر على محمد المطيري (2012): مرجع سابق ص 49.

(3) عصام فرج (2010): الاتصال السياسي، دار المحروسة للنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص 33.



معرفة مدى تأثير الجمهور بمضمون وسائل الإعلام، ومعرفة الوقت الذي يفقد فيه هذا المضمون اهتمام الجمهور<sup>(1)</sup>.

### سادساً: الإطار العام لبناء الأجندة:

يتفاعل مع عملية بناء الأجندة عدة أجنادات تحاول كل منها فرض سيطرتها على الأخرى ويضم الإطار العام لبناء الأجندة عدة أجنادات فرعية وهي:

1. أجندة جماعات المصالح.
2. أجندة وسائل الإعلام
3. أجندة الجماهير.
4. أجندة السياسة العامة وأجندة واضعي السياسة<sup>(2)</sup>.

#### 1- أجندة جماعات المصالح:

غالباً ما تتركز القيادة السياسية والسيطرة الاقتصادية والثقافية في أيدي أقلية من الأفراد، وهذه القلة عادة تملك وسائل الإعلام وتوجهها بطريقة تضمن لها مصالحها وتنتشر ثقافتها، وتعمق أيديولوجيتها، وتسعى لإقناع عامة الشعب بسياستها الاقتصادية والاجتماعية، ومن ثم فإن ما تقوم به وسائل الإعلام من نقل للمعلومات والأخبار قد لا يعكس بطريقة موضوعية وصادقة للواقع الاقتصادي والاجتماعي والسياسي للمجتمع، بل يكون انعكاساً لوجهة نظر القلة المسيطرة الحاكمة<sup>(3)</sup>.

وقد تزايدت أعداد جماعات المصالح خلال العقدين الماضيين، وعلى الرغم من أن كل جماعة تركز على قضية واحدة، إلا أن النمو المتزايد في أعداد جماعات المصالح يؤدي بالتالي إلى تزايد عدد القضايا مثار الاهتمام<sup>(4)</sup>.

---

(1) سالم عيسى بالحاج (2003): دور التلفزيون والصحف في ترتيب أولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص 57.

(2) Jiam- Huazhu. Issue competition and Attention distraction (1992): Azero-sum theory of Agenda-Setting, Journalism Quarterly, Vol.69, No.4, P825-836.

(3) عبد المجيد العزام؛ هاديا خزنة كاتبتي (2010): اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي، مجلة جامعة دمشق، مجلد 26، عدد 3، دمشق، سوريا، ص 595.

(4) السيد بهنسي (2002): علاقات التفاعل بين العوامل المؤثرة في بناء أجندة قضايا الرأي العام في الصحف المصرية، دراسة في إطار نظرية بناء الأجندة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 14، القاهرة، مصر، ص 2.

## 2- أجنحة وسائل الإعلام:

حيث تمثل الأخبار المادة الخام لأجنحة وسائل الإعلام، وعلى الرغم من أن الأخبار تتزايد باستمرار مع تزايد المعلومات وتقدم تكنولوجيا الاتصال وظهور وسائل إعلام جديدة، إلا أن الزيادة الإخبارية لم يترتب عليها زيادة في قضايا الجماهير من جانب وسائل الإعلام، وقد يكون السبب في ذلك هو عدم قابلية أجنحة الجماهير للتوسع.

تناقش أجنحة الإعلام طبيعة وترتيب القضايا الواردة في وسائل الإعلام، وتبرز اختيارات الوسائل لهذه القضايا، وقد توصلت الدراسات بأن هناك تأثيراً كبيراً لأجنحة وسائل الإعلام على صانعي القرار وأجنحة الحكومة والعامه<sup>(1)</sup>.

وقد تعددت الدراسات التي تدرس تأثير وسائل الإعلام على الجمهور<sup>(2)</sup>، حيث أكدت أن هناك علاقة إيجابية بين أجنحة الوسيلة الإعلامية وأجنحة الجمهور، فإن اهتمام الوسيلة الإعلامية بقضايا معينة وإبرازها والتركيز عليها شكلاً ومضموناً تتوقع أن تكون تلك القضايا في مقدمة اهتمامات الجمهور، كما أن وسائل الإعلام تؤثر في أجنحة بعضها البعض، وهو ما فتح مجالاً جديداً للمزيد من الدراسات المستقبلية المتعمقة حول اتجاهين جديدين في مجال بناء الأجنحة، يتعلق أحدهما بالوسائل الإعلامية التابعة لوسائل أخرى، وثانيها حول تأثيرات التكنولوجيا على أجنحة ما بين الوسائل، حيث يفترض أن تؤثر المستحدثات التكنولوجية في هذا المجال<sup>(3)</sup>.

## 3- أجنحة الجماهير:

تتمثل محددات أجنحة الجمهور في ثلاث محددات وهي الوقت، والقدرة على الوصول لوسائل الإعلام، والطاقة النفسية، فالوقت المتاح للفرد خلال اليوم تتنافس عليه وسائل إعلامية عدة، ويؤدي زيادة التعرض لوسيلة ما تقليل التعرض لوسيلة أخرى، أما القدرة على الوصول لوسائل الإعلام عن

---

(1) عاطف عدلي العبد؛ نهى عاطف العبد (2008): نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ص345.

(2) دولت عوني عريقات (2009): ترتيب أولويات موضوعات الصفحة الأولى في الصحف الفلسطينية اليومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر، ص86.

(3) مرفت الطرابيشي؛ عبد العزيز السيد (2009): مرجع سابق، ص271.

طريق الكابل، أما بالنسبة للطاقة النفسية فإن القضايا التي تحتل متقدماً في اهتمامات الفرد تؤدي إلى تراجع الاهتمام بقضايا أخرى<sup>(1)</sup>.

ومن ناحية أخرى هناك تفاعل متبادل بين أجندة الجمهور وأجندة وسائل الإعلام، ففي حين تحدّد أجندة وسائل الإعلام أولويات الجمهور، تحرص هذه الوسائل على بناء أجندتها الخاصة بما يتلائم واهتمامات ومصالح الجمهور<sup>(2)</sup>.

ومن هنا نشير إلى وجود علاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، حيث تبني وسائل الإعلام أجندة الجمهور، حيث أن تكرار الموضوع وتغطيته المستمرة يؤدي إلى التفاف الجمهور له، كذلك حاجة الجمهور للمعلومات، فكلما زاد حاجة الفرد للمعلومات حول موضوع ما توجّه إلى وسائل الإعلام، وبالتالي يكون عرضة لتأثير أجندة وسائل الإعلام<sup>(3)</sup>.

#### 4- أجندة السياسة العامة وأجندة واضعي السياسة:

تعتمد الأنظمة السياسية على وسائل الإعلام لتحقيق أهداف عدة أبرزها الحفاظ على النظام، وتحقيق التكامل الاجتماعي والسياسي، وكسر الحواجز الوهمية بين فئات الشعب، بهدف خلق إجماع عام حول الموضوعات والقضايا التي يسعى النظام السياسي لنشرها، وذلك عبر تنظيم المواطنين وتعبئتهم لتنفيذ تلك الأنشطة<sup>(4)</sup>.

وأن أصحاب القرار في المؤسسات المختلفة يستطيعون أن يؤدوا دوراً في بناء أجندة وسائل الإعلام، حيث يمكنهم إشراك وسائل الإعلام في تبني بعض قضايا الأجندة المؤسساتية وطرحها على الجمهور والتركيز عليها<sup>(5)</sup>.

---

(1) عبد الرحمن محمد عبد الله السياغي (2005): مصادر الأنباء وبناء الأجندة الإخبارية في الإذاعة والصحافة اليمنية، دراسة ماجستير غير منشورة، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، مصر، ص118.

(2) سهام محمد عبد الخالق (2005): مرجع سابق ص106.

(3) زهير عابد وآخرون (2008): المعالجة الصحفية للحرب السادسة وتداعياتها على القضية الفلسطينية، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني، غزة، فلسطين، ص27.

(4) محمود منصور هبة (2005): أثر نمط ملكية الصحف المصرية على أجندة القضايا التي تتناولها، المؤتمر العلمي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص621.

(5) رضا عبد الواحد أمين (2008): دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في العالم الإسلامي، مؤتمر التنمية المستدامة في العالم الإسلامي في مواجهة العولمة، قسم الصحافة والإعلام، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر، ص20.

صانعو السياسة مثل المواطنين العاديين معروضون للقيود السيكولوجية وغيرها، ويتعرضون لعدد كبير من القضايا كل يوم، ولأسباب التفضيلات الشخصية وتقص المصادر والضغوط السياسية والتبسيط، فإن السياسيين يفضلون التعامل مع مشكلة واحدة في الوقت نفسه.

وبلاحظ أن القدرة المحدودة لصانع السياسة لا تعني أنه لا يشارك الجمهور في نفس القضايا، لكن عملية صناعة القرار تجعل قضايا معينة تظهر في الأولوية بالنسبة للأجندة السياسية<sup>(1)</sup>. وفي هذا الإطار نجد أن هناك علاقة قوية بين الأجندة بالسياسيين، وأن هناك عدة أنواع من التأثيرات من بينهما:

- 1- أن وسائل الإعلام تقوم بوضع أجندة الجمهور بصورة مباشرة من خلال دفعها للاهتمام بالقضايا عبر إبرازها، وتلعب وسائل الإعلام كوسيط اتصالي فعال.
- 2- أن أجندة الرأي العام تؤثر على أجندة النخب السياسية باعتبارها تسعى للاستجابة لمطالب واهتمامات ناخبها.
- 3- أن أجندة وسائل الإعلام لها تأثير على أجندة صنّاع السياسات، فهم يستخدمونها باعتبارها منبر لعرض اهتمامات الرأي العام.
- 4- يكون السياسيون -في بعض القضايا- المصدر الرئيس للمعلومات، مما يجعل لأجندة السياسيين تأثيراً قوياً على أجندة وسائل الإعلام.
- 5- أن أجندة وسائل الإعلام يمكن أن تعكس الأجندة الحقيقية للقضايا المثارة في الواقع<sup>(2)</sup>.

وقد أشارت الباحثة "جربر" (Graber) إلى أنه عندما تصبح القضية مثيرة للجدل بين النخب السياسية، فإن وسائل الإعلام بالتبعية توجّه تركيزها عليها، حيث توفر السياق الذي يعطي الناس أسباباً ليأخذوها مواقف حيالها، وتحول المشكلة إلى قضية سياسية خطيرة.

وبهذا المعنى فإن أجندة الجمهور لا تضعها وسائل الإعلام بقدر ما يتم بناؤها ومن ثم فإن الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في بناء الأجندة هو دور رمزي، وتعد وسائل الإعلام جزءاً رئيسياً من العملية، إلا أن نجاحها يتعلق بالأدوار المهمة التي يلعبها الفاعلون السياسيون الآخرون كذلك<sup>(3)</sup>.

إن العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور من جانب، وأجندة السياسة العامة من جانب آخر تتسم بالتعقيد، والعلاقة بينهما ليست خطية، وربما يرجع ذلك إلى أجندة القضايا لدى الجماهير، وقد لا تعبر بالضرورة عن الرأي العام الذي يشمل إلى جانب القضايا البارزة وجهات النظر

---

(1) عبد الرحمن محمد عبد الله السياغي (2005): مرجع سابق ص119.

(2) عصام الدين فرج (2010): مرجع سابق، ص34-35.

(3) سماح رضا محمود (2010): مرجع سابق، ص20.

والاتجاهات المختلفة وجماعات المصالح واهتماماتهم، كما أن عملية صنع السياسة العامة في أي مجتمع تخضع لعمليات التوفيق بين الاتجاهات المتعارضة للنخب السياسية<sup>(1)</sup>.

وتشير الدراسات بأن هناك أنواعاً مختلفة من التفاعلات أو التأثيرات بين الأنواع المختلفة من الأجنداث على النحو التالي:

1- تمارس وسائل الإعلام تأثيراً على أجندة الجمهور بشكل غير مباشر عن طريق حجم الاهتمام وسلطة الوسائل.

2- تؤثر أجندة الجمهور -الرأي العام- على الأجندة السياسية، لأن السياسيين يسعون وراء الاستجابة لما قد يريده الناخبون.

3- كذلك فإن الأجندة الإعلامية لها تأثير مستقل مباشر على الأجندة السياسية، حيث أن السياسيين يستخدمونها كدليل -أو مرشد- على اهتمامات الرأي العام.

4- تعد الأجندة السياسية في بعض القضايا ذات تأثير قوي ومباشر على الأجندة الإعلامية.

5- تتأثر أجندة وسائل الإعلام بشكل مباشر بالمصادر وبالأحداث الواقعية التي تدخل في اهتمام هذه الوسائل، وهو عامل له أثره في تشكيل وصياغة الأجنداث الإعلامية<sup>(2)</sup>.

ويمكن تصنيف الأجنداث التي ترتبها وسائل الإعلام من أجل التأثير في الرأي العام على

شكلين:

### 1- الأجندة الملحة:

وهي المواضيع التي يرد لها أن تشغل الرأي العام لتمهّد أو تدعم توجهاً محدداً في سياسة الدولة، والأمثلة كثيرة على الاهتمامات الملحة أشهرها محلياً التركيز على توجيه الرأي العام نحو خطورة الاحتلال الإسرائيلي وممارساته وانتهاكاته لحقوق الإنسان الفلسطيني.

### 2- الأجندة الدائمة:

وهي الأمور التي تشغل الرأي العام بشكل دائم ومتواصل حول القضايا الحيوية التي يعيشها المجتمع، لكنه يتعايش مع هذا الانشغال ولا يلمس إمكانية حسمها على المدى المنظور من الزمن، ومن أمثلة الأجندة الدائمة الصراع السياسي بين الأحزاب الرئيسية على تولي سدة الحكم، أو الصراع

(1) دولت عوني عريقات (2009): مرجع سابق، ص 87.

(2) عواطف اليافعي (2010): العوامل المؤثرة في بناء أجندة الصحافة اليمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم

العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص 24-28.

المصيري الذي يخوضه الشعب الفلسطيني مع إسرائيل حول الدولة الفلسطينية والمشروع الوطني الفلسطيني.

ويبدو جلياً أن وسائل الإعلام تلعب دوراً حاسماً في الانتقال ببعض الأجنحة الدائمة إلى حدود الأجنحة الملحة، وكذلك في الانتقال ببعض الأجنحات الملحة إلى الأجنحات الدائمة، وذلك وفقاً لتوجهات سياسة القائمين عليها، فنحن نجد أن الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، الذي هو من الأجنحات الدائمة للرأي العام العربي يصبح فجأة في موضع تركيز وسائل الإعلام العربية، فيقفز للأجنحات الملحة للرأي العام في الشارع العربي، كما كان الحال في بدايات الحرب على قطاع غزة وانتفاضة الأقصى<sup>(1)</sup>.

وأوضح (Lang & Lang) الإضافات الجوهرية التي قدمتها نظرية بناء الأجنحة في النقاط التالية:

- 1- درست هذه النظرية التفاعل بين وسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى في المجتمع (الحكومة، الجمهور، جماعات الضغط)، ولم تكثف بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور كما في نظرية وضع الأجنحة.
- 2- اهتمت النظرية بدور القائم بالاتصال في عمليات ترتيب القضايا بعد انتقائها وإبرازها لجذب اهتمامات الجمهور.
- 3- تدرس هذه النظرية -عملية تجميعية- التفاعل بين العناصر الموجودة في المجتمع والتكامل بينها مع إضافة أولويات السياسة العامة.
- 4- حاولت هذه النظرية التعرف على كيفية تحويل بعض الموضوعات التي تهتم بها وسائل الاتصال المختلفة لقضايا عامة، مما يوجد نوعاً من المشاركة والتفاعل بين جميع فئات المجتمع.
- 5- أوضحت هذه النظرية أن وسائل الإعلام تؤثر بعمق في الأسلوب الذي يحدّد به المجتمع اهتماماته، وبالتالي يثير المؤسسات المختلفة في المجتمع لاتخاذ القرارات بشأن هذه الاهتمامات.
- 6- وقد أكّدت النظرية على أن الجمهور نشط وإيجابي يتفاعل مع وسائل الإعلام والمجتمع بقضاياها المختلفة.

اختلف عدد من الباحثين في تحديد مدة زمنية محددة لينتقل التأثير من أجنحة وسائل الإعلام إلى أجنحة الجمهور، فقد أشار المنظرّون في بداية تناولهم لنظريات الاتصال إلى أن تأثيرات الرسالة لا تحدث قصراً أو بشكل إلزامي، كما أنها لا تحدث بشكل مباشر وسريع<sup>(2)</sup>، حيث أن الثورة الاتصالية التي شهدتها

---

(1) أسماء محمود السيد سلطان (2011): الإعلام الحزبي الفلسطيني وأثره على المشروع الوطني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الأزهر بغزة، فلسطين، ص25.

(2) عبد الرحمن محمد عبد الله السياغي (2005): مرجع سابق، ص119-120.

العالم في الآونة الأخيرة قد ضاعفت من دور وسائل الاتصال على كافة المستويات، ومن هنا تبرز أهمية تكثيف الجهود البحثية للوقوف على حقيقة الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام<sup>(1)</sup>.

### سابعاً: المعايير التي تحدد بناء أجندة وسائل الإعلام:

إذا كانت الأجندة هي مجموعة من الأحداث والقضايا مرتبة وفقاً لأهميتها، فقد اهتم الباحثون في مجال الإعلام بالتعرف على العوامل التي تحدد هذه الأحداث والقضايا وتضع أولويات ترتيبها، أي العوامل التي تحدد بناء أجندة وسائل الإعلام.

يرى كل من (Merton & Lazarsfeld) (1948)، وهما أول من طرحا التساؤل الخاص بمن يضع أجندة وسائل الإعلام، إن الأجندة الخاصة بوسائل الإعلام هو نتيجة للنفوذ الذي تمارسه القوة الاجتماعية السائدة في المجتمع لتحقيق الضبط الاجتماعي<sup>(2)</sup>.

فالوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام كما يراها (Qualter) (1985) هي تدعيم الطبقة الحاكمة، والحفاظ على البناء الاجتماعي وتوفير الطمأنينة، كما أشار (Dearing & Rogers) أن بحوث الأجندة تهتم بمجالين أساسيين، أولهما: وضع الأجندة (Agenda Setting) وهي العملية التي تقوم من خلالها بنقل الأحداث والقضايا الهامة إلى الجمهور. ثانيهما: بناء الأجندة (Agenda Building) وهي العملية التي يتم من خلالها التأثير على الأجندة السياسية الخاصة بمراكز القوة عن طريق عدد من العوامل تشمل أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور، بمعنى آخر كيف تؤثر أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور على أجندة السياسة العامة.

أما الباحثان "شوماكر ورييس" (Shoemaker & Reese) (1991) فقد قاما بوضع تصوّر شامل للعوامل الأساسية التي تؤثر في بناء أجندة وسائل الإعلام، والتي تتركز في خمسة عوامل وهي<sup>(3)</sup>:

1- تأثيرات ذاتية خاصة بالعاملين: منها عوامل التنشئة الاجتماعية، الخبرات الشخصية والمهنية، والاتجاهات، إدراك الدور الوظيفي.

---

(1) حسن محمد حسن منصور (2005): دور التلفزيون والصحافة اليمنية في ترتيب أولويات النخبة، دراسة مسحية مقارنة في إطار نظرية وضع الأجندة، الاقتصاد اليمني وأعباء الديون الخارجية، العدد 18، ص 189-201.

(2) Dearing J.W, Rogers E.M, (1988): Communication concept: Agenda setting research: Where is it going? In J.A Anderson, London: Sage, P32.

(3) سهام عبد الخالق (2005): معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار بالتلفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص 76.

2- **تأثيرات مهنية وروتينية:** وتشمل القيم الإخبارية التي تتبعها الوسيلة في عملية اختيار المضمون لبناء الأجنحة الخاصة بوسائل الإعلام، القوالب الفنية المتعارف عليها لكتابة القصة الإخبارية وعوامل الموضوعية والوقت والمساحة.

3- **تأثيرات تنظيمية خاصة بالمؤسسة الإعلامية:** وتشمل أهداف المؤسسة، التنظيم الداخلي للعاملين بالمؤسسة والإمكانات التكنولوجية التي تملكها المؤسسة.

4- **تأثيرات خارجية** وتشمل تأثيرات جماعات الضغط التي تحاول دفع مضامين معينة لأجنحة وسائل الإعلام، تأثيرات أجنحة الحكومة وأجنحة الجمهور، كذلك تأثيرات مصادر الأخبار.

5- **تأثيرات خاصة بالأيدلوجية:** والتي تحدد بشكل كبير مضمون الأخبار، فعلى سبيل المثال فإن الولايات المتحدة الأمريكية تؤمن بقيم النظام الرأسمالي، الملكية الخاصة، الأسواق الحرة وغيرها، حيث تؤثر هذه الأفكار بطرق مختلفة على المضمون الذي يتم تقديمه في وسائل الإعلام.

وبفترض (Lang & Lang) أن دراسات بناء الأجنحة تدرس التفاعل بين المتغيرات الثلاث التي تهتم بها دراسات وضع الأجنحة وهي (وسائل الإعلام، الرأي العام، متخذ القرار)، مضيفاً لها متغيراً رابعاً وهو أحداث العالم الواقعي، فلقد أشار الباحثان إلى وجود علاقة تأثير تبادلية بين هذه المتغيرات الأربعة، وحيث يفترض الباحثان "لانج ولانج" أن بناء الأجنحة عملية دائرية (Cycle).

**ويقترح نموذج تحليل المسار لبناء الأجنحة ما يلي (1):**

1- إن أحداث العالم الواقعي سوف تؤدي إلى تغطية إعلامية، فالأحداث التي تقع في العالم الواقعي هي المرحلة الأولى في عملية بناء الأجنحة.

2- إن التغطية الإعلامية سوف تؤدي إلى اهتمام جماهيري، وهي المرحلة الخاصة بوضع الأجنحة (Agenda Setting).

3- إن التغطية الإعلامية سوف تدفع إلى تصريحات لمتخذ القرار، هذه التصريحات تعتمد على حجم الاهتمام التي أولته وسائل الإعلام للموضوع.

4- إن تصريحات متخذ القرار سوف تؤدي إلى اهتمام جماهيري، بذلك تكون لهذه التصريحات دور مؤثر في أجنحة الرأي العام، بالإضافة لدور وسائل الإعلام.

5- إن تصريحات متخذ القرار سوف تؤدي إلى تغطية إعلامية، ففي حين تتأثر تصريحات متخذ القرار بحجم التغطية الإعلامية لموضوع ما، تؤثر هذه التصريحات من ناحية أخرى في حجم

---

(1) سهام عبد الخالق (2005): مرجع سابق، ص76.



التغطية الإعلامية للموضوع حسب حجم الاهتمام الذي أولاه متخذ القرار لهذا الموضوع في تصريحاته.

6- إن الاهتمام الجماهيري سوف يؤثر على ردود أفعال متخذ القرار، فالاهتمام الجماهيري المتزايد بالنسبة لموضوع معين سوف يجعل متخذ القرار يشعر بالمسئولية، ويتصدّر هذا الموضوع أجندة اهتماماته.

7- إن الاهتمام الجماهيري سوف يقود إلى تغطية إعلامية، فيما أن عملية بناء الأجندة عملية دائرية، فإن وسائل الإعلام بالإضافة إلى قيامها بترتيب أجندة الرأي العام فهي أيضاً تستجيب لاهتمامات الرأي العام بالنسبة لموضوع معين.

8- هذه العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والنظم السياسية والاجتماعية وغيرها من النظم أطلق عليها الباحثون مصطلح "علاقة تبعية بنائية"<sup>(1)</sup>.

### ثامناً: العلاقة الخطية في بناء الأجندة:

على خلاف ما افترضته عدد من الدراسات مثل "لانج ولانج" و"ماكويل وروجر" على أن عملية بناء الأجندة تعتبر دائرية، قام مجموعة من الباحثين بإجراء دراسة تختلف تماماً عن دراسات بناء الأجندة السابقة، استخدموا فيها نموذج تحليل المسارات (Path Analysis Model)، وذلك لاختيار العلاقة الثلاثية بين الجمهور ووسائل الإعلام والرئيس، باعتباره أحد مصادر بناء الأجندة، وذلك بالتطبيق على قضية المخدرات أثناء فترة رئاسة نيكسون، كان هدف الباحثين من استخدام هذا النموذج الخطي هو قياس تأثير هذه العناصر الثلاثة لظروف العالم الحقيقي، وأيضاً اختيار العلاقة السببية في عملية بناء الأجندة. والذي يميّز هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات أنها لم تعتبر عملية بناء الأجندة عملية دائرية، ولكنها أثبتت وجود علاقة خطية بين أحداث العالم الحقيقي والجمهور ووسائل الإعلام والرئيس.

وينضح من الاتجاهات البحثية المختلفة التي تناولت أجندة وسائل الإعلام، أنه من ناحية ركّز بعض الباحثين على العملية التي تحدث داخل الوسيلة نفسها مثل "فانكهوزر" و"لانج ولانج"، أما البعض الآخر فكان تركيزه الأكبر على تفاعل الأجندات المختلفة والعلاقات التبادلية بينهم مثل "كب وايلدر وماكويل وروجرز وديرنج"<sup>(2)</sup>.

(1) سهام محمد عبد الخالق (2005): مرجع سابق، ص 77-78.

(2) سماح رضا زكي (2001): مرجع سابق، ص 17.

كما يوجد هناك عدداً من المصادر والمؤثرات المختلفة التي تؤثر في عملية بناء الأجندة، ومن ضمنها القائم بالاتصال، فعملية بناء الأجندة لا يمكن فصلها بأي حال من الأحوال عن حارس البوابة.

### العوامل التي تؤثر في بناء أجندة وسائل الإعلام:

قبل الدخول بالتفاصيل الخاصة بالعوامل التي تؤثر في بناء الأجندة ومصادر بناء الأجندة، نتطرق إلى سؤال من الذي يقوم ببناء أجندة وسائل الإعلام، حيث أثبتت بحوث الأجندة إلى وجود ارتباط إيجابي بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور، ولكن هذا الارتباط لا يكشف عن اتجاه العلاقة المسببة وتحتاج البرهنة على التأثير السببي إلى التحكم في الترتيب الزمني لاهتمامات الطرفين، فإذا كانت اهتمامات الجماهير تسبق اهتمامات الإعلام فلا يمكن القول إذاً بأن أجندة وسائل الإعلام تسبب أجندة الجماهير.

وقد انشغلت دراسات عديدة بمحاولة الكشف عن اتجاه السببية، ومن ذلك دراسة (G. R. Funkbouser) (1973)، والتي أجريت في وقت مبكر جداً، وفيها حاول أن يتعامل مع مشكلات العالم الخارجي وأثرها على أجندة الجمهور، وانتهى إلى وجود ارتباط ضعيف بين المشكلات والقضايا في الواقع الخارجي وأجندة الجمهور، في حين وجد علاقة ارتباط قوية بين أجندة الإعلام والجماهير، الأمر الذي لا خلاف عليه هو أن هناك علاقة تأثير متبادلة بين أجندة الإعلام وأجندة الجماهير.

بجانب أن وقائع الأحداث في حدّ ذاتها تحمل في ديناميكية حدوثها وعلاقتها درجة ما من درجات الأهمية في علاقاتها بالأفراد والجماعات والمجتمع، مما يجعلها تفرض نفسها على أجندة وسائل الإعلام دون تدخل ملموس من حارس البوابة مثل قضية ختان الإناث التي واكبت مؤتمر المرأة العالمي في القاهرة، بجانب حادثة تصوير العملية ذاتها وعرضها على شبكة (CNN) في العام (1995) وما بعدها<sup>(1)</sup>.

### 1- رئيس الدولة:

لقد درس عدد من الباحثين عملية بناء الأجندة في علاقتها برئيس الدولة، حيث يعتبر رئيس الدولة من ضمن المصادر المهمة التي تؤثر في أجندة وسائل الإعلام، والتي أخذت جانباً كبيراً من البحث والدراسة، فعلى سبيل المثال وجد الباحثون الأمريكيون أن الخطاب الرئاسي في الولايات المتحدة الأمريكية يعتبر من أحد المصادر التي تقدّم فيها أجندة القضايا بشكل واضح وفعال، وأشار

---

(1) رياض يوسف صلاحات (2009): دور النشرات الإخبارية في الفضائيات العربية في ترتيب أولويات الفلسطينيين

المقيمين في مصر تجاه القضايا العربية، دراسة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة مصر، ص 57-58.

بعض منهم إلى أن الخطاب الرئاسي هو صانع الأخبار الأول في الدولة، وعليه يكون لدى رئيس الدولة المقدرة على التأثير في أجندة وسائل الإعلام<sup>(1)</sup>.

## 2- السلطة السياسية:

ويمكن وصف العلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة السياسية بكونها علاقة تبادلية تستند إلى حقيقة أساسية مفادها أن كل طريق منها لا يستطيع مواصلة عمله والاستمرار فيه دون الطرف الآخر، فالسياسيون يحتاجون وسائل الإعلام بوصفها أداة تنقل سياستهم للجمهور، وكذلك الإعلام لا يستطيع الاستمرار في تأدية وظائفه دون إذاعة القصص الإخبارية عن الأحداث الجارية التي تمثل تقارير دورية حول أنشطة السلطة السياسية.

تتخذ العلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة السياسية في بعض الأحيان شكل المعركة التي يحاول فيها كل طرف السيطرة على أجندة الطرف الآخر، خاصة في المجتمعات الديمقراطية فالسياسيون يعملون على أن يتحكموا -بقدر الإمكان- في حيز المعلومات التي تقدمه وسائل الإعلام<sup>(2)</sup>.

وتحظى نشاطات المسؤولين الحكوميين في الدولة بتغطية وسائل الإعلام واهتماماتهم عن طريق المؤتمرات الصحفية، والنشرات الصادرة عن مؤسساتهم، وبالتالي فإن القيادات المحلية هي التي تصنع الأحداث التي من خلالها يتم إبراز نشاطهم السياسي<sup>(3)</sup>.

وبذلك تقوم وسائل الإعلام بمعالجة الموضوعات والقضايا بطريقة تتفق ورؤية النظام السياسي الذي يسعى لإقناع الجماهير بوجهة نظرة سواء حيال القضايا الداخلية أو الخارجية، لخلق رأي عام تجاه الموضوعات المثارة، ومن هنا يتم تشكيل اتجاهات الرأي العام من خلال التركيز على قضايا معينة، وتهميش قضايا أخرى، مما يؤدي إلى تغيير الخريطة العامة للأحداث وفقاً لرؤية تلك الوسائل الإعلامية المتبينة وجهة نظر قياداتها التي تعتمد عليها إلى حد كبير<sup>(4)</sup>.

---

(1) سماح رضا زكي (2001): مرجع سابق، ص24.

(2) عواطف حسن حيدر عمر الياضي (2010): العوامل المؤثرة في بناء أجندة الصحافة اليمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص52.

(3) سالم عيسى بالحاج (2003): دور التلفزيون والصحف في ترتيب أولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص84.

(4) محمود منصور هبة (2005): أثر نمط ملكية الصحف المصرية على أجندة القضايا التي تتناولها، المؤتمر العلمي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص621.

كما أن المسؤولين الحكوميين في الدولة يؤثرون في بناء أجندة وسائل الإعلام، حيث تحظى نشاطاتهم بتغطية وسائل الإعلام واهتماماتهم سواء عن طريق المؤتمرات الصحفية، أو النشرات المطبوعة التي تصدرها المؤسسة، وبالتالي فإن القيادات المحلية هي التي تصنع أحداث القضايا المقصودة لإبراز نشاطها السياسي.

### 3- جماعات الضغط والجماعات ذات المصالح:

تهتم هذه الجماعات بالتأثير في الجمهور وفقاً لاهتمامات كل منها، ومن خلال المنافسة القوية بينها تحاول أن تدخل قضاياها في أجندة الجمهور وتدفع بقضايا أخرى جانباً، وخلال هذا الصراع تكون وسائل الإعلام بمثابة مرشح (Filter)، فهي تأخذ وتتبنى وتدعم قضايا معينة في حين تتجاهل الأخرى.

وبذلك يمكن النظر إلى بناء الأجندة باعتبارها عملية تفاعلية، حيث تحاول جماعات ضغط (Pressure Group) مختلفة استخدام وسائل الإعلام لخدمة أهدافها<sup>(1)</sup>.

وتعد الصفوة من أقوى جماعات الضغط التي تسعى بطرق متعددة للحفاظ على مكانتها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وتعد وسائل الإعلام إحدى أهم هذه الأدوات، وبقدر ما تمثل الصفوة من أهمية في المجتمع فإنها تتبادل أجندتها مع وسائل الإعلام، فوسائل الإعلام تعتمد على الصفوة في بناء أجندتها.

### 4- مصادر المعلومات الدولية الكبرى:

أكدت الدراسات أن هناك تأثير قوي لمصادر المعلومات على أجندة وسائل الإعلام من حيث اختيار القضايا وكيفية تغطيتها<sup>(2)</sup>.

حيث لفتت ظاهرة التشابه الإخباري لوسائل الإعلام التأثير المتبادل بين وسائل الإعلام أنظار الباحثين منذ فترة مبكرة من الخمسينيات، وهذا التماثل يعني أن مختلف القصص الإخبارية تتضمن نفس المواد، وهذه المواد مصاغة أو مرتبة بنفس الأسلوب، وليس بالضرورة أن يكون التشابه دقيقاً في كل المفردات، ويمكن أن يكون التشابه في المحتوى العام.

وتعددت التفسيرات لهذه الظاهرة في أن الصحفيين يتبنون قيماً إخبارية للصحف الأخرى، ومحاولة تقليد الصحف الصغيرة للصحف الكبيرة، واعتمادها أيضاً على وكالات الأنباء الكبرى، ويركز

---

(1) سماح رضا زكي (2001): مرجع سابق، ص 23.

(2) Stanley J. Baran (2012): Introduction to mass communication, media literacy and culture, 7th edition, P369.

الباحثون في هذا المجال على معرفة كيف تؤثر وسائل الإعلام بعضها في بعض، وتأثير أجندة إحدى الوسائل على أجندة الوسيلة الأخرى، وبطبيعة الحال فإن الأمر يتفاوت نظراً لعدم تماثل القوة والمكانة والسمعة التي تتمتع بها وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها، أو من المنطق أن تحسم المعركة بين الأجنداث لصالح الأقوى باعتباره يمثل قائداً للرأي من وجهة نظر الوسائل الأخرى العاملة في هذا المجال<sup>(1)</sup>.

وترى الباحثة "ترك" (Turk) أن المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها الصحفيون بشكل أساسي للحصول على المعلومات تستطيع التأثير في مضمون وسائل الإعلام أكثر من عمليات الاختيار التي يقوم بها الصحفيون، وذلك لأن الأخبار ليست بالضرورة ما حدث ولكن ما الذي يقول المصدر أنه حدث، وتضيف أن الإجابة عن تساؤل من يضع أجندة وسائل الإعلام؟ يرتبط بشكل خاص بالمؤسسات والمنظمات التي تسعى إلى استخدام وسائل الإعلام باعتبارها وسيطاً في محاولتهم للإخبار والتأثير على الجمهور<sup>(2)</sup>.

وتؤثر الصحف الكبرى على الصحف الصغرى من حيث تقليدها في اختيار المضمون، وينطبق هذا الأمر بوضوح في الولايات المتحدة الأمريكية إذ يتم النظر لجريدة النيويورك تايمز باعتبارها أكثر وسائل الإعلام تأثيراً على غيرها من وسائل الإعلام الأخرى<sup>(3)</sup>.

ومما يشير إلى تنامي هذا التأثير من قبل الصحافة ما حدث أثناء أزمة الخليج عام (1990)، حيث تناقلت بعض الأخبار باحتمالات غزو عسكري جديد للأراضي السعودية، وقد بدأت هذه الأنباء بخبر صغير نشرته جريدة "الهيرالتربيون" يوم 1990/8/3 يفيد بأن هناك حشودات عراقية تتجمع في المنطقة المحايدة بين العراق والسعودية، وعلى الفور نشرت الصحف العربية الصادرة على امتداد يومي 1990/8/4-3 هذا وتوسعت فيه، وذلك على عاداتها في نشر الأخبار التي ترد من كبرى الصحف العالمية اعتماداً على مصداقية وشهرة هذه الجرائد، ومع بداية النصف الثاني من يوم 1990/8/3 احتل هذا الخبر وتطورات شاشات الإرسال التلفزيوني لمحطة (CNN)، ونقلتها عنها محطات التلفزيون الأخرى، وأصبح هذا الخبر يقيناً لدى المواطن العربي بحلول يوم 1990/8/4<sup>(4)</sup>.

---

(1) عواطف حسن حيدر عمر الياضي (2010): العوامل المؤثرة في بناء أجندة الصحافة اليمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص54.

(2) سماح رضا محمود (2010): مرجع سابق، ص20.

(3) Dearing J.W, Rogers E.M, (1988): Communication Concept: Agenda Setting Research: Where Is It Going? In J.A Anderson, London: Sage, P32.

(4) عواطف حسن حيدر عمر الياضي (2010): مرجع سابق، ص55.

## 5- سياسة الوسيلة الإعلامية:

تتأثر عملية بناء الأجنحة بسياسة الوسيلة الإعلامية التي يتم في إطارها العمل في عملية بناء الأجنحة، وتتم هذه العملية وفقاً للسياسة العامة للوسيلة ورؤيتها الخاصة التي تتحكم في تحديد المضمون المذاع أو القضية التي تصلح للعرض، وتلك التي يتم إهمالها بما يتفق مع القوانين واللوائح التي تنظم سير العمل<sup>(1)</sup>.

ومن هنا يمكن أن نحدد بأن المالك للوسيلة والذي له رؤيته الخاصة في تحديد المذاع، أو القضية التي تصلح للعرض من عدمه، وبما يتفق مع القوانين واللوائح التي تنظم سير العمل. كذلك الدولة في حالة ملكيتها لوسائل الإعلام أو القوانين التي تسنها في حالة ملكية وسائل الإعلام للقطاع الخاص<sup>(2)</sup>.

## 6- الجمهور:

واتجه عدد من الباحثين إلى اعتبار الجمهور هو أحد مصادر بناء أجنحة وسائل الإعلام، حيث وجد (Schweitzer & Smith) أن الجماهير بولاية تكساس الأمريكية من أهم مصادر بناء الأجنحة للصحف المحلية بالولاية، حيث تأثرت هذه الصحف بمطالب واهتمامات قرائها بقضية النفايات النووية ووضعها في مقدمة اهتماماتها.

كما خلص (Ratzan) في دراسته عن بناء الأجنحة إلى أن استطلاعات الرأي العام للجماهير تمارس دوراً كبيراً في وضع أجنحة الصحف الأمريكية (الواشنطن بوست، النيويورك تايمز) خاصة أثناء الحملات الانتخابية، بما يؤكد أن الجماهير تعدُّ أحد مصادر بناء أجنحة وسائل الإعلام.

وهذا يتماشى مع حقيقة أن رسم السياسات الإعلامية مرهون بداية بحاجات جمهور وسائل الإعلام من التعرض إلى رسائلها، وبالتالي فإن الرسائل يجب أن تأتي ملبية لهذه الاحتياجات<sup>(3)</sup>.

---

(1) سهام محمد عبد الخالق (2005): مرجع سابق، مصر، ص 106.

(2) سالم عيسى بالحاج (2003): دور التلفزيون والصحف في ترتيب أولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، ص 83.

(3) وليد وادي النيل مسعد حجازي (2003): العوامل الوسيطة المؤثرة في وضع أجنحة المراهقين تجاه القضايا الداخلية المقدمه بوسائل الإعلام المحلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، ص 57.

## 7- الخصائص الذاتية للقائم بالاتصال:

ويتضح من دراسة بناء الأجندة أن هناك عدداً من المصادر والمؤثرات المختلفة التي تؤثر في عملية بناء الأجندة ومن ضمنها القائم بالاتصال، فعملية بناء الأجندة لا يمكن فصلها بأي حال من الأحوال عن حارس البوابة، فكل المصادر المختلفة تصبُّ في النهاية على ما توفره من مادة خام ومعلومات متنوعة لتكون متاحة للقائم بالاتصال الذي يتعيّن عليه الاختيار من بينها ما يراه مناسباً أو غير مناسب وفقاً لكثير من الاعتبارات، وقد أكدت عدد من دراسات بناء الأجندة على الدور المهم للقائم بالاتصال في بناء الأجندة<sup>(1)</sup>.

ويتضح من ذلك العرض أن هناك أكثر من مصدر أو مؤثر في بناء أجندة وسائل الإعلام، فقد يكون رئيس الدولة وواضع السياسة العامة للدولة أو المؤسسات السياسية بها، وقد تكون جماعات الضغط والمصالح أو الإعلاميون أنفسهم أو الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية، ولا يمكن تحديد أي من هذه المصادر يتحكم بشكل رئيسي في بناء أجندة وسائل الإعلام، فهي عملية متشابكة الأطراف وتعتمد على طبيعة السياق الاجتماعي من مكان لآخر<sup>(2)</sup>.

ونجاح الوسيلة الإعلامية في نقل التأثير من خلال الأجندة يجعل جماعات الضغط أو جماعات المصالح الخاصة تحاول أن تضع قضاياها على أجندة وسائل الإعلام، مثل قضية تعديل قانون الصحفيين في مصر عام (1995) بتأثير نقابة الصحفيين كجماعة من هذه الجماعات التي تمكّنت من وضع هذه القضية على أجندة الصحف المصرية، وأجندة القارئ المصري والعربي، ولكننا لا نجد مثل هذا التأثير بتوسع في الدول النامية، حيث تصدر الحكومات أو الأحزاب الحاكمة كافة المؤسسات في ترتيب أجندة وسائل الإعلام بتأثير العلاقة بينها وبين المؤسسات الإعلامية والعاملين.

وبشكل عام فإن التقرير بقوة مؤسسة أو جماعة في التأثير على بناء أجندة وسائل الإعلام لا يمكن حسمه بسهولة، ذلك أن التقرير بهذه القوة يفضل دراسته في إطار السياق الاجتماعي العام، وبناء العلاقات بين وسائل الإعلام والمؤسسات الاجتماعية الأخرى في المجتمع، فهذا يدخل في إطار علاقات القوة داخل البناء الاجتماعي وتأثيرات القوى المختلفة على بناء العلاقات وتشكيل اتجاهاتها<sup>(3)</sup>.

(1) عبد الرحمن محمد عبد الله السياغي (2005): مرجع سابق، ص122-123.

(2) وليد وادي النيل مسعد حجازي (2003): مرجع سابق، ص58.

(3) رياض يوسف صلاحات (2009): دور النشرات الإخبارية في الفضائيات العربية في ترتيب أولويات الفلسطينيين

المقيمين في مصر تجاه القضايا العربية، دراسة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر، ص59.

## الخلاصة:

استعرض الباحث في هذا الفصل النظريات المستخدمة في الدراسة، واستفاد من الإطار النظري في وضع الفروض والتساؤلات الخاصة بالدراسة وتوظيفها من أجل تحقيق أهداف الدراسة، واستعرض الباحث نشأة وتطور النظريتين وكذلك الفروض التي ارتكزت عليها، فيما ركز الباحث على حارس البوابة في المواقع الالكترونية الإخبارية وأهم العوامل المؤثرة عليه في ظل التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال والخصائص الذاتية للقائم بالاتصال، والضغط المهنية داخل المؤسسة الإعلامية، والعلاقة بمصادر الأخبار والمعلومات لما لها من أهمية كبيرة في الأداء الصحفي للقائم بالاتصال، وكذلك تأثير السياسات الداخلية المتمثلة بالسياسة التحريرية والسياسات الخارجية المتمثلة بالنظام السياسي القائم والتشريعات التي يصدرها لتنظيم العمل الصحفي، وعمل الصحفي للحفاظ على قيم المجتمع وتوقعات الجمهور، كما استعرض أهم الانتقادات التي وجهت لنظرية حارس البوابة الإعلامية، فيما أكد الباحث على أهمية نظرية بناء الأجندة من خلال تطبيقها على الدراسة التي تعني بدور القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطن في فلسطين، حيث تم تعريف الأجندة والتعرف على المفاهيم الأساسية لبناء أجندة وسائل الإعلام، وكيفية بناء الأجندة والمعايير التي تحدها وكذلك العوامل التي تؤثر في بناء أجندة وسائل الإعلام ومنها المواقع الالكترونية الإخبارية.

وساعد الإطار النظري للدراسة الباحث في التعرف على الضغوطات والعوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال من أجل أخذها بعين الاعتبار في استمارة الدراسة الميدانية التي تستهدف القائمين بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية، وكذلك دوره كحارس للبوابة الإعلامية والعوامل التي تؤثر عليه.



## الفصل الثالث

### القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية

- مقدمة.
- المواقع الالكترونية الإخبارية.
- وظائف المواقع الالكترونية المتعلقة بالتغطية الإخبارية.
- خدمات المواقع الالكترونية الإخبارية.
- الصعوبات التي تواجهه المواقع الالكترونية الإخبارية.
- المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية.
- أهداف المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية.
- التشريعات الخاصة بالمواقع الالكترونية الإخبارية.
- مصداقية المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية.
- معوقات الإعلام الالكتروني في فلسطين.
- القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية.
- خصائص القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية.
- إعداد القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية.
- الخلاصة.

## الفصل الثالث

### القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية

#### مقدمة:

مع ظهور المواقع الالكترونية الإخبارية على شبكة الانترنت في منتصف التسعينيات من القرن العشرين اتجه عدد كبير من الصحفيين العاملين في الصحف الورقية وخريجي كليات الإعلام إلى العمل داخل هذه المواقع، ومع تطوّر العمل الإعلامي وتوسع انتشار المواقع الإخبارية حول العالم أصبحت المواقع الالكترونية مصدراً مهماً للأخبار وازداد انتشارها بشكل كبير، مما تطلّب تطور الطواقم العاملة بها من حيث تطوير أساليب التحرير، واستخدام الأدوات والمهارات والتقنيات التي تتيحها شبكة الانترنت، والتي تستخدم داخل هذه المواقع لإنتاج المواد التي يتم نشرها خلالها.

وفي ظل التطور الملموس للإعلام الفلسطيني ومواجهته لآلة الحرب الإسرائيلية، عملت المواقع الالكترونية الإخبارية على كشف ممارسات الاحتلال الإسرائيلي ونقل الصورة عن معاناة شعبنا الفلسطيني للعالم مستغلة خصائص ومميزات الإعلام الالكتروني الذي لا يقف عند الحدود الجغرافية.

ومن خلال المعالجة للقائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الفلسطينية يسعى الباحث لتسليط الضوء على الأدوار الذي يقوم بها القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية ومهامه، وكيفية استغلاله لمميزات هذه المواقع والمعوقات التي تواجهه في أداء عمله، كما يسلّط الباحث على سمات المواقع الخاصة بالتغطية الإخبارية، والخدمات التي تقدمها وما يميزها عن وسائل الإعلام الأخرى، والمعوقات التي تواجه المواقع الإخبارية الفلسطينية، وأهدافها والتشريعات الخاصة بها، ومدى مصداقية المواقع الإخبارية الفلسطينية في ظل التنافس الحاد بينها، والملكية الخاصة بهذه المواقع الالكترونية.

## المواقع الالكترونية الإخبارية:

إن التقنيات الالكترونية الحديثة تكاد ترسم صورة مختلفة لعالم جديد، لعل من أبرز خصائصه وفرة المعلومات وكثافتها وتدفقها بسهولة وبسرعة فائقة، فضلاً عن التنوع في استخدام تلك المعلومات والتحكم في مسارها وتوجهها. ويعرّف الباحثون الموقع الإلكتروني الإخباري على أنه الموقع الذي يبث من الانترنت والمملوك لإحدى الشركات أو المؤسسات الإعلامية، والذي يحتوي على مضامين إعلامية، ويتم تحديثه بصورة مستمرة<sup>(1)</sup>.

وتختلف المواقع الالكترونية الإخبارية عن نظرائها من وسائل الإعلام، ويعود هذا الاختلاف لطبيعة الوسيلة التي تقدم من خلالها المواقع الالكترونية الإخبارية وهي الانترنت، حيث تتميز بطبيعتها الخاصة من خلال أدواتها المبتكرة التي لا تتوافر في وسائل الإعلام التقليدية، وقد أدت الطبيعة المختلفة للانترنت التي تتسم بالابتكار، حيث تتوفر المواقع الالكترونية الإخبارية بخصائص ومميزات تجعلها في ريادة المصادر الإخبارية من حيث سهولة عرض المحتوى وطبيعته واختلاف الجمهور وخصائصه واحتياجاته، واختلاف الوظائف والمهام التي يقوم بها الصحفيون في المواقع الالكترونية الإخبارية<sup>(2)</sup>. ويعد الاهتمام المتزايد للصحافة الالكترونية عاملاً قوياً في ظهور المواقع الالكترونية الإخبارية بشكلها الحالي، والذي يتطور يوماً بعد يوم وزيادة استخدامها، حيث تتخذ هذه المواقع مظهر صحيفة متكاملة من حيث المضامين والتسمية، ولكن تخضع للنمط الإلكتروني في التبويب وعرض الموضوعات وأسلوب التحرير، وهي صحف الكترونية لا علاقة لها بأي صحيفة ورقية، وحققت نجاحاً كبيراً على الصعيد الإعلامي<sup>(3)</sup>.

ونستعرض أهم الجوانب المتعلقة بالمواقع الالكترونية الإخبارية من حيث وظائفها، سماتها، وخدماتها، والصعوبات التي تواجهها.

- 
- (1) حاتم الصريدي (2009): الصحف الالكترونية البحرينية، دراسة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، البحرين، ص103.
  - (2) أمنية مصطفى (2010): اقتصاديات إدارة المواقع الالكترونية دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص104.
  - (3) إياد إبراهيم القرا (2010): دور المواقع الالكترونية الفلسطينية في نشر ثقافة حقوق الإنسان، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، مصر، ص46.

## أولاً: وظائف المواقع الالكترونية المتعلقة بالتغطية الإخبارية:

لقد أصبح الإعلام الالكتروني من الركائز الأساسية في العالم الصحفي، وشهد تطورات كبيرة ومتلاحقة مكنه من أن يكون أحد أهم مصادر المعلومات لدى الجمهور، كما أتاح استخدام الحاسبات الالكترونية وظهور المواقع الالكترونية بشكلها المتطور، وظهور ما يسمى بالصحافة المباشرة (Online Journalism)، وهي المواقع التي يتم نشرها على شبكة الانترنت وقواعد البيانات التي تقدم خدمات للجمهور، وتتمتع هذه المواقع الالكترونية الإخبارية بعدة سمات متعلقة بالتغطية الإخبارية، ومنها:

### 1- التفاعلية:

وهي عملية بمثابة نقطة التقاء بين الاتصال المباشر والاتصال الواسطي والاتصال الجماهيري حيث يتم تبادل الأدوار بين المشتركين فيها وتأثر كل طرف بمعطيات الأطراف الأخرى<sup>(1)</sup>.

### 2- التغطية الصحفية المستمرة (Continuing Coverage):

تقدّم المواقع الالكترونية الإخبارية خدمة آنية (Online) من أجل إحاطة مستخدميها بالتطورات الحالية على مدار اليوم، حيث يتم تحديث الأخبار بشكل مستمر من خلال رغبتها في مسايرة الطبيعة الخاصة بالانترنت<sup>(2)</sup>. ومن خلال ذلك يتمكن متابعو هذه المواقع من الوصول إلى آخر الأخبار أول بأول، ويساعد في هذا السرعة والسعة الكبيرة للانترنت، مما يعطي انطباعاً لدى المستخدم بالحركة والسرعة في نقل المشاهد الحية من موقع الأحداث، ويعطيه الإحساس بالاستمرارية والتواصل في معرفة ما يحدث حوله<sup>(3)</sup>.

فالمعلومات المرسلة والمنشورة عبر المواقع الالكترونية الإخبارية متغيرة، علاوة على ذلك تكيف مستخدميهم ورواد هذه المواقع مع التجديد المستمر للمعلومات، وأنهم يتطلعون لمعرفة آنية ومتلاحقة للمعلومات، وهذا النوع يتطلب المزيد من الجهد والتمويل والمصادر<sup>(4)</sup>.

- 
- (1) فاطمة السروجي (2015) الصحافة الالكترونية وترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، جامعة عين شمس، كلية البنات، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، ص76.
  - (2) رضا عبد الواحد (2007): مرجع سابق، ص106.
  - (3) سماح عبد الرازق الشهاوي (2009): علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجه لهم على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص96.
  - (4) نشوى اللواتي (2011): مرجع سابق، ص134.

### 3- التغطية الصحفية الحية:

توفر المواقع الالكترونية الإخبارية تغطية حية للأحداث من موقع حدوثها، وفي لحظة وقوعها، حيث تمتاز المواقع الالكترونية بإمكانية إدراج مواد تحريرية تتضمن مقاطع الفيديو المسجلة من أماكن الأحداث، كما يمكن أن تبت بشكل مباشر مستغلة إمكانياتها التقنية فضلاً عن تغطية مؤتمرات صحفية حية عن بعد<sup>(1)</sup>. وعملت المواقع الالكترونية على استغلال خصائص الانترنت التكنولوجية، وطورت نظامها التحريري ليتوافق مع هذه السرعة المذهلة في نقل الأخبار حتى يتمكن القارئ من الحصول على الأخبار والمعلومات بشكل سريع<sup>(2)</sup>.

### 4- التغطية الصحفية الفورية:

تعد التغطية الفورية من أهم ملامح وصفات المواقع الالكترونية الإخبارية التي تميزها عن غيرها من الوسائل وتعمل على جذب الجمهور لها، وكلما زادت سرعة تحميل المواد على الموقع كلما حافظ ذلك على العلاقة بين القراء والموقع، وازداد من ارتباطهم به<sup>(3)</sup>، حيث أن النقل الفوري الذي تتمتع بها المواقع الالكترونية الإخبارية ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص في أي وقت، جعلها تنافس الوسائل الإعلامية الأخرى مثل التلفزيون والإذاعة، بل أن المواقع الالكترونية الإخبارية باتت تنافس هذه الوسائل في عنصر الفورية الذي احتكرته وبدأت تسبق حتى القنوات الفضائية التي تبت الأخبار في مواعيد محددة<sup>(4)</sup>.

كما أن وسائل الإعلام الأخرى لا يمكنها تحديث المحتوى الكلي في أكثر من اتجاه، حيث أن الإذاعة والتلفزيون لا تستطيع أن تقدم للمتلقي سوى عنصر واحد في اللحظة نفسها، بينما توفر المواقع الالكترونية الإخبارية تحديداً كلياً يعرض من خلاله العديد من المواد في دقائق قليلة، وهو ما يبرز على وجه الخصوص عند التعامل مع الأحداث الطارئة والأزمات<sup>(5)</sup>.

---

(1) بسنت عبد المحسن العقبواوي (2010): الصحافة الالكترونية وبنيتها على شبكة الانترنت، خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، جدة، السعودية، ص43.

(2) صالح بن زيد العنزوي (2006): إخراج الصحف السعودية الالكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الانترنت، رسالة ماجستير في الإعلام، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، السعودية، ص74.

(3) أمينة مصطفى (2010): اقتصاديات إدارة المواقع الالكترونية دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص128.

(4) محمود علم الدين (2008): الصحافة الالكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص184.

(5) ماجد تريان (2008): مرجع سابق، ص132.

## 5- التغطية الصحفية المتعمقة:

تتميز المواقع الالكترونية الإخبارية بالشمولية والعمق المعرفي من خلال المساحة التي توفرها بفضل المساحة الكبيرة، حيث لا تتقيد بمساحة معينة، فيمكن للقارئ الحصول على كم هائل من المعلومات والأخبار حول مختلف الأحداث وتقدم خلفية الأخبار والموضوعات المتعلقة بها<sup>(1)</sup>.

وتوفر عمقاً معرفياً لما تقدمه من خدمات إضافية للمواد المنشورة، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خدمات الأحداث وربطها بالقضايا والموضوعات من خلال استغلال التقنيات الالكترونية المستخدمة في تصميم المواقع الالكترونية الإخبارية بنقل القراء بمجرد الضغط على أيقونة خاصة بذلك إلى كم كبير من المعلومات الإضافية وخدمات معرفية أخرى يقدمها الموقع<sup>(2)</sup>.

ومن خلال ذلك تتيح تكنولوجيا المعلومات للمواطن الحديث وفره هامة في المعلومات على اختلافها، وذلك بتعدد المواقع الالكترونية الإخبارية وتنوعها، فان كان المواطن الكلاسيكي يشتكي من ندرة المعلومات فإن المواطن الرقمي يشتكي الآن من وفرة وغزارة المعلومات ووضعته في محك الآليات الكفيلة بالوصول إلى المعلومات الصحيحة بأقل جهد وفي الوقت المناسب<sup>(3)</sup>.

## 6- التغطية الصحفية متعددة الوسائط:

إن الثورة المعلوماتية ساعدت على التقارب بين وسائل الإعلام والدمج بين خصائصها من خلال استخدام الوسائط المتعددة في إعداد محتوى المواقع الالكترونية، حيث يشمل المحتوى التحريري على النص المكتوب الذي تتميز به الصحافة المطبوعة، والصوت والصورة التي تتميز بها الإذاعة والتلفزيون، أدى ذلك إلى تطور صناعة المحتوى وتغيير أساليب إعداد ذلك المحتوى<sup>(4)</sup>. ويتم عرض مجموعة من القصص الخبرية على المواقع الالكترونية الإخبارية باستخدام اثنين أو أكثر من الأشكال التحريرية التي تتميز بها هذه المواقع مثل الكلمات المنطوقة والمكتوبة والموسيقى والصور الثابتة والمتحركة والرسوم الثابتة والمتحركة<sup>(5)</sup>.

---

(1) إبراهيم بعزیز (2012): الصحافة الالكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، الطبعة الأولى، القاهرة، ص91.

(2) طلال ناصر العزاوي (2011): اتجاهات الشباب العربي نحو الصحافة الالكترونية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، ص86-87.

(3) محمد لعفاب (2012): مهارات الكتابة للإعلام الجديد، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر، الجزائر، ص16.

(4) إيمان شكري حجازي (2013) مرجع سابق، ص43.

(5) Tapas Ray (2009): Online Journalist a basic text, Manas Saikia for Cambridge University press India Pvt. Ltd. Printed & bound Raj Press, 2<sup>nd</sup>, New Delhi, pp38-39.

وأن تحرير المادة الصحفية طبقاً لمفهوم الوسائط الفائقة تمكّن القائم بالاتصال من استخدام هذه التقنيات في التعبير عن المعلومات بأشكال مختلفة تشمل النص والصوت والصورة، وتتميز الوسائط الفائقة بالتفاعلية، حيث أن القارئ لا بد أن يبحث عن مفاتيح الكلمات أو العلامات الخاصة بها من خلال حشد المعلومات والوصول إلى أكبر قدر من المعلومات بطرق مختلفة<sup>(1)</sup>.

#### 7- التغطية الصحفية ذات الترابطية النصية (Hyper Textually):

تعد هذه الميزة من المميزات المهمة للمواقع الإخبارية، حيث تربط المستخدم بنصوص مختلفة ومن أماكن متعددة في مساحة مكانية واحدة، ويتمتع المستخدم بسهولة في الوصول إلى المعلومات والتعمق فيها، وهذه الخاصية لم تستثمر بشكل كامل في كثير من المواقع الالكترونية الإخبارية خشية خسارة القارئ عند انتقاله إلى موقع ترابطي آخر وعدم عودته للموقع الأساسي<sup>(2)</sup>.

#### 8- التغطية الصحفية الرقمية:

حيث توفر الانترنت العديد من المواد الصحفية والبيانات والرسوم بشكل رقمي قابل للمعالجة والاستخدام الفوري بدون الحاجة إلى إعادة إنتاجه، كما يمكن تخزينها واسترجاعها في أي وقت، وهذا مهم جداً في العمل الإعلامي الذي من شأنه توفير الجهد والوقت، ويعمل على تطوير العمل الصحفي بطريقة سهلة ومنظمة<sup>(3)</sup>.

#### 9- التغطية الصحفية الذاتية:

حيث تمكّن المواقع الالكترونية الإخبارية الصحفي أن يقوم بمفرده بكل مفردات العمل الصحفي من اختيار الموضوع، وجمع البيانات والتواصل مع مصادره، وكتابه المحتوى الصحفي، وكذلك نشره<sup>(4)</sup>، كذلك تتيح المواقع الالكترونية الإخبارية لجمهورها الاستمتاع بالمضمون بالشكل الذي يراه مناسباً، فهي لا تقف عند حد معين من العرض، حيث تعطي للمستخدم التحكم بأسلوب العرض

---

(1) عبد الله أبو راس (2007): معالجة مواقع الانترنت الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسي في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص 201-202.

(2) Sunil Saxena (2012): Web Journalist, Published by Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi, India, pp185-189.

(3) بسنت عبد المحسن العقباوي (2010): مرجع سابق، ص 43.

(4) محمد عبد الله إسماعيل (2005): مستقبل الصحافة الالكترونية كما يراه القائمون بالاتصال في الصحف المصرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، الجزء الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر ص 1584.

وانتقاء المواضيع الذي يرغب بها، والخروج والانتقاء من أي نقطة في أي وقت، كما تزود المواقع محتوى العرض بوصلات تتيح للمستخدم الإبحار في العرض<sup>(1)</sup>.

#### 10- التغطية الصحفية الموضوعية:

حيث تتوفر عدة مصادر تتناول الحدث نفسه في المواقع الالكترونية الإخبارية، ويمكن للقارئ أن يقارن بين رؤيتها وتوجهاتها ومعالجتها للقضايا، مما يساعد في تكوين صورة موضوعية عن طبيعة الأحداث والموضوعات<sup>(2)</sup>، وبذلك يستخلص القارئ النتيجة التي يراها اقرب إلى الحقيقة دون أن يظل أسيراً لرؤية واحدة حيث وفرت له المواقع الالكترونية الإخبارية حرية الانتقاء والمقارنة من خلال الاطلاع السريع على العديد من هذه المصادر<sup>(3)</sup>.

فالقارئ ليس أمام قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية، بل تكون بين يديه كل القصص التي نشرت حول الموضوع نفسه، وروابط أخرى تمكنه من الوصول إلى معلومات إضافية، كما تتيح المواقع خدمات متعددة يمكنه الاختيار منها لتأكيد المعلومات المتوفرة<sup>(4)</sup>.

#### 11- التغطية الصحفية المفتوحة:

فقد أصبحت المواقع الالكترونية الإخبارية مصدراً رئيسياً للمعلومات بعيداً عن التقيد بمكان معين بسبب ثراء وتنوع المعلومات الموجودة فيها، والوصول السريع للامحدود للمعلومات الموجودة في جميع أنحاء العالم<sup>(5)</sup>. فلا يوجد أية حدود أو حواجز في هذا العالم الافتراضي، فيمكن إرسال كم لانهائي من المعلومات، والاتصال بالمستخدمين في كافة أنحاء العالم، ويمكنهم التجول بحرية وتبادل المعلومات والمشاركة في أي نشاط<sup>(6)</sup>.

- 
- (1) سماح عبد الرازق الشهاوي (2009): علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجه لهم على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، ص96.
  - (2) ماجد تريان (2008): الانترنت والصحافة الالكترونية رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص145.
  - (3) محمود علم الدين (2014): الإعلام الرقمي الجديد البيئة والوسائل، دار السحاب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص107.
  - (4) خالد محمد غازي (2010): الصحافة الالكترونية العربية، الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، وكالة الصحافة المصرية، دار الكتب المصرية، الطبعة الأولى، ص152-153.
  - (5) سماح عبد الرازق الشهاوي (2009): مرجع سابق، ص105.
  - (6) سماح عبد الرازق الشهاوي (2009): المرجع السابق نفسه.



وتتمتع المواقع الالكترونية الإخبارية بحرية كبيرة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى نظراً لصعوبة ممارسة الرقابة عليها، حيث إمكانية إصدار الموقع من أي مكان يوجد به خدمات الانترنت، فيمكن لموقع يهتم بشأن دولة معينة أن يصدر في دولة أخرى دون خوف من السلطة الحاكمة، وهذا ساهم في وصول الجمهور إلى المعلومات التي تفودهم للحقيقة دون أن تتعرض لمقص الرقيب<sup>(1)</sup>.

ويؤكد تقرير مؤسسة (Starr) الأمريكية المتخصصة في مجال الانترنت تغييراً جوهرياً في إمكانيات البث الجماهيري للمعلومات إلى الجمهور العالمي، حيث أن التقارير تمثل أمثلة غير مسبوقة على اكتساح الانترنت باعتبارها نظاماً إعلامياً جماهيرياً، حيث عبرت عن التحول الديمقراطي في وسائل الإعلام الجماهيري، وقلصت من سيطرة السياسيين والنخب على وسائل الإعلام، مع سهولة وصول المواطنين على المعلومات عبر المواقع الالكترونية الإخبارية<sup>(2)</sup>.

وإزاء هذا التزايد السريع والمكثف للمعلومات نجد أن من الضروري إيجاد قواعد لتنظيم المعلومات والتنسيق بين حرية إبداء الرأي والتعبير وانسياب المعلومات من جهة، والمحافظة على حقوق الآخرين وعدم المسّ بالأفراد من جهة أخرى<sup>(3)</sup>.

## ثانياً: سمات المواقع الالكترونية الإخبارية:

1- تلتزم الحرية الكاملة التي يتمتع بها القارئ والكاتب على الانترنت من خلال سرعة بث الأخبار العاجلة، وقدرة القارئ على الوصول إليها وتداولها مدعومة بالصور والفيديو، مما يدعم مصداقية الخبر<sup>(4)</sup>.

2- يقوم الكاتب بإظهار وجهة نظره بحرية وبدون رقابة، وهناك إمكانية إخفاء شخصية الكاتب<sup>(5)</sup>.

3- المرونة، حيث يتمكن متصفح المواقع الالكترونية الإخبارية من التنقل بين الأخبار والموضوعات بسرعة، وأن التقنيات الالكترونية تمكنه من البحث عما يريد بسهولة ويسر<sup>(6)</sup>.

---

(1) إبراهيم بعزيز (2012): مرجع سابق ص 83.

(2) Tomas. L. Makfel (2012): Global Communication. Wiley Blackwell.

ترجمة عبد الحكم الخزامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص 219.

(3) عبد المحسن بدوي (2009): مشكلات الإعلام الجديد، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، البحرين، ص 93.

(4) عباس ناجي حسن (2013): الصحفي الالكتروني، مؤسسة دار الصادق الثقافية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ص 92.

(5) عبد الرازق الدليمي (2011): مرجع سابق، ص 278.

(6) محمود أحمد الرجبي (2012): اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الالكترونية الإخبارية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ص 51.

4- توفر المواقع الالكترونية الإخبارية نشر الخبر سريعا وبطريقة مختصرة من خلال نشر الخبر بعنوان وفقرة واحدة أسفل العنوان تلخص الخبر مع كتابة كلمة (المزيد) لمن يريد الاطلاع على التفاصيل الكاملة للخبر<sup>(1)</sup>.

5- تعدد المصادر وتنوعها، يمنح المستخدم على التعرض للأخبار من وجهات نظر مختلفة، ويستطيع التنقل بين المواقع الالكترونية للتعرف على مختلف الروايات في الحدث الواحد<sup>(2)</sup>.

6- الإطلاع على المحتوى الصحفي بلغات مختلفة.

7- استثمار خدمة (استقبال المعلومات بناء على طلب المستخدم) (Sign up for personal delivery) التي تتيح للمستخدم الحصول المعلومات والأخبار التي تتضمن مجالات اهتمامه<sup>(3)</sup>.

8- إمكانية القيام باستفتاءات ومعرفة آراء المواطنين في بعض القضايا بشكل دوري.

9- تقدم المواقع الالكترونية الإخبارية خدمات الطقس، وأسعار العملات، والأسهم والحجوزات والفنادق والسوق الالكترونية<sup>(4)</sup>.

وتقوم المواقع الالكترونية الإخبارية بتوظيف أدوات البناء الأساسية بشكل كامل، فالنص (Text) قد يكون ثابتاً (Static)، أو متحركاً (Moving)، أو وصلة (Link) قابلة للضغط، وبالنسبة للصور الفوتوغرافية قد تكون مستقلة (Independent)، أو عرضاً للشرائح (Slides Show)، أو جاليري (Gallery)، أما بالنسبة للرسومات اليدوية (Graphics) قد تكون ثابتة أو متحركة أو وصلة قابلة للضغط، وبالنسبة للمقطوعات الصوتية (Audio) قد تكون مستمرة تعاد بشكل متكرر (Looping)، أو تثبت مرة واحدة (Non looping)، أما بالنسبة لمقاطع الفيديو فقد تكون مسجلة وقد تكون حية، أما تفاعل المستخدم مع الوسيلة (User Interaction) قد تكون من خلال (Form input) أماكن يمكن طلب معلومات منها: نص، صوت، وقد تكون (E-mail input)، وهي تبادل المعلومات الإخبارية بين المستخدم والوسيلة، وقد تكون مناقشة (Discussion)، ويكون بين عدة أشخاص، ومن خلال التعليقات على المواضيع<sup>(5)</sup>.

---

(1) على عبد الفتاح (2014): الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ص55.

(2) ماجد تريان (2008): مرجع سابق، مصر، ص147.

(3) خالد بن فيصل الفرم (2009): الإعلام الجديد، الصحافة الالكترونية العربية والأمريكية، دار المفردات للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الرياض، المملكة العربية السعودية، ص63.

(4) إبراهيم بعزیز (2012): مرجع سابق، ص83-84.

(5) بسنت عبد المحسن العقباوي (2010): مرجع سابق، ص38.

ومن خلال ذلك نجد أن المواقع الإلكترونية الإخبارية التي ساعدت الصحفي في عمليات الكتابة والتحرير من خلال الاستفادة من الإمكانيات التي تتمتع بها، نجد أيضاً أنها أتاحت للقارئ ممارسة أكثر تعمقا واستخدام أكثر من حاسة في نفس الوقت لاتصافها بصفات عديدة مثل القراءة والمشاهدة والاستماع<sup>(1)</sup>.

### ثالثاً: خدمات المواقع الإلكترونية الإخبارية:

عمل التطور التكنولوجي في مجال المعلومات والاتصال إلى زيادة الخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية الإخبارية لجمهورها وهي:

#### 1- خدمة الأرشفة الإلكترونية الفوري:

حيث توفر المواقع الإلكترونية الإخبارية حفظ أرشفة إلكتروني للقضايا المطروحة وتفصيلها، ويمكن استرجاعه بسهولة، حيث يستطيع الزائر أن ينقّب عن تفاصيل دقيقة لحدث ما، ويعود لمقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر اسم الموضوع أو تاريخ تحريره<sup>(2)</sup>. ويضم الأرشفة أشكالاً مختلفة من المعلومات مثل المواد الصوتية ولقطات الفيديو الحية والصور إلى جانب المواد النصية المكتوبة، مما يحقق نوعاً من التكامل والثراء في عرض الموضوعات<sup>(3)</sup>.

#### 2- خدمة إحصائية دقيقة عن الزوار:

تتسم المواقع الإلكترونية الإخبارية بتقديم إحصائية لزوارها من ناحية عددهم، والدول التي دخلوا منها على المواقع، وكذلك إمكانية التواصل معهم مباشرة، وكم من الوقت استغرقوا في متابعة الموقع وتتيح بعض المواقع الصفحات التي تم زيارتها، والمواضيع التي تم قراءتها<sup>(4)</sup>، مما يساعد في معرفة اهتمامات الجمهور وميولهم ومعرفة أكثر الأخبار التي استحوذت على اهتمامهم، والتي تمكّن المؤسسات المعنية والباحثين من الاستفادة من هذه المعلومات<sup>(5)</sup>.

---

(1) على عبد الفتاح (2014): مرجع سابق، ص 56.

(2) محمد يونس (2014): الصحافة الورقية والإلكترونية في دول الخليج النشأة والتطور، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص 274.

(3) ماجد تريان (2008): مرجع سابق، ص 136.

(4) خالد محمد غازي (2010): مرجع سابق، ص 154-155.

(5) عباس ناجي حسن (2013): مرجع سابق، ص 92.

### 3- خدمة خيارات التصفح:

سهولة التصفح أحد أهم العوامل التي تجعل المستخدمين يفضلون التعامل مع المواقع الالكترونية الإخبارية، حيث يقل فيها الجهد المبذول لفهم واستيعاب ومتابعة المواد التحريرية المتوفرة على المواقع، وأن حرية التنقل بين الصفحات والمواضيع تجعل من متابعة القصص الإخبارية أكثر سهولة، مما يجعل المواقع الالكترونية أكثر تفضيلاً لدى الكثيرين مقارنة بالوسائل الأخرى<sup>(1)</sup>.

### 4- خدمة خيارات العرض:

من المميزات التي تتمتع بها المواقع الالكترونية الإخبارية أنها تتيح للقارئ أن يبني البيئة المعلوماتية حسب اختياراته الشخصية من المواد الصحفية المعروضة والتي تفي باحتياجاته<sup>(2)</sup>، كما تتيح المواقع الالكترونية الإخبارية إمكانية تغيير حجم الصفحة، حيث يشير المستخدم إلى المحتوى الذي يرغب في قراءته، والشكل الإخراجي الذي يراه مناسباً، حيث يرى الصفحة كما يرغبها<sup>(3)</sup>.

### 5- خدمة الربط بين المواقع:

تتيح التقنيات التكنولوجية للمواقع الالكترونية إمكانية الانتقال من الموقع الإخباري إلى مواقع أخرى داخل البلد وخارجه من أجل الوصول إلى أكبر قدر من المعلومات حول الموضوع<sup>(4)</sup>.

### 6- خدمة النشر على نطاق عالمي:

وتعد عملية النشر على نطاق عالمي واسع من طبيعة الوسيلة نفسها، حيث باتت المواقع الالكترونية الإخبارية تعمل على وضع الأخبار العالمية في الصفحة التمهيدية، ومنها من وضع أيقونات خاصة بالأخبار العالمية في صفحتها الأولى وتتميز المواقع الإخبارية بحضورها العالمي، إذ لا توجد عقبات جغرافية تعترضها، فهي متاحة في أي مكان تتوافر فيه متطلبات الانترنت<sup>(5)</sup>، كما فرضت على العديد من المواقع الالكترونية الإخبارية والصحفيين أنفسهم إعادة تقييم أجندة أولوياتهم للقضايا والأحداث<sup>(6)</sup>.

(1) خالد محمد غازي (2010): مرجع سابق، ص151.

(2) عبد الله أبو راس (2007): مرجع سابق، ص202.

(3) نشوى اللواتي (2011): مرجع سابق، ص134.

(4) عبد الله أبو راس (2007): مرجع سابق، ص208.

(5) باديس لونيس (2008): جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، رسالة ماجستير، قسم علوم الاتصال والإعلام، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، ص45.

(6) محمود علم الدين (2008): الصحافة الالكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص192.

## 7- خدمة إمكانية التعديل والتصحيح:

وفرت التقنيات الحديثة التي تتمتع بها المواقع الالكترونية الإخبارية التي توفرها الحاسبات الالكترونية إمكانية التعديل والترتيب في النص والعنوان<sup>(1)</sup>، وكذلك إمكانية تحريره بطريقة سريعة ودون تكلفة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى<sup>(2)</sup>.

## 8- خدمة قابلية التحويل:

وترتبط هذه الخدمة بالقائم بالاتصال أكثر من المستخدم، حيث تتيح للصحفي إمكانية عرض الموضوع متضمناً عدة رسائل مثل الصور والرسوم المتحركة والصوت، بالإضافة إلى النصوص<sup>(3)</sup>.

## 9- خدمة التفتيت:

في إطار الاتجاه لتفتيت الاتصال الجماهيري، وتعزيز ما تتميز به وسائل الاتصال الحديثة كسمات اللامهيريية واللاتزامنية والتفاعلية والحركية والشيوخ والانتشار، أصبح الفرد هدفاً رئيسياً للاتصال الالكتروني، الأمر الذي جعل هناك علاقة أحادية بين المرسل للرسالة الإعلامية ومستقبلها، وأصبح مؤشر التقدم في هذه العلاقة هو سرعة بث المعلومات ومدى تفاعل المستقبل بها<sup>(4)</sup>.

## 10- خدمة البريد الالكتروني:

تتيح هذه الخدمة للقارئ التواصل مع إدارة الموقع والمحريين فيه، وتمكّن العديد من المواقع القارئ من إرسال واستقبال مواد إخبارية وصور خاصة عبر إيميل يعلنه الموقع ليكون بمثابة حلقة التواصل الإخبارية بين القارئ والموقع، كما تقدم بعض المواقع نشرة إخبارية يتم إرسالها يومياً للمستخدم على عنوان بريده الالكتروني<sup>(5)</sup>.

## 11- خدمات الإعلان:

فلم يعد النشاط الإعلاني مقتصرًا على وسائل الإعلام التقليدية، بل توسّعت خدمات الإعلان وانتشرت عبر المواقع الالكترونية الإخبارية بسبب سهولة العرض واستخدام طرق مختلفة في عرض الإعلان من خلال الاستفادة من مميزات الانترنت، كما يتيح الإعلان عبر المواقع الالكترونية سهولة

(1) ماجد تريان (2008): مرجع سابق، ص 141.

(2) إبراهيم بعزیز (2012): مرجع سابق، ص 89.

(3) محمود علم الدين (2008): مرجع سابق، ص 189.

(4) محمد سعد أحمد إبراهيم (2000): مرجع سابق، ص 183.

(5) رشا سيد (2011): الأبعاد الإيجابية والسلبية للصحافة الفورية وتأثيرها على العمل الصحفي، دراسة ماجستير غير

منشورة، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، كلية البنات، جامعة عين شمس، القاهرة مصر، ص 61.

وصول أكبر عدد من المستهلكين ومن مختلف الأماكن إلى معلومات عن المنتج، كما تتيح المواقع تحديث البيانات والمعلومات الخاصة بالإعلان فور طلب الشركة أو المعلن<sup>(1)</sup>.

## 12- خدمة المعلومات عن الموقع:

تتيح المواقع الالكترونية معلومات عن الموقع تتضمن سنة التأسيس والإدارة وسياسة النشر، وغالباً ما نجد أيقونة خاصة بذلك مثل "من نحن"، كما تتضمن أرقام هواتف إدارة الموقع والمراسلين وغيرها من المعلومات التي تتيح للقارئ معلومات خاصة بالموقع<sup>(2)</sup>.

## 13- خدمة الإجابة على الأسئلة الأكثر طرحاً (FAQ):

وتتضمن الإجابة عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم وطريقة الاستعراض أو المشكلات التي تواجه أثناء استعراض الموقع وتماثل هذه الخدمة خدمة المساعدة (help) التي يزود البرنامج بها<sup>(3)</sup>.

## رابعاً: الصعوبات التي تواجهها المواقع الالكترونية الإخبارية:

رغم التطور الكبير الذي لحق بأداء المواقع الالكترونية الإخبارية إلا أنها واجهت العديد من التحديات والصعوبات التي تستهدف رسالتها وأهدافها، وتكمن هذه الصعوبات في اتساع الفضاء الإعلامي وعدم القدرة على السيطرة على ما يبث في هذا الفضاء، ويمكن تحديد هذه الصعوبات بالتالي:

- 1- صعوبة التحقق من دقة المعلومات بسبب التحديث المستمر للمواد الإعلامية، وعدم إخضاع المادة الإعلامية للمراجعة والتأكد من صحتها، فرغم إمكانيات الوسيلة إلا أنه لا يمكن التخلي عن معايير الدقة والصحة والصدق في المحتوى الذي تقدمه للجمهور<sup>(4)</sup>.
- 2- انتهاك حقوق التأليف والنشر، حيث تقوم بعض المواقع الالكترونية الإخبارية بإعادة نشر بعض المقالات والقصص الإخبارية من مواقع أخرى دون إذن من صاحبها.
- 3- عدم الرقابة على المواقع بشكل كبير يؤدي إلى انتهاك خصوصية الأفراد، ونشر مقالات أو مواد مصورة لعدد من السياسيين أو الشخصيات المعروفة مما يؤثر عليهم سلبياً<sup>(5)</sup>.

---

(1) صالح بن زيد العنزي (2006): إخراج الصحف السعودية الالكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الانترنت، رسالة ماجستير في الإعلام، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، السعودية، ص66.

(2) بسنت عبد المحسن العقباوي (2010): مرجع سابق، ص59.

(3) فاطمة السروجي (2015) مرجع سابق، ص88.

(4) محمود علم الدين (2008): مرجع سابق، ص184.

(5) إبراهيم بعزیز (2012): مرجع سابق، ص95.

- 4- كثرة المناكفات الحزبية وسيطرة بعض الأحزاب على بعض المواقع الالكترونية الإخبارية تؤدي للخروج عن مقومات أخلاق المهنة، مما يفقد المواقع الالكترونية الموضوعية في تغطيتها<sup>(1)</sup>.
- 5- الاعتماد على مصادر غير موثوقة في نشر الأخبار، والخلط بين الرأي والخبر<sup>(2)</sup>.
- 6- إن المواقع الالكترونية الإخبارية متاحة فقط لمن يملكون المهارة في استخدامها، وهي مهارات الإعلام الرقمي الجديد، لذلك نجد فجوة رقمية بين المواطنين في التعامل مع الإعلام الجديد<sup>(3)</sup>.

### المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية:

عرفت فلسطين الإعلام الالكتروني مبكراً إذا ما قورنت ببعض الدول العربية الشقيقة، وذلك بسبب توافر هذه الخدمة المتطورة من خلال الشركات الإسرائيلية المتخصصة في هذا المجال، ومحاولة الفلسطينيين محاكاة دولة الاحتلال في استخدامها هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة لاعتقادهم بالدور الذي يلعبه الإعلام الالكتروني في الصراع الإعلامي وكشف ممارسات الاحتلال<sup>(4)</sup>.

فقد دخل الانترنت الأراضي الفلسطينية في التسعينيات من القرن العشرين من خلال أكاديميين في الجامعات الفلسطينية بالتعاون مع زملائهم الفلسطينيين في الجامعات الأمريكية، وقد نجحت أول شركة لتقديم خدمات الانترنت في العام (1994) من تقديم خدماتها تزامناً مع استحداث الشبكة الأكاديمية الفلسطينية باعتبارها منظمة غير ربحية بدعم من السلطة الوطنية الفلسطينية لتقديم خدمات الانترنت على الجامعات ومراكز الأبحاث ومؤسسات السلطة الوطنية الفلسطينية<sup>(5)</sup>.

وفي عام (1996) تم إنشاء موقع جامعة بيرزيت، والذي كان بمثابة أول موقع الكتروني فلسطيني، وكان يهدف إلى التواصل مع الفلسطينيين في الخارج والعرب والمسلمين من خلال العمل على إمدادهم بالوثائق والتحليلات والأخبار، والعمل على كشف انتهاكات حقوق الإنسان الفلسطيني، ومن ثم توالى صدور المواقع الفلسطينية وتغطيتها للأحداث، ونشر صورها من أجل إيصال الحقيقة للعالم<sup>(6)</sup>.

(1) عبد الرازق الدليمي (2011): مرجع سابق، ص 287.

(2) عباس ناجي حسن (2013): مرجع سابق، ص 101.

(3) محمود علم الدين (2014): مرجع سابق، ص 119.

(4) سعيد أبو معلا (2008): معالجة المواقع الالكترونية الفلسطينية للازمات، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، مصر، ص 81.

(5) نعيم المصري (2003): مرجع سابق، ص 81.

(6) دعاء مختار غصوب (2009): الخطاب الإعلامي الفلسطيني والإسرائيلي لتداعيات أحداث الانتفاضة الفلسطينية الثانية على شبكة الانترنت، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 72-73.

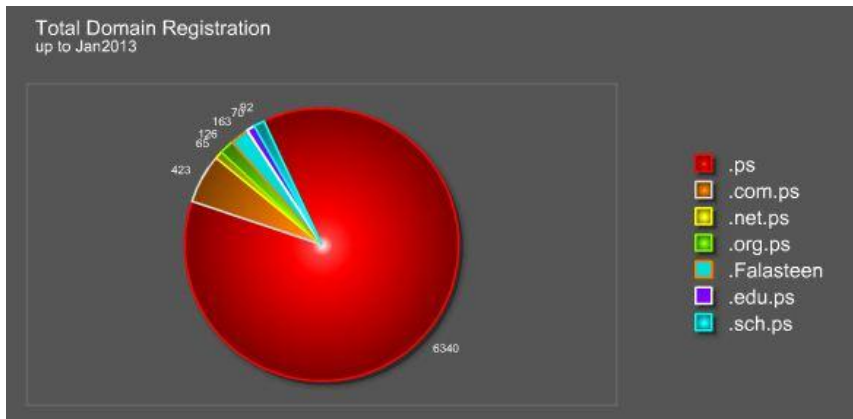
ووصل عدد الشركات التي تم افتتاحها عام (1998) من أجل تقديم خدمات الانترنت في فلسطين إلى تسع شركات، وتنامت بشكل ملحوظ إلى أن وصلت إلى (13) شركة عام (2001)، الأمر الذي ساهم في زيادة عدد المشتركين والاستفادة من خدمات الانترنت<sup>(1)</sup>.

وكان إنشاء عدد كبير من المواقع الالكترونية الإخبارية في بداية الانتفاضة الفلسطينية عام (2000) بغرض الترويج للأجنحة العسكرية للفصائل والأحزاب الفلسطينية، وما صاحبها من معارك إعلامية بين وجهتي النظر الفلسطينية والإسرائيلية عن الأحداث، وكان الواضح بأن الانترنت هي الوسيلة الأكثر وصولاً إلى أكبر عدد حول العالم دون الحاجة لإمكانات أو قدرات عالية<sup>(2)</sup>.

ولا يوجد عدد محدد للمواقع الالكترونية الفلسطينية، حيث تتوزع على كافة المجالات والأشكال، وتشير بعض الأرقام إلى وجود (7279) موقعاً إلكترونياً فلسطينياً بتخصصات مختلفة، وهذه المواقع الفلسطينية التي سجلت من الأراضي الفلسطينية رسمياً في حين أن هناك مئات المواقع مسجلة من خلال شركات عربية وأجنبية، وهذه الإحصائية في يناير (2012)<sup>(3)</sup>.

### شكل رقم (1):

#### نوعية المواقع الإلكترونية في فلسطين



(1) محمود خلوف (2010): العوامل المؤثرة على التحرير الصحفي في الصحافة الالكترونية الفلسطينية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، مصر، ص123.

(2) أمين عبد العزيز أبو وردة (2007): أثر المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي، رسالة ماجستير غير منشورة في التخطيط والتنمية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، ص84.

(3) الهيئة الفلسطينية لمسميات الانترنت، متوفر على الرابط التالي:

دخول الموقع <http://www.pnina.ps/ar/domains/statistics> 2013/7/15



كما لا يوجد عدد محدد للمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية، فرغم الحديث في بعض المصادر الإخبارية عن أن عدد المواقع الالكترونية الإخبارية بلغ أكثر من (160) موقعاً<sup>(1)</sup>.

إلا أن الفلسطينيين يمتازون بالإقبال الملحوظ على بناء مواقع جديدة باستمرار، الأمر الذي يجعل الحديث عن أرقام دقيقة صعب إلى حد ما، حيث لم يستطع الباحث الوصول إلى أرقام محددة من المصادر المتاحة، وذلك بسبب عزوف البعض عن إصدار المواقع من داخل الأراضي الفلسطينية بسبب الرقابة والتجاذبات السياسية في ظل الانقسام الفلسطيني.

ورغم ذلك امتازت المواقع الالكترونية الفلسطينية أنها تقدم خدمات إخبارية بالمجان، وتركز على الأخبار الفلسطينية وفضح ممارسات الاحتلال الإسرائيلي، وإبراز التعاطف الدولي والإقليمي مع القضية الفلسطينية<sup>(2)</sup>.

وتكتسب المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية أهمية خاصة لدى الجمهور الفلسطيني، حيث أظهرت الدراسات أنها مصدر أساسي للمعلومات لدى الجمهور الفلسطيني تليها المواقع العربية<sup>(3)</sup>.

وهذا ما يعزوه البعض لظروف الحياة اليومية التي يستحيل فصلها عن الحدث السياسي وتقلباته، حيث إجراءات الاحتلال من تقطيع أوصال المدن الفلسطينية، مما يجعل الإعلام الالكتروني من أهم الوسائل لنقل الأحداث وأسرعها، كما أن انخراط الفلسطينيين في الأحزاب السياسية الفلسطينية وتبنيهم مواقف مختلفة من مجمل التطورات جعلت منهم متابعين فاعلين للمواقع الالكترونية الإخبارية التي تعد بالنسبة لهم مصدراً مهماً للمعلومات<sup>(4)</sup>.

ويسعى الباحث لإلقاء الضوء على المواقع الالكترونية الفلسطينية من حيث أهدافها، والتشريعات الخاصة بها، ومصداقيتها، والمعوقات التي تواجه عملها:

## 1. أهداف المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية:

تسعى المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية لتحقيق أهداف إعلامية وسياسية، من خلالها إبراز القضية الفلسطينية ودور الأحزاب الفلسطينية، وما تسعى إليه هذه الأحزاب لإبرازه من قضايا

(1) محمود خلوف (2010): مرجع سابق، ص127.

(2) إياد إبراهيم القرا (2010): دور المواقع الالكترونية الفلسطينية في نشر ثقافة حقوق الإنسان، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، مصر، ص48.

(3) محمود خلوف (2010): مرجع سابق، ص128.

(4) سعيد أبو معلا (2008): مرجع سابق، ص93.

على الصعيد الداخلي والعربي والإسلامي والدولي وتسيطر عليها الأهداف الوطنية، وأهم الأهداف التي تسعى إليها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية هي:

أ- التعريف بتاريخ وحضارة فلسطين، والتوعية بأبعادها التاريخية والثقافية والسياسية، والتواصل مع العالم الخارجي لحشد التأييد لها، وتمكين المواقف الداعمة للقضية الفلسطينية.

ب- فضح المشروع الصهيوني ومساغيه الرامية لتهويد المقدسات الفلسطينية، وكشف المخططات الصهيونية التي تستهدف الشعب الفلسطيني.

ج- دعم المقاومة الفلسطينية إعلامياً، والدفاع عنها، ورفع الروح المعنوية للشعب<sup>(1)</sup>.

د- الدفاع عن القضايا الوطنية، حيث تتبنى المواقع الإلكترونية الإخبارية القضايا التي تهم الشعب الفلسطيني، وتركز على الثوابت الفلسطينية المتمثلة بالأسرى واللاجئين والقدس والدولة.

هـ- تحقيق الهوية الفلسطينية، من خلال عرضها لقضايا المواطنين الفلسطينيين داخل الأراضي المحتلة عام 1948م، وبيان حجم المعاناة، والتميز العنصري الذي يتعرضون له<sup>(2)</sup>.

و- نقل الأحداث اليومية في المجتمع الفلسطيني، كما تسعى المواقع الفلسطينية لتغطية أوسع للانتهاكات الصهيونية بحق الشعب الفلسطيني، الأمر الذي يجعل وجود مواقع إخبارية إلكترونية أمراً ضرورياً في ظل الحرب الإعلامية التي تشنها دولة الاحتلال على الفلسطينيين لتثويهِ صورتهم<sup>(3)</sup>.

ز- تعمل المواقع الإخبارية على إطلاع القارئ على ما يدور داخل المجتمع الإسرائيلي، حيث تخصص غالبية تلك المواقع لنشر ما تتضمنه وسائل الإعلام الإسرائيلية وتترجمه، وتنقل التصريحات التي تصدر من القيادات الإسرائيلية لارتباط الشأن الإسرائيلي بالشأن الفلسطيني وتأثيره المتبادل على مجريات الأحداث<sup>(4)</sup>.

ح- تقوم بعض المواقع بتوفير ترجمة للأخبار باللغة الانجليزية، كما تقدم بعض المواقع الإلكترونية الإخبارية موادها الإعلامية بأكثر من لغة من أجل إيصال رسالتها إلى العالم<sup>(5)</sup>.

---

(1) محمود خلوف (2010): مرجع سابق، ص 133.

(2) ماجد تريان (2013): الإعلام الإلكتروني الفلسطيني، مكتبة الجزيرة، الطبعة الثانية، غزة، فلسطين، ص 125.

(3) دعاء مختار غصوب (2009): مرجع سابق، ص 75.

(4) إياد إبراهيم القرا (2010): مرجع سابق، ص 46.

(5) دعاء مختار غصوب (2009): مرجع سابق، ص 75.

وعلى المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية التركيز بالأساس على حشد الرأي المحلي والإقليمي والدولي ضد الاحتلال الإسرائيلي، وتسليط الضوء على الجرائم التي يرتكبها، إضافة إلى إظهار الدعم المعنوي من خلال إبراز مدى التأييد والالتفاف حول القضية الفلسطينية، والاهتمام بالرد على الرواية الإسرائيلية المغلوطة بالنسبة لتفسير الأحداث الجارية بدلاً من الانشغال بصراعات داخلية بين الأحزاب الفلسطينية<sup>(1)</sup>.

## 2. التشريعات الخاصة بالمواقع الالكترونية الإخبارية:

اثبت الإعلام الالكتروني في العصر الرقمي بأنه قوة كبرى لا يستهان بإمكانياته في التغيير والتأثير على الأفراد والمجتمعات والدول، ولكن بات من الضروري أن تكون هذه القوة تتمتع بمسئولية اجتماعية من خلال وضع ضوابط وتشريعات جديدة من شأنها تنظيم آلياته وفعالياته وأدواره المتزايدة والمتسارعة، حيث اتضح في الآونة الأخيرة سوء استخدام الحرية المتاحة على المواقع الالكترونية الإخبارية من خلال نشر معلومات مضللة وأخبار مسيئة لشخصيات أو مؤسسات الدولة، الأمر الذي يؤدي إلى عواقب وخيمة تضر بالصالح العام، ويثير علامات استفهام وتساؤلات مشروعة حول حرية الإعلام والتعرض لخصوصيات الآخرين، وحدود المسؤولية والمساءلة والعقوبات المطلوبة<sup>(2)</sup>.

وما زالت قضية التشريعات التي تحكم عمل المواقع الالكترونية الإخبارية غير واضحة، فلم يتم تحديد خضوعها للأحكام والتشريعات والتوجهات المحلية أم أن اتساع انتشارها يحتم على أصحاب القرار إيجاد تشريعات وتوجهات أخرى تتناسب مع طبيعة عمل المواقع الالكترونية<sup>(3)</sup>.

وأن المتابع لطبيعة عمل المواقع الالكترونية الفلسطينية التي تعيش هامشاً واسعاً من الحرية يجد عدم خضوعها لقوانين النشر والمطبوعات الفلسطيني وأنظمتها حتى اللحظة<sup>(4)</sup>، ويبدو واضحاً في كثير من البلدان العربية غياب التشريعات المنظمة للإعلام الالكتروني بدرجة كبيرة، حيث يتسبب ذلك بوجود فراغاً تشريعياً واضحاً في هذا المجال وخصوصاً في حقوق الملكية الفكرية، ويؤكد مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار في مصر أنه ممكن مواجهة هذه التحديات من خلال تهيئة وتطوير البيئة التشريعية بما يتواءم مع الظواهر الجديدة في مجال استخدام المواقع الالكترونية الإخبارية، وتفعيل المواثيق والمبادئ الأخلاقية المنظمة للممارسة المهنية بما يعزز حرية الرأي والتعبير المقترن

(1) خالد محمد غازي (2010): مرجع سابق، ص 157.

(2) حسنين شفيق (2014): الإعلام الجديد والتحولات المستقبلية، دار فكر وفن للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، السادس من أكتوبر، مصر، ص 282.

(3) بسنت عبد المحسن العقبوي (2010): مرجع سابق، ص 342.

(4) أمين عبد العزيز أبو وردة (2007): مرجع سابق، ص 63.

بالمسئولية، ويضمن مستقبل جيد لصناعة المحتوى الإعلامي المقدم عبر المواقع الالكترونية الإخبارية<sup>(1)</sup>.

ويجب ألا يفهم من ذلك انه تقييد للحريات، وإنما يهدف لحماية الأشخاص والمجتمع ومؤسسات الدولة، كما يضمن ذلك أن لا يصبح الإعلام بمثابة قوة كبيرة بدون مسئولية، كما يجب التأكيد على أهمية تضافر الجهود الفردية والمجتمعية من أجل نشر ثقافة الوعي بالمسئولية والمحاسبة تجاه استخدام وسائل الإعلام الجديد<sup>(2)</sup>.

كما أن حتى هذه اللحظة لا يوجد أي قوانين فلسطينية تتعلق بالقواعد المنظمة للنشر على الانترنت والمواقع الالكترونية الإخبارية، كما انه لا توجد أي تقارير حول فرض أي نوع من أنواع الرقابة الرسمية على محتوى الشبكة، وهذه الحرية التي تتمتع بها شبكة الانترنت داخل الأراضي الفلسطينية لا علاقة لها بحرية الرأي والتعبير، ولكنها تعود لأسباب تقنية في المقام الأول حيث يصعب مراقبة الشبكة لعدم وجود سلطة كاملة للفلسطينيين عليها<sup>(3)</sup>.

وان غياب قانون فلسطيني يحدد آليات ترخيص وعمل المواقع الالكترونية الإخبارية، أصبح قانون المطبوعات والنشر الصادر عام (1993) ينظم عمل المواقع الإخبارية في فلسطين<sup>(4)</sup> رغم أنه مخصص أكثر للصحافة المطبوعة ولا يرتقي للعمل به في ظل تطورات الاتصال والإعلام الالكتروني.

وان هذا الغياب القانوني والتشريعي في بعض الدول العربية جعلت الصحفي الالكتروني يفقد الصفة القانونية داخل المؤسسات التي يتعامل معها، مما يجعله عرضه للظلم والابتزاز، وتفقده امتيازات تمنح لزملائه في الصحافة المطبوعة مما يؤثر على إنتاجه الإعلامي، ومن الممكن تخطي ذلك من خلال وضع التشريعات الملائمة للبيئة الإعلامية الجديدة<sup>(5)</sup>.

---

(1) الإعلام الالكتروني الواقع والتحديات (2010): مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء المصري، تقارير معلوماتية، العدد 38، السنة الرابعة، ص16، متوفر على الرابط: تم تصفح الموقع يوم 2013/9/5. [www.idsc.gov.eg](http://www.idsc.gov.eg).

(2) حسنين شفيق (2014): مرجع سابق، ص282.

(3) خالد معالي (2008): أثر الصحافة الالكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين، دراسة ماجستير غير منشورة، قسم التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، ص64.

(4) خالد الفيق (2013): التشريعات الإعلامية في فلسطين، مطبعة مقداد، الطبعة الأولى، غزة فلسطين، ص120.

(5) خالد بن فيصل الفرم (2009): مرجع سابق، ص93.

### 3. مصداقية المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية:

تعتبر المصداقية من أهم العوامل التي تساعد في إنجاح وفعالية المواقع الإخبارية، والتي ترتبط فيها المصداقية بأسباب الاعتماد عليها والثوق بها في ظل الكم المعلوماتي الكبير الذي يتدفق عليها، ومع هذا الكم تتزايد أهمية تحديد جودة تلك المعلومات للحفاظ على ثقة المستخدمين فيما يعرض من معلومات، وضمان اعتمادهم على الموقع في تلبية احتياجاتهم<sup>(1)</sup>.

وبفضل التقنيات الخاصة بالانترنت التي تسمح للصحفيين بنشر الأخبار فور وقوعها، وهذه السلسلة في نشر الأخبار من الممكن أن تسمح بتمرير بعض الأخبار أو التقارير غير الصحيحة، والتي من الممكن أن تؤثر على مصداقية الموقع<sup>(2)</sup>.

ويتوقع الخبراء والباحثون مستقبلاً بعض المشاكل للمواقع الالكترونية الإخبارية على شبكة الانترنت، مشيرين إلى الخصائص الرئيسية التي تميز هذه الوسيلة والتي تتمثل في سهولة تحميل أي شخص للمعلومات المنشورة من خلال هذه الوسيلة كمصدر من مصادر المعلومات، لذلك ونظراً لتعدد المصادر الخاصة بالمواقع وسهولة الوصول إلى المعلومات وتعددتها، يجب أن يشعر القراء أن المواقع الالكترونية الإخبارية والمحتوى الذي تقدمه موثوق فيه ومقبول ومتوازن<sup>(3)</sup>.

وفي ظل العدد المتزايد للمواقع الالكترونية الإخبارية التي تتبع للأحزاب الفلسطينية وبعد الانقسام الفلسطيني أصبحت مصداقية بعض المواقع على المحك، حيث ظهرت مواقع إخبارية حزبية تعالج الأحداث وتتناولها بحزبية دون مراعاة الموضوعية والدقة وأصول المهنة، وتعدى الأمر إلى أن وصل الأمر لتحريف بعض المعلومات بما يتلائم مع أهدافها الحزبية<sup>(4)</sup>.

---

(1) إيمان شكري حجازي (2013): مرجع سابق، ص45.

(2) جاسم محمد الشيخ (2009): الصحافة الالكترونية العربية، المعايير الفنية والمهنية، دراسة تحليلية لعينة من الصحف الالكترونية العربية، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، ص395.

(3) أمنية مصطفى (2010): اقتصاديات إدارة المواقع الالكترونية دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص129.

(4) سعيد أبو معلا (2008): مرجع سابق، ص89.

#### 4. معوقات الإعلام الإلكتروني في فلسطين:

تواجه المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية العديد من العقبات والمشاكل التي تقف عائقاً إلى حد ما أمام تطورها، وتحقيق أهدافها وأدائها لدورها، ومن هذه الصعوبات:

##### أ- حجب واختراق المواقع:

تتعرض الكثير من المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية لعملية حجب متعددة من قبل الاحتلال الإسرائيلي، وبعض المؤسسات الداعمة والمناصرة له، وذلك بسبب تغطيتهم المستمرة للجرائم بحق الشعب الفلسطيني، وشهدت الانتفاضة الفلسطينية اختراق الكثير من المواقع الإخبارية الفلسطينية وبث بعض المواد الدعائية الإسرائيلية ضد المقاومة الفلسطينية، كما اشتعلت حرباً إلكترونية بين بعض المناصرين للقضية الفلسطينية وبين مناصرين للصهيونية في تبادل اختراق المواقع الإخبارية، وبلغت ذروتها في الحرب الإسرائيلية على غزة أواخر (2009)، حيث اعترفت مصادر إسرائيلية باختراق ما يزيد عن (2000) موقع إلكتروني إسرائيلي<sup>(1)</sup>.

##### ب- ضعف التأهيل في الطواقم العاملة:

حيث تعد عمليات التدريب والتأهيل من المشكلات التي عانى منها القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث أن حديثي التخرج والعاطلين عن العمل يجدون مبتغاهم في العمل ضمن هذه المواقع، لذلك تعاني المواقع من ضعف التأهيل والتدريب على المستجدات في تكنولوجيا المعلومات والوسائط المتعددة<sup>(2)</sup>.

##### ج- مشكلات مهنية:

تعاني المواقع الإلكترونية الإخبارية من عدم وجود مراسلين ومحررين متخصصين في الإعلام الإلكتروني ومدركين لطبيعة هذه الوسيلة وخصوصيتها، وعدم وجود سياسات تحريرية واضحة<sup>(3)</sup>.

كما أن هناك عدد من المواقع الإخبارية سواء أكانت حزبية أو مستقلة تنقل الأخبار من مواقع أخرى، أو صحف، أو وكالات بطريقة غير سليمة ودون الإشارة إلى مصدرها، ويلاحظ أن هناك صحفيين يقومون بسرقة التقارير والأعمال الصحفية وينسبونها لأنفسهم<sup>(4)</sup>.

حيث يلحظ المتابع لأغلب هذه المواقع تدفق كبير للمعلومات يومياً، مما يؤدي لإغراق القارئ بكمية كبيرة من المعلومات، مما يعيق هضمه وفهمه للتوجه السياسي الفلسطيني بشكل عام، وهذا بدوره يحول دون تشكيل الري العام تجاه الأحداث والقضايا المتسارعة<sup>(5)</sup>.

(1) محمود خلوف (2010): مرجع سابق، ص139.

(2) عبد الرازق الدليمي (2011): مرجع سابق، ص281.

(3) سعيد أبو معلا (2008): مرجع سابق، ص81.

(4) محمود خلوف (2010): مرجع سابق، ص135.

(5) خالد محمد غازي (2010): مرجع سابق، ص337.

#### د - سيطرة التمويل:

يعتبر غياب التمويل من أهم العقبات التي تواجه المواقع الالكترونية الإخبارية من خلال ضعف الإعلانات التجارية فيها، وعدم اهتمام المؤسسات التجارية بالإعلان فيها إلا البنوك وشركات الاتصالات، وتعتمد العديد من المواقع الإخبارية على التمويل من الأحزاب السياسية مما يجعلها رهينة لسياسات الحزب، وتحصل بعض المواقع على تمويل من خلال الدعم الأوروبي ضمن مشاريع الدعم الخارجي لمؤسسات فلسطينية، ومنها وكالة معاً الإخبارية، حيث يثير هذا التمويل بعض التساؤلات حول استقلالية الموقع وسياسته التحريرية<sup>(1)</sup>.

وأشارت دراسة ميدانية أعدت بجامعة النجاح عام (2008) على عينة من طلبة الجامعة، حيث أكد (75.6%) من المستطلعة آرائهم أن التمويل المالي للمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية هو السبب الرئيس في انحيازها لطرف فلسطيني دون الآخر<sup>(2)</sup>.

#### هـ - قيود حزبية:

نظراً لطبيعة الحياة السياسية في فلسطين، وحالة الانقسام بين الأحزاب، أدى ذلك إلى بروز الطابع الحزبي للمواقع الإخبارية من خلال تناولها للأحداث، ومعالجتها بطريقة حزبية تتقاطع مع أهداف الحزب، مما يؤثر على مصداقيتها وموضوعيتها<sup>(3)</sup>، حيث كان الصراع العربي الإسرائيلي يتصدر أجندة المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية قبل عام (2007)، بينما في الوقت الحاضر حلت مكانه المواجهة بين حركتي "فتح" و"حماس"، وأصبحت القضايا الاجتماعية والاقتصادية شبة معدومة، وتغيرت اهتمامات المواقع تجاه القضايا السياسية الخلافية بين الأحزاب<sup>(4)</sup>.

#### و - مشكلات سياسية:

لقد أثرت الممارسات الإسرائيلية والأوضاع السياسية على وضع الإعلام الفلسطيني في ظل القيود على حركة الصحفيين، والحصار الخانق المفروض على قطاع غزة، وتقطيع أوصال المدن الفلسطينية في الضفة الفلسطينية والقدس، مما جعل صعوبة في نقل الأحداث من أماكنها<sup>(5)</sup>.

(1) إياد إبراهيم القرا (2010): مرجع سابق، ص 50-51.

(2) أمين عبد العزيز أبو وردة (2007): مرجع سابق، ص 89.

(3) سعيد أبو معلا (2008): مرجع سابق، ص 89.

(4) خالد محمد غازي (2010): مرجع سابق، ص 338.

(5) ماجد تريان (2013): الإعلام الالكتروني الفلسطيني، مرجع سابق، ص 133.

## ز - مشكلات تقنية:

يؤكد عدد من خبراء الحاسوب أن غالبية المواقع الالكترونية الإخبارية تعرضت لنكسة كبيرة جراء تحكم الاحتلال بها، حيث أن شبكة الاتصالات تعد من أهم المعوقات بسبب أن تزويدها بالانترنت لا يتم إلا من خلال شركات إسرائيلية، وضربه للبنية التحتية في مجال الاتصالات حيث تم الإعلان عن توقف عدد كبير من المواقع الإخبارية مع بداية الحملة العسكرية ضد المدن الفلسطينية عام 2001<sup>(1)</sup>.

ويؤكد الخبراء أن التقنيات التي يستخدمها الإعلام الالكتروني الإسرائيلي أعلى بكثير من التقنيات التي يستخدمها الإعلام الالكتروني الفلسطيني، مما أثر على إنتاجيته وأصبح تأثيره ضعيفاً دولياً بالمقارنة بالإعلام الإسرائيلي الذي يعد مرجعاً إخبارياً لمؤسسات إعلامية دولية<sup>(2)</sup>.

## ح - مشكلات الرقابة الأمنية:

تتابع الجهات الأمنية الفلسطينية ما يكتب على المواقع الالكترونية الإخبارية بشكل متواصل، وغالباً ما يتم استدعاء الصحفي بسبب مادة إخبارية منشورة عبر الموقع الذي يعمل فيه، وفي بعض المرات يتم اعتقاله<sup>(3)</sup>. ويبرز تقرير المركز الفلسطيني لحقوق الإنسان في الصادر في 30 سبتمبر 2013 حدوث مضايقات أمنية وانتهاكات واعتداءات بحق الصحفيين والعاملين في وسائل الإعلام المختلفة، على خلفية تعارض توجهاتهم وأرائهم مع آراء الحزب الحاكم في الضفة الفلسطينية وقطاع غزة وتتمثل الانتهاكات في الاعتداء بالضرب والملاحقة وإغلاق مؤسسات إعلامية ومنع صحفيين من السفر ومنع الصحفيين من تغطية فعاليات ميدانية<sup>(4)</sup>.

## ط - غياب القوانين الخاصة بالإعلام الإلكتروني الفلسطيني:

حيث لا توجد في فلسطين جهة مسؤولة لمراقبة عمل المواقع الإلكترونية، وتكتفي وزارة الاتصالات الفلسطينية بفرض الرقابة الإدارية<sup>(5)</sup>.

---

(1) أمين عبد العزيز أبو وردة (2007): مرجع سابق، ص 95.

(2) خالد محمد غازي (2010): مرجع سابق، ص 337.

(3) أمين عبد العزيز أبو وردة (2007): مرجع سابق، ص 52.

(4) المركز الفلسطيني لحقوق الإنسان (2013): تقرير بعنوان الحق في حرية الرأي والتعبير والحق في التجمع السلمي في ظل السلطة الوطنية الفلسطينية، غزة، فلسطين، ص 21، متاح على الرابط، [www.pchrgaza.org](http://www.pchrgaza.org).

(5) رجاء حسونة، (2012) المعالجة الصحفية لقضايا العلاقات الفلسطينية الإسرائيلية في المواقع الالكترونية للصحافة الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، ص 45.



ويرى باحثون في الإعلام الإلكتروني أن المواقع الإلكترونية الإخبارية أصبحت اليوم مصدراً رئيسياً من مصادر المعلومات والأخبار، حيث أكدت إحدى الدراسات الأمريكية أن (77%) من الشعب الأمريكي الذي يستخدم الانترنت اعتمد على المواقع الإلكترونية الإخبارية في التعرف على مستجدات الحرب على العراق ومتابعة آخر التطورات والتصريحات المتعلقة بها، فيما أكدت إحدى الدراسات التي تناولت استخدام الجمهور المصري للصحافة الإلكترونية أن (85%) من المبحوثين يستخدمون المواقع الإلكترونية الإخبارية بمعدات عالية في أوقات الأحداث والأزمات الطارئة، وجاءت هذه النسبة نتيجة الخدمات المتميزة التي توفرها تلك المواقع<sup>(1)</sup>.

ومن الأمثلة الحية التي تعبر عن أهمية الإعلام الإلكتروني، أكد خبراء السياسة والإعلام بأن الانترنت ساعد بشكل كبير في وصول باراك أوباما إلى البيت الأبيض، حيث استطاع أن يسخر هذه الوسيلة الإعلامية للتواصل والحوار مع الشباب وإقناعهم بأهمية مشاركتهم في الانتخابات وقدرتهم على إحداث تغيير، وبعد فوزه استطاع استغلال إمكانيات الانترنت، حيث قام بتطوير الموقع الإلكتروني الخاص بالبيت الأبيض واستمر في استخدام بريده الإلكتروني في التواصل مع المواطنين وقام بتسجيل عدد من الخطب السياسية التي وضعت على الانترنت لأجل مشاهدتها والتفاعل معها<sup>(2)</sup>.

كما تعد المواقع الإلكترونية أحد أهم المصادر التي يعتمد عليها الفلسطينيون في الحصول على الأخبار والمعلومات، وأصبحت أهم الوسائل الرئيسية التي تقود الحراك الفلسطيني من خلال تأثيرها على القرارات المتعلقة بالشأن الفلسطيني، ويعول على المواقع الإلكترونية الإخبارية بدور أساسي في بناء ثقافة المواطن الفلسطيني، الأمر الذي يستلزم تأكيد دورها في إعادة بناء قيم المواطنة التي تساعد المجتمع الفلسطيني في التحول إلى مجتمع منتج وفعال تسوده روح التسامح والمساواة<sup>(3)</sup>.

---

(1) صالح بن زيد العنزي (2006): مرجع سابق، ص 60.

(2) محمد ريان (2012): الإعلام الجديد، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر ص 25.

(3) أمين عبد العزيز أبو وردة (2007): مرجع سابق، ص 93.

## القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية:

يمثل القائم بالاتصال ركناً أساسياً من أركان عملية الاتصال لا يقل أهمية عن مضمون الرسالة الإعلامية التي تمر بمراحل متعددة في رحلتها من المصدر إلى المتلقي، وهي أشبه بالسلسلة المنتظمة في حلقات متكاملة، تكون في الاتصال الجماهيري أكثر تعقيداً من الاتصال المباشر<sup>(1)</sup>، فعملية الاتصال تعتمد على الأسئلة الخمسة من يقول، لمن يقول، ماذا يقول، كيف يقول، ولماذا يقول، وفق نظرية لازويل.

ويعتبر القائم بالاتصال كما يؤكد الباحثون والخبراء بمثابة الشريان الرئيسي للنشاط الاتصالي الإعلامي، وقد أصبح المحرر الصحفي اليوم بمثابة القائد الحقيقي للرأي العام، فمن خلال كلماته المقروءة يستطيع أن يوجّه ويعلم ويتقّف ويزرع السلوك الاجتماعي للجماهير<sup>(2)</sup>. والقائم بالاتصال هو الطرف الأساسي في العملية الاتصالية، حيث يتسع مفهومه ليشمل أعضاء الجهاز التحريري الصحفي من محررين ومندوبين وكتاب ومراسلين ومراجعين ومصورين والمتخصصين بالإخراج والتنسيق، حيث يتخذون الصحافة مهنة لهم<sup>(3)</sup>، ويرى آخرون بأنه مجموعة من الأشخاص كل يعمل في مجال تخصصه من أجل إخراج الرسالة الإعلامية على أكمل وجه<sup>(4)</sup>، حيث تمحورت دراسات القائم بالاتصال في وسائل الإعلام التقليدية حول مفاهيم المصدر (Source)، وحارس البوابة (Gatekeeper)، وبحوث القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الجديد (New media) تطرح مفاهيم جديدة تتماشى مع الحجم الكبير للمعلومات المتدفقة عبر الانترنت وظهور أنظمة ووسائل اتصالية جديدة، ومن هذه المفاهيم الجديدة للقائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية على شبكة الانترنت (The web communicator)، والصحفي الالكتروني (Online Journalist)<sup>(5)</sup>.

وقد أصبح التخصص (Specialization) وتقسيم العمل الداخلي أحد السمات الأساسية في تنظيم المؤسسات الإعلامية ومنها المواقع الالكترونية الإخبارية، حيث تحتاج إلى عدد من العاملين

---

(1) حسين أبو شنب (2000): دور القائم بالاتصال في مؤسسات الإعلام الفلسطيني في مواجهة متغيرات الألفية الثالثة، مجلة البحوث والدراسات العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، ص 205.

(2) عبد الله محمد زلطة (2007): مرجع سابق، ص 25.

(3) أسماء حسين حافظ (2001): القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد العاشر، كلية الإعلام جامعة القاهرة، القاهرة، ص 113.

(4) حنان حسن الجندي (2011): صورة القائم بالاتصال في مجال الإذاعة المسموعة والمرئية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ص 37.

(5) محمد سعد إبراهيم (2000): الاتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، ص 181.

يطلق على كل منهم قائم بالاتصال، ويطلق المفهوم على المجموع في علاقته بالمنتج النهائي وهو الرسالة الإعلامية، حيث لا ينفرد أي منهم بمسئولية الإنتاج<sup>(1)</sup>.

عرفت الباحثة فاطمة الزهراء أحمد السيد القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية بأنه الشخص الذي يقع على عاتقه خلق وتحرير وتنظيم النصوص ومواد الفيديو والصوت والصور وغيرها من المواد الأخرى التي يمكن أن يحتويها الموقع الالكتروني على شبكة الانترنت وهو المسئول عن تحديد شخصية الموقع والمحافظة عليه<sup>(2)</sup>.

وفي ضوء التعريفات المهمة يجتهد الباحث في التعريف الإجرائي للقائم بالاتصال على انه الشخص المخول بجمع أو إعداد المادة الصحفية على اختلاف أشكالها لتكون مادة إعلامية تبث عبر المواقع الالكترونية الإخبارية كما يعمل على ترتيب المادة حسب أهميتها فيما تتلاءم مع السياسة التحريرية المتبعة في الموقع لتقدم للجمهور في صيغتها النهائية.

### **خصائص القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية:**

في ضوء محددات ما ورد حول مفهوم القائم بالاتصال يتضح أهمية التعرف على سمات وخصائص القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية كما يلي:

- 1- وعي القائم بالاتصال بطبيعة الوسيلة، فالمواقع الالكترونية تعد وسيلة جديدة لها سماتها وخصائصها وجماهيرها الخاصة، حيث تتطلع الجماهير لخدمات إعلامية تشبع حاجاتها في ظل التطور التكنولوجي، وعلى القائمين بالاتصال إدراك أن هذه الوسيلة تتوجه لجماهير محددة<sup>(3)</sup>.
- 2- القدرة على معرفة كيفية التعامل والتفاعل مع المواد المعروضة، واسترجاع أي معلومات سابقة عبر خدمات البحث التي تمتاز بها المواقع الالكترونية، وخلق حوارات مع كتاب وشخصيات بارزة من أجل تبادل الخبرات، والإلمام بجوانب المواضيع المعروضة<sup>(4)</sup>.
- 3- سرعة التصرف تجاه الأخبار العاجلة، ومرونة في تغيير الأخبار وفقاً للمتغيرات الطارئة، وهذا يتطلب منه العمل تحت توقيتات حاسمة وباستخدام مهارات متعددة في الوقت نفسه<sup>(5)</sup>.

---

(1) محمد عبد الحميد (2004): مرجع سابق، ص92.

(2) فاطمة الزهراء أحمد السيد (2007): تأثير استخدام شبكة الانترنت على المنتج الصحفي، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص142.

(3) رضا عبد الواحد (2007): الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص109.

(4) عباس ناجي حسن (2013): الصحفي الالكتروني، مؤسسة دار الصادق الثقافية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ص90.

(5) فاطمة الزهراء محمد السيد (2007): مرجع سابق، ص143.

- 4- يلمّ القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية بالتحضير الصحفي الالكتروني داخل الموقع، حيث تبدأ باختصار المعلومات ثم الكلمات والعبارات، وهذه العملية تحتاج من المحرر مهارات لغوية عالية وذوق فني ومعرفة بطبيعة الجمهور<sup>(1)</sup>.
- 5- القدرة على البحث والتجوال بحرية في فضاء الانترنت، والقدرة على الحصول على النتائج بسرعة ودقة عالية، والاستفادة من سهولة الوصول إلى المعلومات من خلال خدمة الأرشيف الصحفي الالكتروني بشكله المختلف عن الشكل التقليدي، ويتعيّن على القائم بالاتصال الوصول إلى أشكال متعددة من المواد الصحفية مثل الفيديو والصور إلى جانب المواد النصية المكتوبة مما يحقق نوعاً من التكامل والثراء في عرض المعلومات<sup>(2)</sup>.
- 6- قدرة القائم بالاتصال على إدارة المحتوى الالكتروني بأنواعه المختلفة "الأفلام والنصوص والصور"، وتحويله من مادة تحريرية خام إلى مادة تصلح للعرض من خلال الموقع، وأن يكون لديه المعرفة المدعمة بالخبرة في مجال الكتابة الصحفية ومهاراتها<sup>(3)</sup>.
- 7- أن يستطيع توظيف الموقع لخدمة أهداف المؤسسة التابع لها، والعمل بروح الفريق مع بقية أقسام المؤسسة الإعلامية من أجل إيصال الرسالة الإعلامية في الوقت المحدد وبالصورة الصحيحة<sup>(4)</sup>.
- 8- أن الحجم الكبير لمستخدمي المواقع الالكترونية الإخبارية وتزايدهم من عام لآخر يتطلب من القائم بالاتصال معرفة طبيعة هذا الجمهور واهتماماته من أجل إعداد الرسائل الإعلامية التي تناسبه، حتى يستطيع المحافظة عليه<sup>(5)</sup>.
- 9- على القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية التعامل بحرفية في الرد على العدد الكبير من الرسائل المرسلة من قبل رواد هذه المواقع، وكيفية التعامل مع الرسائل الغير مفيدة التي ترسل إليه من قبل الجمهور<sup>(6)</sup>.

---

(1) عبد الرازق الدليمي (2011): الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ص287.

(2) ماجد تريان (2008): الانترنت والصحافة الالكترونية رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص136.

(3) فاطمة الزهراء محمد السيد (2007): مرجع سابق، ص143.

(4) فاطمة الزهراء محمد السيد (2007): المرجع السابق نفسه، ص143.

(5) إيمان شكري حجازي (2013): دور تصميم مواقع المؤسسات المصرية على شبكة الانترنت في دعم الوظيفة الاتصالية لهذه المؤسسات، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، مصر، ص44.

(6) نشوى اللواتي (2011): تأثير التعرض للمواقع الإخبارية الالكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، ص131.

## إعداد القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية:

إن حجم المسؤولية الملقاة على القائم بالاتصال يتطلب تأهيله وإعداده إعدادا جيدا لمواكبة التطورات التكنولوجية في العمل الإعلامي في المواقع الالكترونية، ومعرفة تفاصيل وآليات العمل فيها حتى يستطيع أن ينجز مهامه بشكل جيد بشكل مهني وعلمي وفق ما يلي:

### 1- رسم وتحديد السياسات الاتصالية:

تتمتع المواقع الالكترونية الإخبارية بأهداف عدة وليس مجرد أخبار لذلك يكون على القائم بالاتصال مهام تحقيق هذه الأهداف<sup>(1)</sup>، وإتاحة الفرصة للاتصال بالجمهور وتنمية قدراتهم على تكوين الرأي العام والتعبير عنه بحرية، والتأكيد على دور المواقع الالكترونية الإخبارية في تدعيم الإحساس بالمواطنة والرغبة في المشاركة والحفاظ على القيم الذاتية<sup>(2)</sup>.

### 2- تكوين القائم بالاتصال:

وتعتمد مرحلة تكوين القائم بالاتصال على المرحلة الجامعية الأكاديمية التي تزوده بالتحصيل العلمي النظري من خلال المقررات الدراسية، ويتطلب ذلك تطوير الأساليب التعليمية لمواكبة التطورات الإعلامية المتلاحقة، وإبراز القدرات الابتكارية للطلبة، والاستفادة من التقنيات المعلوماتية للانترنت، بحيث يتم إتقان مهارات التعامل معها والاستفادة من إمكانياتها<sup>(3)</sup>، وبذلك يكون التكوين العملي للقائم بالاتصال مهما من أجل الدخول في العمل الصحفي بعد التخرج دون معيقات.

### 3- تأهيل وتدريب القائم بالاتصال:

ظهرت تساؤلات عديدة حول تأهيل الصحفي ومدى مناسبة المناهج الدراسية في كليات الإعلام لهذا التطور الواسع، فيما يؤكد الخبراء وجود فجوة بين ما يطرح على مقاعد الدراسة الجامعية وبين واقع العمل في المواقع الالكترونية الإخبارية<sup>(4)</sup>، حيث فرض التطور الكبير للمواقع الالكترونية

---

(1) أميرة علي، (2013)، الشباب وقضايا الزواج والأسرة في مواقع الانترنت، القاهرة، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم التربوية، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، ص109.

(2) نوال الصفتي (2001): إعداد القائم بالاتصال في الصحف المصرية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 12، ص96.

(3) حسنين شفيق (2011): التدريب الإعلامي في الصحافة المطبوعة والالكترونية، دار فكر وفنون للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، ص3.

(4) أمين عبد العزيز أبو وردة (2007): أثر المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي، رسالة ماجستير غير منشورة في التخطيط والتنمية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، ص74.

الإخبارية واقعاً مهنيًا جديدًا للصحفيين وإمكاناتهم وطريقه عملهم، حسب سمات هذه الوسيلة التي تتطلب من الصحفي الإلمام بشروط الكتابة الصحفية الالكترونية كوسيلة تجمع بين المقروء والمسموع والمرئي، وأن يضع في اعتباره عالمية الوسيلة التي يكتب لها، كما يجب عليه أن يتعامل بمهارة مع مصادر المعلومات ووكالات الأنباء المتنوعة واكتساب مهارات جديدة في جمع المادة الصحفية والتعامل معها بالبحث والتحليل والتحقق من مصداقيتها<sup>(1)</sup>.

لذلك لا بد من حصر الإمكانيات المتاحة للقائمين بالاتصال وتطويرها وتأسيس مفهوم أخلاقيات الممارسة المهنية لديهم، وذلك من خلال عقد الدورات التدريبية، ونشر المعرفة الأكاديمية والنظرية التي من خلالها يمكن السيطرة على التكنولوجيا وفهم أبعادها<sup>(2)</sup>.

يأتي ذلك من خلال تدريب القائم بالاتصال على استخدام شبكة الانترنت في التعامل مع المعلومات من خلال التقنيات الالكترونية التي تتميز بها المواقع الالكترونية الإخبارية، واستيعاب وفهم التأثيرات السياسية والاجتماعية لها، وإكساب القائم بالاتصال الاتجاهات والقيم التي تحفزه على أداء رسالته الإعلامية بكفاءة وفعالية<sup>(3)</sup>.

وتعمل المواقع الالكترونية على تطوير المهارات الصحفية للصحفيين وكسر حاجز المهارات الصحفية التقليدية، والانطلاق بها إلى آفاق رحبة من خلال التغطية والتحليل، والعمل على تطوير أساليب الكتابة الالكترونية من خلال استخدام تقنيات حديثة في المعالجة الإخبارية، وتقديم رسالة إعلامية بأشكال وصور متعددة ومتنوعة<sup>(4)</sup>.

وقد فرضت التحديات المفروضة على القائمين بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية متابعة المستجدات التكنولوجية، والعمل على تطوير مواقعهم من أجل مواكبة احتياجات المستخدمين المتجددة في ظل الثورة المعلوماتية الراهنة<sup>(5)</sup>.

---

(1) خالد محمد غازي (2010): الصحافة الالكترونية العربية، الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، وكالة الصحافة المصرية، دار الكتب المصرية، الطبعة الأولى، ص 157.

(2) نوال الصفتي (2001): مرجع سابق، ص 97-99.

(3) حسنين شفيق (2011): مرجع سابق، ص 40-41.

(4) نعيم المصري (2003): استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة مصر، ص 80.

(5) إيمان شكري حجازي (2013): مرجع سابق، ص 46.

إن القائم بالاتصال يجب أن يتحلى بالروح الوطنية ولا يجب أن ينكر الآخر أو يهاجمه، ويجب أن يبني كتاباته من أجل تعزيز مفاهيم المواطنة الصالحة وتأكيد ثقافتها لأن التغطيات المنحازة تؤثر سلباً على النسيج الداخلي للمجتمع لذلك يتعين على المواقع الإخبارية الفلسطينية تحمل مسؤولياتها في غرس وتدعيم قيم الانتماء الوطني وتعزيز الهوية الفلسطينية وتكريس مفاهيم المواطنة من خلال<sup>(1)</sup>:

- 1- نشر وبث الأفكار والقيم الوطنية التي تدفع الأجيال الصاعدة لحب الوطن.
  - 2- الاهتمام بنشر الصور والتقارير التي تهتم بإيقاظ معاني التضحية والعداء.
  - 3- تسليط الضوء على شهداء وأسرى الشعب الفلسطيني وإبراز تضحياتهم في سبيل إعلاء راية الوطن.
  - 4- إفساح المجال أمام الجمهور للتعبير عن آرائهم والمشاركة في حل مشكلات وطنهم.
  - 5- كتابة التقارير والمقالات حول إنجازات الوطن وكيفية المحافظة على مكتسباته الوطنية.
  - 6- استثمار المواقع الإخبارية للتأكيد على السلوكيات الإيجابية التي تنشأ من حب الوطن.
- فالمواقع الإخبارية كوسيلة إعلامية متطورة قادرة على إبقاء جذور مشاعر حب الوطن وتبث روح المحبة بين أبناء الشعب من أجل الحفاظ على الوطن والذود عن حقوقه ومصالحه وأهدافه العليا في نيل حريته واستغلاله.

---

(1) يحيى المدهون (2012): دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة، مرجع سابق، ص112.

## الخلاصة:

استطاعت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أن تؤثر على الأداء الصحفي للمواقع الالكترونية الإخبارية وهذا ما بينه الباحث من خلال تفصيل محددات استفادة المواقع الإخبارية من هذا التطور، والذي أدى إلى تحسينها وتطور أدائها الفني والمهني.

ومن خلال متابعة الباحث استطاع من خلال هذا الفصل وضع مفهوم للقائم بالاتصال وخصائصه المتعلقة بالمواقع الالكترونية الإخبارية، وكيفية إعداده وتأهيله ليكون قادراً على مواجهة التحديات الإعلامية في ظل المنافسة الشديدة لاستغلال التطور التكنولوجي في مجال المعلومات والاتصال، كما تم تناول في هذا الفصل وظائف المواقع الالكترونية وخدماتها والصعوبات التي تواجهها، كما تم الحديث بشكل مفصل عن المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية وأهدافها في ظل العدوان الإسرائيلي المستمر وحالة الانقسام الداخلي، والتشريعات المنظمة لعمل هذه المواقع في الأراضي الفلسطينية، ومصداقية هذه المواقع في ظل التدفق الكبير للمواد الإعلامية عبر هذه المواقع وحالة الفلتان الإعلامي في ظل عدم وجود رقابة حقيقية عليها.



## الفصل الرابع المواطنة

- مقدمة.
- مفهوم المواطنة.
- لمحة تاريخية عن مفهوم المواطنة.
- ارتباط مفهوم المواطنة بالوطنية.
- ارتباط مفهوم المواطنة بالجنسية.
- صور وأشكال المواطنة.
- سمات المواطنة.
- شروط المواطنة.
- مجالات المواطنة.
- قضايا المواطنة.
- دور المواقع الإخبارية في تعزيز المواطنة.
- المجتمع الفلسطيني والمواطنة.
- التحديات التي تواجه المواطنة في فلسطين.
- أثر الانقسام الفلسطيني علي المواطنة.
- الخلاصة.

## الفصل الرابع المواطنة

### مقدمة:

تشكل المواطنة أحد المتطلبات الأساسية لتنمية المجتمع، والارتقاء به والوصول إلى تجانس بين مكوناته لتحقيق الأهداف الرامية لبناء مجتمع مدني قوي، وامتسك تنمو فيه الحريات الفردية للمواطن، وتتطور أهدافه لخلق أجواء الحوار المبني على أساس العدل والمساواة والتكافؤ في الفرص واحترام التعددية، ويتطلب ذلك درجة كبيرة من التوافق بين المواطن والدولة، وتعزيز التعاون بين مختلف مؤسساتها، والاستفادة من التطورات التكنولوجية الحديثة في مجالات الإعلام والاتصال من أجل توسيع مشاركة المواطنين، وتشجيعهم لتحمل المسؤولية إزاء وطنهم بما يحقق بمبدأ المشاركة الفاعلة في قضايا المجتمع.

ونجد أن المواطنة اكتسبت مكانة مركزية في عملية التحول الديمقراطي في فلسطين، وذلك من خلال ترسيخ مبدأ المساواة الكاملة غير المنقوص في الحقوق السياسية والقانونية بين المواطنين.

وسيقدم الباحث في هذا الفصل دراسة نظرية لمفهوم المواطنة والتطور التاريخي لهذا المفهوم وارتباطه بالوطنية والجنسية، كما سيقوم الباحث بتوضيح صور، وأشكال، وشروط، ومحاور، ومجالات المواطنة، والقضايا الأساسية للمواطنة ودور المواقع الالكترونية الإخبارية في تعزيزها، كما يتطرق هذا الفصل إلى مكونات المجتمع الفلسطيني والمواطنة في فلسطين، والتحديات التي تواجه المواطنة في الأراضي الفلسطينية التي يباعدها العامل الجغرافي والسياسي، وأثر الانقسام الفلسطيني على المواطنة.

## المواطنة:

لتحديد مفهوم المواطنة بشكل سليم ودراسة المواطنة من جوانبها المتعددة يحسن بنا أن نشير إلى الجوانب التالية التي تعمل بمجملها على تفسير المواطنة بشكل نستطيع من خلاله تكوين صورة إيجابية عن دور المواطنة في التنمية والنهوض بالمجتمعات، وهذه الجوانب تتمثل في:

### أولاً: مفهوم المواطنة:

يتشكل مفهوم المواطنة من خلال حركة المجتمع وتحولاته وتاريخه، وفي داخل هذه الحركة تنسج العلاقات، وتتبادل المنافع، وتظهر الحاجات والحقوق وتتضح الواجبات والمسئوليات، ومن جملة هذه العناصر المتفاعلة داخل تلك الحركة المستمرة يتشكل موروث وطني من المبادئ والقيم والعادات والسلوك، مما يسهم في صقل شخصية المواطن<sup>(1)</sup>.

إن مفهوم المواطنة كما استقر في الفكر السياسي هو مفهوم تاريخي شامل ومعقد له أبعاد عديدة ومتنوعة منها ما هو سياسي، قانوني، ثقافي، اجتماعي، سلوكي، لذلك تتأثر نوعية المواطن في دولة ما بالنضج السياسي، والرقي الحضاري، وقيم الحضارات والمتغيرات العالمية، حيث يصعب وجود تعريف جامع مانع لمفهوم المواطنة، بالرغم من صعوبة عريف المواطنة باعتبارها مصطلح حي، ومتحرك في صيرورة تاريخية مستمرة لا يعني ذلك استخدام مفهوم المواطنة دون دلالة ملزمة، تسمح بالوصول إلى مفهوم محدد مشترك للمفهوم، حيث أن ممارسة المواطنة تتطلب حداً أدنى من الحقوق للمواطن يتحقق بموجبها الولاء والانتماء، والقدرة على التفاعل الإيجابي، ووجود إصلاح سياسي تتم فيه المشاركة الفعلية والشعور بالإنصاف والمساهمة في صنع الحضارة الإنسانية<sup>(2)</sup>.

وقد شهد مفهوم المواطنة تغيرات عديدة في مضمونه واستخداماته ودلالاته ويختلف معنى المواطنة بحسب الهوية الثقافية والسياسية والطبقة الاجتماعية وبذلك فإن المواطنة توحى لمجموعة من المعاني والقيم والاقتراحات حول الأمة والمجتمع السياسي، وبذلك تعد المواطنة من القضايا ذات الأبعاد المتعددة سياسياً وتربوياً وثقافياً، وهذه الأبعاد تعبر عن معايير الانتماء ومستوى المشاركة من قبل الأفراد، والعمل على حماية الوطن والحفاظ على قدراته.

---

(1) السر العمرابي (2011): المواطنة والنشء السودان نموذجاً مجلة الطفولة والتنمية العدد 18، مسقط عمان، ص191

(2) ناصر علي (2012): المواطنة رؤية تربوية في عصر المعلومات، مكتبة الآداب، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص3.

كما تعبر عن وعي المواطن بالحقوق والواجبات والحرص على المصلحة الوطنية وحماية المرافق العامة، كما تعكس مدى إدراكه لدوره كمواطن في مواجهة التحديات التي تواجه المجتمع والوطن في آن واحد<sup>(1)</sup>.

فالمواطنة كلمة تتسع للعديد من التعريفات فهي في اللغة العربية مأخوذة من الوطن أي المنزل، وهو محل الإقامة الذي يقيم فيه الإنسان<sup>(2)</sup>، ومن حيث مفهومها السياسي، فالمواطنة هي صفة المواطن الذي يتمتع بالحقوق ويلتزم بالواجبات التي يفرضها عليه انتمائه إلى الوطن<sup>(3)</sup>.

المواطنة بصفتها مصطلحاً معاصراً تعريباً للفظ (Citizenship) التي تعني كما تذكر دائرة المعارف البريطانية بأن المواطنة هي علاقة بين فرد ودولة كما يحددها قانون تلك الدولة، وبما تتضمنه تلك العلاقة من واجبات وحقوق في تلك الدولة.

وتؤكد دائرة المعارف البريطانية أن المواطنة تدل ضمناً على مرتبة من الحرية مع ما يصاحبها من مسؤوليات، وتختتم دائرة المعارف البريطانية مفهومها في المواطنة بأنها على وجه العموم تسبغ على المواطن حقوقاً سياسية، مثل الانتخاب وتولي المناصب العامة<sup>(4)</sup>.

وعرفت موسوعة كولير الأمريكية بأنها أكثر أشكال العضوية في جماعة سياسية اكتمالاً، فكل من يحمل جنسية الدولة يتمتع بحقوق المواطنة كاملة<sup>(5)</sup>.

وفي فلسطين فقد اعتبر إعلان دولة فلسطين بالجزائر (1988) أن المواطنة أشمل وأعم من حدود الوطن الصغير فهي تشمل العلاقات الإنسانية الغير مرتبطة بحدود جغرافية محدودة، هذه العلاقات القائمة على الحدود والواجبات أن كانت تتطرق من الوطن، لكنها تتسع وتتجاوز لتتضمن المنظور العربي والإسلامي والإنساني، ولعل ذلك ينطبق على المواطنة بمفهومها العربي والإسلامي<sup>(6)</sup>.

---

(1) طارق عامر (2012): المواطن والتربية الوطنية- اتجاهات عالمية وعربية، طيبة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، ص 9-12.

(2) محمد الحرمل (2013): دور الصحافة العمانية في تدعيم قيم المواطنة لدى الجمهور العماني، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس، القاهرة، ص 7.

(3) إيناس البهيجي، يوسف المصري (2013): المواطنة في القانون الدولي والشريعة الإسلامية، المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص 9.

(4) بشير نافع (2013): المواطنة والديمقراطية في البلدان العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ص 30.

(5) أماني جرار (2011): المواطنة العالمية دار وائل لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 61.

(6) ناصر علي (2013):، مرجع سابق، ص 7.

وكذلك تذكر موسوعة الكتاب الدولي أن المواطنة هي عضوية كاملة في دولة أو في بعض وحدات الحكم، وتؤكد على أن المواطنين لديهم بعض الحقوق مثل حق التصويت وتولي المناصب العامة، وعليهم بعض الواجبات كدفع الضرائب والدفاع عن بلدهم<sup>(1)</sup>.

ويحدد مارشال (Marshall) ثلاثة منظورات متشابهة للأبعاد لمفهوم المواطنة<sup>(2)</sup>:

- 1- المنظور الوطني: ويتأسس على الحقوق التي تحتاج إلى الحرية وحرية التعبير عن الأفكار والمعتقدات وهو حق المواطن المؤسس في القانون.
- 2- المنظور السياسي: ويعطي الحق في المشاركة السياسية والحق في صنع القرار السياسي وأن يكون فاعلاً في السلطة السياسية من خلال الترشح والانتخاب للمناصب العامة.
- 3- المنظور الاجتماعي: وهو حق الفرد في العيش بكرامة، وتوفير الأمن والرفاهية الاجتماعية، وأن يتمتع بالتقدم والازدهار.

فيما يرى وسبمي (Yosbme) أن مفهوم المواطنة يشمل على أربعة عناصر وهي<sup>(3)</sup>:

- 1- الاهتمام والوعي بالهوية القومية، وهذا يؤدي إلى تنمية الشعور بالمواطنة من خلال شعوره بعضويته في المجتمع.
- 2- الاهتمام بالثقافة السياسية، بما يجعل للمواطن ضمانات المعرفة والالتزامات اتجاه النظام السياسي والاجتماعي، وتفاعله مع قضايا مجتمعه.
- 3- ملاحظة الحقوق والواجبات، فمن حق المواطن أن يستمتع جيداً بما حوله من حقوق مقابل التزامات قانونية.
- 4- الاهتمام بتنمية القيمة التي تهيب للإنسان درجة عالية من التوافق في مجتمعه.

فيما تشير نسرين نبيه أن مفهوم المواطنة من الناحية النظرية يشير إلى ثلاثة جوانب<sup>(4)</sup>:

أولها، العلاقة القانونية بين الفرد والدولة والتي بمقتضاها تسبغ الدولة جنسيتها على عدد من الأفراد وفقاً للقوانين المنظمة لذلك، وثانيها العلاقة السياسية التي تشمل مجموعة من الحقوق والواجبات.

---

(1) طارق عامر (2012):، مرجع سابق، ص 11.

(2) أحمد حجازي (2009): المواطنة وحقوق الإنسان في ظل المتغيرات الدولية الراهنة، الدار المصرية السعودية للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص 23.

(3) طارق عامر (2012) مرجع سابق، ص 24-25.

(4) نسرين نبيه (2008): مبدأ المواطنة بين الجدل والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، ص 4.

فالمواطنون وحدهم هم الذين من حقهم الاستفادة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تقدمها هيئات الدولة، وهم وحدهم الذين يحق لهم ممارسة الحقوق السياسية، والانتخاب والترشح وتكون الأحزاب، وهم وحدهم الذين عليهم واجب الخدمة العسكرية، وثالثها علاقة معنوية وعاطفية ترتبط بحب الوطن والولاء لرموزه من لغة وتاريخ وثقافة وغير ذلك من رموز الهوية والانتماء.

إن منظومة حقوق المواطنة وواجباتها تغرس في وجدان المواطن شعوراً بالأصالة والمسئولية، ومن هنا يأتي جهود الفرد لممارسة المواطنة والتمسك بها والدفاع عنها وترتبط المواطنة بعدة أركان منها.

1- الانتماء للوطن.

2- المشاركة في صنع القرار.

3- المساواة بين جميع المواطنين في الحقوق والواجبات.

إن الأسس النظرية الحديثة لبناء ثقافة المواطنة تنطلق من عملية بناء الدولة العصرية من خلال منظور حقوق الإنسان بعزل عن التمايز الطبقي واختلاف العرق واللون واللغة، وعلى هذا النحو يحب نشر الأهداف الأساسية لثقافة المواطنة، والتي نجملها فيما يلي<sup>(1)</sup>:

1- تشكيل مناعة وطنية لتكون بمثابة حزام الأمان الذي يسهم في تماسك المجتمع في ظل الأزمات.

2- إنجاح دولة القانون من خلال تخطي السلوكيات الحزبية الضيقة والطائفية.

3- إعادة الثقة في الدولة ذات السيادة الفعلية لا الشكلية.

4- احترام الرأي والرأي الآخر والعمل على تقوية النسيج الاجتماعي بما يضمن قبول الآخر دينياً وسياسياً، والإيمان بالأرضية الوطنية.

5- نشر قيم الثقافة الإنسانية الراقية وتشجيع التفاعل الثقافي بعيداً عن أهداف السياسة ومصالحها.

6- بناء الدولة الحديثة على أسس سليمة تصون القوانين وتفرض العدالة الاجتماعية، وتطبق المساواة الفعلية بين الحقوق والواجبات.

7- تجاوز السياسات الحاكمة التي تقوم على تهميش المواطن، والتي تسبب ضعف شعورهم بمفهوم المواطنة الحقيقية وشعورهم بأنهم رعايا لا مواطنين.

فالمواطن في الدولة المدنية له حقوق يتمتع بها، مقابل واجبات يؤديها، وهذه المواطنة لصيقة كلية بالدولة المدنية، فهي لا تتحقق إلا في ظل دولة ديمقراطية تعددية دستورية تصون كرامة المواطن وحرية في ممارسة معتقداته وأفكاره بالشكل الذي يؤمن به في إطار الدستور الذي أقره الشعب، فالمواطنة تعمل على إنهاء الخلافات والاختلافات الواقعة بين مكونات المجتمع والدولة في سياق

---

(1) هاني لبيب (2004): المواطنة والعدالة، دار الشروق، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص 217.

التدافع الحضاري، وتذهب إلى تدبيرها في إطار الحوار بما يسمح بتقوية المجتمع وتعلق المواطن بوطنه ودولته، وتدفعه إلى تطوير وطنه والدفاع عنه، كما تعد المواطنة الأداة الفعالة للحد من الفتن والصراعات الطائفية والسياسية والعنصرية في أي مجتمع على قاعدة المساواة وعدم التمييز، لأنها مبدأ دستوري لا تلغي عملية التدافع والتنافس الاجتماعي بل تضبطه لمصلحة الوطن ووحدته القائمة على احترام التنوع<sup>(1)</sup>.

ومن خلال السرد السابق لتعريفات مفهوم المواطنة، يرى الباحث أن المواطنة هي عبارة عن علاقة متكاملة بين المواطن والوطن يكون على عاتق كل طرف منهما حقوق وواجبات اتجاه الطرف الآخر ينتج من خلالها مواطن فعال في وطن قوي.

ومما سبق يستطيع الباحث أن يؤكد بأن تطور مفهوم المواطنة ارتبط بحركة النضال الإنساني التي سجلها من أجل تحقيق العدل والمساواة والحفاظ على كرامة الإنسان وسعي الفرد لمعرفة حقوقه وواجباته، وقد كان ذلك قبل استقرار مصطلح المواطنة وما يتعلق به في الأدب والفكر الإنساني، وقد حظيت المواطنة باهتمام كبير بين المفكرين والسياسيين والنخب الاجتماعية في المجتمعات حتى وصلت إلى ما هي عليه الآن.

حيث أن المواطنة ليس لها مفهوم مرتبط بحب الوطن فحسب، بل هي تجسيد فعلي للوحدة الوطنية من خلال الوحدة السياسية والثقافية، ونشر ثقافة التسامح ونبذ الفرقة والانقسام، وبناء مجتمع مدني حقيقي ينتمي إليه المواطنين وتراعى فيه حقوق الإنسان.

## ثانياً: لمحة تاريخية عن مفهوم المواطنة:

شهد مفهوم المواطنة تطوراً عبر العصور منذ الديمقراطية المباشرة الإغريقية مروراً بالعرب والمسلمين وعبر العصور الوسطى حتى النهضة الأوروبية الحديثة والثورة الفرنسية وصولاً إلى الوقت الحاضر، حيث يرجع أصل استعمال مفهوم المواطنة إلى الحضارتين اليونانية والرومانية، فقد استعملت الألفاظ (civis) المواطن، (civitas) المواطنة في هاتين الحضارتين لتحديد الوضع القانوني، والسياسي للفرد اليوناني والروماني<sup>(2)</sup>.

كانت الديمقراطية اليونانية القديمة مبنية على أساس أن المدنية تحكم من أجل الأكثرية حيث كانت الحكومة اليونانية تكمل ضمن دولة مدنية، وكانت الروابط بين المواطنين فيها وثيقة بدرجة

---

(1) محمد شحرور (2015): الدين والسلطة - قراءة معاصرة للحاكمية، دار الساقى للنشر، الطبعة الثانية، بيروت، لبنان، ص414-415.

(2) يحيى المدهون (2012): مرجع سابق، ص65.

كبيرة، كما كانت تجمعهم لغة واحدة ودين عام، وكانت اجتماعاتهم في ساحة السوق، وبالتالي يقضون معظم وقتهم في المدينة وهذا أثر بشكل كبير على أن يكون ولاء المواطن اليوناني لدولة المدنية<sup>(1)</sup>.

كانت المواطنة اليونانية حقاً وراثياً محصوراً في أبناء أثينا من الرجال، وقد استثنى من حق المواطنة الغريباء المقيمين والأطفال والنساء والعبيد، فقد كانوا جميعاً محرومين من الحق في المواطنة.

بالنظر إلى طبيعة الديمقراطية المباشرة في المجتمع اليوناني، نجد أن المواطنين يتمتعون بحقوق متساوية كالحق في المشاركة في الحكم، والحق في عضوية عدد من الهيئات الحاكمة، وكان يحق لكل رجل بلغ الثلاثين من العمر المشاركة في جمعية المواطنين التي تشمل السلطة العليا في تمثل الشعب، وتقوم ببحث مسائل السياسة الداخلية والخارجية واتخاذ القرارات والإشراف على القضاء.

كما كان للمواطنين المساواة في شغل الوظائف العامة والمشاركة في صنع القرارات، إلا أن المساواة الاجتماعية لم تكن متوفرة بين جميع المواطنين في المجتمع الأثيني القديم، فكانت هناك طبقات متفاوتة في المجتمع اليوناني<sup>(2)</sup>.

وتطور مفهوم المواطنة في روما حيث تحقق الاعتراف بالمواطنة كعدد كبير من المواطنين ضمن مبدأ المساواة، وأصبحت وظيفة المواطن حماية وتحديد الهوية وفرض القوانين على الجميع، حيث شمل ذلك توسيع حق المواطنة ليشمل كافة أقطار الإمبراطورية الرومانية، وحصل سكانها الذكور باستثناء العبيد على حق المواطنة الرومانية، ورغم ذلك تميزت المواطنة الرومانية عن الأثينية بأنها كانت اندماجية وعممت تماماً بعد المرسوم الإمبراطوري عام (112) ميلادية<sup>(3)</sup>.

وظهر بعد ذلك النظام الإقطاعي الذي أحل قيم المسيحية محل القيم المدنية، حيث أدى ذلك إلى تراجع مبادئ المواطنة وبعد سقوط الإمبراطورية الرومانية تراجع مفهوم المواطنة بشكل كبير، حيث كانت المواطنة في أوروبا حقاً لملكي الأراضي، وبحسب الوضع الاجتماعي والسياسي للفرد<sup>(4)</sup>.

وشهد تطور مفهوم المواطنة نقلة نوعية بحدثين كبيرين وهي إعلان استقلال الولايات المتحدة عام (1776)، والمبادئ التي أتت بها الثورة الفرنسية عام (1789)، حيث جاء في إعلان الاستقلال

---

(1) علي ليلة (2007): المجتمع المدني العربي، قضايا المواطنة وحقوق الإنسان، مكتبة الأنجلو المصرية، ص84-87.

(2) نسرين نبيه (2008): مرجع سابق، ص194.

(3) سيدي ولد ديب (2012): مرجع سابق، ص91.

(4) نسرين نبيه (2008): مرجع سابق، ص195.



أن الناس جميعاً ولدوا متساويين ولهم حقوقاً أصيلة، وأن الشعب هو صاحب السيادة، وهذا أيضاً ما جاءت به مبادئ الثورة الفرنسية<sup>(1)</sup>،

فكان أساس مفهوم المواطنة مبني على فكرة الشعب صاحب السيادة، وفكرة وجود حقوق أساسية للفرد كإنسان أولاً وكمواطن من أبناء الشعب ثانياً، ورغم ذلك فإن المواطنة في أوروبا ما قبل الثورة الصناعية كانت تقتصر على عدد محدود من البشر في المجتمع، حيث يتحدد المواطنون بصفاتهم ملاك للثروة من الذكور على حين أنكرت صفة المواطنة عن بقية السكان كالمرأة والأطفال والفقراء<sup>(2)</sup>.

ولم تضع الثورة الفرنسية حداً للعبودية إلى في عام (1848)، أي في نصف القرن التاسع عشر، واستمرت المرأة محرومة من ممارسة حقوقها السياسية، كما ظلت خارج نطاق المواطنة لفترة طويلة، فلم تعترف فرنسا بحق النساء في التصويت إلا بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، وفي إنجلترا لم تحصل المرأة على المساواة السياسية وحق المواطنة بمعناه الشامل إلا في عام (1928) بصدور قانون المساواة في الانتخابات بين الرجل والمرأة.

ولم يتبلور مفهوم المواطنة من الناحية النظرية إلى عام (1948) بصدور الإعلان العالمي لحقوق وواجبات الإنسان، والذي كان في جوهره المساواة بين المواطنين في الحقوق والواجبات وكرامة الإنسان هي أولى حقوقه، ومصطلح المواطنة يؤسس لعلاقة بين الوطن والمواطن تقوم على الكفاءة الاجتماعية والسياسية للفرد<sup>(3)</sup>.

### ثالثاً: ارتباط مفهوم المواطنة بالوطنية:

اختلف الباحثون والكتاب في نظريتهم للوطنية تبعاً لاختلاف مدارسهم واتجاهاتهم الفكرية، فهناك من رأى أنها مجرد حب الوطن والشعور بارتباط باطني نحوه، وهي ارتباط الفرد بقطعة من الأرض تعرف باسم الوطن<sup>(4)</sup>.

فالوطنية تدل على معاني ضرورية في حياة الإنسان تشمل فضل الوطن على الإنسان، وواجب الإنسان على وطنه في آن واحد، حيث العمل من أجل النهوض به والدفاع عنه.

(1) أماني جرار (2011): مرجع سابق، ص 207.

(2) أحمد حجازي (2009): مرجع سابق، ص 71.

(3) عبير رضوان (2012): أزمة الهوية والثورة على الدولة دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص 75.

(4) صلاح الدين، أحمد أسعد (2011) العولمة الثقافية وانعكاسها على المواطنة، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد 35، الجزء الأول، ص 345.

وذهب البعض في تعريفه للوطنية بأنها تل العاطفة القوية التي يحس بها المواطن نحو وطنه، لذلك فإن مفهوم الوطنية يشير إلى حب الشخص وإخلاصه وولائه وانتمائه لأرضه وبلده وشعبه والعادات والتقاليد والفخر بالتاريخ والذات والحضارة، والتفاني في خدمة الوطن، وتتحد في الالتزام بالحقوق والواجبات، وكلها معاني تكمن في مفهوم المواطنة<sup>(1)</sup>.

وعليه يمكن القول بأن المواطنة ليست على درجة واحدة لدى كافة أبناء الوطن، بل تزداد عند فرد وتضعف عند آخر، وتكون إيجابية عند أحدهم وسلبية عند آخر، إلا أن الغالبية تعمل حسب فهمها وميولها لمصلحة الوطن، وقد لا يتفق هذا جزئياً مع المفهوم المتكامل للمواطنة.

#### رابعاً: ارتباط مفهوم المواطنة بالجنسية:

تعني الجنسية (Nationality) الصفة القانونية لعضوية فرد في دولة تجعله منسوباً إليها، وتميزه عن الأجنبي الذي لا ينتسب إليها، ومن ثم يكون لكل دولة نظام للجنسية خاص بها، يتضمن أسباب اكتساب الجنسية أو فقدها، وقد اعتبر الإعلان العالمي لحقوق الإنسان أن حقوق التمتع بالجنسية يعد من الحقوق للصيقة بالجنسية، وحظر الحرمان منها بطريق تعسفي، أو إنكار حق الفرد فيها، وتتمثل أركان الجنسية فيما يلي<sup>(2)</sup>:

1- وجود دولة، فالجنسية تعرف بأنها صلة قانونية بين دولة ما وفرد، وعليه فلا تمنح الجنسية إلا من دولة حتى ولو كان بعض أفراد الدولة له انتماء قومي مغاير، كالأكراد في تركيا مثلاً، فإنهم يتمتعون بالجنسية التركية لعدم وجود دولة كردية.

2- وجود شخص طبيعي يمنح حق الجنسية.

3- وجود علاقة قانونية وسياسية بين الفرد والدولة، ومن هنا يمكن التفريق بين المواطن والأجنبي استناداً إلى وجود هذه العلاقة.

وتتفق كثير من الموسوعات العالمية على الربط بين مفهوم المواطنة والجنسية باعتبارهما عضوية كاملة في دولة أو في بعض وحدات الحكم مثل موسوعة الكتاب الدولي، ودائرة المعارف البريطانية، والتي تؤكد أن المواطنين لديهم بعض الحقوق مثل حث التصويت، وحق تولي المناصب العامة، وكذلك عليهم بعض الواجبات مثل واجب دفع الضرائب والدفاع عن بلدهم، وفي نفس الاتجاه تؤكد موسوعة كولير الأمريكية أن كلمة (Citizenship) يقصد بها مصطلح المواطن والجنسية معاً

(1) شبل بدران (2011) المواطنة وحقوق الإنسان، مجلة رابطة التربية الحديثة، العدد 11، ص18.

(2) موسى الشرقاوي (2005): وعي طلاب الجامعة ببعض قيم المواطنة، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، العدد التاسع، القاهرة، مصر، ص212.

دون تمييز، وتعرفها بأنها أكثر أشكال العضوية اكتمالاً في جماعية سياسية<sup>(1)</sup>. ويؤكد فؤاد رياض على أن هناك مسلمات أساسية لمبدأ ومفهوم المواطنة وهي تأكيد مبدأ المساواة أمام القانون، وتكافؤ الفرص لكافة المواطنين دون أي تفرقة على أساس الجنس، أو الدين، أو اللون، وأيضاً إدانة كافة الأشكال التي من شأنها شرخ كيان الجماعة الوطنية، أو تنطوي على تهديد للسلام والأمن الاجتماعي في إطار الوحدة الوطنية<sup>(2)</sup>.

كما أن للمواطنة عدة مظاهر تعبر عن التزام المواطنين والدولة بحقوقهم وواجباتهم، ومن هذه المظاهر كما يحددها يحيى المدهون<sup>(3)</sup>:

1- المشاركة التطوعية والاختيارية في الأنشطة والفعاليات الوطنية.

2- التثبث بالقيم السائدة في المجتمع والتي تزيد من الترابط الاجتماعي.

3- حماية الممتلكات الخاصة والعامة.

4- تعزيز الهوية الثقافية والاجتماعية والعمل على التعايش السلمي.

5- احترام القوانين الصادرة من الجهات المسؤولة.

6- احترام الديانات الأخرى مما يكفل الحرية الشخصية للمواطن.

7- الدفاع عن المواطن ومكتسباته الوطنية.

8- احترام حقوق وحريات الآخرين.

9- محاربة الفساد والإبلاغ عن أي عمل يضر بالمصالح العامة.

### خامساً: صور وأشكال المواطنة:

وفي ظل العوامل المتعددة التي عصفت بمفهوم المواطنة سواء على المستوى الداخلي أو المستوى الخارجي تنوعت أشكال المواطنة وتعددت صورها، ويمكن التمييز بين أربع صور للمواطنة<sup>(4)</sup>.

1- **المواطنة المطلقة:** وفيها يجمع المواطن بين دوره الإيجابي وسلوكه السلبي اتجاه المجتمع وفق الظروف التي يعيش فيها ووفق دوره في المجتمع.

---

(1) صلاح الدين حماد، أحمد سعيد (2011): مرجع سابق، ص346.

(2) فؤاد رياض (2009): المواطنة مشاركة سياسية في دولة ديمقراطية، المنظمة المصرية الكندية لحقوق الإنسان، القاهرة، مصر، ص67.

(3) يحيى المدهون (2012): مرجع سابق، ص88.

(4) وسام صقر (2010): الثقافة السياسية وانعكاسها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، ص109.

2- **المواطنة الإيجابية:** وهي التي يشعر فيها الفرد بقوة انتمائه الوطني وواجبه اتجاه مجتمعه، مما يحرص على النهوض والارتقاء بالمجتمع.

3- **المواطنة السلبية:** وهي شعور الفرد بانتمائه للوطن ولكنه يتوقف عند حدود النقد السلبي، ولا يعمل من أجل الارتقاء بالوطن.

4- **المواطنة الزائفة:** وفيها يظهر الفرد حاملاً لشعارات جوفاء بين واقعه الحقيقي ينم عن عدم إحساس بالانتماء للوطن.

### سادساً: سمات المواطنة:

تتمحور المواطنة في إطارها العام حول عدة محاور تتفاوت درجة أهميتها من مجتمع لآخر، وتكمن أهمية هذه المحاور من خلال تقويتها للانتماء والولاء للوطن، وغرس القيم والاتجاهات الإيجابية لدى الفرد من قبل مؤسسات المجتمع، ويمكن تحديد المحاور التي تركز عليها المواطنة<sup>(1)</sup>.

1- تعزيز شعور الفرد بالانتماء والولاء للوطن وارتباطه بجماعة سياسية تتمثل في الفخر والاعتزاز بالانتماء لهذه الجماعة.

2- وجود سلطة أو إدارة للمجتمع، فلا يمكن أن يكون هناك مجتمعاً منظماً دون وجود سلطة ترعى مصالح المواطنين، وتحافظ على مكتسبات الوطن.

3- القيم السياسية الاجتماعية العليا حيث أن المواطنة تلعب دوراً هاماً في تقوية علاقة الفرد بالنظام السياسي، وتحدد الأولويات الاجتماعية والسياسية التي تعمل على ترسيخ واستقرار الأمن الوطني.

4- اكتساب الفرد الثقة في النظام السياسي الذي يحكمه، طبقاً للعقد الاجتماعي المعنوي المبرم بينهم، حيث أفراد المواطنين بتمثلهم في القضايا العامة، وتسيير شئون حياتهم.

5- غرس القيم التي ينتج عنها الحفاظ على الممتلكات العامة والمصلحة العامة.

6- توعية المواطنين بالعلاقات الدولية وأهم القضايا القومية التي حولها السياسة الخارجية للبلاد.

7- تعمل المواطنة على تبصير الأفراد بمن هو عدو الله، ومن هو صديق وفقاً للظروف السياسية المحيطة بالدولة والمواطنين.

---

(1) وائل البلبيسي (2012): دور معلمي المدارس الثانوية بمحافظة غزة في تعزيز مبادئ المواطنة الصالحة لدى طلبتهم وسبل تفعيله، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، ص33-34.

## سابعاً: شروط المواطنة:

تتحقق المواطنة بمعناها الكامل بترسيخ الشعور الجمعي اتجاه الوطن، وإن المواطن يحتاج إلى نظام اجتماعي عادل يرتكز إلى<sup>(1)</sup>:

- 1- تطبيق حقيقي للديمقراطية التي تحقق مشاركة الوطن في تشكيل وتكوين المجتمع من خلال نظام انتخابي حر ونزيه.
- 2- ترسيخ مبدأ دولة القانون، حيث تصبح كل التعاملات والأعمال قائمة على تطبيق عادل للقانون يضمن حصول المواطن على حقوقه والتزام الدولة بواجباتها.
- 3- تفعيل مبدأ الدولة الاجتماعية الذي يفرض على الدولة حماية مواطنيها اجتماعياً للوصول إلى حالة اجتماعية تحفظ كرامة المواطن.
- 4- تحقيق مبدأ المساواة بين أفراد الشعب.
- 5- تحقيق الشفافية والحكم الرشيد.

## ثامناً: مجالات المواطنة:

ترتبط مجالات وأبعاد المواطنة بصلة وثيقة بين الترابط والعلاقة فيما بينها في ظل علاقة قائمة على دعائم التفاعلات الاجتماعية والسياسية للمواطن، وهناك خمسة مجالات وأبعاد رئيسة للمواطنة.

### 1- المجال المدني للمواطنة:

ويشير هذا المجال إلى حياة المواطنين وسعيهم نحو تحقيق أهدافهم المتعلقة بالمبادئ والأسس الديمقراطية للمجتمع، وتتضمن مجموعة من القيم الأساسية للمجتمع، والتي تعمل الحكومة على تحقيقها للمواطنين، كما تتضمن الحقوق الأساسية للأفراد والجماعات والهيئات ذات المصالح المشتركة في المجتمع، كما تتضمن الحقوق المتعلقة بحرية التعبير عن الرأي والمساواة أمام القانون والحق في الوظائف العامة، بالإضافة إلى حرية الاجتماع وتكوين الجمعيات والوصول إلى الجمعيات<sup>(2)</sup>.

### 2- المجال السياسي للمواطنة:

ويتضمن تمتع المواطن بالحق في التصويت والانتخاب والترشح للمناصب العامة، والمشاركة السياسية، وبهذا تعد نزاهة الانتخابات بمثابة العمود الأساسي لهذا المجال، فالمجال السياسي للمواطنة

(1) أحمد حجازي (2009): مرجع سابق، ص 25-26.

(2) يحيى المدهون (2012): مرجع سابق، ص 73.

يشير في جوهره إلى مجموعة الحقوق والواجبات السياسية الوثيقة الصلة بالنظام الأساسي القائم في المجتمع<sup>(1)</sup>.

### 3- المجال الاجتماعي والاقتصادي للمواطنة:

ويشير هذا المجال إلى ترابط أفراد المجتمع في سياق مجتمعي معين، ويتضمن حقوق الرفاهية والكفاية الاقتصادية، وتمتعهم بالحقوق في الشعور بالأمن الاجتماعي، والحصول على الوظائف العامة، وعلى العمل الذي يكفل حياة كريمة، والعبث في بيئة آمنة، كما يشير المفهوم من الناحية الاجتماعية للترابط بين المواطنين والتضامن الاجتماعي، كما يشير من الناحية الاقتصادية إلى العلاقة التي تربط الفرد وسوق العمل والاستهلاك في المجتمع، ويتضمن تكافؤ الفرص في العمل<sup>(2)</sup>.

### 4- المجال المعرفي الثقافي للمواطن:

ويشير هذا المجال إلى التنوع الثقافي داخل المجتمع وانفتاحه على الثقافات الأخرى، ويحدد هذا المفهوم مدى الوعي بالتراث الثقافي للمجتمع، ويتضمن سعي الأفراد للحصول على اعتراف المجتمعات بالحقوق الجماعية للأقليات والحفاظ على الهوية الثقافية من خلال والحفاظ على إرث المجتمع الثقافي.

كما يشمل المعرفة الجغرافية التاريخية للمجتمع الذي نشأ فيه الإعلام بمؤسسات المجتمع ومشكلاته وقضاياها، والوعي بحقوق المواطن وفهم دور القانون وأهميته<sup>(3)</sup>.

### 5- المجال الرقمي للمواطنة.

في ظل التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال وانتشار الإنترنت جعلت العالم أسرة واحدة، وقد شهدت المواطنة القومية تحدي كبير بما تعكسه عالمية الإنترنت، وفي بعض الحالات فهي تمثل انعكاساً لنطاق عريض من المواطنين بعيداً عن النطاق المؤسس للعملية السياسية، وتنتج قومية واسعة يمكن أن نطلق عليها قومية الإنترنت.

ويرى البعض أن هذا التطور يهيم بشكل كبير في إضعاف قدرة الدولة في السيطرة على شعوبهم، نتيجة انفتاح هذه الشعوب على أحداث العالم ونظمه وثقافته، مما يجعل المواطن يشعر بأنه

---

(1) لطيفة الكندري (2007): نحو بناء هوية وطنية للناشئة، المركز الإقليمي للطفولة والأمومة، الكويت، ص55.

(2) صديق عفيفي (2013): مرجع سابق، ص18.

(3) سيف المعمري (2006): تربية المواطنة الصالحة، مكتبة الجيل الجديد، الطبعة الأولى، سلطنة عمان، ص78.

مواطننا في العالم ككل (Global citizen) أكثر منه مواطناً في الدولة تحدده أمة معينة أو جغرافية محددة<sup>(1)</sup>.

## قضايا المواطنة:

تعرف الدولة بأنها ديمقراطية بناء على تعاطيها مع قضايا المواطنة المتمثلة في التزام المواطن بواجباته تجاه وطنه والتزام الدولة بمنح حقوق المواطنين ومن أهم قضايا المواطنة:

### 1- قضايا الحقوق الأساسية:

وفي هذا الجانب فإن المواطنة تستند إلى تمتع المواطنين بكافة الحقوق السياسية والقانونية والاجتماعية والثقافية، وهو ما يعني قيام عقد اجتماعي يؤكد على أن المواطنة هي مصدر كل الحقوق ومصدر لرفض أي تحيز يتعلق بهذه الحقوق وفق أي معيار سواء كان الجنس أو الدين أو العرق أو الثروة أو اللغة أو الثقافة، حيث يعتمد كافة المواطنين متساويين في الحقوق والواجبات، ويتمتع كل فرد منهم بحقوق والتزامات مدنية وقانونية متساوية، كما تتوفر الضمانات لممارسة هذه الحقوق<sup>(2)</sup>.

وحقوق الإنسان نوعان: الحقوق المدنية والحقوق السياسية.

**فالنوع الأول** من الحقوق وهو الحقوق المدنية ويهدف لتوفير ضمان شخص لكل عضو في الدولة يمارس خلالها النشاطات والفعاليات دون تدخل من الغير أو الدولة طالما أنه لم يرتكب ما يخالف القانون، مثل الحقوق الإجرائية كالوصول إلى المحاكم، وحق التعاقد، والمعاملة المتساوية في ظل القانون، والحقوق التعبيرية كحرية التعبير والتدين، والحق في الخصوصية، والحقوق الخاصة بالضبط الجسدي، كالتحرر من الإساءة، والبيئة غير الآمنة، والعلاج، والزواج، والحقوق المتعلقة بالملك والخدمة كحقوق الملكية، والخدمة، والإقامة، واختيار المهنة، وأخيراً الحقوق التنظيمية، كتنظيم الموظفين، والشركات، والأحزاب<sup>(3)</sup>.

**أما النوع الثاني** من الحقوق فهو أكثر فعالية ويضمن لصاحبه المساهمة الايجابية في ممارسة السلطة العامة في وطنه من خلال المشاركة في مؤسسات الحكم السياسية والقانونية والدستورية.

---

(1) انشراح النشال (2009): معالجة مفهوم الوطنية في الدراما السياسية في التلفزيون العربي، ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، ص 193.

(2) إيناس البهجي، يوسف المصري (2013): مرجع سابق، ص 41.

(3) ثريا بدوي (2006): مرجع سابق، ص 69.

ولا تكون صفة المواطنة إلا لمن تكون له طبقاً للدستور والقانون المعمول فيه داخل الدولة، حيث تنص القوانين على أن المواطن هو الذي يشارك في حكم بلاده، أما الأجانب المتواجدين داخل الدولة لا يمكن اعتبارهم مواطنين، ويجبرون لتنفيذ الأوامر الصادرة من الدولة دون أن يسهموا في إعدادها أو إصدارها<sup>(1)</sup>.

وهكذا يمكن القول بأن النوع الأول من الحقوق هي حقوق الإنسان بصفة عامة، أما النوع الثاني فهي حقوق المواطن.

ويجب على الإنسان أن يعي أنه مواطن أصيل في بلاده، وليس مجرد مقيم يخضع لنظام معين دون أن يشارك في صنع القرارات داخل هذا النظام، وهذا الوعي بالمواطنة يعتبر نقطة البدء الأساسية في تشكيل نظرتة إلى نفسه وإلى بلاده، وإلى شركائه في صفة المواطنة<sup>(2)</sup>.

فعلى أساس هذه المشاركة يكون الانتماء للوطن، ومن خلال المشاركة تأتي المساواة، فلكل مواطن نفس الحقوق وعليه نفس الواجبات، فصفة المواطنة لها ثلاث أركان: الانتماء للأرض، والمشاركة، والمساواة، ومن ثم يأتي جهد الشخص في إطار الجماعة السياسية لممارسة صفة المواطنة والتمسك بها، والدفاع عنها.

## 2- قضايا المشاركة المجتمعية:

تكمن أهمية المشاركة المجتمعية باعتبارها مسئولية أمام المجتمع، وتحدها أعرافه وتقاليدته واحتياجاته، مما يساعد في تماسك المجتمع وتطوره، وتكون مرتبطة عادة بأدوار الفرد في المجتمع، وهي الأدوار التي تؤدي وظائف أساسية لصالح بناء المجتمع.

ويرى المدهون بأن قيم المشاركة المجتمعية تحقق الأهداف التالية<sup>(3)</sup>:

- 1- تعمل على تحويل الفرد إلى طاقة إيجابية منتجة للبذل والعطاء.
- 2- تزيد من قدرة الفرد على تقبل الآخرين وتفهم احتياجاتهم.
- 3- تزيد من ترابط أفراد الأسرة والمجتمع وتقيمهم من مخاطر التفكك.
- 4- تجعل حياة الفرد مليئة بالعمل والنشاط وتعينه على تجاوز الصعاب.
- 5- تعزز السلوك الإيجابي لدى الأفراد في التعاطي مع مشكلات المجتمع.

---

(1) شبل بدران (2011): المواطنة وحقوق الإنسان، مجلة رابطة التربية الحديثة، العدد 11، الإسكندرية، مصر، ص14.

(2) شبل بدران (2009): التربية المدنية، التعليم والمواطنة وحقوق الإنسان، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، ص94.

(3) يحيى المدهون (2012): مرجع سابق، ص90.



- 6- تكسب الأفراد العديد من المهارات والمواقف الإيجابية اتجاه مجتمعهم.
- 7- تعمل على تكوين الشخصية المثابرة التي تتحلى بروح التعاون والمسئولية.
- 8- تولد شعور بالانتماء لدى الأفراد والجماعات في المجتمع.

حيث أن الواقع الداخلي الفلسطيني يفرض نفسه سلباً على المشاركة الاجتماعية ومظاهرها في فلسطين، والتي تمثل إشكالية مجتمعية تتوجب الإصلاح على الصعيدين الرسمي والغير رسمي من خلال رسم سياسات وخطط عمل كفيلة بإعادة تفعيل المشاركة المجتمعية على كافة المستويات.

### 3- قضايا الحريات:

تعنى تهيئة الظروف الواقعية لكل فرد ليعبر عن نفسه بالطريقة التي يراها مناسبة وعن كيانه وعن طبيعة العمل الذي يؤديه، وهي القدرة على اختيار ما نريد وفق القوانين والأخلاقيات فيما لا يتعارض مع حرية الآخرين<sup>(1)</sup>. فالحرية هي أساس طبيعي لدى الإنسان، وهي أصل وجوده فحق الإنسان في الحرية كحق في الحياة، كما أن الحرية تتنافى مع مظاهر القمع والاستغلال والاستبداد، فهي حق غير قابل للمساومة<sup>(2)</sup>.

وتعد الحرية من القيم الأساسية من قيم المواطنة وتتضمن حرية التفكير والاعتقاد فلا يمكن إجبار شخص على الإيمان بما لا يعتقد صوابه، كذلك كفل الإسلام الحرية بشكل صريح ودعا إلى التفكير في خلق السماوات والأرض وتدبير الكون، وما يلحق بحرية التفكير هو حرية المعتقد، فقد كانت الشريعة الإسلامية أول شريعة اعترفت للإنسان بحرية المعتقد مما لم تتوصل الهيئات الدولية إلى إقراره إلا في القرن الماضي دون أن يتجاوز ذلك الإقرار المجال النظري غالباً<sup>(3)</sup>.

### 4- قضايا الديمقراطية:

حيث أنه لا يمكن ممارسة الديمقراطية دون تأصيل وغرس روح المواطنة، فالمواطنة هي السبيل الوحيد لممارسة سيادة القانون، كما أن مأسسة النظام السياسي الديمقراطي يمنع انتشار الفساد وسوء الإدارة، ولذا فإن النظام السياسي الديمقراطي يهيئ ثقافة ضاغطة على الأحزاب السياسية من

---

(1) على الشرقاوي (2006): وعي طلاب الجامعة ببعض قيم المواطنة، دراسة ميدانية، مجلة دراسات في المجتمع الجامعي، مركز تطوير التعليم الجامعي، جامعة عين شمس، ع9، ص128.

(2) يوسف أبو سلمية (2009): المواطنة في الفكر التربوي الإسلامي ودور كليات التربية بغزة في تدعيمها من وجهة نظر طلبتها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة، ص62.

(3) راشد الغنوشي (2006): حقوق المواطنة- حقوق غير المسلم في المجتمع الإسلامي، مركز بيت المقدس للآداب، رام الله، فلسطين، ص67.

أجل ترتيب وضعها الداخلي على أسس ديمقراطية، الأمر الذي يشكل ضمانه لتعزيز الديمقراطية في النظام السياسي وضمان استمراره<sup>(1)</sup>.

فالديمقراطية شكل من أشكال تنظيم الحياة السياسية للمجتمع على أساس أن الشعب هو مصدر السلطة، وعلى أساس العدالة، والمساواة في المشاركة في صنع القرار، فالديمقراطية بالتالي هي طريقة للإدارة، سواء كانت إدارة شؤون الدولة أو مؤسسة صغيرة أو غيرها، وهي وسيلة ذات هدف مستقل، والديمقراطية ليست في أساسها وجوهرها نمط تفكير، أو اعتقاد، أو نمطاً ثقافياً، وإنما هي آلية للمساهمة في صنع القرار، وفي حالة الدولة نعتبر الآلية لصنع القرار السياسي المتعلق بحياة الشعب<sup>(2)</sup>.

## 5- قضايا المصالحة المجتمعية والسياسية:

وتعد المصالحة المجتمعية والسياسة أهم مكونات وركائز المجتمع المدني المتماسك وتعزيز الوحدة الوطنية الداخلية، والذي أصبحت هاجس يشغل النخبة السياسية والاجتماعية وصناع القرار السياسي والسلطة التنفيذية والتشريعية في الوقت الراهن، فالمصالحة المجتمعية والسياسية تعتبر خطأ أحمر لا يمكن أن نتجاوزه في ظل الإجماع الوطني عليه، وتعتبر الوحدة الوطنية الهدف الرئيس الذي تتجمع من خلاله كافة الفئات والشرائح الاجتماعية والسياسية في المجتمع.

فالمصالحة الداخلية بات شعاراً يرفعه المجتمع دون استثناء، وهي المقولة التي لا يقبل أي طرف من الأطراف أنه يشعر بأنه يسعى بصورة مقصودة أو غيره مقصوده في هدمها أو زعزعة بناءها، وهي مرتبطة مع مفاهيم اجتماعية كالانتماء والولاء ومفهوم المصالحة، وهو جزء من مفهوم المواطنة<sup>(3)</sup>.

والمصالحة المجتمعية والسياسية تؤدي إلى وحدة وطنية متكاملة التي تعتبر اندماج اجتماعي بين كافة شرائح المجتمع، وتؤدي إلى غرس مفاهيم الوطنية، وتعزيز القيم المرتبطة بالوحدة الوطنية<sup>(4)</sup>، وينقص الفلسطينيون إدراكاً ووعياً لأهمية المصالحة والوحدة، وخاصة أن هناك من يحاول تفسيرها حسب رغبته وميوله وانتماءه الحزبي.

(1) شيرين الطناني (2010): مرجع سابق، ص 63.

(2) خليل الشقاقي وآخرون (2007): مقياس الديمقراطية في فلسطين، المركز الفلسطيني للبحوث السياسية والمسحية، دائرة السياسة والحكم، رام الله، فلسطين، ص 18.

(3) يوسف أبو سلمية (2009): مرجع سابق، ص 57.

(4) يعقوب الكندري (2008): دور التنشئة الاجتماعية والإعلام والمجتمع المدني في تحقيق الوحدة الوطنية، مؤتمر الوحدة الوطنية، رابطة الاجتماعيين، العدلية، الكويت، ص 10.

## 6- قضايا الانتماء:

إن من لوازم المواطنة الفاعلة الانتماء للوطن، فالانتماء هو الانتساب الحقيقي للوطن فكراً يجسده العمل، فالانتماء هو شعور داخلي تجعل المواطن يعمل بكل طاقته للارتقاء بوطنه والدفاع عنه، ويشغل بأهميته والولاء إليه واستشعار الفضل له<sup>(1)</sup>.

فالانتماء سر من أسرار الحياة، وأساس لاستمرارها، وإن فقدان الإنسان لانتمائه يجعله عالية على مجتمع، ومنبوذاً بين أقرانه، ومفتقداً لجودة حياته.

وانتماء المواطن غالباً والوحي بأنه يقتصر على الانتماء للوطن فقط، والواقع فإن الانتماء أعم وأشمل من ذلك، فالانتماء للأسرة والعمل والبيئة المحيطة، وكل ما هو في دائرته الصغرى، كلها أساس لانتمائه الأكبر نحو الوطن، والانتماء يستحيل أن يكون بقرار أو توجيه سواء من المواطن ذاته أو من المجتمع، لأنه غريزة حميدة يجب أن ننميتها بتحسين العلاقة بين الفرد ومحيطه، وبالتالي يكون كاملاً نحو الوطن، حيث لا تجد مواطناً يفتقد الانتماء لأسرته أو عمله أو بيئته الصغرى، ويكون منتمياً حقيقاً لبيئته الكبرى وهي الوطن<sup>(2)</sup>.

وبناء عليه يمكن القول أن مشاعر الانتماء والمواطنة لا تجدها بطاقة الهوية، وإنما شعور المواطن بأن المجتمع يتعامل معه بصفته منتهياً إليه، وبأنه مسئول عنه، ويعمل على تأمين حاضره ومستقبله، ولا يميز بينه وبين غيره من المواطنين، وعلى ذلك فإن الانتماء والمواطنة للمواطن الحد الأدنى من احتياجاته<sup>(3)</sup>.

## 7- قضايا الواجبات والالتزامات:

لقد أكدت مبادئ المواطنة على أنه هناك حقوقاً تمنح للمواطن، فيما يقابلها واجبات والتزامات تفرضها على مواطنيها اتجاه الدولة، وهذه المسؤوليات والالتزامات على المواطن تتفاوت حسب قوانين وعادات الدولة والمجتمع، وتتنوع الواجبات بتنوع الثقافات والديانات المتبعة، ومنها واجبات أخلاقية وقانونية وسياسية واجتماعية وعائلية وعقائدية، ومن الممكن تقسيم واجبات والتزامات المواطنة على المواطنين إلى مسؤوليات إلزامية تفرضها الدولة، ومسؤوليات يقوم بها المواطنين طوعية، حيث أن المسؤوليات الإلزامية تتمحور في<sup>(4)</sup>:

### 1- دفع الضرائب والالتزامات المالية للدولة.

(1) حسين موسى (2012): المواطنة وقيم المجتمع، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، ص84.

(2) عبير رضوان (2012): أزمة الهوية والثورة على الدولة، مرجع سابق، ص93.

(3) أحمد حجازي (2009): مرجع سابق، ص25.

(4) وسام صقر (2010): مرجع سابق، ص112.

2- الالتزام بالقوانين التي تفرضها الدولة.

3- الخدمة في الجيش إذا كانت الخدمة إلزامية وفق القوانين المتبعة.

إن المسئوليات الطوعية تكون دون التزام قانوني ولا يعاقب قانونياً من لم يقم بها، وتتمثل في:

1- المشاركة في تحسين الحياة السياسية والمدنية والاقتصادية والاجتماعية.

2- إظهار الالتزام والولاء السياسي للدولة.

3- العملي على النقد البناء الذي يساعد في النهوض بالمجتمع.

4- المشاركة من أجل تحسين نوعية الحياة السياسية والمدنية.

5- احترام حقوق الآخرين والدفاع عنها.

6- التصويت في الانتخابات والمشاركة في الفعاليات الوطنية والاجتماعية.

#### 8- قضايا الهوية الوطنية:

تشير الهوية الوطنية إلى مشاعر الحب والولاء التي تكمن في مفهوم المواطنة، بما يتطلب حب الوطن والانتماء إليه والفخر بالتراث والحضارة والانجازات الوطنية، ويرتبط التمسك بالهوية الوطنية والمعرفة التاريخية والجغرافية التي يمكن من خلالها تنمية المواطنة بما تتضمنها كل منها من قيم ومبادئ وخبرات تساعد على التكيف السليم مع المجتمع<sup>(1)</sup>.

#### 9- قضايا المشاركة السياسية:

تعتبر المشاركة السياسية من أهم القضايا المرتبطة بالمواطنة، فهي العملية التي من خلالها يلعب الفرد دوراً هاماً في الحياة السياسية لمجتمعه، وتكون لديه الفرصة لأن يشارك في وضع الأهداف العامة، ويتبع أفضل وسائل تحقيق إنجاز هذه الأهداف، كما تتضمن المشاركة السياسية إعطاء الحق الديمقراطي الدستوري لكافة أفراد المجتمع البالغين في الاشتراك في صورة منظمة في صنع القرارات السياسية التي تتصل بحياتهم على ألا تكون المشاركة السياسية قاصرة على إعطاء هذا الحق، ولكن تتضمن ممارسة هذا الحق ممارسة فعلية بعيداً عن عوامل الضغط والإجبار والإلزام على أن تظل في إطارها الديمقراطي الذي يتسم بالمسئولية الاجتماعية اتجاه الأحداث المجتمعة بحدود الشعور بحرية الفكرة، وحرية العمل، وحرية التعبير عن الرأي<sup>(2)</sup>.

(1) محمد الحرمل (2013): مرجع سابق، ص14.

(2) المشاركة السياسية للمرأة الفلسطينية (2007):، مؤسسة صوت المجتمع، قسم الدراسات والأبحاث، غزة، فلسطين،

وهناك عوامل تؤدي إلى غياب المشاركة السياسية أهمها غياب درجة الوعي السياسي الذي يفترض عدة متطلبات أهمها التعليم، الخبرة، الحرية الإعلامية المتمثلة في حق الحصول على المعلومات، كما يؤدي الفساد السياسي في غالبية الدول العربية إلى غياب المشاركة السياسية في الوطن العربي<sup>(1)</sup>.

## دور المواقع الإخبارية في تعزيز المواطنة:

أثبتت الدراسات العلمية أن المواقع الإخبارية تلعب دوراً مهماً في تعزيز مفهوم المواطنة في المجتمع، وترتبط حقوق المواطنة في المجال الإعلامي بحرية الإعلام، ويثير مفهوم حرية الإعلام قضايا عديدة مرتبطة بالحق في الاتصال، وما يتضمنه من الحق في تداول المعلومات، وحق المعرفة، والحق في حرية التفكير وإبداء الرأي والتعبير في المجال الإعلامي الجماهيري، والحقوق الرقمية في مجتمع المعلومات.

وتلعب المواقع الإخبارية دوراً هاماً في تفعيل ومشاركة المواطن في العملية السياسية وفي تقييم السلطة التنفيذية، وفي عملية صنع السياسات والقرارات من أجل خلق مجتمع ديمقراطي، فالحقوق المفتوحة للمواطنة على الصعيد الواقعي تدفع المواطن إلى المجتمع الافتراضي للتحصن بمواطنة جديدة يمارسون من خلالها الحقوق والواجبات التي يؤمنون بها وغير قادرين على ممارستها على أرض الواقع<sup>(2)</sup>.

وتظهر أهمية الدور التي تقوم به المواقع الإخبارية في تعزيز قضايا المواطنة كما يلي:

**1- التنشئة الاجتماعية:** تظهر أهمية المواقع الإخبارية في إكساب الفرد خصائص وسمات المجتمع الذي يعيش فيه وينتمي إليه، وتدعم بالتالي انتماءه إلى وطنه ومجتمعه، فالفرد يكتسب من خلال وسائل الإعلام قيم المجتمع ومعتقداته<sup>(3)</sup>، وبالتالي فإن المواقع الإخبارية تعمل على الترابط الاجتماعي من خلال تدعيم هذه القيم، وتحويل المجتمع إلى كيان واحد يؤدي دوره في خدمة الوطن، ويعمل على ترسيخ مفاهيم التكافل الاجتماعي، وتعزيز قيم المشاركة المجتمعية المرتبطة بالتنوع والتبرع والتنمية البشرية وغيرها<sup>(4)</sup>، وتعمل المواقع الإخبارية في إطار المدخل الاجتماعي يتطلع المجتمع إلى تحقيقها، والحاجات الفردية في تلبية احتياجات اجتماعية يتطلع المجتمع إلى

---

(1) مصطفى محمود (2004): الدافع السياسي العربي الراهن تشخيص لملامح الأزمة، حوليات عين شمس، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ص30.

(2) ثريا بدوي (2006): مرجع سابق، ص74.

(3) أحمد عبد الحميد (2010): مرجع سابق، ص27.

(4) محمد الحرمل (2013): مرجع سابق، ص40.

تحقيقها، والحاجات الفردية ذات الطابع الاجتماعي التي تسهم في تحقيق أهداف التواصل والانتماء والتماسك الاجتماعي<sup>(1)</sup>، وتكمن أهمية وسائل الإعلام في تحقيق الانسجام، والتفاعل بين أفراد المجتمع الذي يؤدي إلى تبادل المصالح المشتركة، والعمل بكل جدية من أجل المصلحة الخاصة والعامة<sup>(2)</sup>.

فالمواطنة لا تلغي عملية التنافس الاجتماعي، فهي تطبقه بضوابط الوطن ووحدته القائمة على احترام التنوع وليس على نفيه، الساعية بوسائل قانونية وسلمية للإفادة من هذا التنوع في تحسين قاعدة الوحدة الوطنية، فالدولة المدنية التي تخدم المواطن وتضمن كرامته، وتمنحه حرياته الأساسية هي التي تبلور مفهوم المواطنة، وتخرجه من إطاره النظري المجرد إلى حقيقة مجتمعي راسخة<sup>(3)</sup>.

**2- تعزيز الهوية الوطنية والثقافية:** حيث ارتبطت الهوية الوطنية بقيم وأفكار المجتمع ومعتقداته وتكمن أهمية تدعيمها من منطلق ارتباطها التام بالمجتمع، حيث أن التعدي على الهوية الوطنية يعتبر مساساً بقيم المجتمع وأفكاره، وتقوم وسائل الإعلام ومنها المواقع الإخبارية بدور كبير في نقل وحفظ الموروث الثقافي عبر الأجيال، ومع تطور المجتمعات أصبح الدور أكبر لوسائل الإعلام في هذا المجال<sup>(4)</sup>.

حيث تقوم المواقع بتعريف الأجيال بهذا الموروث المتمثل في تراث المجتمع الذي يعتبر أحد المحددات الأساسية للنظام الثقافي في المجتمع، كما تتفاعل وسائل الإعلام مع غيرها من المؤسسات الثقافية لإشراك الأفراد في الإطار القيمي لهذا المجتمع، فتبادل المعلومات وانتشار الأخبار وتفسيرها يساعد المواطن في إيجاد أساليب تفاعلية تتلاءم مع التراث الثقافي<sup>(5)</sup>.

**3- تشجيع الاقتصاد الوطني:** حيث تعمل المواقع الإخبارية على تشجيع المواطنين لاستغلال الموارد الاقتصادية، وتحقيق الزيادة في الإنتاج، وتفاعل المواطنين في الحوار الهادف لحل مشاكلهم الاقتصادية، وتوسيع رقعة الحوار المجتمعي حول الخطة الاقتصادية للدولة، والقيام بدوره في الحفاظ على الممتلكات العامة، ودفع الضرائب، وصيانة المال العام، وتعمل المواقع الإخبارية على توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم الاقتصادية كمستهلكين<sup>(6)</sup>.

(1) محمد عبد الحميد (2004): مرجع سابق، ص40.

(2) محمد الحرمل (2013): مرجع سابق، ص25.

(3) وليد سيدهم (2007): المواطنة عبر العمل الاجتماعي والعمل المدني، الهيئة المصرية للكتاب، مكتبة الأسرة، القاهرة، ص270.

(4) حسن مكاوي، ليلي السيد (2009): مرجع سابق، ص71-72.

(5) محمد الحرمل (2013): مرجع سابق، ص22.

(6) محمد الحرمل (2013): المرجع السابق نفسه، ص36-37.

4- **تعزيز مفاهيم الديمقراطية:** تعمل المواقع الإخبارية على تعزيز مفاهيم الديمقراطية الحقيقية، وتوعية المواطنين بحقوقهم السياسية والاجتماعية، وغرس قيم الديمقراطية لدى القائمين بالاتصال في المؤسسات المختلفة، وهنا يجدر الإشارة إلى ضرورة إثارة الوعي بأسبقية الديمقراطية، والنضال من أجل تأسيس فكرة المواطنة وفقاً للقانون والدستور، وأن تمارس فعلياً لأنه ليس هناك ديمقراطية بدون مواطنة حقيقية<sup>(1)</sup>.

ولحدوث الديمقراطية لابد أن تعمل وسائل الإعلام على توعية المواطن الفلسطيني بضرورة تعدد الاتجاهات السياسية، فالخلاف في الرأي يعد وسيلة لاكتشاف الحل الصحيح، والانفراد بالرأي هو الوسيلة لارتكاب الأخطاء، فتعدد الاتجاهات وتعدد الآراء ضرورة لديمقراطية حقيقية في فلسطين<sup>(2)</sup>.

5- **التمكين والمشاركة في المجتمع المحلي:** حيث يشير التمكين إلى توسيع القدرات والمواهب للناس كي يشاركوا في التفاوض، وتساعد المواقع الإخبارية على التأثير في المنظمات الأهلية، وتجعلها أكثر استجابة لاحتياجات المواطنين، وتعتبر المشاركة من أهم العوامل الذي يلعب من خلالها الفرد دوراً هاماً في الحياة السياسية والاجتماعية للمجتمع، ولكي تكون المشاركة فعالة يجب أن يتوفر للأفراد فرصاً متساوية لطرح همومهم ومطالبهم، والتعبير عن الخيارات المفضلة لديهم في عملية صنع القرار، وتؤدي المواقع الإخبارية لتعزيز التمكين والمشاركة من أجل العمل للصالح العام، وحب العمل مع الآخرين، وزيادة الشعور بالانتماء، والإسهام في تنمية المجتمع<sup>(3)</sup>.

### المجتمع الفلسطيني والمواطنة:

خصوصية الوضع الفلسطيني الذي يقع تحت الاحتلال تجعل من دراسة التحولات الديمقراطية وقيام المجتمع بمسئوليته وواجباته أمراً مهماً، وإن الباحث في الشأن الفلسطيني يجب أن يعرف أن وضع الديمقراطية وحقوق الإنسان والمواطنة تتم في حالة مختلفة لا تتكرر في مناطق أخرى تتمثل في حالة التعايش ما بين سلطة وطنية واحتلال عسكري، فإن السلطة الفلسطينية لا تتمتع بسيادة كاملة علي أراضيها، كما أن صلاحياتها المدنية والأمنية ليست مكتملة، ولهذا فإن بعض الصلاحيات لا تصلح كمؤشرات علي تطبيق مفاهيم المواطنة، وعملية التحول الديمقراطي لأنها لا تتكرر من قبل مؤسسات فلسطينية، فمثلاً لا يمكننا اعتبار حرية التنقل والحركة داخل مناطق السلطة الفلسطينية

(1) ربا بدوي (2006): مرجع سابق، ص 77.

(2) مصطفى محمود (2004): حوليات عين شمس، مرجع سابق، ص 40.

(3) منى خليل (2011): رأس المال الاجتماعي وتفعيل ثقافة المواطنة في منظمات المجتمع المدني، كلية الخدمة

الاجتماعية ورسم التخطيط الاجتماعي، جامعة حلوان، ص 1380.

وخارجها مؤشراً علي تطبيق الحريات العامة لأنه يتأثر، ومثل كل شيء بالسياسات الإسرائيلية وليست الفلسطينية من خلال إقامة المئات من الحواجز في الطرقات<sup>(1)</sup>.

غيرت الأحداث المتعاقبة التي مرّت بها القضية الفلسطينية من ملامح الحياة للمواطن الفلسطيني الذي بات مجبراً للتعايش مع الوضع القائم منذ النكبة عام (1948) وحتى يومنا هذا، حيث عدم الاستقرار والانقسامات السياسية والجغرافية والاجتماعية، فالنكبة حولت المجتمع الفلسطيني إلى مجتمعات متناثرة يخضع كل منها لظروف سياسية واجتماعية وقانونية مغايرة للآخر.

فقبل النكبة وبالرغم من ظروف الاحتلال كان المجتمع الفلسطيني أسوة ببقية المجتمعات العربية يعرف درجة من الانسجام والاستقرار المجتمعي، ولكن بعد النكبة تناثر وتوزع الشعب في المنافي ومن بقي في حدود فلسطين التاريخية، وخضع قسراً إما لسلطة دولة الاحتلال أو لنظم سياسية أثرت بشكل أو بآخر على خصوصيته الاجتماعية والثقافية<sup>(2)</sup>.

فقد حاول الفلسطيني الحفاظ على هويته وقا تل من أجل ذلك، إلا أن ظروف الغربة والتهمير وفقدان السيادة كان لها الواقع الكبير في بروز التدخلات العربية والإسلامية تحت عناوين مختلفة، كالبعد القومي للقضية الفلسطينية والبعد الإسلامي.

وأكد ذلك من خلال ميثاق منظمة التحرير الفلسطينية الذي يعتبر العنوان الأول للفلسطينيين، حيث تضمن حرية الرأي والتعبير، والمساواة بين المواطنين، وكان ذلك أيضاً في إعلان الاستقلال في العام (1988) الذي شدّد على المشاركة السياسية، وحرية الرأي والتعبير، والتعددية، فقد نص إعلان الاستقلال الصادر عن الدورة التاسعة عشر للمجلس الوطني الفلسطيني في الجزائر عام (1988) على أن دولة فلسطين هي للفلسطينيين أينما كانوا، يطورن هويتهم الوطنية والثقافية، ويتمتعون بالمساواة الكاملة في الحقوق، وتضان فيها معتقداتهم الدينية والسياسية، وكرامتهم الإنسانية في ظل نظام ديمقراطي برلماني، يقوم على أساس حرية الرأي والتعبير، وحرية تكوين الأحزاب، ورعاية الأغلبية حقوق الأقلية، واحترام الأقلية قرارات الأغلبية، وعلى العمل الاجتماعي والمساواة، وعدم التمييز في الحقوق العامة على أساس العرق أو الدين، أو اللون، أو بين الرجل والمرأة في ظل دستور يؤمن سيادة القانون والقضاء المستقل<sup>(3)</sup>.

(1) خليل الشفاقي وآخرون (2007): مرجع سابق، ص 25.

(2) إبراهيم أبراش (2015): صناعة الانقسام الفلسطيني - النكبة الفلسطينية القانونية، دار الجندي للنشر والتوزيع، القدس، فلسطين، ص 11.

(3) أحمد قريع (2006): الديمقراطية والتجربة البرلمانية الفلسطينية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، ص 33.



كذلك حالة الانقسام الجغرافي والسياسي بين الضفة الفلسطينية وقطاع غزة أثر بشكل كبير على حياة المواطن الفلسطيني الذي بات يحاول أن يحافظ على قضيته الأم وحقه في إقامة دولته، وبين حالة الانقسام والاختلاف الداخلي الفلسطيني في ظل عمليات إسرائيلية مشتتة جغرافياً واجتماعياً وسياسياً وثقافياً، فهو يعيش في مجتمعات مختلفة عما يعيشه بقية أقرانه في الدول العربية.

وهكذا أدت النكبة بالإضافة إلى قيام دولة إسرائيل إلى وجود مجتمعات متعددة يقوم كل منها حسب ظروفه الخاصة، بما يستطيع للحفاظ على قيم وعادات وهوية المجتمع الفلسطيني، وهذه التجمعات:

### 1- المجتمع الفلسطيني تحت الاحتلال:

ويقصد بهم المقيمون في فلسطين قبل النكبة عام (1948)، وهم الفلسطينيون الذين بقوا متمسكين بأرضهم، ولم تتمكن القوات الصهيونية من إخراجهم من مدنهم وقراهم في الوطن السليب، وهؤلاء هم الذين يطلق عليهم "عرب إسرائيل" أو "فلسطينيو 48"، وتعتبرهم إسرائيل أقلية عربية، حيث كان مجموع الفلسطينيين قبل عام (1948) حوالي (1,200,000) نسمة، ثم تهجر حوالي (850,000)، وبقي (350,000) في المناطق التي أعلن عليها قيام الدولة العبرية، وشكلوا حوالي (18%) من السكان، ويقدر عددهم الآن أكثر من مليون فلسطيني<sup>(1)</sup>.

ومنذ النكبة وحتى يومنا هذا يتعرض الفلسطينيون داخل دولة الاحتلال إلى أشكال متعددة من التمييز العنصري والاضطهاد الممنهج، وعدم المساواة بينهم وبين اليهود، وعملت الأكترية اليهودية المسيطرة على الحكم في إسرائيل على إصدار وسن القوانين التي تمس بالأقلية العربية، كذلك التصريحات العنصرية من قبل المسؤولين والنخب السياسية والاقتصادية الإسرائيلية<sup>(2)</sup>.

وقد أصدرت اللجنة القطرية لرؤساء السلطات المحلية العربية في إسرائيل سنة (2006) وثيقة حول التصور المستقبلي للعرب الفلسطيني في إسرائيل، أكدت فيها ألا يمكن تصنيف دولة إسرائيل على أنها ديمقراطية تمنح كافة مواطنيها مساواة في الحقوق والواجبات، فهي تمنح الأقليات مساواة جزئية محدودة، وتشرك أعضائها بشكل محدد في الحياة السياسية والاجتماعية والإعلامية بشمل محدود في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والإعلامية، مع ضمان الحفاظ على هيمنة الأغلبية وهامشية الأقلية، وحسب الوثيقة فالعرب الفلسطينيون في إسرائيل غير راضين عن مكانتهم

---

(1) إبراهيم أبراش (2015): صناعة الانقسام الفلسطيني - النكبة الفلسطينية القانية، دار الجندي للنشر والتوزيع، القدس، فلسطين، ص12.

(2) هليل كوهين (2002): الغائبون الحاضرون - اللاجئون الفلسطينيون في إسرائيل منذ عام 1948، مركز دراسات المجتمع العربي في إسرائيل، القدس، فلسطين، ص127-139.

الاجتماعية، ففي الوقت الذي يحافظون فيه على هويتهم الفلسطينية يتطلعون إلى تحقيق المواطنة الكاملة في الدولة ومؤسساتها، وتحقيق إدارة ذاتية مؤسساتية تضمن لهم حق إدارة شؤونهم الخاصة كمواطنين في مجالات التعليم والثقافة والدين، بالإضافة إلى سعيهم لتحقيق المساواة مع الأغلبية اليهودية<sup>(1)</sup>.

وبالرغم من كل محاولات الاحتلال الإسرائيلي لطمس الهوية الفلسطينية، إلا أن الهوية قد حفظت ليس فقط لدى أبناء الجيل الأول من المواطنين الذين بقوا في أرضهم أيضاً إنما لدى أبنائهم وأحفادهم، وهذا يدل على أن الهوية الفلسطينية بقيت دفيئة في صدور أبنائها طوال هذه السنين<sup>(2)</sup>.

كذلك يجب التنويه على وجود تباين داخل المفهوم الصهيوني بين اليمين واليسار على وجود المواطنين الفلسطينيين داخل الدولة اليهودية، إلا أنهم متفقون على عدم قبولهم بتمسك المواطنين العرب بالهوية الفلسطينية وممارستها، ولا يقبلان أي مساس بالهوية اليهودية للدولة، ولا يتعاملان مع انتماء عرب الـ 48 القومي كواقع يجب احترامه وتقبله، بل كمشكلة يجب معالجتها إما بالقمع أو الترويض، وكل محاولاتهم باءت بالفشل مع تمسك المواطن الفلسطيني بهويته العربية الفلسطينية، ومواجهة الآلة الإسرائيلية التي تحاول طمس هويته<sup>(3)</sup>.

## 2- المجتمع الفلسطيني في قطاع غزة والضفة الغربية:

يتميز قطاع غزة عن بقية أماكن التجمع الفلسطيني بأنه حمل الهوية الفلسطينية، دون تعرض لتهديد من هوية أو سيادة دولة أخرى، فبعد حرب (1948) تم وضع القطاع تحت إشراف حاكم عسكري مصري دون أن يلحق القطاع إدارياً أو سياسياً بمصر، هذا الوضع مكّن الفلسطينيين في القطاع من التحرك السياسي بحرية أكبر، كما أن المجتمع في القطاع حافظ على خصوصيته وعاداته وتقاليدته دون أي تشويه أو تهديد، ولكن الضفة الغربية وبعد توقيع اتفاقيات الهدنة مع إسرائيل تم انضمامها إلى المملكة الأردنية، أصبحت الضفة الغربية جزءاً من الدولة الأردنية، خاضعة لسيادتها، وكان لذلك الأثر في اندماج المواطنين الفلسطينيين في الحياة الأردنية، ولكنهم حافظوا بالقدر المعقول على خصوصياته<sup>(4)</sup>.

---

(1) مأمون كيوان (2010): فلسطينيون في وطنهم لا دولتهم، دراسة في أوضاع الفلسطينيين في الأرض المحتلة سنة

1948، مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، بيروت، لبنان، ص 91-102.

(2) هليل كوهين (2002): مرجع سابق، ص 162.

(3) مأمون كيوان (2010): مرجع سابق، ص 314.

(4) إبراهيم أبراش (2015): صناعة الانقسام الفلسطيني، مرجع سابق، ص 13.

### 3- المجتمع الفلسطيني في الشتات:

وهم المواطنون الفلسطينيون الذين سكنوا البلاد العربية وغير العربية بعد تهجيرهم بسبب النكبة (1948)، والنكسة عام (1967)، وأطلق عليهم اللاجئون الفلسطينيون، ويختلف الحال في الدول العربية التي يعيش فيها اللاجئون الفلسطينيون عنه في الدول الغربية، إذ أن وجود الديمقراطية النسبية في الدول الغربية قد أتاح نشوء منظمات الشعب الفلسطيني في هذه الدول ضد تشكيلة ديمقراطية نسبية، أما في الدول العربية فإن الشعب الفلسطيني قد منح من الكثير من حقوقه الأساسية. وفي الأردن مثلاً يُمنح أبناء الشعب الفلسطيني المعتمدون هناك من إبراز انتمائهم الفلسطيني أو تشكيل أية هيئات فلسطينية، مما يعتبر متناقضاً مع المواطنة الأردنية المفروضة عليهم، أما في باقي الدول العربية فالفلسطينيون يعيشون في وضع يتراوح بين الحرمان من الحقوق المدنية والسياسية كما في لبنان، وبين منحهم الحقوق المدنية مع الحفاظ على هويتهم السياسية الفلسطينية كسوريا، ويتضح من ذلك أن مظاهر ممارسة الديمقراطية إلى حد كبير معدومة في أماكن تواجد الفلسطينيين في الشتات، والسبب يعود إلى العوامل العربية التي تعرقل حصول الفلسطينيين على حقوقهم<sup>(1)</sup>.

### التحديات التي تواجه المواطنة في فلسطين:

#### 1. التحديات السياسية:

والملاحظ من الواقع الفلسطيني أن هناك تأثير كبير من العوامل الخارجية، وتأثيرها على الحياة السياسية الفلسطينية، وخاصة تلك المرتبطة بالنخب ذات النفوذ، ويتمثل تأثير العوامل الخارجية على تلك النخب وثقافته السياسية في أنها مساعدة في تعزيز نزاعات وتوجهات قمعية وإقصائية لدى مختلف شرائح المجتمع، وقد ترتب على ذلك تعزيز مجموعة من القيم والتقاليد السلمية التي تتنافى مع المواطنة الصالحة، والعمل على إقصاء الآخرين وتضييق حيز التسامح السلمي الأصلي<sup>(2)</sup>.

ومن التحديات السياسية التي تواجه المجتمع الفلسطيني، غياب دولة القانون وعدم وجود الإصلاحات الديمقراطية، بحجة التعبئة ضد الاحتلال، وحالت هذه العوائق دون تكريس قيم ومبادئ المواطنة<sup>(3)</sup>.

---

(1) وليد سالم (2000) المسألة الوطنية- الديمقراطية في فلسطين، مواطن، المؤسسة الفلسطينية لدراسة الديمقراطية،

ناديا للطباعة والنشر والتوزيع، رام الله، ص41.

(2) وسام صقر (2010): مرجع سابق، ص98.

(3) سيد ولد يب (2012): مرجع سابق، ص164.

## 2. التحديات الاقتصادية:

يعتبر الواقع الفلسطيني مختلفاً عن نظيره من الدول العربية الأخرى، حيث يتأثر بشكل كبير بالمساعدات المالية التي تقدمها الدول المانحة للسلطة الفلسطينية، ليس فقط للمشاريع الإنمائية بل أيضاً لدفع رواتب العاملين في القطاع الخاص، فكلما كانت ميزانية السلطة مرتبطة بمصالح والتزامات خارجية كلما كانت هذه السلطة أقل استعداداً للتجاوب مع المطالب الداخلية للمواطن الفلسطيني، وبسبب أن ميزانية السلطة غير قائمة أساساً على ضرائب ورسوم وجمارك يدفعها المواطن مباشرة للسلطة، ولذلك لم تكمن السلطة على استعداد كبير لأخذ احتياجات هؤلاء المواطنين بعين الاعتبار عند وضعها سياستها، كما أنه كلما كان المواطن هو مصدر ميزانية السلطة كلما حسّ بضرورة مطالبة الدولة باستخدام أمواله بالطريقة التي يريد، فيزيد من مشاركته السياسية<sup>(1)</sup>.

## 3. التحديات الإعلامية:

لقد عانى الإعلام الفلسطيني الوليد من أشكال غياب الموضوعية والمهنية في عمله لسنوات تسبب مجموعة من العوامل أبرزها سطوة النخب السياسية الفلسطينية على هذا الإعلام، ونقص الكوادر والكفاءات الإعلامية المتخصصة، حيث كان التعيين في وسائل الإعلام وفق معايير وأسس حزبية وسياسية، كما عملت السلطة الفلسطينية منذ تأسيسها بمكوناتها السياسية والأمنية على السيطرة على الإعلام والتحكم به من خلال القوانين والتعليمات، كما أن ظهور إذاعات ومحطات تلفزة خاصة بالأحزاب ساعد في عمليات التحريض الإعلامي أثناء الخلافات بين الأحزاب الفلسطينية<sup>(2)</sup>.

ومن الواضح أن غياب الأسس المهنية في تعيين الموظفين والإعلاميين والصحافيين في المؤسسات الإعلامية، وتبعية هذه المؤسسات للأحزاب أو الفصائل أو للسلطة الحاكمة تنعكس بصورة مباشرة أو غير مباشرة على نوعية التغطية للأحداث وتساهم في تعزيز الانقسام، وبث روح التفرقة مما يتنافى مع مبادئ وقيم المواطنة، وقد لعبت وسائل الإعلام الفلسطينية دوراً سلبياً في تحفيز الانقسام الداخلي، وتأجيج حدته وشراسته خدمة للأهداف الحزبية والسياسية الضيقة، واتسم الأداء الإعلامي للعصبية الحزبية والقبلية أدى ذلك إلى الاستبداد السياسي القائم على إنكار الآخر، والتعصب لبرامج معينة.

(1) خليل الشقاقي (2007): مرجع سابق، ص 21.

(2) منتصر حمدان (2012): دور الإعلام الفلسطيني في تعزيز الانقسام، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات

الإعلامية، رام الله، فلسطين، ص 36

#### 4. التحديات الثقافية:

لم يستطع أعداء الشعب الفلسطيني الاستمرار في الاحتلال العسكري لبعض المناطق الفلسطينية فخرجوا منها، ولكنهم لم يوقفوا حربهم من خلال فرض الأفكار الاقتصادية والسياسية، كما عملت بعض الدول لفتح مدارس غربية في فلسطين، كما حاولوا عن طريق الفضائيات والإذاعات بث بعض الأفكار في عقول الشباب الفلسطيني، كما يعاني أبناء الشعب الفلسطيني داخل الخط الأخضر من سياسيات ممنهجة للتأثير على ثقافتهم ومعتقداتهم وعاداتهم، وهذا ما نجده واضحاً في انتشار بعض الثقافات الإسرائيلية بين أوساط المجتمع الفلسطيني داخل إسرائيل مثل الملابس، وقصات الشعر وغيرها<sup>(1)</sup>.

#### أثر الانقسام الفلسطيني علي المواطنة:

تعتبر المواطنة بقيمتها ومفاهيمها ومبادئها أساس قيام الدولة في العصر الحديث، وهي بمثابة عقد قانوني بين المواطن والدولة، والتي تتضمن حقوقاً للفرد وواجبات يؤديها للدولة والمجتمع، لذلك يجب أن يكون هناك نظام سياسي يتمتع بالسيادة الداخلية والخارجية، وفي ظل وجود صراعات داخلية مسلحة كانت أو غير مسلحة، وعدم استقرار النظام السياسي، نجد بأن المواطنة بمفاهيمها تكون معتلة، حيث لا يستطيع أن تنمو في ظل عدم قدرة النظام السياسي من الحصول علي سيادته والقيام بمهامه، والمتتبع للوضع الداخلي الفلسطيني بدءاً من نشوء الأزمة السياسية بعد فوز مرشح حركة فتح محمود عباس في الانتخابات الرئاسية، وفوز حركة حماس بأغلبية في المجلس التشريعي، وصولاً إلى الانقسام السياسي، فقدت المواطنة الفلسطينية أهليتها وقيمتها وخصائصها في ظل هذا الانقسام، وأبناء هذه الأزمة تفرق المجتمع الفلسطيني بين مؤيد ومعارض للنهج السياسي للأطراف المتصارعة، وبدأت لغة الفرقة والاختلاف تسود علي لغة المنطق والعقل، وبالتالي أدي انقسام المجتمع الفلسطيني بين طرفي النزاع بمثابة انقسام حول المرجعية التي تقوم عليها أسس المواطنة، وأدت هذه الأحداث إلى الوصول إلى مرحلة الانقسام السياسي المتمثل بإقالة الحكومة التي شكلتها حركة حماس، وإعلان حالة الطوارئ في الضفة الغربية وغزة، وأوقفت مهام المجلس التشريعي في شطري الوطن، وهو ما يعني عدم وجود جهات مسئولة لمنح المواطن حقه، وأيضاً التزام المواطنين بواجباتهم فبدأت الجهات المسيطرة علي شطري الوطن، وباتت كل جهة من طرفي الانقسام تحكم في بقعة جغرافية ورؤيتها وفقاً لمصالحها السياسية والأمنية.

وقد انعكست حالة الانقسام التي تعيشها الساحة الفلسطينية سلباً علي الفلسطينيين في الداخل الفلسطيني والضفة الغربية وقطاع غزة، حيث تتخذ سلطات الاحتلال الإسرائيلي ذلك ذريعة لعدم

(1) حسين موسى (2012): المواطنة وقيم المجتمع، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، مصر، ص92.

إعطاء الفلسطينيين حقوقهم تحت عنوان وجود حكومتين وسلطتين واحدة في رام الله وأخرى في غزة، كما أن الانقسام أثر سلباً على الفلسطينيين في الشتات، حيث أثقل كاهل اللاجئين الفلسطينيين المتمسكين بحق العودة والرافضين للتوطين، خصوصاً خلال مطالبهم بحقوقهم، كما هو الحال في لبنان حيث لم تثمر الجهود خلال القوة السابقة عن تشكيل مرجعية ووفد فلسطيني مشترك للمطالبة بالحقوق المعيشية والاجتماعية، مما أثر على مجريات الحياة لهم<sup>(1)</sup>.

وقد ساعد الانقسام في تقليص مساحات الحريات والحقوق، مما أدى إلى غياب الشفافية والمساءلة والمشاركة السياسية، وأدى ذلك إلى حالة من انعدام الثقة بالنظام السياسي القائم، وانعدام الشعور بالتأثير في مجريات الأحداث، مما ترتب عليها حالة من الرغبة في الانعزال وعدم المشاركة في الفعاليات وانتاب فئات كثيرة من الشعب الإحباط، وقد اختفت العديد من القيم المواطنة كالتسامح وتوفر روح المبادرة، وفي ظل تعدد المرجعيات والانقسام الجغرافي والسياسي بين الضفة الغربية وغزة فقد المجتمع الفلسطيني الإحساس بالهوية، مما يترتب عليه رغبة كبيرة في أوساط الشباب بالهجرة وخصوصاً في غزة.

وقد سادت حالة من انعدام التوجه نحو النظام السياسي، مما عكس حالة من فقدان المعني الحقيقي للانتماء الولاء للوطن، حيث أصبح الولاء حزبياً أكثر منه وطنياً، مما عكس فقدان العديد من قيم المواطنة السائدة في المجتمع كالمشاركة والجماعية والإحساس بالهوية، خاصة في ظل انعدام التمتع بالحقوق والتمييز بين المواطنين علي أساس عائلي وحزبي.

تمثل هذه النزاعات والاختلافات الداخلية سواء كانت مسلحة أو أيديولوجية إلى تفويض المواطنة، وتعرقل بناء مجتمع مبني علي المساواة والحقوق، كما تعمل علي تقييد الحريات والتي تعد من الأعمدة الأساسية لبناء مواطنة فاعله وصحيحة<sup>(2)</sup>.

ومما لاشك فيه أن الانقسام الداخلي أثر بشكل كبير علي مبادئ وقيم المواطنة في فلسطين، وتعد قضية إعادة ترتيب الوضع الداخلي الفلسطيني من أكثر القضايا الراهنة هيمنة وإحاحاً على الساحة الفلسطينية، وذلك للخروج من حالة الفردية والعزلة والانشقاق الذي يعاني منه النظام السياسي الفلسطيني<sup>(3)</sup>.

---

(1) هيثم زعيتر (2013): فلسطين دولة، الفرات للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ص266.

(2) وسام صقر (2010): مرجع سابق، ص122.

(3) شيرين الطناني (2010): دور التنظيمات السياسية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي لدي طلبة الجامعات في

قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، ص60.

وعلى الرغم من أن الأزمة التي نصطدم بها اليوم، تواجهنا أينما توجهنا من خلال العقبات الخارجية والداخلية، فإن الإحباط واليأس في حالة طارئة لا يمكن أن يشكل خياراً للبقاء كما يريد الحرية والحياة المستمرة، وبالتالي لن يتبقي لنا سوى التأكيد على رفض الواقع، بل والصراع لتغييره على اعتبار أن الأزمات زائلة، وأن التغيير سنّة التاريخ الذي تصنعه الشعوب<sup>(1)</sup>.

ويرى الباحث بأن الخروج من هذه المرحلة يحتاج من كافة القوي الفلسطينية لعقد حوارات معمقة للبحث عن أسباب الاختلاف، وتقديم الحلول على أسس وطنية تكفل المصلحة العامة قبل المصالح الحزبية الضيقة، مما يضمن تحقيق الوحدة الوطنية مراجعة سياسية شاملة للأوضاع الداخلية، والتوافق على قضايا النضال الفلسطيني من أجل إنهاء الاحتلال الإسرائيلي، وإقامة الدولة الفلسطينية وعاصمتها القدس الشريف.

---

(1) هاني لبيب (2004) المواطنة والعولمة، دار الشروق، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، ص14.

## الخلاصة:

بعد سرد الباحث خلال هذا الفصل الجوانب المتعلقة بالمواطنة يتضح بأنها مفهوم قانوني في المقام الأول، اقترن مفهومها أو ما يدل عليه من مصطلحات عبر التطور التاريخي له بإقرار المساواة بين المواطنين، وارتبط مفهوم المواطنة بحق ممارسة المشاركة في الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية، والمشاركة الفعالة في اتخاذ القرارات، وتولي المناصب العامة، فضلاً عن المساواة أمام القانون، وقد مرّ مبدأ المواطنة عبر التاريخ بمحطات مهمة نما فيها مفهوم المواطنة حتى وصل إلى دلالاته المعاصرة.

وحاول الباحث من خلال هذا الفصل الحديث عن ارتباط مفهوم المواطنة بالجنسية لما له من أهمية كبيرة من وجهة نظر الباحث، وكذلك ارتباطه بالوطنية، وحاول أيضاً الباحث التوسع في شرح جوانب عدة من جوانب المواطنة، ومنها صور وأشكال المواطنة، وسماتها، وشروطها، ومجالاتها. كما قام الباحث بالشرح التفصيلي لقضايا المواطنة المتمثلة في قضايا الحقوق الأساسية، قضايا المشاركة المجتمعية، قضايا الحريات، قضايا الديمقراطية، قضايا المصالحة المجتمعية والسياسية، قضايا الانتماء، قضايا الواجبات والالتزامات، قضايا الهوية الوطنية، قضايا المشاركة السياسية، وتعتبر هذه القضايا من أهم القضايا والتي كانت بارزة بشكل كبير في تحليل مضمون المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية من خلال تغطيتها للأحداث. وسعى الباحث على توضيح دور المواقع الالكترونية الإخبارية في تعزيز المواطنة من خلال التنشئة الاجتماعية، وتعزيز الهوية الوطنية والثقافية، وتشجيع الاقتصاد الوطني، وتعزيز مفاهيم الديمقراطية، والتمكين والمشاركة في المجتمع المحلي.

كما تطرق الباحث للمجتمع الفلسطيني والمواطنة كونه مقسم جغرافياً وسياسياً، وحاول الباحث قدر الإمكان تفصيل مكونات المجتمع المتمثل في الأراضي المحتلة عام (1948)، والمجتمع الفلسطيني المتواجد في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس، والمجتمع الفلسطيني المهجر في الشتات، وتحدث الباحث عن تعاظم المواطنين الفلسطينيين مع قضايا المواطنة والتحديات التي يواجهونها، وأثر الانقسام على المواطنة في فلسطين.



## **الفصل الخامس**

### **النتائج المتعلقة بالدراسة التحليلية**

## الفصل الخامس

### النتائج المتعلقة بالدراسة التحليلية

#### مقدمة:

يتناول هذا الفصل نتائج تطبيق استمارة الدراسة التحليلية المتمثلة في تحليل مضمون المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة، وهي الموقع الالكتروني لوكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا، والموقع الالكتروني لوكالة معاً الإخبارية الفلسطينية، والموقع الالكتروني لوكالة فلسطين برس للأنباء، والموقع الالكتروني لوكالة فلسطين الآن الإخبارية، حيث يقوم الباحث باستعراض النتائج المتعلقة بالتحليل وتفسيرها، وربطها بنتائج الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع.

## النتائج المتعلقة بالدراسة التحليلية:

قام الباحث ببناء استمارة الدراسة التحليلية، وذلك لتطبيقها على عينة الدراسة من المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية.

وقد تكونت هذه الاستمارة من (11) فئة، وهي كالآتي:

جدول رقم (4):

### مكونات الاستمارة التحليلية

رتبة الفئة	عنوان الفئة	عدد الخيارات
الأول	نوعية الموضوع	7
الثاني	الاتجاه	3
الثالث	قضايا المواطنة	12
الرابع	أشكال عرض المادة والإمكانات التفاعلية المصاحبة لها	11
الخامس	العناصر المصاحبة للمادة الإعلامية	16
السادس	أسلوب العرض	11
السابع	الوسائط المتعددة المتضمنة في المادة الإعلامية Multimedia	11
الثامن	مصادر المادة الإعلامية	35
التاسع	شكل المادة الإعلامية	10
العاشر	الشخصيات المحورية	18
الحادي عشر	الموقع الجغرافي للمادة المنشورة	6
	المجموع	140 اختيار

وقد راعى الباحث في صياغة عبارات الاستمارة الأمور التالية:

- 1- الوضوح.
- 2- الاختصار.
- 3- تناول العبارات بجانب واحد من جوانب الموضوع.
- 4- تجنب صياغة العبارات بطريقة نفي النفي.

## إجابة التساؤل الأول:

ينص التساؤل الأول على ما يلي: ما حجم تغطية المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية لقضايا المواطنة من إجمالي التغطية العامة في الموقع؟

جدول رقم (5):

التكرارات والنسب المئوية لحجم تناول قضايا المواطنة في المواقع الإلكترونية الإخبارية

النسبة المئوية	إجمالي التغطية العامة	حجم تناول قضايا المواطنة	البيان
61.50%	782	481	موقع فلسطين الآن
58.33%	792	462	موقع وكالة فلسطين برس للأخبار
53.05%	884	469	موقع وكالة معاً الإخبارية
41.34%	716	296	موقع وكالة الأنباء الفلسطينية "وفا"
53.81%	3174	1708	المجموع

يلاحظ من الجدول رقم (5) ما يلي:

- احتل موقع فلسطين الآن المرتبة الأولى فيما يتعلق بتغطية المواد الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية بواقع (481) مادة إعلامية من أصل (782) مادة إعلامية، ونسبة مئوية قدرها (61.50%).
- فيما احتل موقع وكالة فلسطين برس للأخبار المرتبة الثانية فيما يتعلق بتغطية المواد الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية بواقع (462) مادة إعلامية من أصل (792) مادة إعلامية، ونسبة مئوية قدرها (58.33%).
- كما احتل موقع وكالة معاً الإخبارية المرتبة الثالثة فيما يتعلق بتغطية المواد الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية بواقع (469) مادة إعلامية من أصل (884) مادة إعلامية، ونسبة مئوية قدرها (53.05%).
- كما احتل موقع وكالة الأنباء الفلسطينية المرتبة الأخيرة فيما يتعلق بتغطية المواد الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية بواقع (296) مادة إعلامية من أصل (716) مادة إعلامية، ونسبة مئوية قدرها (41.34%).
- ومن جانب آخر احتل موقع وكالة معاً الإخبارية المرتبة الأولى في حجم التغطية العام للأحداث والقضايا بواقع (884) مادة إعلامية من أصل (3174) مادة إعلامية، ونسبة مئوية قدرها (27.85%).

- واحتل موقع وكالة فلسطين برس للأخبار المرتبة الثانية في حجم التغطية العام للأحداث والقضايا بواقع (792) مادة إعلامية من أصل (3174) مادة إعلامية، وبنسبة مئوية قدرها (24.95%).
- فيما احتل موقع فلسطين الآن المرتبة الثالثة في حجم التغطية العام للأحداث والقضايا بواقع (782) مادة إعلامية من أصل (3174) مادة إعلامية، وبنسبة مئوية قدرها (24.63%).
- واحتل موقع وكالة الأنباء الفلسطينية "وفا" المرتبة الأخيرة في حجم التغطية العام للأحداث والقضايا بواقع (716) مادة إعلامية من أصل (3174) مادة إعلامية، وبنسبة مئوية قدرها (22.56%).

يرى الباحث من خلال نتائج الجدول السابق عدة أمور مهمة يجب الوقوف عندها، وهما:

- أولاً: حجم التقارب الكبير بين التغطية الإخبارية للمواقع الإخبارية للمواقع الإلكترونية الإخبارية في مختلف القضايا، مما يشير أن غالبية القضايا يتم تغطيتها من كافة المواقع الإخبارية رغم توجهاتها أو بزاوية تناولها، وعلى الرغم أن وكالة معاً كان لها النصيب الأكبر في التغطية العامة بسبب اهتمامها بقضايا عربية ودولية ورياضية أكثر من المواقع الأخرى.
- ثانياً: أن نسبة تغطية قضايا المواطنة متقاربة بين وكالتي فلسطين برس وفلسطين الآن الحزبيتين، وهذا مؤشر بأن الإعلام الحزبي يهتم بقضايا المواطنة بشكل أكبر من غيره، ويرى الباحث أن تفاعل الأحزاب مع القضايا السياسية والأمنية والاقتصادية يشكل مادة إعلامية دسمة للمواقع في خدمة أهدافها أثر بشكل ملفت على التغطية الإخبارية.
- ثالثاً: إن وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية كانت أقل وكالة في تغطيتها لقضايا المواطنة، ويرجح الباحث أن هذه النسبة ناتجة عن عدم خوض الوكالة في تغطية العديد من الفعاليات والتصريحات الخاصة بالأحزاب المعارضة كحماس والجهاد الإسلامي، وغيرهم من الأحزاب التي تحرص المواقع الحزبية على تغطية فعاليتها.
- رابعاً: يرى الباحث بأن النسبة الإجمالية لتغطية المواقع الإخبارية لقضايا المواطنة تعد جيدة، حيث احتلت قضايا المواطنة مساحة كبيرة في المواقع بنسبة (53.8%)، وهذا مؤشر على أهمية قضايا المواطنة في فلسطين.

## إجابة التساؤل الثاني:

ينص التساؤل الثاني على ما يلي: ما الموضوعات المرتبطة بالمواطنة التي تتناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية من حيث نوعيتها واتجاهاتها وقضاياها؟

وللإجابة على هذا التساؤل، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لفئات الموضوعات المرتبطة بالمواطنة التي المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية كل على حدة، والجداول التالية توضح ذلك.

### • بالنسبة لفئة نوعية الموضوعات المرتبطة بالمواطنة:

#### جدول رقم (6):

التكرارات والنسب المئوية لفئات نوعية الموضوعات المرتبطة بالمواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
48.94%	836	197	337	106	196	سياسية
16.92%	289	109	41	51	88	أمنية
9.13%	156	35	13	16	92	اجتماعية
8.31%	142	28	39	55	20	عسكرية
6.96%	119	38	14	40	27	أخرى
6.79%	116	43	27	20	26	اقتصادية
2.92%	50	12	10	8	20	دينية
100%	1708	462	481	296	469	المجموع
-	100%	27.04%	28.16%	17.33%	27.45%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (6) ما يلي:

- احتلت الموضوعات (سياسية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية المرتبة الأولى بتكرار (836) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (48.94%).

- احتلت الموضوعات (أمنية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية المرتبة الثانية بتكرار (289) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (16.92%).

- احتلت الموضوعات (اجتماعية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية المرتبة (الثالثة) بتكرار (156) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (9.13%).
- احتلت الموضوعات (عسكرية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية المرتبة (الرابعة) بتكرار (142) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (8.31%).
- احتلت الموضوعات (أخرى) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية المرتبة (الخامسة) بتكرار (119) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (6.96%).
- احتلت الموضوعات (اقتصادية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية المرتبة (السادسة) بتكرار (116) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (6.79%).
- احتلت الموضوعات (دينية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية المرتبة (السابعة) بتكرار (50) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (2.92%).

إن نتائج الجدول السابق تعكس الحالة الفلسطينية ومدى اهتمام الجمهور والقائم بالاتصال، وكذلك المواقع الإخبارية لقضايا المواطنة كما يراها الباحث، حيث كانت الموضوعات السياسية تستحوذ على ما يقارب نصف التغطية الإعلامية في المواقع الإخبارية، ويعزو الباحث ذلك لطبيعة الحالة الفلسطينية التي تعتبر القضية السياسية الأهم في الساحة العربية، ورغم أن الموضوعات السياسية تحتل مكانة كبيرة في التغطية في البلدان العربية، حيث تتوافق نتائج هذه الدراسة مع دراسة نائر تلاحمة (2012) التي أكدت بأن المواضيع السياسية تحتل المرتبة الأولى في التغطية الإخبارية في فلسطين، وأيضاً تتوافق نتائج الدراسة مع دراسة سعاد جاب الله (2004) التي أكدت بأن الصحافة الإلكترونية في الجزائر تهتم بالقضايا والمواضيع السياسية بنسبة (52.85%)، وتشير أيضاً نتائج دراسة سعاد ولد جاب الله على أن المواضيع الاقتصادية كانت بنسبة (10.72%)، كما أن دراسة محمد عبد الله إسماعيل (2005) تختلف مع نتائج الدراسة، حيث أن الموضوعات السياسية من الموضوعات التي تهتم بها الصحف المصرية (24%) خلق الموضوعات المتنوعة التي كانت بنسبة (53%)، أما اقتصادية فكانت بنسبة (12%)، ومن جانب آخر يرى الباحث أن المواقع الإخبارية الفلسطينية اهتمت بتغطية المواضيع الأمنية بشكل كبير، حيث كانت في المرتبة الثانية، وذلك بسبب الأعمال الأمنية من قبل الاحتلال الإسرائيلي، وكذلك ممارسات الحكومات الفلسطينية في الضفة

الغربية وقطاع غزة من اعتقالات سياسية وفض اعتصامات، وكذلك اعتقالات الجيش الإسرائيلي للمواطنين الفلسطينيين في الضفة الغربية.

ويرى الباحث ورغم قلة التغطية للعديد من الموضوعات مثل الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية والدينية إلا أن هذه النتائج توافقت مع دراسة رويدا أحمد (2005)، حيث تؤكد نتائج دراستها أن المواقع الإخبارية المصرية أغفلت الأبعاد الثقافية والاقتصادية للمواطنة بالمقارنة بالأبعاد السياسية، حيث اهتمت المواقع الإخبارية بالسياق السياسي لقضايا المواطنة، وارتبطت الأخبار بالجانب السياسي أكثر من الجوانب الأخرى.

• بالنسبة لفئة الاتجاه نحو الموضوعات المرتبطة بالمواطنة:

جدول رقم (7):

التكرارات والنسب المئوية لفئات الاتجاه نحو نوعية الموضوعات المرتبطة بالمواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
74.00%	1264	301	337	215	411	مويد
20.19%	345	127	102	68	48	معارض
5.79%	99	34	42	13	10	محايد
100%	1708	462	481	296	469	المجموع
-	100%	27.04%	28.16%	17.33%	27.45%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (7) ما يلي:

- احتل الاتجاه (مويد) للموضوعات المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية المرتبة تكرر (1264) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (74.00%).
- احتل الاتجاه (معارض) للموضوعات المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية المرتبة تكرر (345) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (20.19%).
- احتل الاتجاه (محايد) للموضوعات المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية المرتبة تكرر (99) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (5.79%).

إن أهمية قضايا المواطنة واتجاهات التي تعزز مفاهيم الانتماء الوطني وتعزيز الهوية تؤدي إلى تأييد المواضيع للمواطنة، ويرى الباحث أن النتيجة الإيجابية ونسبة التأييد في تحليل مضمون قضايا المواطنة للاتجاه الإيجابي المؤيد جاء من خلال أهداف المواقع وعملها على تعزيز القضايا



الوطنية، أما الاتجاه المعارض يعتقد الباحث بأن نتيجة الانقسام الداخلي وممارسات بعض القوى الفلسطينية الداخلية كان مخالفاً لمفاهيم المواطنة الصالحة، لذلك كان هناك بعض المواد الإعلامية تتجه نحو معارضة قضايا المواطنة.

• بالنسبة لفئات قضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية:

جدول رقم (8):

التكرارات والنسب المئوية لفئات قضايا المواطنة

التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان	
18.55%	845	158	312	147	228	الإحساس بالهوية الوطنية	
15.76%	718	128	217	136	237	حب الوطن والانتماء إليه	
11.31%	515	86	140	89	200	التمتع بالحقوق	
9.72%	443	106	43	121	173	الفعاليات الوطنية	
8.03%	366	110	58	109	89	إسرائيلي	المسؤوليات
7.46%	340	84	34	35	187	فلسطيني	والالتزامات
5.60%	255	49	66	74	66	إسرائيلي	الحرريات
4.67%	213	22	17	5	169	فلسطيني	
5.46%	249	42	20	9	178	المشاركة السياسية	
4.19%	191	49	18	21	103	المشاركة الاجتماعية	
3.97%	181	20	13	9	139	الممارسة الديمقراطية	
3.05%	139	45	40	32	22	الجماعية	
2.15%	98	21	17	13	47	العدالة الاجتماعية	
100%	4553	920	995	800	1838	المجموع	
-	100%	20.20%	21.85%	17.57%	40.36%	النسبة المئوية	

يلاحظ من الجدول (8) ما يلي:

- حصلت قضية (الإحساس بالهوية الوطنية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (845) من أصل (4553) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (18.55%).

- حصلت قضية (حب الوطن والانتماء إليه) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (718) من أصل (4553) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (15.76%).
- حصلت قضية (المسؤوليات والالتزامات الفلسطينية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (340) من أصل (4553) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (7.46%).
- حصلت قضية (المسؤوليات والالتزامات الإسرائيلية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (366) من أصل (4553) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (8.03%).
- حصلت قضية (التمتع بالحقوق) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (515) من أصل (4553) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (11.31%).
- حصلت قضية (المشاركة السياسية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (249) من أصل (4553) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (5.46%).
- حصلت قضية (المشاركة الاجتماعية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (191) من أصل (4553) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (4.19%).
- حصلت قضية (العدالة الاجتماعية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (98) من أصل (4553) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (2.15%).
- حصلت قضية (الممارسة الديمقراطية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (181) من أصل (4553) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (3.97%).
- حصلت قضية (الجماعية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (139) من أصل (4553) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (3.05%).
- حصلت قضية (الحريات الفلسطينية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (213) من أصل (4553) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (4.67%).

- حصلت قضية (الحريات الإسرائيلية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (255) من أصل (4553) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (5.60%).

- حصلت قضية (الفعاليات الوطنية) المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (443) من أصل (4553) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (9.72%).

يرى الباحث أن نتائج الجدول السابق يؤكد على صدارة القضايا الوطنية، والتي تعبر عن حالة الارتباط بالوطن والدفاع عنه، لذلك فإن حجم التغطية الإعلامية المتمثلة في هذه القضايا من خلال مواجهة الاستيطان، ومحاولات طمس الهوية الوطنية الفلسطينية في الضفة الغربية والقدس والأراضي المحتلة عام (1948)، كما أن نتائج هذا الجدول تختلف مع اختيارات القائم بالاتصال في جدول رقم (28)، وجدول رقم (30)، ويعزز ذلك بأن إجابات القائم بالاتصال كانت نابعة من تطلعاته وتوجهاته الفكرية أكثر من ممارساته في الكتابة، فقد كانت نتائج الجدول السابق أن الإحساس بالهوية الوطنية كانت في صدارة القضايا التي اهتمت بها المواقع الإخبارية، وتليها كلما اشتد العدوان الإسرائيلي على الفلسطينيين، وتؤكد هذه النتائج دراسة وسام صقر (2010) على أن قضية الوعي بالهوية الوطنية تنصدر القضايا التي أولتها المواقع الإخبارية بنسبة (91%)، تليها حب الوطن بنسبة (83.9%)، كما تعزز هذه النتيجة دراسة شيرين الضاني (2010) التي أكدت بأن قضايا الانتماء والهوية تنصدر اهتمام الشباب بنسبة (90%)، وتأتي في المرتبة الثالثة قضايا التمتع بالحقوق لما لها من أهمية كبيرة لدى المواطن الفلسطيني في ظل غياب الحقوق وعدم الالتزام بالواجبات، والملفت بأن قضايا الفعاليات الوطنية كانت في الأهمية الكبيرة رابعاً في ترتيب القضايا لما لها من قوة داخل المجتمع في التعبير عن أهدافه الوطنية، وترى دراسة شيرين الضاني (2010) أن نسبة (51.4%) من الشباب يشاركون في المسيرات والفعاليات الوطنية، ودراسة وائل البلبيسي (2012) بأن المواقع الإخبارية تعمل على تفعيل دور الأنشطة الخاصة بالفعاليات الوطنية بنسبة (75.8%)، واحتلت دراسة وائل البلبيسي (2012) في تقضية إبراز الهوية الوطنية حيث كانت (48%) فقط.

وقد حصلت قضية العدالة الاجتماعية على أقل تغطية في المواقع الإخبارية، حيث حصلت على (2.15%) فقط، ويرى الباحث بأن أسباب ذلك تعود لعدم ثقة القائم بالاتصال بالأحزاب السياسية والمؤسسات القائمة، وعدم قدرتها على المساواة بين الناس، وأن كل تنظيم فلسطيني يهتم بأعضائه فقط دون النظر لمصالح الناس.

## إجابة التساؤل الثالث:

ينص التساؤل الثالث على ما يلي: كيف تعرض المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة من حيث أشكالها والإمكانات التفاعلية المصاحبة؟

ولإجابة على هذا التساؤل، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لفئات أشكال عرض المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة والإمكانات التفاعلية المصاحبة لها كل على حدة، والجدولان التاليان يوضحان ذلك.

- بالنسبة لفئات أشكال عرض المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة:

### جدول رقم (9):

التكرارات والنسب المئوية لفئات أشكال عرض المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
57.67%	985	244	468	50	223	نص وصورة
41.86%	715	215	9	246	245	نص فقط
0.47%	8	3	4	-	1	نص وملف فيديو
100%	1708	462	481	296	469	المجموع
-	100%	27.04%	28.16%	17.33%	27.45%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (9) ما يلي:

- حصلت (نص فقط) كأحدى أشكال عرض المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (715) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (41.86%).
- حصلت (نص وصورة) كأحدى أشكال عرض المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (985) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (57.67%).
- حصلت (نص وملف فيديو) كأحدى أشكال عرض المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (8) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (0.47%).

- ولم تحظ (ملف فيديو) على أي تكرار، وكانت نسبتها (0.00%).

يرى الباحث أن نتائج الجدول السابق تؤكد اهتمام المواقع الإخبارية باستخدام الصورة في تغطيتها، حيث كانت أكثر من النصف، ولكن ينوه الباحث على أن الصورة التي تستخدم هي صورة مجردة وليس رسومات أو جرافيك، لذلك اعتمد القائم بالاتصال على إرفاق الصورة في الخبر مع النص، وقليلاً ما نجد في المادة الإعلامية صورة فقط لتعبر عن مضمون الخبر، ورغم ذلك يرى الباحث بأن نسبة النص فقط كبيرة إلى حد ما حتى وصلت إلى (41.8%)، وهذا يؤكد أن القائم بالاتصال ما زال متأثراً بالصحافة التقليدية، ويشير تقرير هيئة محري الصحف الأمريكية لعام (2005) (American Society of Newspaper Editors) أن هناك جيلاً من القراء والمستخدمين لمواقع الصحف الأمريكية يرغبون في الإطلاع على مواقع أكثر ابتكاراً لا تحتوي على النصوص (Text) فقط، ولكن يرغبون بمشاهدة وسائط متعددة وجرافيك وغيرها من الألوان، وقد نشرت هذا التقرير دراسة أمنية مصطفى (2010) في دراستها حول استخدام التفاعلية في المواقع الإخبارية، كما يؤكد عباس صادق (2005) أن المواقع الإخبارية ما زالت تستخدم الحد الأدنى من أدوات النشر الذي يعتمد على النص كوسيلة أساسية لتوصيل الأخبار، حيث ما زالت قاصرة في استخدام أساليب تكنولوجية ومميزات النشر الإلكتروني، حيث يستخدم الوسائط المتعددة (Slide Show) على استحياء، وهذا ما يتوافق مع نتائج الجدول السابق الذي انعدم فيه استخدام الفيديو كمادة إعلامية، ونسبة شبه صفرية لإدراج النص والفيديو معاً في المادة الإخبارية.

• بالنسبة لفئات الإمكانيات التفاعلية المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة:

#### جدول رقم (10):

التكرارات والنسب المئوية لفئات الإمكانيات التفاعلية

المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
36.01%	1412	462	481	-	469	طباعة الخبر
36.01%	1412	462	481	-	469	إرسال لصديق
26.57%	1042	187	224	296	335	تفاعلية الصور
1.40%	55	55	-	-	-	التعليق على الخبر
100%	3921	1166	1186	296	1273	المجموع
-	100%	29.73%	30.24%	7.54%	32.46%	النسبة المئوية

## يلاحظ من الجدول رقم (10) ما يلي:

- حصلت (التعليق على الخبر) كأحدى الإمكانيات التفاعلية المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (55) من أصل (3921) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (1.40%).
- حصلت (طباعة الخبر) كأحدى الإمكانيات التفاعلية المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (1412) من أصل (3921) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (36.01%).
- حصلت (إرسال لصديق) كأحدى الإمكانيات التفاعلية المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (1412) من أصل (3921) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (36.01%).
- حصلت (تفاعلية الصور) كأحدى الإمكانيات التفاعلية المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (1042) من أصل (3921) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (26.57%).
- فيما حصلت (وجود متعلقات للخبر)، و(أكثر من إمكانية) على (0.00%).

يتضح من نتائج الجدول السابق عدم وجود تفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية بما يتعلق بالتعليقات على الخبر على الرغم من وجودها باستحياء في موقع فلسطين برس، كما أن طباعة الخبر كانت تشكل النسبة الأكبر في المواقع، حيث كانت ملازمة لكافة الأخبار في كل من وكالات معاً وفلسطين برس وفلسطين الآن، حيث افتقرت وفا لإرسال المادة الإعلامية، ومن الملاحظ أن تفاعلية الصور عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت تشكل أهمية كبيرة لدى المواقع الإخبارية، وبرغم أن نسبتها الإجمالية القليلة إلا أن المواقع الإخبارية استخدمتها بشكل جيد، كذلك يحسب لوكالة وفا أنها تعطي هذه الميزة في كل مادة إعلامية خلال تغطيتها.

ويتفق نتائج هذه الدراسة إلى حد كبير مع دراسة نائر تلاحمه (2012)، حيث كانت مشاركة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بنسبة (71%)، كذلك اختلفت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراستنا من ناحية التعليقات، حيث كانت التعليقات في دراسة نائر تلاحمه (2012) بنسبة (77.4%).

## إجابة التساؤل الرابع:

ينص التساؤل الرابع على ما يلي: ما العناصر المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية من حيث الصور المقدمة مع المادة الإعلامية، والروابط المصاحبة لها؟

وللإجابة على هذا التساؤل، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لفئات العناصر المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة من حيث الصور المقدمة مع المادة الإعلامية، والروابط المصاحبة لها كل على حدة، والجدولان التاليان يوضحان ذلك.

- بالنسبة لفئات الصور المقدمة مع المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة:

### جدول رقم (11):

التكرارات والنسب المئوية لفئات الصور المقدمة مع المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
%41.92	716	215	9	246	246	لا يوجد
%22.48	384	85	227	5	67	إخبارية
%15.86	271	76	140	4	51	شخصية
%12.52	214	40	67	41	66	موضوعية
%6.73	115	45	32	-	38	رمزية
%0.40	7	-	6	-	1	كاريكاتير
%0.05	1	1	-	-	-	أكثر من نوع
<b>%100</b>	<b>1708</b>	<b>462</b>	<b>481</b>	<b>296</b>	<b>469</b>	<b>المجموع</b>
-	<b>%100</b>	<b>%27.04</b>	<b>%28.16</b>	<b>%17.33</b>	<b>%27.45</b>	<b>النسبة المئوية</b>

يلاحظ من الجدول رقم (11) ما يلي:

- حصلت (شخصية) كأحدى الصور المقدمة مع المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (271) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (15.86%).

- حصلت (موضوعية) كإحدى الصور المقدمة مع المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (214) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (12.52%).
- حصلت (كاريكاتير) كإحدى الصور المقدمة مع المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (7) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (0.40%).
- حصلت (إخبارية) كإحدى الصور المقدمة مع المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (384) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (22.48%).
- حصلت (رمزية) كإحدى الصور المقدمة مع المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (115) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (6.73%).
- حصلت (أكثر من نوع) كإحدى الصور المقدمة مع المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (1) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (0.05%).
- حصلت (لا يوجد) كإحدى الصور المقدمة مع المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (716) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (41.92%).
- حصلت (ألبوم صور) على صفر تكرار، بنسبة (0.00%).

يتضح من الجدول السابق أن الصورة الإخبارية كانت من أكثر الصور استخداماً، وذلك نظراً لأن المواقع الإخبارية تعتمد بشكل كبير على المرسلين من قلب الأحداث، كذلك تفاعل الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي يجعل بعض المواقع أخذ الصور من الهواة المتواجدين في الأحداث وخصوصاً في المسيرات والفعاليات الوطنية، لذلك كانت المواقع ذات أسبقية في هذا الجانب، كما تعتمد على الأرشيف الخاص بها.

وكانت في المرتبة الثانية الصور الشخصية، حيث يرى الباحث أن المواقع الإخبارية اعتمدت على الصور الشخصية في تغطيتها لتصريحات المسؤولين وقادة الأحزاب، وهذا ما يراه الباحث في المواقع الحزبية التي اهتمت بذلك بشكل أكبر من المواقع الأخرى.



وقد احتلت الصور الموضوعية ثالثاً، حيث أهميتها في إبراز المواضيع المتعلقة بالمواطنة بشكل جيد، وهذا يدل على أن المرسلين ومصادر الأخبار يعملون جيداً في هذا المجال.

فيما كانت اهتمام كبير من قبل المواقع بالكاريكاتير والألبوم المصور، ويرى الباحث أن موقع فلسطين الآن أكثر المواقع الذي استغل هذه الإمكانيات، وأكثر المواقع استخداماً للصور بكافة أنواعها، وهذا ما يميزه عن غيره من المواقع.

ويرى الباحث أن هذه النتائج تتفق وتختلف في استخدامات الصورة مع دراسة سعاد ولد جاب الله (2004)، حيث كانت نتائج دراستها تؤكد استخدام الصور الشخصية بشكل أكبر بنسبة (39.29%)، فيما استخدمت الصور الموضوعية بنسبة (27.50%)، وكانت نسبة استخدام الصور الإخبارية (24%)، والصور الرمزية (4.35%).

• بالنسبة لفئات الروابط المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة:

جدول رقم (12):

التكرارات والنسب المئوية لفئات الروابط المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
99.13%	1693	462	466	296	469	لا يوجد
0.87%	15	-	15	-	-	متضمن Hyper Text
100%	1708	462	481	296	469	المجموع
-	100%	27.04%	28.16%	17.33%	27.45%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (12) ما يلي:

- حصلت (متضمن Hyper) كإحدى الروابط المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (15) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (0.87%).

- حصلت (لا يوجد) كإحدى الروابط المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (1693) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (99.13%).

- حصلت (مصاحب Hyper Text) و(كلا النوعين)، و(Hyper Link)، و (Hyper) و (Media)، و(أكثر من نوع) على صفر تكرار، بنسبة (0.00%).

يتضح من الجدول السابق أن المواقع الإخبارية الفلسطينية لم ترتق لمستوى التطور التكنولوجي، حيث تبين من النتائج أن المواقع لم تستخدم خواص النشر الإلكتروني من جانب الروابط المصاحبة للمادة الإعلامية ولا بالشكل القليل، حيث استخدمت وكالة فلسطين الآن (Hyper text) بشكل بسيط، ومن خلال متابعة الباحث للروابط المتضمنة في المادة الإخبارية بموقع فلسطين الآن، وجد الباحث بأنها تتضمن فقط اسم الموقع الإخباري الخاص بهم ليعرف القارئ بالموقع وتاريخه وأهدافه، ولم يرتقي إلى استخدام هذه الخاصة بشكل أكبر.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة نوال الصفتي (2001) التي أكدت أن الصحف المصرية لم تستفد من تكنولوجيا الاتصال إلا استفادة محدودة، فالمحررين لا يزالون يعملون بالطريقة التقليدية.

### إجابة التساؤل الخامس:

ينص التساؤل الخامس على ما يلي: ما أساليب عرض المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تتناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية من حيث الأساليب الإقناعية والإستمالات المستخدمة؟

وللإجابة على هذا التساؤل، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لفئات الأساليب الإقناعية والإستمالات المستخدمة كل على حدة، والجدولان التاليان يوضحان ذلك.

- بالنسبة لفئات الأساليب الإقناعية للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة:

### جدول رقم (13):

التكرارات والنسب المئوية لفئات الأساليب الإقناعية للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان	
31.08%	777	157	223	117	280	تقديم الأدلة والبراهين والشواهد	فئة الأساليب الإقناعية
19.64%	491	113	45	75	258	ترتيب الحجج الإقناعية	
18.8%	470	88	205	63	114	عرض الآراء المختلفة	
16.6%	415	110	192	57	56	عرض الإحصائيات	
12.48%	312	132	32	70	78	تأكيد رأي الأغلبية	
1.4%	35	9	-	2	24	التكرار	
100%	2500	609	697	384	810	المجموع	
	100%	24.36%	27.88%	15.36%	23.4%	النسبة المئوية	

### يلاحظ من الجدول رقم (13) ما يلي:

- حصلت (عرض الإحصائيات) كأحدى الأساليب الإقناعية للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (415) من أصل (2500) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (16.6%).
- حصلت (عرض الآراء المختلفة) كأحدى الأساليب الإقناعية للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (470) من أصل (2500) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (18.8%).
- حصلت (تقديم الأدلة والبراهين والشواهد) كأحدى الأساليب الإقناعية للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (777) من أصل (2500) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (31.08%).
- حصلت (ترتيب الحجج الإقناعية) كأحدى الأساليب الإقناعية للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (491) من أصل (2500) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (19.64%).
- حصلت (تأكيد رأي الأغلبية) كأحدى الأساليب الإقناعية للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (312) من أصل (2500) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (12.48%).
- حصلت (التكرار) كأحدى الأساليب الإقناعية للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (35) من أصل (2500) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (1.4%).

يرى الباحث أن نتائج الجدول السابق تؤكد أن المواقع الإخبارية تستخدم الأساليب الإقناعية بشكل جيد ومتقارب باستثناء فيه تقديم الأدلة والبراهين والشواهد التي كانت نسبتها عالية نسبياً، وما يلفت نظر الباحث أن هذه النتيجة متطابقة مع الدراسة الميدانية التي استهدفت القائم بالاتصال، حيث أكد القائمون بالاتصال بأنهم يستخدمون فئة تقديم الأدلة والبراهين والشواهد بشكل أكبر من غيرها، وهذا موضح في الجدول رقم (40)، كما أن نتائج الدراسة الميدانية متطابقة إلى حد كبير مع الدراسة التحليلية التي تناولها في هذا الجدول، حيث أن فئة ترتيب الحجج الإقناعية كانت في المرتبة الثانية بنسبة (19.6%)، وفي الدراسة الميدانية في المرتبة الثالثة بنسبة (20%)، وهذا يدل على صدق لقائمين بالاتصال، وتطابق ذلك مع مضمون المواقع الإخبارية.

ويرى الباحث بأن القائم بالاتصال يعي أهمية الأساليب الإقناعية في رسالته الإعلامية في ظل العدد الكبير من المواد الإعلامية التي يتابعها الجمهور بشكل يومي، لذلك يجب إقناع الجمهور حتى تتحقق الرسالة الإعلامية أهدافها.

- بالنسبة لفئات الاستمالات المستخدمة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة:

#### جدول رقم (14):

التكرارات والنسب المئوية لفئات الاستمالات المستخدمة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان	
%48.94	836	200	275	178	183	استمالات عاطفية	فئة الاستمالات المستخدمة
%37.47	640	157	166	99	218	استمالات منطقية	
%7.02	120	45	34	12	29	استمالات التخويف	
%6.55	112	60	6	7	39	جميع الاستمالات السابقة	
<b>%100</b>	<b>1708</b>	<b>462</b>	<b>481</b>	<b>296</b>	<b>469</b>	<b>المجموع</b>	
-	<b>%100</b>	<b>%27.04</b>	<b>%28.16</b>	<b>%17.33</b>	<b>%27.45</b>	<b>النسبة المئوية</b>	

يلاحظ من الجدول رقم (14) ما يلي:

- حصلت (استمالات عاطفية) كأحدى الاستمالات المستخدمة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (836) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (%48.94).
- حصلت (استمالات منطقية) كأحدى الاستمالات المستخدمة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (640) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (%37.47).
- حصلت (استمالات التخويف) كأحدى الاستمالات المستخدمة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (120) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (%7.02).
- حصلت (جميع الاستمالات السابقة) كأحدى الاستمالات المستخدمة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (112) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (%6.55).

يرى الباحث من نتائج الجدول السابق أن المواقع الإخبارية كانت تهتم بالاستعمالات العاطفية بشكل أكبر، حيث يؤكد الباحث على طبيعة المجتمع الفلسطيني العاطفي، والذي يتأثر بشكل كبير بما يراه ويتابعه، ويرى الباحث أن المواقع الحزبية كانت تستخدم هذه الاستعمالات بشكل أكبر، حيث أن غالبية متابعيها من المؤيدين لها، لذلك فهم يخاطبون قلوب متابعيهم أكثر، لأن اتجاهاتهم الفكرية متطابقة تقريباً، لذلك فإن المواقع تحتاج إلى تعزيز ذلك، وليس إقناعهم بالأفكار المتعلقة بالقضايا المطروحة.

وما يؤكد طرح الباحث أن وكالة معاً الإخبارية استخدمت الاستمالات المنطقية أكثر، لأنها بحاجة إقناع الجمهور، حيث أن جمهورها من مختلف أطياف الشعب.

### إجابة التساؤل السادس:

ينص التساؤل السادس على ما يلي: ما الوسائط المتعددة (Multimedia) المتضمنة في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تتناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟

وللإجابة على هذا التساؤل، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لفئات الوسائط المتعددة المتضمنة في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة، والجدول التالي يوضح ذلك.

### جدول رقم (15):

التكرارات والنسب المئوية لفئات الوسائط المتعددة المتضمنة في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
99.37%	1697	461	471	296	469	لا يوجد
0.36%	6	1	5	-	-	ملفات مواد مسجلة من برامج تلفزيونية
0.17%	3	-	3	-	-	فيديو فيديوهات إخبارية من وكالات الأنباء
0.11%	2	-	2	-	-	رسومات
100%	1708	462	481	296	469	المجموع
-	100%	27.04%	28.16%	17.33%	27.45%	النسبة المئوية

## يلاحظ من الجدول رقم (15) ما يلي:

- حصلت (فيديوهات إخبارية من وكالات أنباء) كإحدى الوسائط المتعددة المتضمنة في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرر (3) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (0.17%).
- حصلت (مواد مسجلة من برامج تلفزيونية) كإحدى الوسائط المتعددة المتضمنة في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرر (6) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (36%).
- حصلت (رسومات) كإحدى الوسائط المتعددة المتضمنة في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرر (2) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (0.11%).
- حصلت (لا يوجد) كإحدى الوسائط المتعددة المتضمنة في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرر (1697) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (99.37%).
- حصلت (ملف صوت خاص بالمحطات الإذاعية)، و(ملف صوت خاص بالموقع)، و(ملف فيديو من إنتاج الموقع)، و(لقطات سجلها شهود عيان)، و(فوتوغراف Slide show)، و(جرافيكس)، و(أكثر من شكل) على صفر تكرار، وبنسبة (0.00%).

يتضح من نتائج الجدول السابق افتقار المواقع الإخبارية للوسائط المتعددة في تغطيتها لقضايا المواطنة، حيث لم يشهد استخدام ملفات الصوت بتاتاً، كما أن ملفات الفيديو تم استخدامها باستحياء، حيث نجد أن موقع فلسطين الآن كان أكثر المواقع استخداماً لها رغم أن نسبتها لا تذكر نظراً لأهميتها.

كما أن هذه المواقع لم تستفيد من تسجيلات الهواة للأحداث والفعاليات، كما أنها لم تستفد بشكل كبير من تكنولوجيا الاتصال الذي يفضله الجمهور، حيث تؤكد دراسة كريمة توفيق (2010) أن (75%) من المتابعين للمواقع يفضلوا الوسائط المتعددة والنصوص الفائقة، لذلك يجب أن تهتم المواقع الإخبارية بهذه المواقع الإخبارية وبهذه المميزات إرضاءً لجمهورها، وتختلف نتائج الجدول السابق على دراسة عبد الأمير الفيصل (2005) التي تؤكد أن المواقع الإخبارية الجزائرية تستخدم الوسائط المتعددة كالصوت والصورة والجرافيك بشكل جيد.

ويرى الباحث بأن الواقع الإخباري الفلسطينية يجب أن تواكب التطورات التكنولوجية، وأن تهتم بهذا الجانب لما له من أهمية كبيرة في متابعة الجمهور للمواقع، وتفاعلهم مع قضايا المواطنة المطروحة.

### إجابة التساؤل السابع:

ينص التساؤل السابع على ما يلي: ما مصادر المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تتناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية من حيث مصدر المعلومة الأولى (رسمي/غير رسمي) ومن حيث مصادر الموقع والمصادر الخارجية؟

وللإجابة على هذا التساؤل، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لفئات مصادر المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تتناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية كل على حدة، والجداول التالية توضح ذلك.

#### • بالنسبة لفئة مصدر المعلومة الأولى للمادة الإعلامية:

#### جدول رقم (16):

التكرارات والنسب المئوية لفئات مصدر المعلومة الأولى (رسمي/غير رسمي)

للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان	
18.72%	320	79	143	56	42	حكومية	مصادر رسمية
8.30%	142	49	9	61	23	دبلوماسية	
7.37%	126	58	18	22	28	أمنية	
5.44%	93	17	37	4	35	برلمانية	
14.62%	250	69	70	38	73	قيادات أحزاب	مصادر غير رسمية
12.87%	220	57	61	36	66	مجتمع مدني	
9.94%	170	27	55	38	50	مواطنون	
8.60%	147	38	47	4	58	نخب سياسية	
5.26%	90	22	9	22	37	شخصيات عامة	
5.14%	88	28	21	11	28	أكثر من نوع	
2.69%	46	5	11	1	29	نخب اقتصادية	
0.99%	17	14	-	3	-	أخرى	
100%	1709	463	481	296	469	المجموع	
-	100%	27.09%	28.14%	17.32%	27.44%	النسبة المئوية	

## يلاحظ من الجدول رقم (16) ما يلي:

- حصلت (حكومية) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (الرسمية) للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (320) من أصل (1709) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (18.72%).
- حصلت (برلمانية) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (الرسمية) للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (93) من أصل (1709) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (5.44%).
- حصلت (دبلوماسية) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (الرسمية) للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (142) من أصل (1709) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (8.30%).
- حصلت (أمنية) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (الرسمية) للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (126) من أصل (1709) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (7.37%).
- حصلت (نخب سياسية) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (غير الرسمية) للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (147) من أصل (1709) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (8.60%).
- حصلت (نخب اقتصادية) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (غير الرسمية) للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (46) من أصل (1709) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (2.69%).
- حصلت (شخصيات عامة) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (غير الرسمية) للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (90) من أصل (1709) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (5.26%).
- حصلت (قيادات أحزاب) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (غير الرسمية) للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (250) من أصل (1709) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (14.62%).



- حصلت (مواطنون) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (غير الرسمية) للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (170) من أصل (1709) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (9.94%).

- حصلت (مجتمع مدني) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (غير الرسمية) للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (220) من أصل (1709) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (12.87%).

- حصلت (أكثر من نوع) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (غير الرسمية) للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (88) من أصل (1709) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (5.14%).

إن الواقع الفلسطيني الذي يختلف كثيراً عن الدول المجاورة أفرز لنا حكومتين تديران موقعين جغرافيين منفصلين وهي الضفة الغربية وقطاع غزة، وكان لسيطرة حماس على الحكم في غزة الأثر الكبير في التغطية الخاصة لقضايا المواطنة في فلسطين، حيث باتت المواقع تتعامل مع حكومتين وأجهزة أمنية تابعة لهما، وناطقين مختلفين لكل منهما، لذلك كان من المنطقي أن نجد مصادر الأخبار الحكومية تنصدر فئات مصادر المعلومة الأولى في المواد الإعلامية التي تضمنتها المواقع الإخبارية، كما أن نشاط الحكومتين في تعزيز الخلافات كان له الأثر في تغطية المواقع، ويعزز الباحث رأيه من خلال نتائج الجدول الذي عبّرت عنه نتائج وكالتي فلسطين برس وفلسطين الآن الحزبيتين، حيث كانتا حريصتين في تغطية فعاليات الحكومتين في كل حسب توجهاته الفكرية، وممارساته على الأرض.

فيما كانت فئة قيادات الأحزاب ففي المرتبة الثانية، والتي تؤكد رؤية الباحث في أن الأحزاب السياسية تعمل بكل طاقاتها من أجل التأثير على الجمهور، وهذا يتضح من حرص وكالتي فلسطين الآن وفلسطين برس على تغطية فعاليات الأحزاب السياسية، ولعل وكالة معاً كانت الأحرص في هذا الجانب، ويبرهن الباحث هذه النتيجة على أن وكالة معاً كانت تتعامل مع مسميات العديد من أعضاء حكومة غزة وحكومة رام الله على أنهما قيادات أحزاب نظراً لموقعهما في الحزب السياسي، وهذا من أجل حرصها على عدم الانجرار في متاهات الخلافات الداخلية، كما تحرص على عدم اتهامها بالانحياز لجهة ضد أخرى.

وجاء في المرتبة الثالثة المجتمع المدني، حيث كان له الأثر الأكبر في مساعدة قطاعات كبيرة من أبناء الشعب الفلسطيني من خلال العمل الاجتماعي، كذلك مراكز حقوق الإنسان في الإعلانات عن الانتهاكات للحريات وغيرها.

• بالنسبة لفئة مصادر المادة الإعلامية:

قسّم الباحث هذه الجدول إلى جدولين لسهولة عرض النتائج، حيث يوضح الجدول رقم (17) المصادر الخاصة بالموقع الإخباري، وجدول رقم (18) المصادر الخارجية التي اعتمد عليها الموقع الإخباري.

جدول رقم (17):

التكرارات والنسب المئوية لفئات مصادر المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة الخاصة بالموقع

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان	
82.25%	1284	331	270	275	408	محرر بالموقع	مصادر خاصة بالموقع
8.13%	127	8	94	13	12	مراسل للموقع	
6.98%	109	49	29	-	31	كاتب المقال	
2.62%	41	-	32	3	6	مندوب للموقع	
100%	1561	388	425	291	457	المجموع	
-	100%	24.85%	27.22%	18.64%	29.27%	النسبة المئوية	

يلاحظ من الجدول رقم (17) ما يلي:

- حصل (محرر بالموقع) كأحدى مصادر المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة الخاصة بالمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (1284) من أصل (1561) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (82.25%).
- حصل (كاتب المقال) كأحدى مصادر المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة الخاصة بالمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (109) من أصل (1561) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (6.98%).
- حصل (مندوب للموقع) كأحدى مصادر المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة الخاصة بالمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (41) من أصل (1561) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (2.62%).
- حصل (مراسل للموقع) كأحدى مصادر المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة الخاصة بالمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (127) من أصل (1561) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (8.13%).
- حصل (متصفح للموقع) على صفر تكرار، وبنسبة مئوية قدرها (0.00%).

يرى الباحث أن نتائج الجدول باعتماد المواقع الإخبارية على محرري الموقع كمصدر للمادة الإعلامية منطقياً، حيث أن المواقع الإخبارية لديها عدد كبير من المحررين أكثر من غيرهم من العاملين، لذلك كان اعتمادهم على المحرر كمصدر داخلي، وتؤكد الدراسة الميدانية أن المحررين يشكلون (61%) من إجمالي العاملين في المواقع الإخبارية، ويأتي في المرتبة الثانية المرسلين، حيث يرى الباحث أن أكثر ما يميز المواقع الفلسطينية هو وجود مراسلين يعملون بشكل خاص في الموقع، ويمدون الموقع بالمواد الإعلامية، وهذه سمة في كافة المواقع الإخبارية.

• بالنسبة لفئة المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة:

جدول رقم (18):

التكرارات والنسب المئوية لفئات المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معا	البيان	
4.76%	7	2	3	1	1	دولية	وكالات أخبار
2.72%	4	3	1	-	-	محلية	
1.36%	2	1	1	-	-	عربية	
6.80%	10	3	4	-	3	إسرائيلية	مواقع إخبارية
3.40%	5	-	5	-	-	محلية	
0.68%	1	-	-	-	-	دولية	
0.68%	1	-	1	-	-	عربية	
36.05%	53	32	19	-	2	إسرائيلية	صحف
7.48%	11	7	1	1	2	دولية	
7.48%	11	2	9	-	-	محلية	
4.08%	6	6	0	-	-	عربية	
17.68%	26	13	8	2	3	إسرائيلية	قنوات تلفزيونية
4.08%	6	1	4	1	-	عربية	
2.04%	3	2	0	-	1	محلية	
1.36%	2	2	-	-	-	دولية	
100%	147	74	56	5	12	المجموع	
-	100%	52.11%	35.91%	3.52%	8.45%	النسبة المئوية	

يلاحظ من الجدول رقم (18) ما يلي:

- حصلت وكالات الأنباء (الدولية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (7) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (4.76%).
- حصلت وكالات الأنباء (العربية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (2) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (1.36%).
- حصلت وكالات الأنباء (المحلية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (4) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (2.72%).
- حصلت وكالات الأنباء (الإسرائيلية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (0) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (0.00%).
- حصلت المواقع الإخبارية (الدولية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (1) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (0.68%).
- حصلت المواقع الإخبارية (العربية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (1) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (0.68%).
- حصلت المواقع الإخبارية (المحلية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (5) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (3.40%).
- حصلت المواقع الإخبارية (الإسرائيلية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (10) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (6.80%).

- حصلت الصحف (الدولية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (11) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (7.48%).
- حصلت الصحف (العربية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (6) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (4.48%).
- حصلت الصحف (المحلية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (11) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (7.48%).
- حصلت الصحف (الإسرائيلية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (53) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (36.05%).
- حصلت القنوات التلفزيونية (الدولية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (2) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (1.36%).
- حصلت القنوات التلفزيونية (العربية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (6) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (4.04%).
- حصلت القنوات التلفزيونية (المحلية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (3) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (2.04%).
- حصلت القنوات التلفزيونية (الإسرائيلية) كإحدى المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (26) من أصل (147) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (17.68%).
- حصلت وكالات الأنباء (الإسرائيلية) على صفر تكرار، وبنسبة مئوية قدرها (0.00%).

إن المواقع الإخبارية الفلسطينية تعتمد بشكل ملحوظ على مصادر خارجية في تغطيتها لقضايا المواطنة، وذلك بسبب ارتباط القضية الفلسطينية بالعوامل الدولية وبعدها العربي والإقليمي، كذلك تعرض المواطن الفلسطيني لانتهاكات إسرائيلية متكررة.

وبالنظر إلى نتائج الجدول السابق يجد الباحث أن اعتماد مواقع الإخبارية الفلسطينية على وسائل الإعلام الإسرائيلية بشكل كبير وملفت، ويشكل ذلك ضرورة تحري المحررين في هذه المواقع الدقة والانتباه إلى الأهداف الإسرائيلية في تغطيتها للشأن الفلسطيني، ويرى الباحث أن نسبة (60%) من إجمالي المصادر الخارجية كانت مصادر إسرائيلية لا يجب أن نمر عليها دون تعمق ودراسة، لذلك يوصي الباحث المواقع الإخبارية عدم الاعتماد على هذه المصادر، إلا إذا تم إعادة تحرير المواد الإعلامية المنشورة في وسائل الإعلام الإسرائيلية بما يتناسب مع الأهداف الوطنية الفلسطينية.

وما يزيد حقوق الباحث أن النتائج تظهر اعتماد المواقع الحزبية بشكل أكبر من غيرها على هذه المصادر، وهذا يشكل خطراً على النسيج الداخلي، حيث تستخدم السلطات الإسرائيلية وسائل إعلامها لتعميق الخلاف الداخلي الفلسطيني، ويرى الباحث أن كل موقع يأخذ من وسائل الإعلام الإسرائيلية، ما يبرهن صدق توجهاته ضد خصومه، لذلك يجب أن يكون هناك آليات تضمن عدم الانجرار خلف أهدافهم المشبوهة، وتؤكد ذلك دراسة عبد الصبور فاضل (2007) أن الصحف الفلسطينية تعتمد بشكل ملفت على المصادر الإسرائيلية في تغطيتها للأحداث.

وفي نطاق آخر تعتمد المواقع الإخبارية على وكالات الأنباء الدولية لما لها من مصداقية أكبر من غيرها، ويعتمد على الصحف المحلية بسبب تعمقها في تحليل القضايا.

## إجابة التساؤل الثامن:

ينص التساؤل الثامن على ما يلي: ما شكل المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تتناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟

ولإجابة على هذا التساؤل، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لفئات شكل المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول رقم (19):

التكرارات والنسب المئوية لفئات شكل المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
%85.65	1463	352	424	273	414	الخبر الصحفي
%6.85	117	51	26	21	19	التقرير الصحفي
%6.32	108	49	29	-	30	المقال الصحفي
%0.81	14	7	-	2	5	الحديث الصحفي
%0.23	4	2	1	-	1	التحقيق الصحفي
%0.05	1	-	1	-	-	الكاريكاتير
%0.05	1	1	-	-	-	فيديو القصة الصحفية
%100	1708	462	481	296	469	المجموع
-	%100	%27.04	%28.16	%17.33	%27.45	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (19) ما يلي:

- حصل (الخبر الصحفي) كأحدى أشكال المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (1463) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (%85.65).
- حصل (الحديث الصحفي) كأحدى أشكال المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (14) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (%0.81).
- حصل (المقال الصحفي) كأحدى أشكال المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (108) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (%6.32).
- حصل (التحقيق الصحفي) كأحدى أشكال المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (4) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (%0.23).
- حصل (التقرير الصحفي) كأحدى أشكال المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (117) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (%6.85).

- حصل (الكاريكاتير) كأحدى أشكال المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (1) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (0.05%).

- حصل (فيديو القصة الصحفية) كأحدى أشكال المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (1) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (0.05%).

- حصل (الصورة)، و(ألبوم مصور) على صفر تكرار، وبنسبة (0.00%).

يرى الباحث أن نتائج الجدول السابق جاءت متطابقة لرؤية القائم بالاتصال للأشكال التحريرية التي يستخدمها في تغطيتها لقضايا المواطنة، حيث أكدت الدراسة الميدانية في جدول رقم (40%) أن القائم بالاتصال يعتمد على الخبر بشكل كبير في تغطيته لقضايا المواطنة، كما أن الدراسة الميدانية كانت متطابقة في رؤية القائم بالاتصال لاستخدامه التقرير الصحفي في المرتبة الثانية، وهذا ما أكدته الدراسة التحليلية، وكانت هذه النتائج متطابقة مع نتائج دراسة محمد يونس، عائشة النعيمي (2006) أن الصحف تعتمد على الخبر الصحفي بشكل أساسي بنسبة (64%)، يليه التقرير الصحفي بنسبة (14%)، والمقال (5%)، ولكن اختلاف نتائج الدراستين بخصوص المقال الصحفي يرى الباحث أن المواقع الإخبارية تتيح النشر بشكل أكثر للمتخصصين وأصحاب الرأي، وكذلك للقيادات الحزبية ومساحة النشر أكبر من الصحف الورقية، كما يرى الباحث أن هناك توافق بين هذه النتائج ودراسة رويدا أحمد (2015) التي أكدت أن المواقع الإخبارية المصرية تعتمد على الخبر بشكل أساسي وبمرتبة أولى بنسبة (37%)، والمقال الصحفي (33%)، والتقرير الصحفي بنسبة (10%) في المرتبة الثالثة.

ويرى الباحث أن المواقع الإخبارية أغفلت أشكال صحيفة مهمة مثل الألبوم المصور، وفيديو القصة الصحفية، والكاريكاتير، لذلك يأمل الباحث بأن تلتفت المواقع لهذه الأشكال لأهميتها.

### إجابة التساؤل التاسع:

ينص التساؤل التاسع على ما يلي: ما الشخصيات المحورية التي وردت في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟

وللإجابة على هذا التساؤل، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لفئات الشخصيات المحورية التي وردت في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة، والجدول التالي يوضح ذلك.



جدول رقم (20):

التكرارات والنسب المئوية لفئات الشخصيات المحورية  
التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان	
17.79%	406	91	152	82	81	قيادات حكومية	شخصيات فلسطينية
17.36%	396	85	134	47	130	قادة الأحزاب	
12.93%	295	101	67	102	25	مواطن عادي	
9.77%	223	35	92	9	87	نخب سياسية	
7.97%	182	66	12	49	55	شخصيات عامة	
4.47%	102	8	37	19	38	قيادات محلية	
2.80%	64	11	20	4	29	نخب اجتماعية	
2.19%	50	7	9	3	31	قيادات شبابية	
1.88%	43	8	9	4	22	نخب دينية	
6.13%	140	29	17	39	55	عربية	شخصيات دولية
3.33%	76	14	9	26	27	أوروبية	
2.41%	55	8	7	8	32	آسيوية	
1.88%	43	9	6	5	23	أمريكية	
0.39%	9	3	3	3	-	أفريقية	
4.42%	101	39	25	5	32	حكومية	شخصيات إسرائيلية
3.37%	77	13	15	4	45	عسكرية	
0.83%	19	19	-	-	-	أخرى	
100%	2281	546	614	409	712	المجموع	

يلاحظ من الجدول رقم (20) ما يلي:

- حصلت (نخب سياسية) كإحدى فئات الشخصيات المحورية الفلسطينية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (223) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (9.77%).
- حصلت (نخب اجتماعية) كإحدى فئات الشخصيات المحورية الفلسطينية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (64) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (2.80%).

- حصلت **(نخب دينية)** كأحدى فئات الشخصيات المحورية الفلسطينية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (43) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (1.88%).
- حصلت **(قادة الأحزاب)** كأحدى فئات الشخصيات المحورية الفلسطينية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (396) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (17.36%).
- حصلت **(قيادات محلية)** كأحدى فئات الشخصيات المحورية الفلسطينية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (102) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (4.47%).
- حصلت **(قيادات حكومية)** كأحدى فئات الشخصيات المحورية الفلسطينية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (406) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (17.79%).
- حصلت **(قيادات شبابية)** كأحدى فئات الشخصيات المحورية الفلسطينية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (50) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (2.19%).
- حصلت **(شخصيات عامة)** كأحدى فئات الشخصيات المحورية الفلسطينية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (182) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (7.97%).
- حصلت **(مواطن عادي)** كأحدى فئات الشخصيات المحورية الفلسطينية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (259) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (12.93%).
- حصلت الشخصيات الدولية **(عربية)** كأحدى فئات الشخصيات المحورية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (140) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (6.13%).
- حصلت الشخصيات الدولية **(آسيوية)** كأحدى فئات الشخصيات المحورية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (55) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (2.41%).

- حصلت الشخصيات الدولية (أفريقية) كإحدى فئات الشخصيات المحورية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (9) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (0.39%).
- حصلت الشخصيات الدولية (أوروبية) كإحدى فئات الشخصيات المحورية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (76) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (3.33%).
- حصلت الشخصيات الدولية (أمريكية) كإحدى فئات الشخصيات المحورية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (43) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (1.88%).
- حصلت الشخصيات الإسرائيلية (حكومية) كإحدى فئات الشخصيات المحورية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (101) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (4.42%).
- حصلت الشخصيات الإسرائيلية (عسكرية) كإحدى فئات الشخصيات المحورية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (77) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (3.37%).
- حصلت الشخصيات الإسرائيلية (أخرى) كإحدى فئات الشخصيات المحورية التي وردت في المادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (19) من أصل (2281) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (0.83%).

يرى الباحث من خلال متابعته لنتائج الجدول السابق أن الشخصيات المحورية في المواد الإعلامية المتعلقة بالمواطنة كانت في المقام الأولي هي الشخصيات الحكومية، ويرى الباحث أن الشخصيات الحكومية كان لها الأثر الكبير في تفعيل قضايا المواطنة بالإيجاب أو بالسلب لوجود حكومتين، كما أن الحكومتين فاعلتين بشكل كبير في الأحداث الداخلية والخارجية، لذلك كانت الشخصيات الحكومية محورية بشكل كبير، وهذا له ارتباط أيضاً، وحسب النتائج السابقة في الدراسة السابقة بأن الشخصيات الحكومية كانت في مقدمة الشخصيات المحورية، كذلك يرى الباحث بأن الوضع السياسي الراهن في الأراضي الفلسطينية يجعل قدرة الأحزاب ذات أهمية في تفعيل القضايا المجتمعية والنشاطات السياسية، فكان لابد لها أن تكون في مقدمة الشخصيات المحورية في المواد الإعلامية حتى لو كانت في المرتبة الثانية نظراً لتداخل الفئتين، حيث نجد قادة الأحزاب هم أيضاً قيادات حكومية، ويتضح من الجدول تركيز وكالة معاً على قادة الأحزاب أكثر من القيادات الحكومية

نظراً للإشكاليات القانونية والتشريعية للحكومات الموجودة، وحتى لا تتهم بالانحياز لطرف على حساب طرف آخر.

إن الباحث يرى بعمق نتيجة فئة المواطن العادي، والتي احتلت مكانة مهمة في الشخصيات المحورية، ويعزو الباحث ذلك لأن المواطن الفلسطيني يتعرض للانتهاكات اليومية الإسرائيلية، وهو الذي يتعرض للانتهاكات الداخلية من قبل طرفي النزاع الفلسطيني حركتي فتح وحماس، وهو الذي يمنع من السفر والتنقل، وهو الذي يعتقل من قبل الجيش الإسرائيلي، وكذلك الحكومات الفلسطينية، لذلك كان لا بد له أن يكون محوراً مهماً في الشخصيات المحورية في الأخبار المتعلقة بالمواطنة.

كما أن الشخصيات العربية حازت على الاهتمام الأكبر ضمن الشخصيات الدولية بسبب البعد الحزبي للقضية الفلسطينية، وحجم المساعدات العربية لفلسطين.

أما الشخصيات الإسرائيلية فكانت الحكومية أكثر من العسكرية، وهذا منطقي لأن الناطقين باسم الحكومة هم من يتصدرون المشهد حتى لو كانت الأحداث عسكرية.

### إجابة التساؤل العاشر:

ينص التساؤل العاشر على ما يلي: ما الموقع الجغرافي للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية؟

وللإجابة على هذا التساؤل، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لفئات الموقع الجغرافي للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة، والجدول التالي يوضح ذلك.

### جدول رقم (21):

التكرارات والنسب المئوية لفئات الموقع الجغرافي للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
21.54%	368	115	140	21	92	قطاع غزة
51.58%	881	215	262	159	245	الضفة الفلسطينية
7.14%	122	23	21	25	53	القدس
6.85%	117	32	29	17	39	الداخل الفلسطيني
12.88%	220	77	29	74	40	الشتات
100%	1708	462	481	296	469	المجموع
-	100%	27.04%	28.16%	17.33%	27.45%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (21) ما يلي:

- حصل (قطاع غزة) كإحدى فئات الموقع الجغرافي للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (368) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (21.54%).
- حصل (الضفة الفلسطينية) كإحدى فئات الموقع الجغرافي للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (881) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (51.58%).
- حصل (القدس) كإحدى فئات الموقع الجغرافي للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (122) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (7.14%).
- حصل (الداخل الفلسطيني) كإحدى فئات الموقع الجغرافي للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (117) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (6.85%).
- حصل (الشتات) كإحدى فئات الموقع الجغرافي للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على تكرار (220) من أصل (1708) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (12.88%).

يرى الباحث أن بعد سيطرة حركة حماس على الحكم في غزة انتقلت المقرات الحكومية إلى الضفة الغربية بما فيها مقر الرئاسة الفلسطينية، وأصبحت رام الله العاصمة الإدارية لفلسطين.

كما أن مقرات وكالات وفاقاً، معاً، وفلسطين برس الرئيسة في الضفة الغربية أكثر من قطاع غزة، كما يرى الباحث جانباً آخر سبب في هذا وهو أن المدن الفلسطينية في الضفة الغربية خاضعة للاحتلال الإسرائيلي، وأن هناك تعديلات يومية بحق المدون الفلسطيني، واشتداد الاستيطان والاستيلاء على أراضي المواطنين، لذلك كان التأثير قوياً في مدن الضفة الغربية، وكان نتيجة ذلك اهتمام المواقع الإخبارية بتغطيتها واحتلالها مساحات كبيرة في التغطية، وكان قطاع غزة في المرتبة الثانية في التغطية، ويرى الباحث أن تغطيته قضايا المواطنة في غزة كان من قبل وكالتي فلسطين برس وفلسطين الآن أكثر من معاً ووفاء، وسبب أن فلسطين برس تركز على انتهاكات حقوق الإنسان من قبل حكومة غزة والوضع الاقتصادي والاجتماعي في غزة، مما يعزز هذه التغطية وفي المقابل يعمل موقع فلسطين الآن لتغطية فعاليات حركة حماس والحكومة في غزة ويتابع تصريحاتها، مما يعزز من تغطية لقضايا المواطنة في غزة.

ويرى الباحث بأن المواقع الإخبارية أغفلت بشكل كبير المناطق التي احتلتها عام (1948)، وكذلك مدينة القدس، ويرى الباحث بأن ذلك يشكل خطراً على القضية الفلسطينية واستهتاراً بالقضايا الوطنية المهمة، لذلك يجب على المواقع الإخبارية تعزيز صمود المواطن الفلسطيني في هاتين المنطقتين، كما يرى الباحث أن اهتمام المواقع بشكل مقبول في تغطية الشنات الفلسطيني نابعاً من حجم الفعاليات في المخيمات الفلسطينية، وكذلك ارتباطها بحقوقهم المسلوبة في الدول التي يتواجد فيها الفلسطينين، لذلك يرى الباحث ضرورة وجود إستراتيجية وطنية لتعزيز صمود أبناء الشعب الفلسطيني أينما كانوا.

## **الفصل السادس**

### **النتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية**

## الفصل الخامس

### النتائج المتعلقة بالدراسة التحليلية

#### مقدمة:

يتناول هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بالقائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية، حيث اختار الباحث عينة من المبحوثين، وأجرى الدراسة عليهم، ويتضمن الفصل نتائج إجابات القائمين بالاتصال على استمارة الدراسة الميدانية، والوصول إلى نتائج من أجل تحليلها، والتعرف على دور القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية في بناء أجندة قضايا المواطن في فلسطين، والوقوف على متغيرات الدراسة التي اشتملت على (متغيرات الموقع الوظيفي، الرتب، الدورات التدريبية، اللغات التي يتقنها القائم بالاتصال)، وقد تم إجراء المعالجات الإحصائية للدراسة الميدانية باستخدام البرامج الإحصائية (SPSS) للحصول على نتائج الدراسة، والتي سيتم عرضها وتحليلها في هذا الفصل.



## النتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية:

قام الباحث ببناء استمارة الدراسة الميدانية للتعرف إلى دور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية في بناء أجندة قضايا المواطن وذلك لتطبيقها على عينة الدراسة. وقد تكونت هذه الاستمارة من (42) فقرة أو سؤال موزعة على أربعة مجالات هي:

### جدول رقم (22):

#### مجالات استمارة الدراسة الميدانية

رتبة المجال	عنوان المجال	عدد الأسئلة
الأول	سلوك استخدام القائم بالاتصال للموقع الإلكترونية الإخبارية	12 سؤال
الثاني	مدى اهتمام القائم بالاتصال بقضايا المواطن	8 سؤال
الثالث	دور القائم بالاتصال في بناء أجندة قضايا المواطن	11 سؤال
الرابع	السمات العامة للقائم بالاتصال	11 سؤال
المجموع	المجموع	42 سؤالاً

وقد راعى الباحث في صياغة عبارات الاستمارة الأمور التالية:

- 1- الوضوح.
- 2- الاختصار.
- 3- تناول العبارات بجانب واحد من جوانب الموضوع.
- 4- تجنب صياغة العبارات بطريقة نفي النفي.

## إجابة التساؤل الأول:

ينص التساؤل الأول على ما يلي: ما الخصائص العامة للقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية وفق متغيرات الموقع الإلكتروني والعمر والجنس والتخصص وسنوات الخبرة والمؤهل العلمي وطبيعة العمل الوظيفي والراتب والدورات التدريبية واللغات التي يتقنها؟ وللإجابة على هذا التساؤل، تم حساب التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية وفق كل متغير من المتغيرات المذكورة كل على حدة، والجدول التالي توضح ذلك.

### • بالنسبة لمتغير الموقع الإلكتروني:

#### جدول رقم (23):

التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير الموقع الإلكتروني

النسبة المئوية	التكرار	البيان
33.33%	18	موقع وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية "وفا"
27.77%	15	موقع فلسطين الآن
25.92%	14	موقع وكالة معاً الإخبارية
12.96%	7	موقع وكالة فلسطين برس للأنباء
100%	54	المجموع
-	100%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (23) أن عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (54) فرداً موزعين كما يلي:

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (معاً) حوالي (14) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (25.92%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (وفا) حوالي (18) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (33.33%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (فلسطين الآن) حوالي (15) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (27.77%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (فلسطين برس) حوالي (7) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (12.96%).

لقد حرص الباحث على أن تكون عينة القائم بالاتصال متوازنة بين المواقع الأربعة، ولكن واجهت الباحث عدة معوقات أهمها أن نسبة العاملين في المواقع مختلفة، كذلك أماكن عملهم، حيث أن النسبة الأكبر من العاملين كانوا في وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا، وأماكن عملهم معروفة بسبب عملهم في الوكالة الرسمية، كما أن هناك مقرات عمل لكل من فلسطين الآن في غزة ووكالة معاً في غزة والضفة، أما بخصوص وكالة فلسطين برس فهي ممنوعة من العمل في قطاع غزة، ولا يوجد لديها مقرات معروفة، لذلك كانت عملية التواصل معهم صعبة للغاية، وقد استخدم الباحث طريقة الإيميل الخاص بالوكالة، وعلى الرغم من عدم استجابة الوكالة في الشكل المطلوب، إلا أن الباحث استعان ببعض الأصدقاء، وأعضاء نقابة الصحفيين، وغيرهم من الصحفيين للوصول إلى أكبر عدد من القائمين بالاتصال في الموقع الإخباري لوكالة فلسطين برس للأنباء، لذلك كانت النسبة متدنية في هذه الوكالة.

• بالنسبة لمتغير العمر:

جدول رقم (24):

التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير العمر

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	العمر
37.03%	20	2	8	2	8	من 25 إلى أقل من 35
35.18%	19	2	1	11	5	من 35 إلى أقل من 45
14.81%	8	2	6	-	-	أقل من 25
12.96%	7	1	-	5	1	من 45 إلى أقل من 60
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (24) ما يلي:

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين أعمارهم من فئة (أقل من 25) سنة حوالي (8) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (14.81%).
- كما بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين أعمارهم من فئة (من 25 إلى أقل من 35) سنة حوالي (20) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (37.03%).
- كذلك بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين أعمارهم من فئة (من 35 إلى أقل من 45) سنة حوالي (19) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (35.18%).

- وبلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين أعمارهم من فئة (من 45 إلى أقل من 60) سنة حوالي (7) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (12.96%).
- يتضح من نتائج الجدول السابق أن هناك أقلية في أعمار القائمين بالاتصال في الفئتين العمريتين تحت (25) وفوق (60) عاماً.
- فيما لم يكن أي من القائمين بالاتصال أعمارهم تتجاوز (60) عاماً.

ومن خلال النظرة المتعمقة لطبيعة العمل الإعلامي في فلسطين، يؤكد الباحث بأن وكالة الأنباء الفلسطينية وفا لم تقم بتوظيف عاملين فيها من قطاع غزة منذ عام (2007)، بسبب سيطرة حماس على الحكم، وبهذا نجد بأن أعمار العاملين فوق (25) لو راعينا مدة الثمان سنوات الماضية، كما أن وكالة معاً تعتمد على الخبرة في التعيين كأحد شروط تخرجهم ضمن مادة دراسية تفرضها الجامعات للتدريب في السنة الأخيرة من الدراسة. كما نلاحظ أن موقعي وكالتي فلسطين برس وفلسطين الآن يعتمدان على الشباب في العمل، وهذا ما يميزهما لأنهما يعتمدون على العمل الإعلامي الحزبي، وانتقاء الكفاءات الإعلامية من خلال الانتماء الحزبي.

وهذا ما يشير إليه الجدول المتعلق بالانتماء الحزبي لنجد غالبية العاملين في فلسطين الآن هم من حركة حماس، وكل العاملون في فلسطين برس هم من حركة فتح.

وفي نظرة للجدول المتعلق بالمصادر التي يعتمد عليها الموقع نجد بأن المراسل يحتل المرتبة الأولى بنسبة (31.08)، ولذلك ونظراً لطبيعة الحالة الفلسطينية الداخلية، وتقييد الحركة، وتقطع أوصال المدن الفلسطينية نجد بأن الشباب هم أقدر للعمل في هذه المواقع لقدرتهم على الحركة وخصوصاً بأن العمل في المواقع الإخبارية للمحررين لا يحتاج إلى التنقل، ولذلك يكون الشباب من المراسلين أكثر.

#### • بالنسبة لمتغير الجنس:

#### جدول رقم (25):

#### التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
90.74%	49	6	15	18	10	ذكر
9.25%	5	1	-	-	4	أنثى
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (25) ما يلي:

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (الذكور) حوالي (49) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (90.74%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (الإناث) حوالي (5) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (9.25%).

ما زال المجتمع الفلسطيني محافظاً في طبيعة العمل الصحفي الخاص بالمرأة، وكذلك تعتمد المواقع الإخبارية على الذكور في العمل بسبب قدرتهم على التحمل أكثر، وفي ظل المنافسة الكبيرة بين المواقع الإخبارية يجد مالكي المواقع ضالتهم عند الذكور في العمل كمراسلين ومصورين أكثر من الإناث، وكذلك الطبيعة الأيديولوجية لمواقع تيار الإسلام السياسي مثل فلسطين الآن.

• بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي:

جدول رقم (26):

التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير المؤهل العلمي

البيان	معاً	وفا	فلسطين الآن	فلسطين برس	التكرار	النسبة المئوية
بكالوريوس	9	12	12	5	38	70.37%
ماجستير	3	6	3	2	14	25.92%
دبلوم	2	-	-	-	2	3.70%
المجموع	14	18	15	7	54	100%
النسبة المئوية	25.92%	33.33%	27.77%	12.96%	100%	-

يلاحظ من الجدول رقم (26) ما يلي:

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين مؤهلهم العلمي من فئة (دبلوم) حوالي (2) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (3.70%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين مؤهلهم العلمي من فئة (بكالوريوس) حوالي (38) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (70.37%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين مؤهلهم العلمي من فئة (ماجستير) حوالي (14) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (25.92%).
- فيما لم يكن أي من القائمين بالاتصال حاصلاً على درجة (الدكتوراه)، وكذلك جميعهم ذات مستوى علمي (أكثر من الثانوية العامة).

من خلال متابعة الباحث لطبيعة العمل الإعلامي داخل المواقع الإخبارية، ونسبة المتعلمين في المجتمع الفلسطيني الكبيرة، تجد أن المواقع الإخبارية تعتمد بشكل كبير على الخريجين في التعيين جيدة لديهم المهارات والقدرات للعمل الإعلامي.

لذلك خلت المواقع ممن لم يحصلوا على شهادات علمية، ورغم أن خريجي الدبلوم قليل جداً من أفراد العينة، ومن المتابعة وجد أنهم خريجي دراسات متوسطة في مجال الإعلام والتصوير لما لديهم من خبرة في هذا المجال.

ومن الملاحظ ارتفاع نسبة حاملي الماجستير في العينة، وهذا نظراً لأن العاملين في وكالة الأنباء الفلسطينية، وبسبب الانقسام استطاعوا استكمال دراستهم العلمية في الجامعات، وكذلك اهتمام الصحفيين بتطوير أنفسهم، وفتح مجال الدراسة في الجامعة الفلسطينية لمرحلة الماجستير جعل الكثير من الصحفيين والقائمين بالاتصال لديهم الرغبة في ذلك، ويربط الباحث هذه النتائج بالجدول اللاحق على أن نسبة (24%) غير متخصصين في الإعلام، ونجد أن نسبة الحاصلين على دراسات عليا حوالي (25.92%)، وتحديداً في وكالة وفا، ومع النظر إلى أن أقسام السياسة والاقتصاد كانت سباقة في فتح المجال للدراسات العليا في غزة، نجد بأن الكثير من الصحفيين التحقوا ببرامج السياسة ودراسات الشرف الأوسط وغيرها من التخصصات المتاحة.

#### • بالنسبة لمتغير التخصص:

#### جدول رقم (27):

#### التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير التخصص

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
75.92%	41	5	12	11	13	متخصص في الإعلام
24.07%	13	2	3	7	1	متخصص في غير الإعلام
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (27) ما يلي:

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين من فئة (متخصص في الإعلام) حوالي (41) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (75.92%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين من فئة (متخصص غير الإعلام) حوالي (13) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (24.07%).

يتضح من النتائج اعتماد المواقع الإخبارية على المتخصصين في مجال الإعلام بدرجة كبيرة جداً، وهذا ما يميز الإعلام الفلسطيني في اهتمام خريجي الثانوية العامة للدراسة في مجال الإعلام نظراً لكثرة الأحداث والتطورات السياسية في فلسطين، حيث العدوان الإسرائيلي المستمر على كل قطاعات الشعب الفلسطيني، لذلك فإن العمل الإعلامي يعد من أهم الأعمال والمهن قيمة ومكانة واحترام لدى الشعب الفلسطيني لأنه وسيلة لاتصال صورة الفلسطيني المظلوم الذي يبحث عن استقلاله وتقرير مصيره.

كما أن اعتماد المواقع الإخبارية على المتخصصين يشكل منهجية واضحة للإعلام الفلسطيني، وهو ما يميزه في كثير من الدراسات العربية أكدت اعتماد وسائل الإعلام على خريجي الإعلام بنسب متفاوتة، وتؤكد دراسة عادل ضيف (1999) أن نسبة المتخصصين في مجال الإعلام في الصحف المصرية بلغ (34%)، ومتخصصي مجالات مشابهة كالسياسة والاقتصاد (16%).

فيما كانت النسبة أكبر في الصحف الاقتصادية الإماراتية، حيث أكدت دراسة محمد يونس، عائشة النعيمي (2006)، أن (46%) من القائمين بالاتصال متخصصين في مجال الإعلام، وأيضاً (36%) متخصصين في الاقتصاد.

#### • بالنسبة لمتغير الموقع الوظيفي:

#### جدول رقم (28):

#### التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير الموقع الوظيفي

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
61.11%	33	3	9	15	6	محرر
24.07%	13	2	3	1	7	مراسل
7.40%	4	-	1	2	1	غير ذلك
3.70%	2	1	1	0	-	رئيس التحرير
3.70%	2	1	1	-	-	مدير التحرير
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

## يلاحظ من الجدول رقم (28) ما يلي:

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين موقعهم الوظيفي من فئة (رئيس التحرير) حوالي (2) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (3.70%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين موقعهم الوظيفي من فئة (مدير التحرير) حوالي (2) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (3.70%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين موقعهم الوظيفي من فئة (محرر) حوالي (33) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (61.11%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين موقعهم الوظيفي من فئة (مراسل) حوالي (13) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (24.07%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين موقعهم الوظيفي من فئة (غير ذلك) حوالي (4) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (7.40%).

يتضح من النتائج اعتماد المواقع الإخبارية على المحررين بشكل كبير جداً هنا يتضح اعتماد المواقع المتفاوت على المرسلين، في الوقت الذي يعتمد موقع معاً على المرسل بشكل أكبر تعتمد فلسطين الآن ووفقاً بشكل أكبر على المحررين.

وهنا يعزو الباحث على أن وكالة معاً استطاعت أن تصل إلى قلب الأحداث، والتمتع بالمصادقية الأكبر بالمقارنة بالمواقع الإلكترونية الإخبارية الأخرى، حيث يكون لديها مراسلين يتواجدون في قلب الأحداث، ولا يحتاجون بشكل كبير إلى مصادر خارجية أخرى.

وبالنظر إلى الجدول المتعلق بأكثر المواقع متابعة لدى القائمين بالاتصال، نجد بأن وكالة معاً هي الأولى لأنها كما يرى الباحث تعد مصدراً موثقاً للأحداث، لأنها تعتمد على مراسليها بشكل كبير. كما أن النتائج توضح أن عدد العاملين من المحررين يشكل الغالبية، نظراً لحاجة المواقع للمحررين في ظل المصادر الإخبارية في فلسطين.

كما تؤكد ذلك دراسة يحيى المدهون (2012) بأن وكالة معاً تعد من أكثر المواقع مصداقية وتغطية للأحداث بشكل مهني.



• بالنسبة لمتغير الانتماء السياسي:

جدول رقم (29):

التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير الانتماء السياسي

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
38.88%	21	7	-	12	2	فتح
33.33%	18	-	1	5	12	لا أنتمي
25.92%	14	-	14	-	-	حماس
1.85%	1	-	-	1	-	الجهاد الإسلامي
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (29) ما يلي:

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين انتمائهم السياسي من فئة (فتح) حوالي (21) فرداً، ونسبة مئوية قدرها (38.88%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين انتمائهم السياسي من فئة (حماس) حوالي (14) فرداً، ونسبة مئوية قدرها (25.92%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين انتمائهم السياسي من فئة (الجهاد الإسلامي) حوالي (1) فرداً، ونسبة مئوية قدرها (1.85%).
- فيما لم ينتمي أيّاً من القائمين بالاتصال لـ(الجهة الشعبية)، و(الجهة الديمقراطية)، و(حزب الشعب الفلسطيني).

إن نتائج هذا الجدول تعد الأكثر منطقية بسبب طبيعة العمل الإعلامي في الساحة الفلسطينية، حيث التعيين على أسس حزبية فصائلية أكثر منها مهنية.

لذلك نجد بأن كل القائمين بالاتصال في موقع وكالة فلسطين برس للأبناء ينتمون لحركة فتح لأنها تابعة أو مؤيدة لحركة فتح، فيما أن الغالبية هم من العاملين في وكالة فلسطين الآن هم من حركة حماس لأن هذه الوكالة تنتمي لحركة حماس وتحويلها منها، وبالنظر إلى وكالة الأبناء الفلسطينية وفا نجد أن سياسة التعيين متوافقة مع سياسة الحزب الحاكم وهو حركة فتح، كون أن الوكالة تعد هي الوكالة الرسمية الناطقة باسم السلطة الوطنية الفلسطينية.

كما أن وكالة معاً المستقلة يطغى عليها الطابع المهني المستقل في التعيين، لأنها تحاول أن تحافظ على مصداقيتها وترتبعها على عرش الإعلام المستقل في فلسطين.

وتؤكد دراسات إعلامية فلسطينية بأن المنتمين لحركة فتح هم أكثر العاملين في المؤسسات الإعلامية نظراً لأسبقيتها في الساحة الفلسطينية وريادتها في العمل الإعلامي.

وتؤكد دراسة عبد الصبور فاضل (2007) أن المنتمين لحركة فتح هم أكثر المعتمدين على الإنترنت كمصدر للمعلومات، وهذا ما يؤكد ما تحدث عنه الباحث.

• بالنسبة لمتغير سنوات الخبرة:

جدول رقم (30):

التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير سنوات الخبرة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
57.40%	31	2	6	17	6	أكثر من ذلك
18.51%	10	2	6	-	2	من سنة إلى أقل من 3 سنوات
16.66%	9	2	1	1	5	من 5 سنوات إلى أقل من 7 سنوات
7.40%	4	1	2	-	1	من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (30) ما يلي:

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين سنوات خبرتهم من فئة (من سنة إلى أقل من 3 سنوات) حوالي (10) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (18.51%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين سنوات خبرتهم من فئة (من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات) حوالي (4) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (7.40%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين سنوات خبرتهم من فئة (من 5 سنوات إلى أقل من 7 سنوات) حوالي (9) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (16.66%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين سنوات خبرتهم من فئة (أكثر من ذلك) حوالي (31) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (57.40%).

يجد الباحث بأن (54%) من القائمين بالاتصال لديهم الخبرة أكثر من (7) سنوات، وهذا يميز المواقع الإخبارية، ولكن بالنظر إلى النتائج التفصيلية نجد بأن غالبية القائمين بالاتصال في وكالة وفا لديهم الخبرة فوق (7) سنوات بسبب أنهم تعينوا قبل (2007)، وهو تاريخ سيطرة حماس على غزة، لذلك كان منطقياً أن يكون لديهم الخبرة أكثر من (7) سنوات.

أما بقية النتائج نجد بأنها منطقية في اعتماد وكالة معاً على الخبرة والشباب، كما هو الحال في فلسطين الآن، وفلسطين برس.

والنتائج منطقية بالمقارنة بالدراسات في الدول المجاورة، فقد أكد دراسة حمد عبد الله (2005) بأن خبرة القائمين بالاتصال في الصحف المصرية بلغت (32%) أقل من (5) سنوات، (24.7%) تراوحت نسبة خبرتهم من (5) إلى (10) سنوات، لذلك يرى الباحث بأن النتائج منطقية.

#### • بالنسبة لمتغير عدد اللغات التي تتقنها:

#### جدول رقم (31):

التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير عدد اللغات التي تتقنها

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
83.33%	45	5	12	15	13	لغة
16.66%	9	2	3	3	1	لغتان
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (31) ما يلي:

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية وفق اللغة من فئة (لغة) حوالي (45) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (83.33%).

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية وفق اللغة من فئة (لغتين) حوالي (9) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (16.66%).

- فيما لم يتقن أيّاً من القائمين بالاتصال (ثلاث لغات فأكثر).

إن نتائج الدراسة تؤكد بأن القائم بالاتصال يحاول تطوير نفسه بكل الطرق، كذلك المتابع للشأن الإعلامي الفلسطيني يجد بأن العاملين في المواقع والمؤسسات الإعلامية الفلسطينية يعملون في مؤسسات وقنوات إخبارية عالمية.

وهذا ما يعرفه الباحث من خلال عمله الإعلامي في المواقع الإخبارية، لذلك نجد بأن العاملين في المؤسسات الإعلامية العالمية يجب عليهم معرفة لغات أخرى حتى يتواصلوا معهم، ومنهم من يعمل مراسل لقنوات أجنبية.

كما تتيح المواقع الإخبارية الفلسطينية للعاملين فيها حرية العمل في مواقع وقنوات إخبارية أجنبية من أجل تغطية الأحداث الفلسطينية.

• بالنسبة لمتغير المشاركة في دورات تدريبية:

جدول رقم (32):

التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير المشاركة في دورات تدريبية

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
96.29%	52	6	15	18	13	نعم
3.70%	2	1	-	-	1	لا
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (32) ما يلي:

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية وفق المشاركة في دورات تدريبية من فئة (نعم) حوالي (52) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (96.29%).

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية وفق المشاركة في دورات تدريبية من فئة (لا) حوالي (2) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (3.70%).

يرى الباحث بأن القائم بالاتصال الفلسطيني يحاول أن يطور من نفسه، ويعمل على تحسين الواقع المهني له، وتشير النتائج على أن الفاعلية العظمى من القائمين بالاتصال حصلوا على دورات تدريبية من أجل ذلك، وتتوافق هذه النتائج مع دراسة عبد الصبور فاضل (2007) أن الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال في الصحف الفلسطينية حصلوا على دورات تدريبية.

فيما تؤكد دراسة حمد سعد إبراهيم (2000) أن المدرسة الأمريكية ترى أن الحتمية التكنولوجية تتطلب أساساً لتطوير القائم بالاتصال ومهاراته ليساعد في أدار واجبه المهني والأخلاقي، وعليه أن يتطور فيما يتوافق مع التقدم العلمي والتكنولوجي.

كما أن الدراسات العربية تؤكد هذه النتائج وينسب مختلفة، حيث أشارت نتائج دراسة عادل عبد الرازق (1999) أن (69%) من القائمين بالاتصال في الأقسام الخارجية بالصحف المصرية حصلوا على دراسات تدريبية، ورغم أن القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية قد حصلوا على دورات تدريبية، إلا أنها لم تكن كافية للالتزامهم بالمهنية فيما يتعلق بالوضع السياسي الداخلي وتغطية حالة الانقسام الفلسطيني، حيث تشير دراسة منتصر حمدان (2012) أن هناك ضعفاً مهنيًا للكوادر الإعلامية فيما يخص الالتزام بقيم ومبادئ وأصول العمل الإعلامي المهني.

• بالنسبة لمتغير الدخل الشهري:

جدول رقم (33):

التكرارات والنسب المئوية للقائمين بالاتصال وفق متغير الدخل الشهري

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
29.62%	16	1	11	-	4	من 1500 إلى أقل من 2000 شيكل
29.62%	16	1	-	15	-	أكثر من 3000 شيكل
24.07%	13	-	3	3	7	من 2000 إلى أقل من 3000 شيكل
9.25%	5	3	-	-	2	أقل من 1000 شيكل
7.40%	4	2	1	-	1	من 1000 إلى أقل من 1500 شيكل
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (33) ما يلي:

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين دخلهم الشهري من فئة (أقل من 1000 شيكل) حوالي (5) أفراد، ونسبة مئوية قدرها (9.25%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين دخلهم الشهري من فئة (من 1000 إلى أقل من 1500 شيكل) حوالي (4) أفراد، ونسبة مئوية قدرها (7.40%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين دخلهم الشهري من فئة (من 1500 إلى أقل من 2000 شيكل) حوالي (16) فرداً، ونسبة مئوية قدرها (29.62%).
- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين دخلهم الشهري من فئة (من 2000 إلى أقل من 3000 شيكل) حوالي (13) فرداً، ونسبة مئوية قدرها (24.07%).

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين دخلهم الشهري من فئة (أكثر من 3000 شيكل) حوالي (16) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (29.62%).

يرى الباحث أن هناك تنوع في رواتب القائمين بالاتصال في الواقع الإخبارية نظراً لتبعيتها وآليات عملها، حيث نرى أن أكثر الذين يتقاضون رواتبهم من وكالة وفا، وذلك بسبب عمل القائمون بالاتصال ضمن قانون الخدمة المدنية، حيث أنهم موظفون رسميون في الدولة، وأنهم يتدرجون في علاواتهم ضمن القانون، كذلك نجد بأن العاملين بوكالة معاً يتقاضون رواتب جيدة بالمقارنة بالمواقع الأخرى، كما أن موقع فلسطين برس يعتمد على الصحفيين الشباب وخصوصاً في غزة لأنهم مطاردين، وأن إجمالي القائمين بالاتصال يتمتعون برواتب جيدة ولديهم رضا من ذلك.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة مرعي مذكور (2003) أن القائمين بالاتصال في الصحافة المصرية راضيين عن رواتبهم بنسبة (74.8%)، وهذا يوضح مدى ما تلقاه مهنة الصحافة من قبول عام لدى العاملين فيها، وهذا يتناسب مع رواتبهم في الموقع.

ومن خلال متابعة الباحث للقائم بالاتصال في المواقع، ومن خلال الاستثمارات التي تم تعبئتها منهم نجد أن هناك تباين في الرواتب لنفس الموقع الوظيفي، حيث أكدت الدراسات بأن الدخل الشهري لمدير التحرير في موقع فلسطين الآن أكثر من الدخل الشهري لرئيس التحرير، وهذا يضعنا أمام الأسباب والعوامل التي أدت لذلك، فيرى الباحث بأن أهم العوامل هي الخبرة والمكانة التنظيمية في الحزب السياسي الذي ينتمي إليه الموقع.

### إجابة التساؤل الثاني:

ينص التساؤل الثاني على ما يلي: ما سلوك القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية من حيث:

- مدى متابعة المواقع الإلكترونية الإخبارية الأخرى.
- أكثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية التي تتم متابعتها.
- أسباب متابعة المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية.
- تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجنادات القائمين بالاتصال لقضايا المواطنة.
- حجم تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجنادات القائمين بالاتصال لقضايا المواطنة.

- مدى التزام القائمين بالاتصال بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الذي يعملون به.
  - مدى التوافق بين السياسة التحريرية للموقع الذي يعمل به القائمون بالاتصال وبين اتجاهاتهم الفكرية نحو القضايا المطروحة.
  - تأثير الواقع السياسي الفلسطيني على تناول القائمين بالاتصال للقضايا لمطروحة.
  - مدى توافق أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال وأولويات الجمهور.
  - المعايير التحريرية الخاصة بتناول القضايا المطبقة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال.
  - المصادر التي يعتمد عليها في توفر المعلومات الخاصة بالقضايا التي تطرح في الموقع الذي يعمل به القائمون بالاتصال.
  - العلاقة متبادلة بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال وأولويات الجمهور.
- وللإجابة على هذا التساؤل، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لسلوك القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية حسب كل بند من البنود المذكورة، كل على حدة، والجداول التالية توضح ذلك.

• بالنسبة لمتابعة المواقع الإلكترونية الإخبارية الأخرى:

جدول رقم (34):

التكرارات والنسب المئوية لمدى متابعة القائمين بالاتصال المواقع الإلكترونية الإخبارية الأخرى

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
96.29%	52	6	14	18	14	دائماً
3.70%	2	1	1	-	-	أحياناً
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (34) ما يلي:

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين يتابعون (دائماً) المواقع الإلكترونية الإخبارية الأخرى حوالي (52) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (96.29%).

- بلغ عدد القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية الذين يتابعون (أحياناً) المواقع الإلكترونية الإخبارية الأخرى حوالي (2) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (3.70%).

لقد احتلت المواقع الإخبارية مكانة كبيرة من قبل المتابعين والجمهور والقائمين بالاتصال، حيث أصبحت مصدراً مهماً للأخبار، وتؤكد النتائج أن الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال يتابعون دائماً المواضيع، وأن كل القائمين بالاتصال يتابعون هذه المواقع بشكل أو بآخر.

وتشير دراسة رنا صديق (2012) أن هناك ارتفاع كبير وامتزاج لاستخدام المواقع الإخبارية مقارنة بالسنوات التي شهدتها بداية استخدام الإنترنت، مما يشير تزايد أهميتها في الوصول إلى الجمهور.

كما أن النتائج متطابقة مع نتائج دراسة محمد عبد الله إسماعيل (2005) التي أكدت أن نسبة (97.7%) من القائمين بالاتصال في الصحف القومية يتابعون المواقع الإخبارية، كما تشير أيضاً دراسة أمين أبو وردة (2007) أن نسبة (98.8%) من الشباب الفلسطيني يتابعون المواقع الإخبارية، وكذلك دراسة كريمة توفيق (2010) وأن (80%) من الشباب العربي يفضلون الصحافة الإلكترونية، كما أن دراسة شريهان توفيق (2009) أن (63.8%) من الصفوة المصرية يحرصون على التعرض للإنترنت بشكل منتظم.

وبناء على هذه النتائج يؤكد الباحث أن المواقع الإلكترونية الإخبارية تعد من وسائل الإعلام المهمة في الساحة الفلسطينية، وتعد مصدراً مهماً من مصادر الأخبار لدى المجتمع الفلسطيني عامة، والقائمين بالاتصال بشكل خاص.



- بالنسبة لأكثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية التي تتم متابعتها:

جدول رقم (35):

التكرارات والنسب المئوية لأكثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية

التي يتابعها القارئ بالاتصال

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
15.15%	35	4	5	18	8	موقع وكالة الأنباء الفلسطينية وفا
15.15%	35	2	8	11	14	موقع وكالة معاً الإخبارية
13.41%	31	2	12	7	10	موقع وكالة الصحافة الفلسطينية صفا
13.41%	31	2	11	12	6	موقع دنيا الوطن
11.25%	26	1	11	6	8	موقع فلسطين اليوم الإخباري
9.09%	21	-	15	2	4	موقع فلسطين الآن الإخباري
6.92%	16	7	3	6	-	موقع فلسطين برس للأنباء
6.92%	16	1	8	5	2	موقع المركز الفلسطيني للإعلام
6.49%	15	3	-	12	-	موقع شبكة أمد للإعلام
1.73%	4	1	0	3	-	موقع كل العرب
0.43%	1	-	-	1	-	موقع بانوراما
100%	231	23	73	83	52	المجموع
-	100%	9.95%	31.60%	35.93%	22.5%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (35) ما يلي:

- احتل الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (موقع وكالة الأنباء الفلسطينية وفا) المرتبة (الأولى)، حيث بلغ عدد المتابعين له من القارئ بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (35) فرداً، ونسبة مئوية قدرها (15.15%).
- احتل الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (موقع وكالة معاً الإخبارية) المرتبة (الأولى مكرر)، حيث بلغ عدد المتابعين له من القارئ بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (35) فرداً، ونسبة مئوية قدرها (15.15%).
- احتل الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (موقع وكالة الصحافة الفلسطينية صفا) المرتبة (الثانية)، حيث بلغ عدد المتابعين له من القارئ بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (31) فرداً، ونسبة مئوية قدرها (13.41%).

- احتل الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (موقع دنيا الوطن) المرتبة (الثانية مكرر)، حيث بلغ عدد المتابعين له من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (31) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (13.41%).
- احتل الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (موقع فلسطين اليوم الإخباري) المرتبة (الثالثة)، حيث بلغ عدد المتابعين له من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (26) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (11.25%).
- احتل الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (موقع فلسطين الآن الإخباري) المرتبة (الرابعة)، حيث بلغ عدد المتابعين له من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (21) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (9.09%).
- احتل الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (موقع فلسطين برس للأخبار) المرتبة (الخامسة)، حيث بلغ عدد المتابعين له من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (16) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (6.92%).
- احتل الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (موقع المركز الفلسطيني للإعلام) المرتبة (الخامسة مكرر)، حيث بلغ عدد المتابعين له من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (16) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (6.92%).
- احتل الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (موقع شبكة أمد للإعلام) المرتبة (السادسة)، حيث بلغ عدد المتابعين له من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (15) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (6.49%).
- احتل الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (موقع كل العرب) المرتبة (السابعة)، حيث بلغ عدد المتابعين له من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (4) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (1.73%).
- احتل الموقع الإلكتروني الإخباري الفلسطيني (موقع بانوراما) المرتبة (الثامنة)، حيث بلغ عدد المتابعين له من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (1) فرداً، وبنسبة مئوية قدرها (0.43%).

يتضح من الجدول أن وكالتي وفا ومعاً هي أكثر المواقع الإلكترونية الإخبارية متابعه من قبل القائمين بالاتصال، حيث يعزو الباحث هذه النتائج إلى أن وكالة وفا تعد الوكالة الرسمية، وتعد من أهم المصادر الرسمية لكافة المراسيم والأخبار والقرارات الصادرة من الحكومة، لذلك يحرص القائم

بالإتصال لمتابعتها بشكل خاص مهما كانت درجة الاختلاف معها فكرياً، وما يؤكد هذا الطرح أن ثلث القائمين بالإتصال في موقع فلسطين الآن المعارض يعتبرون أن وكالة وفا من أكثر المواقع متابعة لديهم، مما يعزز هذا التوجه من الباحث.

وتؤكد الدراسة على تربع وكالة معاً الإخبارية في صدارة المواقع الإخبارية متابعة بسبب مهنتها العالية واستقلاليتها الإعلامية، ويؤكد هذه النتائج دراسة يحيى المدهون (2012) التي أكدت أن موقع وكالة معاً الإخباري أكثر المواقع الإخبارية تصفحاً ومتابعة من الجمهور الفلسطيني، ويليه فلسطين برس، وفلسطين الآن.

وحسب نتائج الدراسة كما في الجدول السابق يأتي في المرتبة الثانية موقعي دنيا الوطن وموقع وكالة الصحافة الفلسطينية "صفا" لما يتمتعان به من تغطية متنوعة للأحداث والشمولية، حيث تعد وكالة صفا من الوكالات المهمة ذات المتابعة في قطاع غزة لعلاقتها القوية مع السلطة الحاكمة في غزة، لذلك كان لها الأهمية في الوصول إلى المصادر من منابعها، فكان من الضروري متابعتها لمعرفة تصريحات وقرارات الحكومة في غزة.

ويأتي تراجع متابعة موقع فلسطين برس بسبب إغلاق مكتبها في غزة وملاحقة العاملين فيها من الحكومة في غزة، حيث أكدت بيانات مراكز حقوق الإنسان اعتقال الصحفيين بسبب انتمائهم الحزبي لحركة فتح، وأيضاً الخلافات الداخلية في حركة فتح، لذلك اختلفت نتائج هذه الدراسة من نتائج دراسة يحيى المدهون (2012).

ومن النتائج الملفتة للانتباه من وجهة نظر الباحث إغفال القائمين بالإتصال لمتابعة المواقع الإخبارية العاملة داخل الأراضي المحتلة عام (1948)، وهي موقعي بانوراما وموقع كل العرب الإخباري، وهذا مؤشر مهم على عدم تغطية القائمين بالإتصال للأحداث في الداخل الفلسطيني، وهذا ما تؤكدته الدراسة التحليلية للمواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث بلغت تغطية الأحداث حسب موقعها الجغرافي (6%)، وهي أقل نسبة بالمقارنة بتواجد الفلسطينيين في غزة والضفة الغربية والشتات.

لذلك يجب على القائمين بالإتصال الاهتمام أكثر بالفلسطينيين الذين ما زالوا يحافظون على هويتهم الفلسطينية رغم كل المحاولات الإسرائيلية لطمس وجودهم كفلسطينيين.

• بالنسبة لأسباب متابعة المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية:

جدول رقم (36):

التكرارات والنسب المئوية لأسباب متابعة القائمين بالاتصال  
للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
%34.54	38	4	11	13	10	السرعة في نشر الأخبار وتفاصيل الأحداث
%22.72	25	2	6	11	6	لأنها توفر تغطية حية للأحداث
%14.54	16	3	6	5	2	لأنها توفر عمقاً أكبر وتغطية أوسع للأحداث
%10.90	12	3	3	6	-	المرونة في اختيار القوالب الفنية والمصادر الصحفية وتنوعها
%10	11	-	3	2	6	لأنها أكثر وسائل الاتصال الجماهيرية تفاعلية
%7.27	8	1	3	4	-	لأنها تعطي حرية في تناول وتطرح وجهات نظر متعددة
%100	110	13	32	41	24	المجموع
-	%100	%11.81	%29.09	%37.27	%21.81	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول (36) أن أكثر الأسباب وراء متابعة القائمين بالاتصال للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية كانت كما يلي:

- السبب الأول: السرعة في نشر الأخبار وتفاصيل الأحداث، حيث بلغ تكراره من قبل القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (38) مرة، وبنسبة مئوية قدرها (34.54%).
- السبب الثاني: لأنها توفر تغطية حية للأحداث، حيث بلغ تكراره من قبل القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (25) مرة، وبنسبة مئوية قدرها (22.72%).
- السبب الثالث: لأنها توفر عمقاً أكبر وتغطية أوسع للأحداث، حيث بلغ تكراره من قبل القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (16) مرة، وبنسبة مئوية قدرها (14.54%).

- **السبب الرابع:** المرونة في اختيار القوالب الفنية والمصادر الصحفية وتنوعها، حيث بلغ تكراره من قبل القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (12) مرة، وبنسبة مئوية قدرها (10.90%).

- **السبب الخامس:** لأنها أكثر وسائل الاتصال الجماهيرية تفاعلية، حيث بلغ تكراره من قبل القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (11) مرة، وبنسبة مئوية قدرها (10%).

- **السبب السادس:** لأنها تعطي حرية في التناول وتطرح وجهات نظر متعددة، حيث بلغ تكراره من قبل القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (8) مرة، وبنسبة مئوية قدرها (7.27%).

بعد أن فرضت المواقع الإخبارية نفسها بقوة على الساحة الإعلامية الفلسطينية، يتضح من النتائج الأسباب المتعلقة بأسباب متابعة هذه المواقع، حيث تصدرت السرعة في نشر الأخبار وتفاصيل الأحداث أسباب متابعة القائمين بالاتصال، حيث أن نتائج هذه الدراسة توافقت مع العديد من الدراسات التي أكدت بأن من أهم خصائص وسمات الإعلام الإلكتروني هو السرعة في نقل الأحداث، حيث أكدت دراسة أمين أبو وردة (2007) أن نسبة (65.5%) من المتابعين يهتمون بالمواقع الإخبارية بسبب سرعتها، فيما زادت النسبة لدى دراسة طالب الأحمدى (2005)، حيث وصلت نسبة من يتابعون المواقع بسبب سرعتها بنسبة إلى (88%).

كما تتفق النتائج مع دراسة محمد الحرملی (2013) بأن غالبية عينة الدراسة تتابع المواقع لمعرفة الأحداث أولاً بأول.

وكانت نسبة من يتابعون المواقع بسبب تغطيتها الحية للأحداث في المرتبة الثانية بمقدار (22.72%)، حيث يؤكد هذه النتيجة دراسة عبد الأمير (2005) على أن المواقع تعمل على تغطية حية، وتحديث معلوماتها بشكل مستمر.

فيما كانت المتابعة بسبب توفر عمقاً أكبر وتغطية أوسع للأحداث في المرتبة الثالثة، ورغم أهميتها إلا أنها لم تحظى بالغالبية بل وصلت لنسبة (14.5%) إلا أن هذه النسبة مقبولة، وتؤكد دراسة جواد الدلو (2002) على أن الغالبية من المتابعين للمواقع يحرصون على معلومات إضافية ومعقدة على الأحداث.

في المقابل نجد إهمال سبب التفاعلية ضمن أسباب المتابعة، ويؤكد الباحث أن هذه النتيجة منطقية ومهمة لأن المواقع الإخبارية الفلسطينية لا تعطي حيزاً للتفاعلية في مواقعها، وهذا ما أكدته الدراسة في تحليل مضمون المواقع، حيث كانت نسبة التعليق على الأخبار (1.4%) فقط، مما يقلل من التواصل بين القائم بالاتصال والجمهور.

وأخيراً كانت أقل نسبة في أسباب متابعة المواقع الإخبارية وهي أنها تعطي حرية في التناول وتطرح وجهات النظر المتعددة، وتتعارض هذه النتائج مع نتائج دراسة أمين أبو وردة (2007) التي أكدت أن (60%) يرون أن المواقع تتيح حرية الرأي والتعبير، ويؤكد الباحث أن أحد أسباب تراجع هذه النسبة هي أن المواقع تتبنى وجهة النظر الحزبية في طرح القضايا، وأنها مقيدة بالسياسة التحريرية للأحزاب السياسية الممولة لها.

هذا ما أكدته دراسة أمل طومان (2010) أن هناك انحرافاً في أهداف الإعلام الفلسطيني بعد الانقسام، وغاب عنه الدقة والموضوعية، حيث أصبحت المواقع الإخبارية أداة بين الأحزاب وانتماءها لها وليس للوطن، وتعزز الطائفية والحزبية، تبتعد عن التعددية وإبداء كافة الآراء في نفس الموقع.

- بالنسبة لتأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجندات القائمين بالاتصال لقضايا المواطنة:

#### جدول رقم (37):

التكرارات والنسب المئوية لتأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجندات قضايا المواطنة لدى القائمين بالاتصال

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
48.14%	26	3	11	8	4	أحياناً
40.74%	22	3	1	8	10	لا
11.11%	6	1	3	2	-	دائماً
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (37) ما يلي:

- بلغ تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى (دائماً) في بناء أجندات قضايا المواطنة لدى القائمين بالاتصال (6) تكرارات، وبنسبة مئوية قدرها (11.11%).
- بلغ تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى (أحياناً) في بناء أجندات قضايا المواطنة لدى القائمين بالاتصال (26) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (48.14%).
- بلغ تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى (لا) في بناء أجندات قضايا المواطنة لدى القائمين بالاتصال (22) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (40.74%).

لقد أكدت الدراسات أن الإنسان يتأثر بوسائل الإعلام، حيث أن القائم بالاتصال كإنسان يتأثر بوسائل الإعلام، وأن المواقع الإخبارية تؤثر عليه، ويرى الباحث أن السياسية التحريرية أحد أهم العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال، ولكن خبرة القائم بالاتصال وطبيعة عمله تجعل المواقع الأخرى تؤثر بشكل محدود، وحسب نتائج الدراسة نجد بأن هناك تأثير ملحوظ من قبل المواقع الإخبارية على القائم بالاتصال، وتؤكد هذه النتائج دراسات تتفق معها، حيث أبرزت دراسة عبد الرحمن المطيري (2009) أن الجمهور يتأثر بمضامين وسائل الإعلام أكثر من الصحفيين.

لذلك نجد أن القائم بالاتصال يتعرض لضغوط داخلية تجعله يلتزم بالسياسة التحريرية للمواقع الذي يعمل فيه، وأيضاً الطبيعة الإعلامية الفلسطينية التي تجعل من الكثير من القائمين بالاتصال أدوات لتنفيذ سياسات حزبية خاصة بالكي المواقع أو الأحزاب المسيطرة عليه.

- بالنسبة لحجم تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجنداث القائمين بالاتصال لقضايا المواطنة:

#### جدول رقم (38):

التكرارات والنسب المئوية لحجم تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجنداث قضايا المواطنة لدى القائمين بالاتصال

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
29.62%	16	2	6	6	2	تؤثر بشكل متوسط
29.62%	16	2	2	4	8	لا تؤثر
20.37%	11	2	3	6	-	تؤثر بشكل ضعيف
18.51%	10	-	4	2	4	تؤثر بشكل كبير
1.85%	1	1	-	-	-	تؤثر بشكل كبير جداً
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	11.11	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (38) ما يلي:

- بلغ حجم تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى (كبير جداً) في بناء أجنداث قضايا المواطنة لدى القائمين بالاتصال (1) تكرار، وبنسبة مئوية قدرها (1.25%).
- بلغ حجم تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى (كبير) في بناء أجنداث قضايا المواطنة لدى القائمين بالاتصال (10) تكرارات، وبنسبة مئوية قدرها (18.51%).

- بلغ حجم تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى (متوسط) في بناء أجنداث قضايا المواطنة لدى القائمين بالاتصال (16) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (29.62%).
- بلغ حجم تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى (ضعيف) في بناء أجنداث قضايا المواطنة لدى القائمين بالاتصال (11) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (20.37%).
- بلغ غياب تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجنداث قضايا المواطنة لدى القائمين بالاتصال (16) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (29.62%).

تفيد نتائج الجدول السابق على أن هناك تأثير بسيط للمواقع الإخبارية على القائم بالاتصال، وهذه المواقع تغير من المواقع التي يتابعها القائم بالاتصال، ويشير الباحث أن هذه النسبة المتدنية كانت من خلال التنافس بين المواقع، حيث يحرص القائم بالاتصال على متابعة المواقع الأخرى من أجل معرفة السياسات التحريرية لهم وآلية التعاطي مع القضايا والأحداث، ومن العوامل التي تجعل هذا التأثير ضعيفاً هو حجم القوة التي تؤثر عليه داخلياً من خلال مالكي الموقع، أو التبعية للحزب السياسي، أو السياسية التحريرية للموقع.

وتؤكد رأي الباحث دراسة مريم بسطا (2014) أن هناك تأثير قوي لمالكي المواقع الإخبارية على السياسة التحريرية للمواقع، ويرى الباحث أن المصلحة الخاصة للقائم بالاتصال تجعله أسيراً للسياسة العامة للموقع والأحزاب السياسية.

- بالنسبة لمدى التزام القائمين بالاتصال بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الذي يعملون به:

#### جدول رقم (39):

التكرارات والنسب المئوية لمدى التزام القائمين بالاتصال  
بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الذي يعملون به

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
48.14%	26	1	9	6	10	ألتزم بدرجة كبيرة جداً
38.88%	21	4	6	9	2	ألتزم بدرجة كبيرة
11.11%	6	1	-	3	2	ألتزم بدرجة متوسطة
1.85%	1	1	-	-	-	ألتزم بدرجة ضعيفة
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية



## يلاحظ من الجدول رقم (39) ما يلي:

- أبدى (26) فرداً من القائمين بالاتصال التزاماً (كبيراً جداً) بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الإخباري الذي يعملون به، وبنسبة مئوية قدرها (48.14%).
- أبدى (21) فرداً من القائمين بالاتصال التزاماً (كبيراً) بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الإخباري الذي يعملون به، وبنسبة مئوية قدرها (38.88%).
- أبدى (6) أفراد من القائمين بالاتصال التزاماً (متوسطاً) بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الإخباري الذي يعملون به، وبنسبة مئوية قدرها (11.11%).
- أبدى (1) فرداً من القائمين بالاتصال التزاماً (ضعيفاً) بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الإخباري الذي يعملون به، وبنسبة مئوية قدرها (1.85%).
- فيما لم يؤكد أيّاً من القائمين بالاتصال عدم التزامهم بالسياسة التحريرية.

كان من المتوقع أن تكون نتائج الدراسة متوافقة مع طبيعة العمل الإعلامي الفلسطيني، حيث أن آليات التوظيف تكون حزبية بدرجة كبيرة، وسيطرة الأحزاب على العمل الإعلامي وخصوصاً المواقع الإلكترونية الإخبارية، وأن التزام القائمين بالاتصال بدرجة كبيرة وكبيرة جداً بلغت (87%)، وهذه نسبة عالية جداً تؤكد طروحات الباحث، وتؤكد نتائج الدراسات العربية على أهمية التزام القائم بالاتصال بالسياسة التحريرية لوسيلة الإعلام، وتتفق نتائج هذه الدراسة بشكل معقول بدراسة حمد يونس، عائشة النعيمي (2006)، حيث أن (59%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية يلتزمون بالسياسة التحريرية بشكل كبير جداً، كما أن دراسة نوال الصفتي (2001) تؤكد بأن أهم العوامل التي تؤثر على القائمين بالاتصال سياسة الوسيلة الإعلامية.

ومن النظرة المعمقة لنتائج المواقع الفلسطينية نجد بأن موقعي فلسطين برس وفلسطين الآن أكثر التزاماً بالسياسة التحريرية، ويعزو الباحث ذلك للتوجهات السياسية الخاصة بالقائمين بالاتصال، وفرض الأحزاب السياسية لبرامجها وأهدافها من خلال وسائل الإعلام الخاصة بها.

- بالنسبة لمدى التوافق بين السياسة التحريرية للموقع الذي يعمل به القائمون بالاتصال وبين اتجاهاتهم الفكرية نحو القضايا المطروحة:

جدول رقم (40):

التكرارات والنسب المئوية لمدى التوافق بين السياسة التحريرية للموقع الذي يعمل به القائمون بالاتصال وبين اتجاهاتهم الفكرية نحو القضايا المطروحة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
46.29%	25	4	5	10	6	متوافقة بدرجة كبيرة
37.03%	20	2	8	3	7	متوافقة بدرجة كبيرة جداً
14.81%	8	-	2	5	1	متوافقة بدرجة متوسطة
1.85%	1	1	-	-	-	متوافقة بدرجة ضعيفة
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (40) ما يلي:

- أبدى (20) فرداً من القائمين بالاتصال توافقاً (كبيراً جداً) بين السياسة التحريرية للموقع الذي يعملون به وبين اتجاهاتهم الفكرية نحو القضايا المطروحة، وبنسبة مئوية قدرها (37.03%).
- أبدى (25) فرداً من القائمين بالاتصال توافقاً (كبيراً) بين السياسة التحريرية للموقع الذي يعملون به وبين اتجاهاتهم الفكرية نحو القضايا المطروحة، وبنسبة مئوية قدرها (46.29%).
- أبدى (8) أفراد من القائمين بالاتصال توافقاً (متوسطاً) بين السياسة التحريرية للموقع الذي يعملون به وبين اتجاهاتهم الفكرية نحو القضايا المطروحة، وبنسبة مئوية قدرها (14.81%).
- أبدى (1) فرداً من القائمين بالاتصال توافقاً (ضعيفاً) بين السياسة التحريرية للموقع الذي يعملون به وبين اتجاهاتهم الفكرية نحو القضايا المطروحة، وبنسبة مئوية قدرها (1.85%).
- فيما لم يؤكد أيّاً من القائمين بالاتصال عدم توافق اتجاهاته مع السياسة التحريرية للموقع.

يرى الباحث ومن خلال نظرته إلى نتائج الجدول أن هناك توافق كبير بين السياسة التحريرية للموقع الذي يعمل به القائم بالاتصال وبين اتجاهاته الفكرية نحو قضايا المواطنة، وهذا يرجع إلى عاملين أساسيين من وجهة نظر الباحث، الأول: أن التعيين داخل المواقع يكون على أساس حزبي وليس مهني في كثير من الأحيان، لذلك يكون التوجهات الفكرية للقائم بالاتصال توجهات تتطابق مع

السياسة العامة للموقع، وهذا ما تؤكدته نتائج الجدول الخاص بالانتماء السياسي للقائمين بالاتصال، حيث بينت النتائج أن العاملين في المواقع الحزبية ينتمون للأحزاب التي تتبعها تلك المواقع.

ومن ناحية أخرى يرى الباحث بأن القائم بالاتصال يبدي اهتمام كبير بقضايا المواطن كأولوية لديه، كذلك بينت النتائج في الدراسة التحليلية أن المواقع الإلكترونية تهتم بقضايا المواطن بشكل ملفت، لذلك نجد تطابق بين أهمية قضايا المواطن بين القائم بالاتصال والمواقع الإخبارية والسياسة التحريرية للمواقع القائمة على احترام حرية الرأي الخاص بالقائم بالاتصال الذي يعبر عن توجهاته الحزبية المعروفة مسبقاً، وكانت سبباً في تعيينهن، وأن ما تعنيه نتائج الجدول أن (83%) من القائمين بالاتصال تتوافق توجهاتهم الفكرية مع السياسة التحريرية للموقع بدرجة كبيرة وكبيرة جداً.

• بالنسبة لتأثير الواقع السياسي الفلسطيني على تناول القائمين بالاتصال للقضايا المطروحة:

جدول رقم (41):

التكرارات والنسب المئوية لتأثير الواقع السياسي الفلسطيني

على تناول القائمين بالاتصال للقضايا المطروحة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
62.96%	34	4	11	15	4	دائماً
37.03%	20	3	4	3	10	أحياناً
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (41) ما يلي:

- أبدى (34) فرداً من القائمين بالاتصال أن هناك تأثيراً (دائماً) للواقع السياسي الفلسطيني على تناول القائمين بالاتصال للقضايا المطروحة، وبنسبة مئوية قدرها (62.96%).
- أبدى (20) فرداً من القائمين بالاتصال أن هناك تأثيراً (أحياناً) للواقع السياسي الفلسطيني على تناول القائمين بالاتصال للقضايا المطروحة، وبنسبة مئوية قدرها (37.03%).
- فيما لم يبد أي من القائمين بالاتصال أن الواقع السياسي الفلسطيني لا يؤثر على تناول القائمين بالاتصال للقضايا المطروحة.

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الواقع السياسي الفلسطيني المتزاحم بالأحداث الداخلية والخارجية التي كانت لها الأثر على القائم بالاتصال في تناوله لقضايا المواطنة، وهذا مؤشر على اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية وتناولها بقضايا المواطنة.

وتؤكد نتائج الجدول أن كل القائمين بالاتصال في المواقع يعتقدون بأن الواقع السياسي يؤثر على تناولهم للقضايا المطروحة.

حيث أن الوضع الفلسطيني الزاخر بالأحداث اليومية المتعلقة بحالة الانقسام الداخلي الفلسطيني والعدوان الإسرائيلي المستمر على أبناء الشعب الفلسطيني والتأثيرات الخارجية على القضية الفلسطينية جميعها تؤثر بشكل كبير على القائم بالاتصال، وتتوافق هذه النتائج مع دراسة عبد الله أبو راس (2007) التي تؤكد أن البيئة السياسية والثقافية والاجتماعية هي من تحكم عمل القائم بالاتصال والتغطية المتعلقة بقضايا المواطنة في فلسطين.

فيما تؤكد نتائج دراسة وسام صقر (2010) أن (56%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية يؤكدون بأن الواقع السياسي الفلسطيني يؤثر عليهم بشكل كبير، وأن حياتهم الشخصية تتأثر إذا فشل الحوار الفلسطيني، كما تشير دراسة حسام قطب (2012) نجاح تأثير الرسالة الإعلامية.

• بالنسبة لمدى توافق أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال وأولويات الجمهور:

جدول رقم (42):

التكرارات والنسب المئوية لمدى توافق أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال وأولويات الجمهور

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
42.59%	23	4	3	8	8	متوافقة بدرجة كبيرة
31.48%	17	2	10	3	2	متوافقة بدرجة كبيرة جداً
18.51%	10	-	2	4	4	متوافقة بدرجة متوسطة
7.40%	4	1	-	3	-	متوافقة بدرجة ضعيفة
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

## يلاحظ من الجدول رقم (42) ما يلي:

- أبدى (17) فرداً من القائمين بالاتصال توافقاً (كبيراً جداً) لأجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال وألويات الجمهور، وبنسبة مئوية قدرها (31.48%).
- أبدى (23) فرداً من القائمين بالاتصال توافقاً (كبيراً) لأجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال وألويات الجمهور، وبنسبة مئوية قدرها (42.59%).
- أبدى (10) أفراد من القائمين بالاتصال توافقاً (متوسطاً) لأجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال وألويات الجمهور، وبنسبة مئوية قدرها (18.51%).
- أبدى (4) أفراد من القائمين بالاتصال توافقاً (ضعيفاً) لأجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال وألويات الجمهور، وبنسبة مئوية قدرها (7.40%).
- فيما لم يبدِ أيّاً من القائمين بالاتصال بأن أجندة الموقع الإخباري (غير متوافقة مع أولويات الجمهور).

تشير نتائج الجدول السابق أن هناك توافق كبير بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري وبين أولويات الجمهور، حيث أن وسائل الإعلام تعبر عن الواقع وهي مرآة للمجتمع، لذلك يجب أن يكون رأي واهتمامات الجمهور من متطلبات المادة الإعلامية، لذلك يؤكد محمد عبد الحميد (2004) أن هناك تأثير كبير من قبل الجمهور على وسائل الإعلام، كما يؤكد محمد سعد إبراهيم (2000) أن سمات الإعلام الإلكتروني أن الجمهور أصبح هدفاً رئيساً للقائم بالاتصال، الأمر الذي أدى إلى قيام علاقة قوية بين المرسل والمستقبل، وتعمل وسائل الإعلام الفلسطينية على إرضاء جماهيرها بما يهتمهم من تغطية الأحداث بشكل مستمر، وأن التوافق التي وصلت إليه الدراسة بلغت (76%)، وهذا مؤشر لحجم الترابط والتوافق بينهما، وتشير دراسة محمد عبد الله إسماعيل (2005) أن (72.6%) من القائمين بالاتصال في المواقع يعرفون سمات جمهورها، لذلك يحرصون على تقديم الخدمات الإعلامية التي تناسبهم وتعمل على حل مشاكلهم، وتتوافق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة عبد الكريم الزياتي (2011) التي أكدت أن الجمهور يؤثر بشكل كبير على الرسالة الإعلامية لتكون أجندة القائم بالاتصال متوافقة معه.

- بالنسبة للمعايير التحريرية الخاصة بتناول القضايا المطبقة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال:

جدول رقم (43):

التكرارات والنسب المئوية للمعايير التحريرية الخاصة بتناول القضايا المطبقة

في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
23.2%	29	2	9	10	8	الدقة
20.8%	26	3	8	5	10	التوازن
15.2%	19	1	8	4	6	الموضوعية
14.4%	18	2	5	3	8	السبق
13.6%	17	3	6	4	4	جميع ما ذكر
11.2%	14	2	3	4	5	الحياد
1.6%	2	-	2	-	-	أخرى
100%	125	13	41	30	41	المجموع
-	100%	10.4%	32.8%	24	32.8%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (43) ما يلي:

- احتل معيار (التوازن) (26) تكراراً، ونسبة مئوية قدرها (20.8%) كمعيار من المعايير التحريرية الخاصة بتناول القضايا المطبقة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال.
- احتل معيار (الدقة) (29) تكراراً، ونسبة مئوية قدرها (23.2%) كمعيار من المعايير التحريرية الخاصة بتناول القضايا المطبقة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال.
- احتل معيار (الحياد) (14) تكراراً، ونسبة مئوية قدرها (11.2%) كمعيار من المعايير التحريرية الخاصة بتناول القضايا المطبقة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال.
- احتل معيار (السبق) (18) تكراراً، ونسبة مئوية قدرها (14.4%) كمعيار من المعايير التحريرية الخاصة بتناول القضايا المطبقة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال.

- احتل معيار (الموضوعية) (19) تكراراً، ونسبة مئوية قدرها (15.2%) كمعيار من المعايير التحريرية الخاصة بتناول القضايا المطبقة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال.

- احتل معيار (جميع ما ذكر) (17) تكراراً، ونسبة مئوية قدرها (13.6%) كمعيار من المعايير التحريرية الخاصة بتناول القضايا المطبقة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال.

- احتل معيار (أخرى) (2) تكراراً، ونسبة مئوية قدرها (1.6%) كمعيار من المعايير التحريرية الخاصة بتناول القضايا المطبقة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال.

يرى الباحث أن طبيعة المجتمع الفلسطيني الذي يتعرض إلى وسائل إعلامية متعددة في ظل الاختلافات السياسية وحالة الانقسام الفلسطيني الذي أدى إلى غياب المعايير المهنية للمواقع الإخبارية، حيث باتت المواقع الإخبارية تؤثر سلباً في الحياة السياسية الفلسطينية، لذلك يحاول بعض المواقع والقائمون بالاتصال لتحري الدقة والموضوعية قدر الإمكان استجابة لمتطلبات الجماهير الذي بات لا يثق كثير بمحتوى المواد الإعلامية، ويحاول القائم بالاتصال العمل من أجل تكريس بعض المعايير في أداءه المهني.

حيث احتل معيار الدقة الأولوية في المعايير بنسبة (23%)، ويؤكد الباحث أن هذه النسبة قليلة بالمقارنة لحجم وأهمية هذه المعايير، ويعزو الباحث هذه النتائج إلى الوضع السياسي والاقتصادي الذي يعيشه المجتمع الفلسطيني.

وتؤكد دراسات إعلامية عالجت هذه المعايير، منها دراسة عبد الرازق الدريملي (2011) حيث أكدت نتائجها أن معايير الدقة والسبق تعد من المعايير المهمة لدى الجمهور، كما تعزز دراسة طالب الأحمدى (2005) هذا التوجه، حيث تشير أن الدقة والسبق تحصل على نسبة (88%) من اهتمام القائم بالاتصال، وهذه النتيجة مخالفة لنتيجة دراستنا النسبة العالية بالنسبة لدراسة طالب الأحمدى التي تختلف بشكل كبير عن نتيجة الدراسة المتعلقة بالدقة والتي بلغت (23%).

وتشير نتائج دراسة مني الأكثر (2008) أن أهم المعايير التحريرية الذي يجب توليها وسائل الإعلام هي التوازن، الدقة، والموضوعية، مما يعزز مكانتها.

ويتمنى الباحث على القائمين بالاتصال أن يتحلوا بهذه المعايير من أجل الارتقاء بالإعلام الفلسطيني.

- بالنسبة للمصادر التي يعتمد عليها في توفر المعلومات الخاصة بالقضايا التي تطرح في الموقع الذي يعمل به القائمون بالاتصال:

جدول رقم (44):

التكرارات والنسب المئوية للمصادر التي يعتمد عليها في توفر المعلومات الخاصة بالقضايا التي تطرح في المواقع التي يعمل به القائمون بالاتصال

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
%31.08	46	5	15	14	12	المراسلين للموقع
%14.86	22	2	8	10	2	وكالات عربية ودولية
%12.16	18	3	6	7	2	الإذاعات المحلية
%10.81	16	2	8	5	1	مواقع الكترونية محلية
%10.13	15	2	6	6	1	صحف عربية ودولية
%8.78	13	2	7	4	-	وكالات أنباء محلية
%6.75	10	3	5	-	2	وكالة الأنباء الفلسطينية الرسمية
%5.40	8	1	5	-	2	أخرى
<b>%100</b>	<b>148</b>	<b>20</b>	<b>60</b>	<b>46</b>	<b>22</b>	<b>المجموع</b>
-	<b>%100</b>	<b>%13.51</b>	<b>%40.54</b>	<b>%31.08</b>	<b>%14.86</b>	<b>النسبة المئوية</b>

يلاحظ من الجدول رقم (44) ما يلي:

- احتل (المراسلين للموقع) (46) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (31.08%) كأحد المصادر التي يعتمد عليها في توفر المعلومات الخاصة بالقضايا التي تطرح في المواقع التي يعمل به القائمون بالاتصال.
- احتل (وكالات أنباء محلية) (13) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (8.78%) كأحد المصادر التي يعتمد عليها في توفر المعلومات الخاصة بالقضايا التي تطرح في المواقع التي يعمل به القائمون بالاتصال.
- احتل (الإذاعات المحلية) (18) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (12.16%) كأحد المصادر التي يعتمد عليها في توفر المعلومات الخاصة بالقضايا التي تطرح في المواقع التي يعمل به القائمون بالاتصال.



- احتل (مواقع الكترونية محلية) (16) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (10.81%) كأحد المصادر التي يعتمد عليها في توفر المعلومات الخاصة بالقضايا التي تطرح في المواقع التي يعمل به القائمون بالاتصال.

- احتل (وكالة الأنباء الفلسطينية الرسمية) (10) تكرارات، وبنسبة مئوية قدرها (6.75%) كأحد المصادر التي يعتمد عليها في توفر المعلومات الخاصة بالقضايا التي تطرح في المواقع التي يعمل به القائمون بالاتصال.

- احتل (وكالات عربية ودولية) (22) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (14.86%) كأحد المصادر التي يعتمد عليها في توفر المعلومات الخاصة بالقضايا التي تطرح في المواقع التي يعمل به القائمون بالاتصال.

- احتل (صحف عربية ودولية) (15) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (10.13%) كأحد المصادر التي يعتمد عليها في توفر المعلومات الخاصة بالقضايا التي تطرح في المواقع التي يعمل به القائمون بالاتصال.

- احتل (أخرى) (8) تكرارات، وبنسبة مئوية قدرها (5.40%) كأحد المصادر التي يعتمد عليها في توفر المعلومات الخاصة بالقضايا التي تطرح في المواقع التي يعمل به القائمون بالاتصال.

تبين من الجدول السابق مدى اعتماد القائم بالاتصال على المصادر الخاصة لجمع المعلومات حول قضايا المواطنة على اعتبار أن المصادر الخاصة توضح مدى اهتمام القائم بالاتصال في المعلومات التي يحصل عليها من حيث أهميتها ودقتها، بحيث تصل إلى الجمهور بشكل واضح دون أن يكون هناك أي تشكيك حول دقة هذه المعلومات خاصة، وأنها تتعلق بقضية فلسطينية مهمة.

ويتبين من الجدول السابق اعتماد القائم بالاتصال على المراسلين بشكل كبير جداً، والفرق كبير بين الخيار الأول المراسلين ذات النسبة (31%) وبين الخيار الثاني وهم الوكالات العربية والدولية التي كانت (14.8%)، حيث تعتمد المواقع عليها بشكل ملفت نظراً لأهمية القضية الفلسطينية على المستوى الدولي وارتباطها بالشأن الإقليمي.

ونظراً لتطور العمل الإذاعي في غزة والضفة ونقلها للأحداث بسرعة فائقة أصبحت مصدراً مهماً للمواقع الإخبارية، ويرى الباحث أن ارتفاع نسبتها ناتج أن الإذاعات أصبحت تعين مراسلاً في كل محافظة، وتعتمد على مصادر كثيرة في تغطيتها، لذلك كان لها أن تسبق الوكالات المحلية ووكالة الأنباء الفلسطينية الرسمية.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة محمد الحرمللي (2013) أن المرسلين من أكثر المصادر اعتماداً من قبل الصحف العمانية، كذلك تختلف مع نتائج دراسة أبو شنب (2000) التي أكدت بأن اعتماد وسائل الإعلام على وكالة الأنباء الفلسطينية وفا كمصدر للمعلومات بلغ (52%)، ولكن يعتقد الباحث بأن تطور العمل الإعلامي في فلسطين وتنوع المصادر كان له السبب في تغير هذه النتيجة.

- بالنسبة للعلاقة المتبادلة بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال وأولويات الجمهور:

#### جدول رقم (45):

التكرارات والنسب المئوية للعلاقة متبادلة بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال وأولويات الجمهور

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
48.14%	26	3	9	6	8	دائماً
46.29%	25	3	6	10	6	أحياناً
5.55%	3	1	-	2	-	لا
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (45) ما يلي:

- أبدى (26) فرداً من القائمين بالاتصال أن هناك علاقة متبادلة (دائماً) بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال وأولويات الجمهور، ونسبة مئوية قدرها (48.14%).
  - أبدى (25) فرداً من القائمين بالاتصال أن هناك علاقة متبادلة (أحياناً) بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال وأولويات الجمهور، ونسبة مئوية قدرها (46.29%).
  - أبدى (3) فرداً من القائمين بالاتصال أن (لا) علاقة متبادلة بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال وأولويات الجمهور، ونسبة مئوية قدرها (5.55%).
- يرى الباحث أن المواقع الإخبارية تتناغم في تغطيتها مع أولويات الجمهور، وأن كل منهما يؤثر على الأخرى، حيث توجد علاقة متبادلة بشكل كبير، وهذا ما أكدته الكثير من الدراسات.

وأن النسبة الكبيرة من القائمين بالاتصال التي وصلت إلى (94%)، الذين أكدوا وجود علاقة متبادلة بين أجنحة الموقع الإلكتروني الذي يحمل القائمون بالاتصال وأولويات الجمهور.

لذلك يرى الباحث بأن هذه النتيجة منطقية، ويرى عاطف العبد (2010) أن الجمهور مؤثر قوي على وسائل الإعلام كما أن وسائل الإعلام تؤثر في الجمهور، وتؤكد ذلك أيضاً دراسة الحنبلي (2011).

### إجابة التساؤل الثالث:

ينص التساؤل الثالث على ما يلي: ما مدى اهتمام المواقع الإلكترونية للقائمين بالاتصال في طرح قضايا المواطنة من حيث؟

- أولويتها لدى الجمهور الفلسطيني.
- القضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- معتقدات القائمون بالاتصال حول القضايا التي تطرحها المواقع الإلكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور.
- القضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كأولوية من أولويات القائمين بالاتصال.
- ترتيب القضايا كأولوية من أولويات الجمهور من منظور القائمين بالاتصال
- العوامل التي تؤثر في بناء أجنحة القائمين بالاتصال بما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به
- آلية بناء أجنحة قضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الذي يعمل بها القائمون بالاتصال.
- القيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال من أجل تعزيزها لدى الجمهور.

وللإجابة على هذا التساؤل، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لاهتمامات القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية وفق كل جانب من الجوانب المذكورة كل على حدة، والجدول التالي توضح ذلك.

- بالنسبة لمدى اهتمام المواقع الالكترونية للقائمين بالاتصال في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني:

جدول رقم (46):

التكرارات والنسب المئوية لمدى اهتمام المواقع الالكترونية للقائمين بالاتصال

في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
53.70%	29	3	4	12	10	مهتم بدرجة كبيرة جداً
29.62%	16	1	8	3	4	مهتم بدرجة كبيرة
14.81%	8	3	2	3	-	مهتم بدرجة متوسطة
1.85%	1	-	1	-	-	مهتم بدرجة منخفضة
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (46) ما يلي:

- أبدى (29) فرداً من القائمين بالاتصال اهتماماً (كبيراً جداً) لدور المواقع الالكترونية في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، وبنسبة مئوية قدرها (53.70%).
- أبدى (16) فرداً من القائمين بالاتصال اهتماماً (كبيراً) لدور المواقع الالكترونية في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، وبنسبة مئوية قدرها (29.62%).
- أبدى (8) أفراد من القائمين بالاتصال اهتماماً (متوسطاً) لدور المواقع الالكترونية في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، وبنسبة مئوية قدرها (14.81%).
- أبدى (1) فرداً من القائمين بالاتصال اهتماماً (منخفضاً) لدور المواقع الالكترونية في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، وبنسبة مئوية قدرها (1.85%).
- ولم يبدِ أيّاً من القائمين بالاتصال أنه (غير مهتم) بطرح قضايا المواطنة.

وباستعراض النتائج السابقة يتضح مدى اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة، وأن تفاوتت اهتمامات المواقع بتغطيتها خاصة وكالة وفا، والتي تعتبر الوكالة الأقدم من بين الوكالات والناطق الرسمي للسلطة الوطنية الفلسطينية على اعتبار أن قضية المواطنة تعتبر من التحديات السياسية والاجتماعية القائمة التي تواجه الكل الفلسطيني أمام ما يقوم به الاحتلال الإسرائيلي من

ممارسات دعائية وسياسية لطمس الهوية الفلسطينية وتجهيل الشعب الفلسطيني من معرفته بموطنه، خاصة بعد التهجير له عام نكبة (1948) وعام (1967) التي احتل بها باقي الأراضي الفلسطينية، كما أن نتائج الدراسة المتمثلة بوجود علاقة متبادلة بين أجندة الموقع الإخباري وأولويات الجمهور ونسبة كبيرة حسب رأي القائمون بالاتصال، نجد أن هذه النتيجة الخاصة بهذا بالجدول السابق تؤكد بأن المواقع الإخبارية والقائم بالاتصال يعرفون احتياجات الجمهور، لذلك كان الاهتمام كبيراً في تغطية قضايا المواطنة، والعمل على تعزيزها، ويرى القائمون بالاتصال أن المواقع الإخبارية مهتمة بشكل كبير جداً، ولا يوجد في العينة من يرى أن المواقع غير مهتمة.

- بالنسبة للقضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به:

جدول رقم (47):

التكرارات والنسب المئوية للقضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
20.20%	40	6	13	15	6	قضايا المشاركة السياسية
14.14%	28	2	12	6	8	قضايا الحقوق الأساسية للمواطن
13.13%	26	3	8	9	6	قضايا الانتماء الوطني
12.12%	24	2	9	7	6	قضايا الحريات العامة
10.60%	21	2	6	6	7	قضايا المصالحة الاجتماعية والسياسية
9.59%	19	3	5	8	3	قضايا واجبات والتزامات المواطنين
8.58%	17	3	3	10	1	قضايا المشاركة المجتمعية
7.07%	14	1	5	7	1	قضايا الهوية القومية
3.53%	7	2	2	2	1	قضايا الديمقراطية
1.01%	2	-	-	2	-	أخرى
100%	198	24	63	72	39	المجموع
-	100%	12.12%	31.81%	36.36%	19.69%	النسبة المئوية

## يلاحظ من الجدول رقم (47) ما يلي:

- احتلت قضايا (المشاركة السياسية) المرتبة (الأولى) بتكرار (40)، وبنسبة مئوية قدرها (20.20%) كأحد للقضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتلت قضايا (الحقوق الأساسية للمواطن) المرتبة (الثانية) بتكرار (28)، وبنسبة مئوية قدرها (14.14%) كأحد للقضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتلت قضايا (الانتماء الوطني) المرتبة (الثالثة) بتكرار (26)، وبنسبة مئوية قدرها (13.13%) كأحد للقضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتلت قضايا (الحريات العامة) المرتبة (الرابعة) بتكرار (24)، وبنسبة مئوية قدرها (12.12%) كأحد للقضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتلت قضايا (المصالحة الاجتماعية والسياسية) المرتبة (الخامسة) بتكرار (21)، وبنسبة مئوية قدرها (10.60%) كأحد للقضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتلت قضايا (واجبات والتزامات المواطنين) المرتبة (السادسة) بتكرار (19)، وبنسبة مئوية قدرها (9.59%) كأحد للقضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتلت قضايا (المشاركة المجتمعية) المرتبة (السابعة) بتكرار (17)، وبنسبة مئوية قدرها (8.58%) كأحد للقضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتلت قضايا (الهوية القومية) المرتبة (الثامنة) بتكرار (14)، وبنسبة مئوية قدرها (7.07%) كأحد للقضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتلت قضايا (الديمقراطية) المرتبة (التاسعة) بتكرار (7)، وبنسبة مئوية قدرها (3.53%) كأحد للقضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.

- احتلت (أخرى) المرتبة (العاشرة) بتكرار (2)، وبنسبة مئوية قدرها (1.01%) كأحد للقضايا المتعلقة بالمواطنة التي يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.

تظهر النتائج الخاصة بقضايا المواطنة التي يحرص القائم بالاتصال على تناولها كأولوية من أولويات المواقع الإخبارية الفلسطينية، حيث تبين أن قضايا المشاركة السياسية كانت من أهم القضايا التي تناولتها على اعتبار أن هذه القضايا ذات حراك واسع محلياً وإقليمياً ودولياً، ويرتبط ارتباطاً مباشراً بأهمية القضية الفلسطينية التي غلب عليها الطابع السياسي، ثم تليها قضايا الحقوق الأساسية للمواطن الفلسطيني، حيث يحرص القائم بالاتصال على إبرازها بسبب الاختلافات السياسية بين حكومتي رام الله وغزة، لذلك يحرص كل طرف على إبراز الحقوق والواجبات للمواطنين من أجل تسير أمور حياتهم، حيث أن المواطن الفلسطيني مقبلاً على كثير من التغيرات السياسية والاجتماعية التي يجب أن يتخذ خلالها موقفاً واعياً لتحديد مصيره أمام هذه التغيرات التي من شأنها أن تفرض عليه واقعاً سياسياً واجتماعياً واقتصادياً يمس مصيره المستقبلي، كما أن قضايا الانتماء والهوية والحريات والمشاركة الاجتماعية والمصالحة الوطنية من القضايا التي ارتبطت بالمواطنة، وكانت ذات أهمية بالنسبة للمواقع الإخبارية الفلسطينية من حيث الأولوية لضرورتها كمفاهيم يجب تعزيزها لدى المواطن الفلسطيني.

ولم يعد الاهتمام بالسياق السياسي للمواطنة والتغطية الإعلامية للمواقع السياسية فلسطينياً فقط، بل تشير الدراسات العربية على اهتمام المواقع الإخبارية بالمشاركة السياسية لما لها من أهمية في المجتمع العربي، حيث تؤكد رنا صديق (2012) أن اهتمام المواقع الإخبارية بالمواضيع السياسية نظراً لأنها أولوية لدى الشباب.

كما تؤكد دراسة نائر تلاحمه (2012) أن المواضيع السياسية احتلت مساحة واسعة في المواقع الإخبارية، ويأتي هذا الاهتمام من وجهة نظر الباحث لحالة الركود السياسي، وعدم تداول السلطة والحكومات العربية، وعدم إجراء انتخابات ديمقراطية، وقلة مشاركة الجمهور في صناعة القرار.

- بالنسبة لمعتقدات القائمون بالاتصال حول القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور:

جدول رقم (48):

التكرارات والنسب المئوية لمعتقدات القائمين بالاتصال حول القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
%55.56	30	3	9	10	8	أحياناً
%44.44	24	4	6	8	6	دائماً
%100	54	7	15	18	14	المجموع
-	%100	%12.96	%27.77	%33.33	%25.92	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (48) ما يلي:

- أبدى (22) فرداً من القائمين بالاتصال اهتماماً (دائماً) بالقضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور، وبنسبة مئوية قدرها (%44.44)
  - أبدى (30) فرداً من القائمين بالاتصال اهتماماً (أحياناً) بالقضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور، وبنسبة مئوية قدرها (%55.56).
  - ولم يبدِ أيّاً من القائمين بالاتصال أنه لا يعتقد بأن المواطنة أولوية من أولويات الجمهور.
- لقد أكدت نتائج الدراسات السابقة بأن القائم بالاتصال يحرص أن يلبي احتياجات جمهوره، وأن هناك علاقة متبادلة بين الجمهور والقائم بالاتصال، ويعرف القائم بالاتصال سمات جمهوره من خلال التواصل معهم، حيث تتيح المواقع الإخبارية إمكانيات التفاعل بين القائم بالاتصال والجمهور من خلال التعليقات على الأخبار.

وتشير نتائج الجدول السابق أن كل القائمين بالاتصال يعتقدون بنسب متفاوتة أن ما يطرح في المواقع الإخبارية هو من أولويات الجمهور، وتؤكد دراسة مريم بسطا (2014) أن القائم بالاتصال يعتمد على تعليقات الجمهور لمعرفة احتياجاته وأولوياته، فيما تشير نتائج دراسة تائر تلاحمه (2012) أن هناك تواصل كبير بين الجمهور والقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية بنسبة كبيرة.



- بالنسبة للقضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كأولوية من أولويات القائمين بالاتصال:

جدول رقم (49):

التكرارات والنسب المئوية للقضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كأولوية من أولويات القائمين بالاتصال

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
18.53%	33	4	12	11	6	قضايا المشاركة السياسية
16.29%	29	2	8	8	11	قضايا الحريات العامة
14.04%	25	2	11	6	6	قضايا الحقوق الأساسية للمواطن
10.11%	18	2	6	9	1	قضايا الانتماء الوطني
10.11%	18	2	6	5	5	قضايا الإحساس بالهوية الوطنية
8.98%	16	3	7	4	2	قضايا المصالحة الاجتماعية والسياسية
7.30%	13	1	3	6	3	قضايا واجبات المواطنين
5.05%	9	2	1	6	-	قضايا المشاركة المجتمعية
5.05%	9	1	3	3	2	قضايا الالتزامات والمسئوليات
4.49%	8	1	2	3	2	قضايا الديمقراطية
100%	178	20	59	61	38	المجموع
-	100%	11.23%	33.14%	34.26%	21.34%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (49) ما يلي:

- احتلت قضايا (المشاركة السياسية) المرتبة (الأولى) بتكرار (33)، ونسبة مئوية قدرها (18.53%) كأحد القضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كأولوية من أولويات القائمين بالاتصال.
- احتلت قضايا (الحريات العامة) المرتبة (الثانية) بتكرار (29)، ونسبة مئوية قدرها (16.29%) كأحد القضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كأولوية من أولويات القائمين بالاتصال.
- احتلت قضايا (الحقوق الأساسية للمواطن) المرتبة (الثالثة) بتكرار (25)، ونسبة مئوية قدرها (14.04%) كأحد القضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كأولوية من أولويات القائمين بالاتصال.

- احتلت قضايا (الانتماء الوطني) المرتبة (الرابعة) بتكرار (18)، وبنسبة مئوية قدرها (10.11%) كأحد القضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كأولوية من أولويات القائمين بالاتصال.
- احتلت قضايا (الإحساس بالهوية الوطنية) المرتبة (الرابعة مكرر) بتكرار (18)، وبنسبة مئوية قدرها (10.11%) كأحد القضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كأولوية من أولويات القائمين بالاتصال.
- احتلت قضايا (المصالحة الاجتماعية والسياسية) المرتبة (الخامسة) بتكرار (16)، وبنسبة مئوية قدرها (8.98%) كأحد القضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كأولوية من أولويات القائمين بالاتصال.
- احتلت قضايا (واجبات المواطنين) المرتبة (السادسة) بتكرار (13)، وبنسبة مئوية قدرها (7.30%) كأحد القضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كأولوية من أولويات القائمين بالاتصال.
- احتلت قضايا (الالتزامات والمسئوليات) المرتبة (السابعة) بتكرار (9)، وبنسبة مئوية قدرها (5.05%) كأحد القضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كأولوية من أولويات القائمين بالاتصال.
- احتلت قضايا (المشاركة المجتمعية) المرتبة (السابعة مكرر) بتكرار (9)، وبنسبة مئوية قدرها (5.05%) كأحد القضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كأولوية من أولويات القائمين بالاتصال.
- احتلت قضايا (الديمقراطية) المرتبة (الثامنة) بتكرار (8)، وبنسبة مئوية قدرها (4.49%) كأحد القضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها كأولوية من أولويات القائمين بالاتصال.

يرى الباحث أن قضايا المشاركة السياسية كانت أولوية للقائم بالاتصال كما كانت أولوية للمواقع الإخبارية وكذلك الجمهور، لذلك تزدى الوضع السياسي الفلسطيني وعدم وجود أفق سياسي في العملية السلمية، كذلك عدم إجراء الانتخابات الفلسطينية منذ عام (2006)، وحالة الانقسام الفلسطيني، حاول القائم بالاتصال أن يعزز مبادئ المشاركة السياسية وتغطيتها بشكل ملفت، حيث احتلت قضايا المشاركة السياسية الأولوية لدى القائمين بالاتصال لما تمثله من أهمية كبيرة لديهم لأسباب عديدة منها الملاحقات الأمنية للصحفيين في كل من غزة والضفة الغربية، وإغلاق مكاتب المواقع الإخبارية، كذلك صعوبة العمل والتنقل بين المدن بسبب الحواجز الإسرائيلية، فيما كانت الحقوق الأساسية للمواطن ذات أهمية بسبب غياب الحقوق، وقلة الالتزام بالواجبات لدى المواطنين، كما أن القائم بالاتصال اهتم

بقضايا الانتماء الوطني والإحساس بالهوية الوطنية لأن هذه القضايا متجذرة في عقلية المواطن الفلسطيني، حيث أن القضية الفلسطينية تحتل مكانة كبيرة لديه، ويحاول تعزيز الانتماء الوطني، والحفاظ على الهوية الوطنية.

وقد أكدت دراسة حسين أبو شنب (2001) أن وسائل الإعلام تحرص على زيادة المعلومات عن الوطن بنسبة (63%)، والتمسك بالحقوق بنسبة (45.8%)، وهذا ما يقوم به القائم بالاتصال:

- بالنسبة لترتيب القضايا كأولوية من أولويات الجمهور من منظور القائمين بالاتصال:

جدول رقم (50):

التكرارات والنسب المئوية والترتيب للقضايا كأولوية من أولويات الجمهور  
من منظور القائمين بالاتصال

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
36.27%	37	4	11	13	9	وفقاً لنوعية القضية
26.47%	27	3	6	7	11	حسب توقيت القضية
18.62%	19	2	5	6	6	حسب الجمهور المستهدف
9.80%	10	1	5	4	-	وفقاً للأحداث الجارية عالمياً
6.86%	7	1	2	2	2	حسب الفن الصحفي
1.96%	2	-	2	-	-	أخرى
100%	102	11	31	32	28	المجموع
-	100%	10.78%	30.39%	31.37%	27.45%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (50) ما يلي:

- احتلت (وفقاً لنوعية القضية) المرتبة (الأولى) بتكرار (37)، وبنسبة مئوية قدرها (36.27%) كأولوية من أولويات الجمهور من منظور القائمين بالاتصال.
- احتلت (حسب توقيت القضية) المرتبة (الثانية) بتكرار (27)، وبنسبة مئوية قدرها (26.47%) كأولوية من أولويات الجمهور من منظور القائمين بالاتصال.
- احتلت (حسب الجمهور المستهدف) المرتبة (الثالثة) بتكرار (19)، وبنسبة مئوية قدرها (18.62%) كأولوية من أولويات الجمهور من منظور القائمين بالاتصال.

- احتلت (وفقاً للأحداث الجارية عالمياً) المرتبة (الرابعة) بتكرار (10)، وبنسبة مئوية قدرها (9.80%) كأولوية من أولويات الجمهور من منظور القائمين بالاتصال.
- احتلت (حسب الفن الصحفي) المرتبة (الخامسة) بتكرار (7)، وبنسبة مئوية قدرها (6.86%) كأولوية من أولويات الجمهور من منظور القائمين بالاتصال.
- احتلت (أخرى) المرتبة (السادسة) بتكرار (2)، وبنسبة مئوية قدرها (1.96%) كأولوية من أولويات الجمهور من منظور القائمين بالاتصال.

يرى الباحث أن الأراضي الفلسطينية زاخرة بالأحداث والتطورات، ويات المواطن الفلسطيني عرضة للعديد من القضايا الهامة في توقيت واحد، لذلك يكون اهتمام حسب نوعية القضايا وأهميتها بالنسبة له، ومن خلال نتائج الجدول نجد أن نوعية القضية احتلت المرتبة الأولى كأولوية للجمهور حسب رأي القائم بالاتصال، ويرى الباحث أن الأحداث والتراكمات السياسية في المجتمع الفلسطيني يستوجب من الجمهور اختيار القضايا التي تؤثر في مصيره وحياته وآليات اختيار القضايا التي تؤثر في مصيره وحياته وآليات معيشية، فالعدوان الإسرائيلي المستمر على الأراضي الفلسطينية، وحالة الانقسام التي أدت في كثير من الأحيان إلى فلتان أمني وأحداث سياسية تؤثر على مجريات الحياة السياسية الفلسطينية.

ويأتي من المنطقي حسب رأي الباحث أن يكون توقيت القضية أولوية متقدمة بسبب اهتمامات الجمهور المتراكمة والمتواصلة في قضايا مهمة، وأن كثرة القضايا تجعل من المواطن الفلسطيني أن يفاضل في الأهمية بينها رغم أهمية قضايا المواطنة لديه، كما لم يغفل القائم بالاتصال التركيز على أولويات الجمهور والأحداث العالمية.

- بالنسبة للعوامل التي تؤثر في بناء أجندات القائمين بالاتصال بما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به:

جدول رقم (51):

التكرارات والنسب المئوية للعوامل التي تؤثر في بناء أجندات القائمين بالاتصال بما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
18.55%	36	4	11	12	9	النظام السياسي السائد
17.52%	34	3	6	11	14	قيم المجتمع وعاداته وتقاليده
14.94%	29	3	5	13	8	سياسة التحرير
13.40%	26	2	8	10	6	أخلاقيات المهنة وميثاق الشرف الصحفي
8.76%	17	1	3	7	6	مستوى الحريات الصحفية المتاحة
7.21%	14	2	3	6	3	عوامل التنشئة الاجتماعية
7.21%	14	2	4	6	2	الجمهور والرأي العام
6.70%	13	2	5	4	2	قوانين المطبوعات والنشر
3.09%	6	1	1	-	4	الفلسفة الاقتصادية السائدة
2.57%	5	1	3	-	1	مستوى المنافسة مع الجهات الإعلامية الأخرى
100%	194	21	49	69	55	المجموع
-	100%	10.82%	25.25%	35.56%	28.35%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (51) ما يلي:

- احتل عامل (النظام السياسي السائد) المرتبة (الأولى) بتكرار (36)، ونسبة مئوية قدرها (18.55%) كأحد العوامل التي تؤثر في بناء أجندات القائمين بالاتصال فيما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتل عامل (قيم المجتمع وعاداته وتقاليده) المرتبة (الثانية) بتكرار (34)، ونسبة مئوية قدرها (17.52%) كأحد العوامل التي تؤثر في بناء أجندات القائمين بالاتصال فيما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتل عامل (سياسة التحرير) المرتبة (الثالثة) بتكرار (29)، ونسبة مئوية قدرها (14.94%) كأحد العوامل التي تؤثر في بناء أجندات القائمين بالاتصال فيما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.

- احتل عامل (أخلاقيات المهنة وميثاق الشرف الصحفي) المرتبة (الرابعة) بتكرار (26)، وبنسبة مئوية قدرها (13.40%) كأحد العوامل التي تؤثر في بناء أجدات القائمين بالاتصال فيما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتل عامل (مستوى الحريات الصحفية المتاحة) المرتبة (الخامسة) بتكرار (17)، وبنسبة مئوية قدرها (8.76%) كأحد العوامل التي تؤثر في بناء أجدات القائمين بالاتصال فيما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتل عامل (عوامل التنشئة الاجتماعية) المرتبة (السادسة) بتكرار (14)، وبنسبة مئوية قدرها (7.21%) كأحد العوامل التي تؤثر في بناء أجدات القائمين بالاتصال فيما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتل عامل (الجمهور والرأي العام) المرتبة (السادسة مكرر) بتكرار (14)، وبنسبة مئوية قدرها (7.21%) كأحد العوامل التي تؤثر في بناء أجدات القائمين بالاتصال فيما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتل عامل (قوانين المطبوعات والنشر) المرتبة (السابعة) بتكرار (13)، وبنسبة مئوية قدرها (6.70%) كأحد العوامل التي تؤثر في بناء أجدات القائمين بالاتصال فيما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- احتل عامل (مستوى المنافسة مع الجهات الإعلامية الأخرى) المرتبة (الثامنة) بتكرار (5)، وبنسبة مئوية قدرها (2.57%) كأحد العوامل التي تؤثر في بناء أجدات القائمين بالاتصال فيما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.

المتتبع لنتائج الجدول السابق يعرف حجم الضغوطات على القائم بالاتصال والعوامل التي تؤثر عليه، ويرى الباحث أن الانقسام الفلسطيني أدى بشكل كبير إلى تقييد عمل الصحفيين والحد من حرياتهم الصحفية، ومن خلال رؤيتنا لإجابات القائمين بالاتصال نجد أن النظام السياسي السائد أكثر العوامل المؤثرة عليهم، وينظر الباحث إلى نتائج وكالتي فلسطين برس وفلسطين الآن نجد بأن النظام السائد يؤثر على القائمين بالاتصال بشكل أكثر، ويعزو الباحث هذا إلى طبيعة عمل الحكومتين في الضفة الفلسطينية وقطاع غزة، وفرضهم لقوانين وممارسات بحق العمل الصحفي والإعلامي.

ورغم أن العديد من الدراسات تؤكد أن سياسة التحرير تؤثر بشكل أكبر مثل دراسة حنفي محمد (2009) التي أكدت أن نسبة تأثير السياسة التحريرية (45%)، بالمقارنة بقيم المجتمع وعاداته (30.5%).

ولم تكن نتائج سياسة التحرير أكثر إلا في وكالة الأنباء الفلسطينية وفا، حيث أن العاملين فيها يتمتعون بقدر من الحرية في التنقل والعمل.

وتشير النتائج أن قيم المجتمع كانت في المرة الثانية وبنسبة جيدة، وهذا يتوافق مع دراسة عبد الكريم الزباني (2011).

ويرى الباحث أن تقدم النظام السياسي السائد وقيم المجتمع على سياسة التحرير تؤكد أهمية هذه المؤثرات، وأن تراجع سياسة التحرير بسبب حالة التوافق بين الاتجاهات الفكرية للقائم بالاتصال وبين سياسة المواقع الإخبارية، وتختلف النتائج عن دراسة عزام أبو حمام (2011) التي أكدت بأن عوامل التشريعات الإعلامية احتلت نسبة (64%) من العوامل التي تؤثر على القائمين بالاتصال، ولكنها توافقت على قيم المجتمع بنسبة (71%) التي احتلت مراكز متقدمة في العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال.

كما تختلف نتائج الدراسة فيما يتعلق قوانين المطبوعات والنشر مع دراسة محمد يونس، عائشة النعيمي (2006) التي أكدت بأن (60%) من المحررين يعتقدون بأن قانون النشر يؤثر عليهم.

ويعزو الباحث أن هذا التراجع من قبل اهتمام القائمين بالاتصال بقانون النشر كمؤثر بأن فلسطين لا يوجد بها قانون ينظم عمل المواقع الإلكترونية.

كما أن أخلاقيات المهنة وميثاق الشرف الصحفي كان في مرتبة متقدمة أيضاً، وهذا يتوافق مع دراسات مهمة مثل نرمين خضر (2008)، والتي أكدت أن (35%) من القائمين بالاتصال يرون أن ميثاق الشرف الصحفي يؤثر عليهم بشكل كبير، وتتوافق أيضاً دراسة عزة الكحكي (2008) في أن (47%) من القائمين بالاتصال في قناة الجزيرة يلتزمون بميثاق شرف المهنة، كما لا يغفل القائم بالاتصال مستوى الحريات الصحفية والجمهور المستهدف والمنافسة مع الجهات الإعلامية الأخرى.

- بالنسبة لآلية بناء أجندة قضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الذي يعمل بها القائمون بالاتصال:

جدول رقم (52):

التكرارات والنسب المئوية لآلية بناء أجندة قضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الذي يعمل به القائمون بالاتصال

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
%21.80	29	2	12	9	6	إبراز بعض الأحداث المتعلقة بقضايا المواطنة ونشرها
%21.05	28	3	6	9	10	العمل على تغطية اكبر للقضايا المتعلقة بالمواطنة أكثر من غيرها
%19.54	26	5	9	10	2	طرح القضايا المتعلقة بالمواطنة التي تثير اهتمام الجمهور
%17.29	23	2	8	11	2	استخدام لغة تناسب فئات الجمهور المستهدف
%10.52	14	1	7	6	-	استغلال الشخصيات العامة والمعروفة للحديث عن القضايا المتعلقة بالمواطنة
%9.77	13	1	3	6	3	التنوع في القوالب الفنية التي تطرح من خلالها قضايا المواطنة
%100	133	14	45	51	23	المجموع
-	%100	%10.52	%33.83	%38.34	%17.29	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (52) ما يلي:

- احتلت آلية (إبراز بعض الأحداث المتعلقة بقضايا المواطنة ونشرها) المرتبة (الأولى) بتكرار (29)، وبنسبة مئوية قدرها (%21.80) كأحد الآليات لبناء أجندة قضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الذي يعمل به القائمون بالاتصال.
- احتلت آلية (العمل على تغطية اكبر للقضايا المتعلقة بالمواطنة أكثر من غيرها) المرتبة (الثانية) بتكرار (28)، وبنسبة مئوية قدرها (%21.05) كأحد الآليات لبناء أجندة قضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الذي يعمل به القائمون بالاتصال.



- احتلت آلية (طرح القضايا المتعلقة بالمواطنة التي تثير اهتمام الجمهور) المرتبة (الثالثة) بتكرار (26)، وبنسبة مئوية قدرها (19.54%) كأحد الآليات لبناء أجندة قضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الذي يعمل به القائمون بالاتصال.
- احتلت آلية (استخدام لغة تناسب فئات الجمهور المستهدف) المرتبة (الرابعة) بتكرار (23)، وبنسبة مئوية قدرها (17.29%) كأحد الآليات لبناء أجندة قضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الذي يعمل به القائمون بالاتصال.
- احتلت آلية (استغلال الشخصيات العامة والمعروفة للحديث عن القضايا المتعلقة بالمواطنة) المرتبة (الخامسة) بتكرار (14)، وبنسبة مئوية قدرها (10.52%) كأحد الآليات لبناء أجندة قضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الذي يعمل به القائمون بالاتصال.
- احتلت آلية (التنوع في القوالب الفنية التي تطرح من خلالها قضايا المواطنة) المرتبة (السادسة) بتكرار (13)، وبنسبة مئوية قدرها (9.77%) كأحد الآليات لبناء أجندة قضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الذي يعمل به القائمون بالاتصال.

يرى الباحث بأن أهمية قضايا المواطنة لدى المواطن الفلسطيني تستوجب من القائم بالاتصال العمل بكل السبل من أجل إيصال رسالة وطنية راقية للوطن والمواطن، لذلك يحرص أن تكون قضايا المواطنة ذات أهمية بالغة للمواطن الفلسطيني، ومن نتائج الجدول نرى أن النسب شبه متقاربة مما يعني أن القائم بالاتصال يعي تماماً حجم المسؤولية، وأهمية الآليات الكفيلة في بناء أجندة قضايا المواطنة لتكون أولوية قصوى لدى المواقع الإخبارية والجمهور.

وما لفت انتباه الباحث هو تدني فئة التنوع في القوالب الفنية التي تطرح من خلالها قضايا المواطنة، والتي تؤكد من وجهة نظر الباحث على أهمية القضايا، وأن المواطن يستطيع متابعتها بغض النظر عن القوالب الفنية التي تطرح من خلالها.

- بالنسبة للقيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال من أجل تعزيزها لدى الجمهور:

جدول رقم (53):

التكرارات والنسب المئوية للقيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال من أجل تعزيزها لدى الجمهور

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
19.23%	35	4	11	15	5	قيم الانتماء والولاء للوطن
16.48%	30	3	11	6	10	قيم الحريات العامة
15.93%	29	3	9	8	9	قيم المصالحة المجتمعية
14.28%	26	4	9	9	4	قيم العدالة الاجتماعية
9.89%	18	3	7	4	4	قيم المشاركة
9.34%	17	2	6	3	6	قيم الديمقراطية
8.79%	16	1	4	6	5	قيم الجماعية
6.04%	11	-	3	4	4	قيم المساواة
100%	182	20	60	55	47	المجموع
-	100%	10.98%	32.96%	30.21%	25.82%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (53) ما يلي:

- احتلت (قيم الانتماء والولاء للوطن) المرتبة (الأولى) بتكرار (35)، ونسبة مئوية قدرها (19.23%) كأحد القيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال من أجل تعزيزها لدى الجمهور.
- احتلت (قيم الحريات العامة) المرتبة (الثانية) بتكرار (30)، ونسبة مئوية قدرها (16.48%) كأحد القيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال من أجل تعزيزها لدى الجمهور.

- احتلت (قيم المصالحة المجتمعية) المرتبة (الثالثة) بتكرار (29)، وبنسبة مئوية قدرها (15.93%) كأحد القيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال من أجل تعزيزها لدى الجمهور.
- احتلت (قيم العدالة الاجتماعية) المرتبة (الرابعة) بتكرار (26)، وبنسبة مئوية قدرها (14.28%) كأحد القيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال من أجل تعزيزها لدى الجمهور.
- احتلت (قيم المشاركة) المرتبة (الخامسة) بتكرار (18)، وبنسبة مئوية قدرها (9.89%) كأحد القيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال من أجل تعزيزها لدى الجمهور.
- احتلت (قيم الديمقراطية) المرتبة (السادسة) بتكرار (17)، وبنسبة مئوية قدرها (9.34%) كأحد القيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال من أجل تعزيزها لدى الجمهور.
- احتلت (قيم الجماعية) المرتبة (السابعة) بتكرار (16)، وبنسبة مئوية قدرها (8.79%) كأحد القيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال من أجل تعزيزها لدى الجمهور.
- احتلت (قيم المساواة) المرتبة (الثامنة) بتكرار (11)، وبنسبة مئوية قدرها (6.04%) كأحد القيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال من أجل تعزيزها لدى الجمهور.

يرى الباحث أن أهمية قضايا المواطنة تجعل منها أولوية لدى القائم بالاتصال، لذلك عمل على تعزيزها لدى الجمهور، وتشير النتائج السابقة أن قيم الانتماء والولاء للوطن ما زالت في مقدمة القيم التي تحرص الرسالة الإعلامية للقائم بالاتصال على تعزيزها لدى الجمهور بسبب تعلق المواطن الفلسطيني بقضيته وحبه لوطنه، وإيمانه بالتضحية من أجله، وما يجعله أكثر في التعلق به العدوان الإسرائيلي المستمر على الفلسطينيين، وحالة الصراع العربي الإسرائيلي، وعمليات تهويد القدس، لذلك تجد قيم الانتماء الوطني في ازدياد لدى المواطن الفلسطيني.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة وسام صقر (2010) أن حب الوطن يستحوذ على أولوية لدى (83.9%) من الشباب الفلسطيني، كما يتفق ذلك مع دراسة شيرين الضاني (2010) على أن الانتماء الوطني يعتبر أولوية لدى (90%) من الشباب الفلسطيني، ويرى الباحث أن تقدم قيم الحريات العامة ناتجة عن حالة الانقسام الداخلي الفلسطيني من خلال منع الحريات ومصادره حق الرأي والتعبير وحق

الجماهير في تنظيم تجمعات ومسيرات، لذلك يأمل القائم بالاتصال من خلال تعزيز هذه القيم لإيصال رسائل لأصحاب القرار من أجل تغيير المواقع، كذلك الممارسات الإسرائيلية لمنع السفر، وتقسيم المدن الفلسطينية في الضفة الغربية، واعتقال المواطنين، كل ذلك ساهم في أن تكون قيم الحريات العامة في المقدمة.

كما يرى الباحث أن قيم المصالحة المجتمعية تعد من القيم الهامة في ظل تفتيت النسيج الاجتماعي الفلسطيني بعد الانقسام، وحالة العزلة والانفراد التي سادت بين أبناء الشعب الواحد، لذلك كان لابد من الوحدة الوطنية، وتعزيز قيم المصالحة من أجل وحدة الشعب، والاتفاقات حول مشروعه الوطني، ولم يغفل القائم بالاتصال القيم الأخرى مثل المصالحة المجتمعية والمشاركة والمساواة المجتمعية.

### إجابة التساؤل الرابع:

ينص التساؤل الرابع على ما يلي: ما دور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة من حيث:

- مدى اهتمام القائمين بالاتصال بتغطية قضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به.
- معدلات كتابة القائمين بالاتصال حول قضايا المواطنة داخل الموقع الذي يعملون به.
- الفنون الصحفية التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال في تناولهم لقضايا المواطنة في فلسطين.
- وجود علاقة بين قضايا المواطنة وبين الأشكال التحريرية التي يستخدمها القائمون بالاتصال في الموقع.
- الاستمالات التي يستخدمها القائمون بالاتصال في صياغة الرسالة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة في فلسطين.
- الأساليب الإقناعية التي يستخدمها القائمين بالاتصال في تناولهم لقضايا المواطنة.
- القضايا المواطنة التي تحتل مواقع متميزة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال.
- مدى تأثير المواقع الإلكترونية الإخبارية على اتجاهات الجمهور المتعلقة بقضايا المواطنة من وجهة نظر القائمين بالاتصال.
- دوافع اهتمام القائمين بالاتصال بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعملون به.

- ارتباط قضايا المواطنة التي يركز عليها القائمون بالاتصال بالواقع الاجتماعي والسياسي والقانوني في فلسطين.

- الغرض الإعلامي الذي يقوم به القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة.

ولإجابة على هذا التساؤل، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لدور القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة حسب كل بند من البنود المذكورة كل على حدة، والجداول التالية توضح ذلك.

• بالنسبة لمدى اهتمام القائمين بالاتصال بتغطية قضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به:

جدول رقم (54):

التكرارات والنسب المئوية لمدى اهتمام القائمين بالاتصال بتغطية قضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
72.22%	39	6	9	12	12	دائماً
27.78%	15	1	6	6	2	أحياناً
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (54) ما يلي:

- أبدى (39) فرداً من القائمين بالاتصال اهتماماً (دائماً) بتغطية قضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به، وبنسبة مئوية قدرها (72.22%).

- أبدى (15) فرداً من القائمين بالاتصال اهتماماً (أحياناً) بتغطية قضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الذي يعملون به، وبنسبة مئوية قدرها (27.78%).

- ولم يبدِ أيّاً من القائمين بالاتصال بأنه غير مهتم بقضايا المواطنة.

إن الأوضاع الراهنة في الأراضي الفلسطينية، وتسارع الأحداث الداخلية والخارجية، وارتباطها بالقضية الفلسطينية نجد أن القائم بالاتصال يعمل على أن تكون قضايا المواطنة مهمة في المجتمع الفلسطيني، نظراً لأهميتها في تعزيز وبناء القيم الوطنية، ولأنها تعمل على تماسك الشعب، وأن رؤية القائم بالاتصال في نتائج الجدول السابق صائبة، إذ أن غالبية القائمون بالاتصال مهتمون بتغطية

قضايا المواطنة في المواقع الإلكترونية الإخبارية الذي يعملون به، وهذا ما أثبتته الدراسة التحليلية للمواقع الإخبارية، حيث بلغت نسبة تغطية المواطنة (53%) من إجمالي التغطية العامة للمواقع، وهذا يدل على أهمية قضايا المواطنة في المجتمع الفلسطيني.

- بالنسبة لمعدلات كتابة القائمين بالاتصال حول قضايا المواطنة داخل الموقع الذي يعملون به:

#### جدول رقم (55):

التكرارات والنسب المئوية لمعدلات كتابة القائمين بالاتصال حول قضايا المواطنة

داخل الموقع الذي يعملون به

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
37.03%	20	3	3	9	5	يومي
37.03%	20	2	5	6	7	وفقاً للأحداث
16.66%	9	2	4	3	-	أسبوعي
9.25%	5	-	3	-	2	شهري
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (55) ما يلي:

- أبدى (20) فرداً من القائمين بالاتصال اهتماماً (يومياً) بمعدلات كتابة القائمين بالاتصال حول قضايا المواطنة داخل الموقع الذي يعملون به، وبنسبة مئوية قدرها (37.03%).
- أبدى (9) أفراد من القائمين بالاتصال اهتماماً (أسبوعياً) بمعدلات كتابة القائمين بالاتصال حول قضايا المواطنة داخل الموقع الذي يعملون به، وبنسبة مئوية قدرها (16.66%).
- أبدى (5) أفراد من القائمين بالاتصال اهتماماً (شهرياً) بمعدلات كتابة القائمين بالاتصال حول قضايا المواطنة داخل الموقع الذي يعملون به، وبنسبة مئوية قدرها (9.25%).
- أبدى (20) فرداً من القائمين بالاتصال اهتماماً (وفقاً للأحداث) بمعدلات كتابة القائمين بالاتصال حول قضايا المواطنة داخل الموقع الذي يعملون به، وبنسبة مئوية قدرها (37.03%).

يتابع الباحث نتائج الدراسة التي أكدت على أهمية قضايا المواطنة بالنسبة للقائم بالاتصال والجمهور وللمواقع الإخبارية، ويرى في نتائج الجدول السابق مهمة في أن القائم بالاتصال يحرص على الكتابة في قضايا المواطنة بشكل يومي التي حصلت على أعلى نسبة كذلك وفقاً للأحداث، ويرى الباحث ومن خلال تحليله للمواقع الإخبارية أن القائم بالاتصال عمل على الكتابة بشكل يومي وبأكثر من فن صحفي، واستطاع أن يبرز قضايا المواطنة بشكل جيد، ونرى في الجدول أقلية من القائمين بالاتصال ممكن يكتبون بشكل أسبوعي أو شهري.

- بالنسبة للفنون الصحفية التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال في تناولهم لقضايا المواطنة في فلسطين:

جدول رقم (56):

التكرارات والنسب المئوية للفنون الصحفية التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال

في تناولهم لقضايا المواطنة في فلسطين

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
25.71%	36	3	9	13	11	الخبر
24.28%	34	2	12	10	10	التقرير
15.71%	22	2	12	5	3	المقابلة
10%	14	2	6	4	2	القصة الإخبارية
7.85%	11	1	7	2	1	التحليلات
7.14%	10	1	5	4	-	المقال
5%	7	1	2	4	-	التحقيق الصحفي
2.85%	4	1	3	-	-	الاستطلاعات
1.42%	2	-	2	-	-	أخرى
100%	140	13	58	42	27	المجموع
-	100%	9.28%	41.42%	30%	19.28%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (56) ما يلي:

- تم تناول (الخبر) بتكرار (36) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (25.71%) كأحد الفنون الصحفية التي يعتمدون عليها في تناولهم لقضايا المواطنة في فلسطين.

- تم تناول (المقابلة) بتكرار (22) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (15.71%) كأحد الفنون الصحفية التي يعتمدون عليها في تناولهم لقضايا المواطنة في فلسطين.
- تم تناول (التحقيق الصحفي) بتكرار (7) أفراد من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (5%) كأحد الفنون الصحفية التي يعتمدون عليها في تناولهم لقضايا المواطنة في فلسطين.
- تم تناول (التقرير) بتكرار (34) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (24.28%) كأحد الفنون الصحفية التي يعتمدون عليها في تناولهم لقضايا المواطنة في فلسطين.
- تم تناول (المقال) بتكرار (10) أفراد من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (7.14%) كأحد الفنون الصحفية التي يعتمدون عليها في تناولهم لقضايا المواطنة في فلسطين.
- تم تناول (القصة الإخبارية) بتكرار (14) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (10%) كأحد الفنون الصحفية التي يعتمدون عليها في تناولهم لقضايا المواطنة في فلسطين.
- تم تناول (التحليلات) بتكرار (11) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (7.85%) كأحد الفنون الصحفية التي يعتمدون عليها في تناولهم لقضايا المواطنة في فلسطين.
- تم تناول (الاستطلاعات) بتكرار (4) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (2.85%) كأحد الفنون الصحفية التي يعتمدون عليها في تناولهم لقضايا المواطنة في فلسطين.
- تم تناول (أخرى) بتكرار (2) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (1.42%) كأحد الفنون الصحفية التي يعتمدون عليها في تناولهم لقضايا المواطنة في فلسطين.

يرى البحث أن القائم بالاتصال اعتمد بشكل كبير وملفت على الخبر كأحد الفنون الصحفية التي يعتم عليها في التغطية الإخبارية، وهذه النتيجة توافقت مع عدة دراسات إعلامية تؤكد اعتماد المواقع الإخبارية على الخبر بشكل كبير، ومن هذه الدراسات دراسة محمد يونس، وعائشة النعيمي (2006) التي أكدت بأن نسبة اعتماد الصحفي على الخبر الصحفي بلغ (64%) بالمقارنة مع التقرير الصحفي الذي جاء في المرتبة الثانية بواقع (14%)، وهذا يتوافق مع نتائج دراستنا بما يتعلق بالتحقيق الصحفي.

كما أن هناك توافق بين نتائج هذه الدراسة مع دراسة رويدا أحمد (2015) بأن المواقع الإخبارية المصرية تعتمد على الخبر كأحد الفنون الصحفية بنسبة (37%)، يليها المقال بنسبة (33%)، وهذا يختلف عن نتائج دراستنا التي احتل بها المقال نسبة متدنية.

ويرى الباحث أن المواقع الفلسطينية لم تهتم بالاستطلاعات والتحقيق الصحفي والتحليلات بما يكفي، ولم نصل لطموح المتابعين حيث ترى دراسة أمين أبو وردة (2007) بأن الشباب يفضلون



التحقيقات الصحفية بنسبة (60%)، والتقارير الإخبارية بنسبة (56%)، لذلك يجب على المواقع الإخبارية تلبية رغبات جمهورها، ويرى الباحث تميز المواقع الإخبارية من وجهة نظر القائم بالاتصال بفن المقابلة لما لها أهمية ضمن الفنون الصحفية.

- بالنسبة لوجود علاقة بين قضايا المواطنة وبين الأشكال التحريرية التي يستخدمها القائمون بالاتصال في الموقع:

جدول رقم (57):

التكرارات والنسب المئوية لوجود علاقة بين قضايا المواطنة وبين الأشكال التحريرية التي يستخدمها القائمون بالاتصال في الموقع

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
53.70%	29	5	6	11	7	نعم
46.29%	25	2	9	7	7	أحياناً
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (57) ما يلي:

- أقر (29) فرداً من القائمين بالاتصال بالرأي (نعم)، وبنسبة مئوية قدرها (53.70%) حول وجود علاقة بين قضايا المواطنة وبين الأشكال التحريرية التي يستخدمونها في الموقع.
  - أقر (25) فرداً من القائمين بالاتصال بالرأي (أحياناً)، وبنسبة مئوية قدرها (46.29%) حول وجود علاقة بين قضايا المواطنة وبين الأشكال التحريرية التي يستخدمونها في الموقع.
  - فيما لم يقر أياً من القائمين بالاتصال بعدم وجود علاقة بين الأشكال التحريرية وقضايا المواطنة.
- يرى الباحث بأن بعض المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة تحتاج عمقاً في التحليل، واستخدام أكثر من فن صحفي في تغطيتها من أجل أن تصل بشكل جيد للمواطن، لذلك كانت نسبة من يعتقدون أن هناك علاقة بين قضايا المواطنة وبين الأشكال التحريرية.

- بالنسبة للاستمالات التي يستخدمها القائمون بالاتصال في صياغة الرسالة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة في فلسطين:

جدول رقم (58):

التكرارات والنسب المئوية للاستمالات التي يستخدمها القائمون بالاتصال في صياغة الرسالة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة في فلسطين

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
61.11%	33	4	10	10	9	استمالات عقلانية
24.07%	13	2	2	6	3	استمالات عاطفية
11.11%	6	-	3	2	1	كل ما سبق
3.70%	2	1	-	-	1	استمالات التخويف
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (58) ما يلي:

- تم تناول (استمالات عاطفية) بتكرار (13) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (24.07%) كأحد الاستمالات التي يستخدمونها في صياغة الرسالة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة في فلسطين.
- تم تناول (استمالات عقلانية) بتكرار (33) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (61.11%) كأحد الاستمالات التي يستخدمونها في صياغة الرسالة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة في فلسطين.
- تم تناول (استمالات التخويف) بتكرار (2) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (3.70%) كأحد الاستمالات التي يستخدمونها في صياغة الرسالة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة في فلسطين.
- تم تناول (كل ما سبق) بتكرار (6) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (11.11%) كأحد الاستمالات التي يستخدمونها في صياغة الرسالة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة في فلسطين.

يرى الباحث أن القائم بالاتصال وأثناء إجابته عن الاستمالات التي يستخدمها يجب أن يستخدم الاستمالات العقلانية بشكل أكبر، وهذا ما يظهر في نتائج الجدول السابق، ويأتي ذلك بسبب معرفته بحالة الإحباط الذي يعيشها الجمهور الفلسطيني، وأن المستقبل للرسالة الإعلامية يحتاج إلى دلائل وبراهين وتأكيد بالإثبات عن صدق المعلومة لأنه يتعرض لكم كبير من الرسائل الإعلامية، ومن مختلف الأطياف الفلسطينية التي تحاول استمالاته والتأثير عليه، وأن حالة التخبط الإعلامي وغياب المصداقية جعل الجمهور أكثر حرصاً لمعرفة الحقائق من خلال البراهين التي يقدمها له القائم بالاتصال، وخصوصاً في ظل غياب مفاهيم المواطنة الصالحة، وأن الاتجاه السلبي للقضايا أصبح واقعاً لدى الجمهور، لذلك يحرص القائم بالاتصال التركيز على عقل الجمهور بشكل مباشر من خلال عرض الخبر، واستخدام احتمالات عقلانية أكثر من العاطفية التي تستخدم بشكل ملفت.

ويأتي قلة استخدام استمالات التخويف من وجهة نظر الباحث لحجم الأحداث التي تعرض لها المواطن الفلسطيني، حيث حالة الإحباط والقتل والدمار باتت صور شبه يومية في حياته، فلم يعد يخاف من المستقبل لأن الأصب بات واقعاً يعيشه.

- بالنسبة للأساليب الإقناعية التي يستخدمها القائمين بالاتصال في تناولهم لقضايا المواطنة:

#### جدول رقم (59):

التكرارات والنسب المئوية للأساليب الإقناعية التي يستخدمها القائمين بالاتصال في تناولهم لقضايا المواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
27.13%	35	3	8	15	9	تقديم أدلة وبراهين وشواهد
22.48%	29	3	8	8	10	عرض الإحصائيات
20.15%	26	2	9	11	4	ترتيب الحجج الإقناعية داخل الرسالة الإعلامية
17.82%	23	3	9	6	5	عرض الآراء المختلفة
7.75%	10	1	3	4	2	تأثير رأي الأغلبية
4.65%	6	-	3		3	التكرار
100%	129	12	40	44	33	المجموع
-	100%	9.30%	31.00%	34.10%	25.58%	النسبة المئوية

## يلاحظ من الجدول رقم (59) ما يلي:

- تم تناول أسلوب (عرض الإحصائيات) بتكرار (29) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (22.48%) كأحد الأساليب الإقناعية التي يستخدمونها في تناولهم لقضايا المواطنة.
- تم تناول أسلوب (عرض الآراء المختلفة) بتكرار (23) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (17.82%) كأحد الأساليب الإقناعية التي يستخدمونها في تناولهم لقضايا المواطنة.
- تم تناول أسلوب (تقديم أدلة وبراهين وشواهد) بتكرار (35) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (27.13%) كأحد الأساليب الإقناعية التي يستخدمونها في تناولهم لقضايا المواطنة.
- تم تناول أسلوب (تأثير رأي الأغلبية) بتكرار (10) أفراد من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (7.75%) كأحد الأساليب الإقناعية التي يستخدمونها في تناولهم لقضايا المواطنة.
- تم تناول أسلوب (ترتيب الحجج الإقناعية داخل الرسالة الإعلامية) بتكرار (26) فرداً من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (20.15%) كأحد الأساليب الإقناعية التي يستخدمونها في تناولهم لقضايا المواطنة.
- تم تناول أسلوب (التكرار) بتكرار (6) أفراد من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (4.65%) كأحد الأساليب الإقناعية التي يستخدمونها في تناولهم لقضايا المواطنة.

إن الإحصائيات السابقة تدل على أن الجمهور أصبح أكثر حرصاً للتأكد من المعلومات، لذلك يحرص القائم بالاتصال لاستخدام أساليب إقناعية تعمل على تأكيد مصداقية الخبر، وتجعل الجمهور أكثر ثقة بما تتضمنه المادة الإخبارية، وأن القائم بالاتصال وحسب النتائج يحرص على تقديم الأدلة والبراهين والشواهد لأنها أكثر الأساليب تأثيراً في الجمهور، ويرى الباحث بأن القائم بالاتصال أصاب في استخدامه لهذه الأساليب لأن المواطن تأتيه المعلومات من قنوات مختلفة، وكل موقع إخباري يتناول القضية بما يتناسب مع أفكاره ومعتقداته ومصالحه، لذلك تقديم الأدلة والشواهد يعزز من ثقة المواطن بما يقدمه، كما أن عرض الإحصائيات مهمة جداً لإثبات صحة ما يقدمه القائم بالاتصال، كما أن القائم بالاتصال لم يغفل ترتيب الحجج الإقناعية، وكذلك عرض الآراء المختلفة.

- بالنسبة لقضايا المواطنة التي تحتل مواقع متميزة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال:

جدول رقم (60):

التكرارات والنسب المئوية لقضايا المواطنة التي تحتل مواقع متميزة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
42.59%	23	3	3	9	8	مهمة لدرجة مرتفعة
38.88%	21	1	8	6	6	مهمة لدرجة مرتفعة جداً
12.96%	7	2	2	3	-	مهمة لدرجة متوسطة
5.56%	3	1	2	-	-	مهمة لدرجة منخفضة
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (60) ما يلي:

- أبدى (21) فرداً من القائمين بالاتصال بأهمية (مرتفعة جداً)، ونسبة مئوية قدرها (38.88%) حول قضايا المواطنة التي تحتل مواقع متميزة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- أبدى (22) فرداً من القائمين بالاتصال بأهمية (مرتفعة)، ونسبة مئوية قدرها (42.59%) حول قضايا المواطنة التي تحتل مواقع متميزة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- أبدى (7) فرداً من القائمين بالاتصال بأهمية (متوسطة)، ونسبة مئوية قدرها (12.96%) حول قضايا المواطنة التي تحتل مواقع متميزة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- أبدى (3) فرداً من القائمين بالاتصال بأهمية (منخفضة)، ونسبة مئوية قدرها (5.56%) حول قضايا المواطنة التي تحتل مواقع متميزة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- فيما لم يبدِ أيّاً من القائمين بالاتصال أن قضايا المواطنة غير مهمة لتحتل مكانة مميزة في الموقع.

ومن خلال متابعة الباحث للناتج الخاصة بأهمية قضايا المواطنة، وجد أن قضايا المواطنة مهمة لدرجة كبيرة لدى القائم بالاتصال، وكذلك يرى الباحث بأنها لا تقل أهمية أيضاً لدى الجمهور، فهي القضايا محل الحديث اليومي للمواطن الذي يرتبط بوطنه، ويحاول مقاومة الاحتلال الإسرائيلي، ويحافظ على ثوابته الوطنية وهويته في ظل ممارسات إسرائيلية لطمسها في الضفة الغربية، وفي الأراضي التي احتلتها عام (1948)، لذلك كان من المنطقي أن تحتل مكانة وموقع مميز في الموقع الإلكتروني الإخباري، وخصوصاً بعد اعتراف الأمم المتحدة بالدولة الفلسطينية، حيث كان من الأهمية للمواقع إبراز الجانب الوطني والإقليمي للدولة الفلسطينية، وحق المواطن العيش بكرامة على أرضه، ولم نجد في النتائج أي من القائمين بالاتصال يعتقد بأن المواطنة لا يجب أن تحتل مواقع مميزة في المواقع الإخبارية.

- بالنسبة لمدى تأثير المواقع الإلكترونية الإخبارية على اتجاهات الجمهور المتعلقة بقضايا المواطنة من وجهة نظر القائمين بالاتصال:

جدول رقم (61):

التكرارات والنسب المئوية لمدى تأثير المواقع الإلكترونية الإخبارية على اتجاهات الجمهور المتعلقة بقضايا المواطنة من وجهة نظر القائمين بالاتصال

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
44.44%	24	2	6	8	8	تؤثر بدرجة مرتفعة
29.62%	16	1	4	5	6	تؤثر بدرجة مرتفعة جداً
14.81%	8	2	3	3	-	تؤثر بدرجة متوسطة
11.11%	6	2	2	2	-	تؤثر بدرجة منخفضة
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (61) ما يلي:

- أبدى (16) فرداً من القائمين بالاتصال بدرجة (مرتفعة جداً)، وبنسبة مئوية قدرها (29.62%) حول مدى تأثير المواقع الإلكترونية الإخبارية على اتجاهات الجمهور المتعلقة بقضايا المواطنة.
- أبدى (24) فرداً من القائمين بالاتصال بدرجة (مرتفعة)، وبنسبة مئوية قدرها (44.44%) حول مدى تأثير المواقع الإلكترونية الإخبارية على اتجاهات الجمهور المتعلقة بقضايا المواطنة.

- أبدى (8) فرداً من القائمين بالاتصال بدرجة (متوسطة)، وبنسبة مئوية قدرها (14.81%) حول مدى تأثير المواقع الالكترونية الإخبارية على اتجاهات الجمهور المتعلقة بقضايا المواطنة.
  - أبدى (6) فرداً من القائمين بالاتصال بدرجة (منخفضة)، وبنسبة مئوية قدرها (11.11%) حول مدى تأثير المواقع الالكترونية الإخبارية على اتجاهات الجمهور المتعلقة بقضايا المواطنة.
  - فيما لم يبدِ أيّاً من القائمين بالاتصال بأن المواقع الالكترونية لا تؤثر على اتجاهات جمهورها.
- بعد أن احتلت المواقع الإلكترونية الإخبارية مكانة متقدمة كأحد المصادر الرئيسية للمعلومات لدى الجمهور الفلسطيني، والتي أكدتها العديد من الدراسات منها الجمهور الفلسطيني، والتي أكدتها العديد من الدراسات منها دراسة شيرين البحيري (2009) أن الجمهور يعتمد على الإعلام الإلكتروني بنسبة (61%) يرى الباحث بأن المواقع تؤثر بشكل كبير على اتجاهات الجمهور، وتعطي صورة للواقع الفلسطيني، وكما يشير محمد عبد الحميد (2005) على أن الجمهور يتأثر بشكل كبير حين تعرضه لوسائل الإعلام، وهي التي تشكل اتجاهاته وألوياته كما يؤثر عليها، لذلك فإن القائم بالاتصال يعتقد بشكل كبير وحسب النتائج في الجدول السابق أن المواقع تؤثر على الجمهور، وهذا ما يعتقده الباحث أيضاً الذي لم يجد في النتائج أي من القائمين بالاتصال يعتقد بأن المواقع لا تؤثر.
- ويعزز هذه النتيجة دراسة محمد سعد إبراهيم (2000) التي أكدت أن الجمهور أصبح هدفاً للقائم بالاتصال، وأن الإعلام يؤثر بشكل كبير في جمهوره.

- بالنسبة لدوافع اهتمام القارئ بالاتصال بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعملون به:

جدول رقم (62):

التكرارات والنسب المئوية لدوافع اهتمام القارئ بالاتصال بكتابة المواضيع المتعلقة

بقضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعملون به

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
%13.57	30	3	5	9	13	المواقع الإلكترونية تثير حرية أكبر لنقاش القضايا بتعمق أكثر من الوسائل الأخرى
%13.57	30	4	11	13	2	توعية الجمهور الفلسطيني بقضايا وحقوقه وواجباته
%11.31	25	3	5	14	3	نشر وتوثيق الانتهاكات التي يتعرض لها المواطن الفلسطيني
%10.40	23	2	6	9	6	تعزيز الانتماء الوطني لدى الجمهور الفلسطيني
%7.69	17	3	3	10	1	التعريف بالتراث الفلسطيني وأهميته لدى المواطن
%7.69	17	2	4	6	5	تثبيت الهوية الفلسطينية من خلال نشر ما يتعلق بقضايا المواطنة
%7.69	17	2	6	4	5	تأكيد مبدأ الحريات في المجتمع
%7.23	16	2	6	6	2	تعتبر المواقع الإلكترونية مكاناً للتعبير عن الذات ونشر الأفكار والخبرات
%6.78	15	2	4	6	3	عرض عدد وفير من وجهات النظر المتنوعة والمختلفة
%5.42	12	2	3	5	2	اهتمام الجمهور المتزايد بالتعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية
%4.52	10	1	3	6	-	تفعيل مبادئ الديمقراطية وحرية الرأي التعبير
%4.07	9	1	6	2	-	تفعيل دور المشاركة المجتمعية لدى المواطن الفلسطيني
%100	221	27	62	90	42	المجموع
-	%100	%12.21	%28.05	%40.72	%19.00	النسبة المئوية



يلاحظ من الجدول رقم (62) ما يلي:

- حصل دافع (المواقع الالكترونية تثير حرية أكبر لنقاش القضايا بتعمق أكثر من الوسائل الأخرى) على تكرار (30) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (13.57%) كأحد دوافع اهتمامهم بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- حصل دافع (تعتبر المواقع الالكترونية مكاناً للتعبير عن الذات ونشر الأفكار والخبرات) على تكرار (16) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (7.23%) كأحد دوافع اهتمامهم بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- حصل دافع (عرض عدد وفير من وجهات النظر المتنوعة والمختلفة) على تكرار (15) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (6.78%) كأحد دوافع اهتمامهم بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- حصل دافع (توعية الجمهور الفلسطيني بقضايا وحقوقه وواجباته) على تكرار (30) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (13.57%) كأحد دوافع اهتمامهم بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- حصل دافع (نشر وتوثيق الانتهاكات التي يتعرض لها المواطن الفلسطيني) على تكرار (25) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (11.31%) كأحد دوافع اهتمامهم بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- حصل دافع (التعريف بالتراث الفلسطيني وأهميته لدى المواطن) على تكرار (17) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (7.69%) كأحد دوافع اهتمامهم بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- حصل دافع (تعزيز الانتماء الوطني لدى الجمهور الفلسطيني) على تكرار (23) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (10.40%) كأحد دوافع اهتمامهم بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- حصل دافع (تثبيت الهوية الفلسطينية من خلال نشر ما يتعلق بقضايا المواطنة) على تكرار (17) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (7.69%) كأحد دوافع اهتمامهم بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعملون به.

- حصل دافع (تفعيل دور المشاركة المجتمعية لدى المواطن الفلسطيني) على تكرار (9) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (4.07%) كأحد دوافع اهتمامهم بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- حصل دافع (تفعيل مبادئ الديمقراطية وحرية الرأي التعبير) على تكرار (10) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (4.52%) كأحد دوافع اهتمامهم بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- حصل دافع (تأكيد مبدأ الحريات في المجتمع) على تكرار (17) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (7.69%) كأحد دوافع اهتمامهم بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعملون به.
- حصل دافع (اهتمام الجمهور المتزايد بالتعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية) على تكرار (12) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (5.42%) كأحد دوافع اهتمامهم بكتابة المواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعملون به.

ويرى الباحث من دوافع اهتمام القائم بالاتصال بقضايا المواطنة كانت أن المواقع الإخبارية تثير حرية أكبر لهم في تناول قضايا المواطنة وغيرها من القضايا، وهذا مؤشر على أن المواقع الإخبارية الفلسطينية أعطت مساحة من الحرية للقائم بالاتصال في تناول القضايا بما يتناسب والسياسة التحريرية والعامّة واستقلالية الفكر في تناول القضايا، وكذلك بنفس المرتبة كان الدافع لتناول قضايا المواطنة هو حرص القائم بالاتصال على توعية الجمهور الفلسطيني بحقوقه وواجباته، وكذلك رصد حالة الانتهاكات التي يتعرض لها المواطن كاعتداء على حقوقه، والتي هي من عوامل تعزيز المواطنة له، بالإضافة إلى حرص القائم بالاتصال على تعزيز الانتماء الوطني لدى الجمهور الفلسطيني، كل هذه الدوافع تشكل مؤشر إيجابي اتجاه ما يقوم به القائم بالاتصال من فهم ووضوح ومسئولية اتجاههما يقوم به نحو قضايا المواطنة، كما يرى القائمون بالاتصال في وسائل الإعلام الفلسطينية لإبراز قضايا المواطنة نظراً لأهميتها، ولكن القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية يحرصون على الاستفادة من الإمكانيات التكنولوجية لهذه الوسيلة، وقدرتها للوصول للعالمية وبأساليب وقوالب مختلفة من الصحافة التقليدية، ويرى القائم بالاتصال أن دوافع اهتمامهم بكتابة المواضيع المتعلقة بالمواطنة في المواقع الإلكترونية لأنها تثير حرية أكبر لنقاش القضايا بتعمق أكثر من الوسائل الأخرى، ويرى الباحث أن أهداف المواقع الإخبارية الفلسطينية وكانت متمثلة في توعية الجماهير بقضاياهم وحقوقهم وواجباتهم، والتي كانت في المرتبة الأولى بدوافع اهتمام القائم بالاتصال للكتابة في مواقع، حيث حرصهم على تعزيز مفاهيم المواطنة الصالحة، ويكون المواطن قادراً على الدفاع عن حقوقه وتقديم واجباته، كما يرى الباحث أهمية دافع نشر وتوثيق الانتهاكات التي يتعرض

لها المواطن الفلسطيني، وكان لذلك الأثر في مقاضاة إسرائيل على جرائمها، واعتمدت الكثير من القضايا على مواد إعلامية تم نشرها في مواقع إلكترونية كدليل على جرائم جيش الاحتلال بحق الأطفال والمواطنين والفلسطينيين.

كما أن القائم بالاتصال لم يغفل دافع تعزيز الانتماء للوطن، وهذا من المهم جداً للجمهور الفلسطيني حتى تبقى قضيته العادلة من سلم أولوياته، ويرى الباحث أن تراجع اهتمام القائم بالاتصال في الكتابة عن تفعيل مبادئ الديمقراطية وحرية الرأي والتعبير ناجماً عن حالة الإحباط على الساحة الفلسطينية، وعدم وجود أفق للتغيير في الحالة السياسية، وعدم تطبيق بنود المصالحة الوطنية جعل من القائم بالاتصال يهمل هذا الجانب لعدم ثقته بأن الوضع سيتغير في الوقت القريب.

- بالنسبة لارتباط قضايا المواطنة التي يركز عليها القائمون بالاتصال بالواقع الاجتماعي والسياسي والقانوني في فلسطين:

جدول رقم (63):

التكرارات والنسب المئوية لارتباط قضايا المواطنة التي يركز عليها القائمون بالاتصال بالواقع الاجتماعي والسياسي والقانوني في فلسطين

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
85.18%	46	6	11	16	13	دائماً
14.81%	8	1	4	2	1	أحياناً
100%	54	7	15	18	14	المجموع
-	100%	12.96%	27.77%	33.33%	25.92%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (63) ما يلي:

- أبدى (46) فرداً من القائمين بالاتصال ارتباطاً (دائماً)، وبنسبة مئوية قدرها (85.18%) بين المواقع الإلكترونية الإخبارية واتجاهات الجمهور المتعلقة بقضايا المواطنة.
- أبدى (8) فرداً من القائمين بالاتصال ارتباطاً (أحياناً)، وبنسبة مئوية قدرها (14.81%) بين المواقع الإلكترونية الإخبارية واتجاهات الجمهور المتعلقة بقضايا المواطنة.
- لم يبدِ أيّاً من القائمين بالاتصال بأن قضايا المواطنة لا ترتبط بالواقع السياسي والاجتماعي في فلسطين.

يرى الباحث بأن الوضع الفلسطيني المختلف عن أي منطقة في العالم، حيث يخضع تحت احتلال، وأن المناطق التي تسيطر عليها السلطة الوطنية تشهد تدخلات كبيرة من قبل جيش الاحتلال، كما أن قطاع غزة المحرر يخضع لحصار اقتصادي، كل ذلك إضافة إلى حالة الانقسام الداخلي الفلسطيني، ووجود حكومتين وأجهزة أمنية تابعة لهما، ناهيك عن الوضع القانوني لكل من مؤسسات السلطة الفلسطينية في ظل عدم إجراء انتخابات منذ عام (2006) وحتى يومنا، هذا وبناء على ما تقدم ارتبط تناول قضايا المواطنة بهذه الجوانب حيث أثر الواقع الاجتماعي والسياسي والقانوني على تناول المواقع الإلكترونية الإخبارية لقضايا المواطنة في فلسطين.

- بالنسبة للغرض الإعلامي الذي يقوم به القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة:

#### جدول رقم (64):

التكرارات والنسب المئوية للغرض الإعلامي الذي يقوم به القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة

النسبة المئوية	التكرار	فلسطين برس	فلسطين الآن	وفا	معاً	البيان
13.95%	30	4	9	12	5	التعبئة الوطنية
13.02%	28	3	11	7	7	التثقيف
13.02%	28	4	6	9	9	التأثير على الرأي العام
12.55%	27	3	10	10	4	التوجيه والإرشاد
10.69%	23	2	9	10	2	التوعية بأهم القضايا
9.76%	21	3	6	8	4	تفسير الأحداث والقضايا
7.90%	17	2	8	7	-	تعزيز مفاهيم المواطنة لدى الجمهور
6.97%	15	2	7	4	2	توجيه سلوك الجمهور والتأثير على مواقفه
6.51%	14	2	4	6	2	التعريف بالحقوق والواجبات
5.58%	12	1	4	7	-	التعبير عن الأهداف الوطنية العليا
100%	215	26	74	80	35	المجموع
-	100%	12.09%	34.41%	37.20%	16.27%	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم (64) ما يلي:

- حصل (التوجيه والإرشاد) على تكرر (27) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (12.55%) كأحد الأغراض الإعلامية التي يقوم بها القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة.
- حصل (التعبئة الوطنية) على تكرر (30) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (13.95%) كأحد الأغراض الإعلامية التي يقوم بها القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة.
- حصل (التثقيف) على تكرر (28) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (13.02%) كأحد الأغراض الإعلامية التي يقوم بها القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة.
- حصل (تفسير الأحداث والقضايا) على تكرر (21) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (9.76%) كأحد الأغراض الإعلامية التي يقوم بها القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة.
- حصل (التأثير على الرأي العام) على تكرر (28) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (13.02%) كأحد الأغراض الإعلامية التي يقوم بها القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة.
- حصل (توجيه سلوك الجمهور والتأثير على مواقفه) على تكرر (15) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (6.97%) كأحد الأغراض الإعلامية التي يقوم بها القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة.
- حصل (التوعية بأهم القضايا) على تكرر (23) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (10.69%) كأحد الأغراض الإعلامية التي يقوم بها القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة.
- حصل (التعبير عن الأهداف الوطنية العليا) على تكرر (12) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (5.58%) كأحد الأغراض الإعلامية التي يقوم بها القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة.
- حصل (التعريف بالحقوق والواجبات) على تكرر (14) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (6.51%) كأحد الأغراض الإعلامية التي يقوم بها القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة.

- حصل (تعزيز مفاهيم المواطنة لدى الجمهور) على تكرار (17) من القائمين بالاتصال، وبنسبة مئوية قدرها (7.90%) كأحد الأغراض الإعلامية التي يقوم بها القائمون بالاتصال من خلال طرحهم لقضايا المواطنة.

وبناءً على نتائج الجدول السابق نجد بأن التعبئة الوطنية ما زالت تحتل مكانة كبيرة من أهداف القائم بالاتصال من خلال طرحه لقضايا المواطنة، ويأتي ذلك إيماناً منه بالبعد الوطني للقضية الفلسطينية، وأنه مهما حدث من خلافات داخلية يظل الوطن يجمعنا، ولا بد أن تنتصر الإرادة الفلسطينية للوطن، وأن تعبر عنه من خلال الدفاع عن القضايا والثوابت الوطنية، وكان التنقيف والتأثير على الرأي العام من أهداف القائم بالاتصال، حيث أن التأثير على الرأي العام أحد الأهداف الأساسية للأحزاب الفلسطينية التي تمتلك هذه المواقع وحتى أيضاً المواقع المستقلة، لذلك بات الجمهور هدفاً للقائم بالاتصال، وهذا ما أكدته دراسة محمد سعد إبراهيم (2000).

كما أن التوجيه والإرشاد كان له نصيب بارز في العرض الإعلامي لطرح قضايا المواطنة نظراً لأن الساحة الفلسطينية مليئة بالتدخلات الخارجية، وأيضاً محاولة وسائل إعلام خارجية التأثير على المواطن الفلسطيني، لذلك كان من المفترض على القائم بالاتصال العمل على توجيه المواطن الفلسطيني لأهدافه الوطنية، وتعزيز القرار الفلسطيني المستقل.

وما لفت انتباه الباحث تراجع التعبير عن الأهداف الوطنية العليا، حيث يعتقد الباحث بأن حالة الانقسام، وتفرغ النخب السياسية في الأحزاب المتناحرة لحالة الشد والجذب، ومحاولة إبراز صدق حزبهم، ومحاولة إفشال الآخر، حيث بات تركيز الأحزاب على الخلافات الداخلية، لذلك لم يجد القائم بالاتصال أهمية لطرح الأهداف الوطنية والتعبير عنها لأنها لم تجد صدى لها بين النخب السياسية المنشغلة بأوضاعهم الداخلية، وحالة اللامبالاة بين الجماهير الفلسطينية التي فقدت ثقتها بأحزابها.

## خاتمة الدراسة

- نتائج فروض الدراسة.
- ملخص نتائج الدراسة
- الخلاصة
- توصيات الدراسة

## نتائج فروض الدراسة:

### نتائج خاصة بالفرض الأول:

ينص الفرض الأول على أنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أهمية الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع وبين بنائها كأجندة للقائم بالاتصال".

ولاختبار الفرضية السابقة تم استخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة، ومعامل ارتباط بيرسون، كأولوية من أولويات الجمهور، وهي كما في الجدولين الآتيين:

#### جدول رقم (65):

المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة كأولوية من أولويات الجمهور

معامل الارتباط	الرتبة	أجندة للقائم بالاتصال		أولويات الجمهور	الرقم
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		
0.963 (**)	1	3.86221	9.2500	وفقاً لنوعية القضية	1.
0.642 (*)	2	3.30404	6.7500	حسب توقيت القضية	2.
0.942 (**)	3	1.89297	4.7500	حسب الجمهور المستهدف	3.
0.985 (**)	5	0.50000	1.7500	حسب الفن الصحفي	4.
0.556 (*)	4	2.38048	2.5000	وفقاً للأهداف الجارية عالمياً	5.
0.374 (*)	6	1.00000	0.5000	أخرى تذكر	6.
		<b>9.81495</b>	<b>25.5000</b>	<b>المجموع الكلي للأولويات</b>	

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

\*\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

يتضح من الجدول رقم (65) أن أولويات الجمهور تراوح معامل الارتباط بين (0.374)، (0.963)، كما يظهر من الجدول السابق أن المرتبة الأولى في أولويات الجمهور كانت وفقاً لنوعية القضية، وفي المرتبة الثانية كانت حسب توقيت القضية، وفي المرتبة الثالثة كانت حسب الجمهور المستهدف، وفي المرتبة الرابعة وفقاً للأهداف الجارية عالمياً، وفي المرتبة الخامسة حسب الفن الصحفي.



جدول رقم (66):

المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة لقضايا المواطنة

الرقم	القضية	أهمية الموضوعات والقضايا		معامل الارتباط
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
1.	المشاركة السياسية	3.86221	8.2500	0.974 (**)
2.	المشاركة المجتمعية	2.62996	2.2500	0.422 (*)
3.	الحريات العامة	3.77492	7.2500	0.581 (*)
4.	الحقوق الأساسية للمواطن	3.68556	6.2500	0.796 (**)
5.	واجبات المواطنين	2.06155	3.2500	0.822 (**)
6.	الالتزام والمسئوليات	0.95743	2.2500	0.998 (**)
7.	الديمقراطية	0.81650	2.0000	0.864 (**)
8.	المصالحة الاجتماعية والسياسية	2.16025	4.0000	0.645 (**)
9.	الانتماء الوطني	3.69685	4.5000	0.838 (**)
10.	الإحساس بالهوية الوطنية	1.73205	4.5000	0.875 (**)
<b>المجموع الكلي للقضايا</b>		<b>19.36492</b>	<b>44.5000</b>	

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

\*\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

يتضح من الجدول رقم (66) أن هناك علاقة ارتباطية متوسطة بين أهمية الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع وبين بنائها كأجندة للقائم بالاتصال، حيث تراوح معامل الارتباط ما بين (0.864، 0.974)، حيث كانت في المرتبة الأولى المشاركة السياسية، وفي المرتبة الثانية الحريات العامة، وفي المرتبة الثالثة كانت الحقوق الأساسية للمواطن، وفي المرتبة الرابعة الانتماء الوطني، وفي المرتبة الرابعة مكرر الإحساس بالهوية الوطنية، وفي المرتبة السادسة المصالحة الاجتماعية والسياسية، وفي المرتبة السابعة واجبات المواطنين، وفي المرتبة الثامنة المشاركة المجتمعية، وفي المرتبة الثامنة مكرر الالتزام والمسئوليات، وفي المرتبة العاشرة الديمقراطية.

يرى الباحث بأن القائم بالاتصال هو جزء من المجتمع، ويستطيع أن يقيم مدى أهمية الموضوع للجمهور، لذلك نجد أن هناك توافق بين أجندة القائم بالاتصال وبين أهمية القضايا، وعلى الرغم أن العلاقة متوسطة إلا أن الموضوع المهمة على الساحة الفلسطينية تفرض نفسها على القائم بالاتصال، ولا يستطيع أن يتغاضى عن تغطيتها، ويعزو الباحث نتائج الفرض بأنها متوسطة نظراً لحجم الضغوط المهنية الملقاة على عاتق القائم بالاتصال منها قيم المجتمع، وأيضاً السياسة التحريرية

للموقع التي يجب أن يلتزم بها في ظل حالة التجاذب الكبير بين الأحزاب الفلسطينية، وحال الانقسام السياسي في فلسطين.

### نتائج خاصة بالفرض الثاني:

ينص الفرض الثاني على أنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا من وجهة نظر القائم بالاتصال وبين بناء أجندة المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية". ولاحظنا الفرضية السابقة تم استخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة، ومعامل ارتباط بيرسون، كأولوية من أولويات الجمهور؛ وهي كما في الجدول الآتي:

#### جدول رقم (67):

المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة كأهمية الموضوعات والقضايا

الرقم	درجة التوافق	قضايا القائم بالاتصال		الرتبة	أجندة المواقع الإلكترونية		معامل الارتباط
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
1.	كبيرة جداً	4.2500	3.86221	2	7.2500	4.42531	0.306 (*)
2.	كبيرة	5.7500	2.62996	1	4.0000	2.94392	0.504 (**)
3.	متوسطة	2.5000	1.91485	3	2.0000	1.41421	0.860 (**)
4.	ضعيفة	1.0000	1.41421	4	0.2500	0.50000	0.354 (*)
	<b>المجموع الكلي</b>	<b>13.5000</b>	<b>4.65475</b>		<b>13.5000</b>	<b>4.65475</b>	

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

\*\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

يتضح من الجدول رقم (67) أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجة التوافق لأجندة المواقع الإلكترونية الإخبارية وبين اهتمام القائم بالاتصال بقضايا المواطن، إذ تراوح معامل الارتباط ما بين (0.306) و(0.860)، كما يظهر من الجدول أن درجة التوافق الكبيرة كان ترتيبها الأول من حيث درجة التوافق، يليها في المرتبة الثانية رتبة كبيرة جداً، ثم يأتي ثالثاً رتبة متوسطة، أما ضعيفة فكان ترتيبها الرابعة من حيث درجة التوافق من حيث درجة التوافق.

بالإشارة إلى نتيجة الفرض على وجود علاقة ارتباطية بين أجندة المواقع واهتمام القائم بالاتصال يرى الباحث بأن هذه النتيجة تأتي في ظل التوافق الفكري بين الموقع الإلكتروني الإخباري وبين القائم بالاتصال، حيث أثبتت الدراسة الميدانية أن الانتماء الحزبي كان عاملاً مهماً في عملية التعيين داخل الموقع، وأيضاً هناك توافق كبير بين أجندات القائم بالاتصال وأجندات الموقع الإلكتروني الإخباري بما يتعلق بالقضايا المطروحة، لذلك كانت هذه النتيجة منطقية.

## نتائج خاصة بالفرض الثالث:

ينص الفرض الثالث على أنه "توجد علاقة ارتباطية بين أجندة القائم بالاتصال وبين ترتيب المواطنة كأهم الأجندة المطروحة".

ولاختبار الفرضية السابقة تم استخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة، ومعامل ارتباط بيرسون، لقضايا المواطنة في المواقع الإلكترونية الإخبارية، كما في الجدول الآتي:

### جدول رقم (68):

المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة لقضايا المواطنة في المواقع الإلكترونية

الرقم	القضية	قضايا المواطنة بالمواقع الإلكترونية		الرتبة	معامل الارتباط
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
1.	المواقع الإلكترونية تثير حرية أكبر لنقاش القضايا بتعمق أكثر من الوسائل الأخرى.	7.5000	4.43471	1	0.247 (*)
2.	تعتبر المواقع الإلكترونية مكاناً للتعبير عن الذات ونشر الأفكار والخبرات.	4.0000	2.30940	8	0.879 (**)
3.	عرض عدد وفير من وجهات النظر المتنوعة والمختلفة.	3.7500	1.70783	9	0.998 (**)
4.	توعية الجمهور الفلسطيني بقضاياه وحقوقه وواجباته.	7.5000	5.32291	1	0.888 (**)
5.	نشر وتوثيق الانتهاكات التي يتعرض لها المواطن الفلسطيني.	6.2500	5.25198	3	0.922 (**)
6.	التعريف بالتراث الفلسطيني وأهميته لدى المواطن.	4.2500	3.94757	5	0.836 (**)
7.	تعزيز الانتماء الوطني لدى الجمهور الفلسطيني.	5.7500	2.87228	4	0.925 (**)
8.	تثبيت الهوية الفلسطينية من خلال نشر ما يتعلق بقضايا المواطنة.	4.2500	1.70783	5	0.808 (**)
9.	تفعيل دور المشاركة المجتمعية لدى المواطن الفلسطيني.	2.2500	2.62996	12	0.380 (*)
10.	تفعيل مبادئ الديمقراطية وحرية الرأي.	2.5000	2.64575	11	0.927 (**)
11.	تأكيد مبدأ الحريات في المجتمع.	4.2500	1.70783	5	0.407 (*)
12.	اهتمام الجمهور المتزايد بالتعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية	3.0000	1.41421	10	0.960 (**)
<b>المجموع الكلي لقضايا المواطنة في المواقع الإلكترونية</b>		<b>55.2500</b>	<b>27.24427</b>		

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

\*\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

يتضح من الجدول رقم (68) أن هناك علاقة ارتباطية لأجندة القائم بالاتصال وبين ترتيب المواطنة كأهم الأجندة المطروحة، إذ تراوح معامل الارتباط ما بين (0.247) و(0.998)، كما يظهر من الجدول أن قضية "المواقع الإلكترونية تثير حرية أكبر لنقاش القضايا بتعمق أكثر من الوسائل الأخرى"، القضية "توعية الجمهور الفلسطيني بقضاياه وحقوقه وواجباته" كان ترتيبهما الأولى من حيث درجة التوافق، يليها في المرتبة الثالثة "نشر وتوثيق الانتهاكات التي يتعرض لها المواطن الفلسطيني"، ثم يأتي في المرتبة الرابعة "تعزيز الانتماء الوطني لدى الجمهور الفلسطيني"، أما القضية في المرتبة الخامسة مكرر فهي "التعريف بالتراث الفلسطيني وأهميته لدى المواطن"، "تثبيت الهوية الفلسطينية من خلال نشر ما يتعلق بقضايا المواطنة"، "تأكيد مبدأ الحريات في المجتمع"، وفي المرتبة التاسعة "تعتبر المواقع الإلكترونية مكاناً للتعبير عن الذات ونشر الأفكار والخبرات"، والعاشر "اهتمام الجمهور المتزايد بالتعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية"، والمرتبة الحادية عشر "تفعيل مبادئ الديمقراطية وحرية الرأي"، والثانية عشر هي "تفعيل دور المشاركة المجتمعية لدى المواطن الفلسطيني".

يرى الباحث أهمية كبيرة لقضايا المواطنة في المجتمع الفلسطيني في ظل العدوان الإسرائيلي المستمر على أبناء الشعب الفلسطيني، وكذلك حالة الانقسام الداخلي وضياع الحقوق والواجبات في المجتمع، ومطالبة النخب الفلسطينية المجتمع للتمسك بمبادئ المواطنة الصالحة كان لا بد من أن يكون اهتمام القائم بالاتصال كبيراً لقضايا المواطنة من أجل رفعة بلده، والعمل على تعزيز أواصر الترابط والمحبة بين أبناء الشعب الواحد، لذلك كان من المنطقي أن يتحمل القائم بالاتصال مسؤولياته في إبراز دور المواطنة وتعزيز قيمها من خلال ما يكتبه من مواد إعلامية في المواقع الإلكترونية الإخبارية، وأن نتائج الفرض تؤكد بأن أجندة القائم بالاتصال تحرص على إبراز المواطنة كأهمية في ترتيب القضايا التي يتم تغطيتها.

## نتائج خاصة بالفرض الرابع:

ينص الفرض الرابع على أنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين العوامل والمتغيرات المتعلقة بقضايا الجمهور وبين بنائها كأجندة لدى القائم بالاتصال".

ولاختبار الفرضية السابقة تم استخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة، ومعامل ارتباط بيرسون، للعوامل والمتغيرات المتعلقة بقضايا الجمهور وبين بنائها كأجندة لدى القائم بالاتصال، وهي كما في الجدول الآتي:

### جدول رقم (69):

المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة في العلاقة المتبادلة بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري وأولويات الجمهور

معامل الارتباط	الرتبة	العلاقة المتبادلة بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري وأولويات الجمهور		العلاقة المتبادلة	الرقم
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		
0.677 (**)	1	2.64575	6.5000	دائماً	1.
0.935 (**)	2	2.87228	6.2500	أحياناً	2.
0.187 (*)	3	0.95743	0.7500	لا	3.
		<b>4.65475</b>	<b>13.5000</b>	<b>المجموع الكلي للعلاقة المتبادلة</b>	

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

\*\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

يتضح من الجدول رقم (69) أن هناك علاقة ارتباطية للعلاقة المتبادلة بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري وأولويات الجمهور، إذ تراوح معامل الارتباط ما بين (0.187)، (0.935)، ويتضح من الجدول السابق أن العلاقة المتبادلة بين أجندة الموقع الإلكتروني وأولويات الجمهور كانت في المرتبة الأولى دائماً، وفي المرتبة الثانية أحياناً، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة فلا يوجد علاقة تبادلية.

في ظل المنافسة الكبيرة بين المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في جلب الجمهور وتلبية تطلعاتهم نجد بأن هذه التنافسية أثرت بالإيجاب على الدور الإعلامي للمواقع الإخبارية في ظل تطورها وانتشارها، واعتبارها مصدراً مهماً للجمهور الفلسطيني، واستخدام الأحزاب السياسية الفلسطينية

للمواقع الإخبارية لاستقطاب الجماهير، لذلك نجد بأن القائم بالاتصال يحرص على أن تكون أجدته متوافقة مع الجمهور إلى حد كبير.

### نتائج خاصة بالفرض الخامس:

تنص الفرضية الخامسة على أنه "توجد علاقة ارتباطية بين بناء الأجددة للقضايا التي يتناولها القائم بالاتصال وبين القيم والأنماط الاجتماعية السائدة في المجتمع".

ولاختبار الفرضية السابقة تم استخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة، ومعامل ارتباط بيرسون، بين بناء الأجددة للقضايا التي يتناولها القائم بالاتصال وبين القيم والأنماط الاجتماعية السائدة في المجتمع، وهي كما في الجدول الآتي:

#### جدول رقم (70):

المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة في بناء الأجددة للقضايا التي يتناولها القائم بالاتصال وبين القيم والأنماط الاجتماعية السائدة في المجتمع

معامل الارتباط	الرتبة	تغطية قضايا المواطن في الموقع الإلكتروني		العلاقة المتبادلة	الرقم
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		
0.860 (**)	1	2.87228	9.7500	دائماً	1.
0.830 (**)	2	2.62996	3.7500	أحياناً	2.
1.00 (**)	3	0.00000	0.0000	لا	3.
		<b>4.65475</b>	<b>13.5000</b>	<b>المجموع الكلي للعلاقة المتبادلة</b>	

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

\*\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

يتضح من الجدول رقم (70) أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية وبين بناء الأجددة للقضايا التي يتناولها القائم بالاتصال وبين القيم والأنماط الاجتماعية السائدة في المجتمع، إذ تراوح معامل الارتباط ما بين (1.00)، (0.860)، ويتضح من الجدول السابق أن بناء الأجددة للقضايا التي يتناولها القائم بالاتصال وبين القيم والأنماط الاجتماعية السائدة في المجتمع كانت في المرتبة الأولى دائماً، وفي المرتبة الثانية أحياناً، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة فلا يوجد علاقة لتغطية قضايا المواطن في المواقع الإلكترونية والقيم السائدة في المجتمع.

إن القيم الاجتماعية السائدة في المجتمع الفلسطيني تشكل قوة على القائم بالاتصال، وعلى وسائل الإعلام نظراً لطبيعة المجتمع الفلسطيني الذي يمتاز بعباداته وتقاليدته وأيضاً ارتباطه بالوطن والقيم الأخلاقية والوطنية التي يتمتع بها، لذلك نجد بأن قيم المجتمع تشكل صمام الأمان للمواقع والقائم بالاتصال، حيث يرفض الجمهور الفلسطيني أي مواد إعلامية خارج عن قيمه وعباداته، وكذلك العامل الوطني المرتبط بالكفاح ضد الاحتلال الإسرائيلي يشكل أهمية كبيرة للجمهور، فإن وجود علاقة قوية بين القائم بالاتصال وقيم المجتمع تعتبر منطقية في ظل الظروف التي مرّ بها الشعب الفلسطيني على مدار تاريخه.

### نتائج خاصة بالفرض السادس:

تنص الفرضية السادسة على أنه "توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال مثل (الانتماء الحزبي، المكان الجغرافي، المستوى التعليمي، النوع، السن، سنوات الخبرة، مستوى الدخل) وبين بناء أجندة القضايا".

#### أولاً: الانتماء الحزبي:

تنص على أنه "توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير الانتماء الحزبي (فتح، حماس، جهاد، لا أنتمي)".

وقد قام الباحث باستخدام اختبار "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) لحساب دلالة الفروق بين متوسط درجات المتغيرات الأربعة، وهي كما في الجدول الآتي:

#### جدول رقم (71):

#### نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات درجات متغير الانتماء الحزبي

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	مربع المتوسطات	قيمة ف	الدلالة	مستوى الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	3	17.680	5.893	0.419	0.740	غير دالة عند مستوى دلالة (0.05)
داخل المجموعات	50	703.302	14.066			
المجموع	53	720.981				

يتضح من الجدول رقم (71) أن قيمة (ف) غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \geq 0.05$ ، وعليه يتم قبول الفرض الصفري ورفض الفرض البديل والذي ينص على أنه "لا توجد علاقة

دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير الانتماء الحزبي (فتح، حماس، جهاد، لا أنتمي)".

#### ثانياً: الموقع الوظيفي:

تنص على أنه "توجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير الموقع الوظيفي (رئيس تحرير، مدير تحرير، محرر، مراسل، غير ذلك)".

وقد قام الباحث باستخدام اختبار "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) لحساب دلالة الفروق بين متوسط درجات المتغيرات الخمسة، وهي كما في الجدول الآتي:

#### جدول رقم (72):

#### نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات درجات متغير الموقع الاجتماعي

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	مربع المتوسطات	قيمة ف	الدالة	مستوى الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	4	43.631	10.908	0.789	0.538	غير دالة عند مستوى دلالة (0.05)
داخل المجموعات	49	677.351	13.823			
المجموع	53	720.981				

يتضح من الجدول رقم (72) أن قيمة (ف) دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \infty)$ ، وعليه يتم قبول الفرض الصفري ورفض الفرض البديل والذي ينص على أنه "لا توجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير الموقع الوظيفي (رئيس تحرير، مدير تحرير، محرر، مراسل، غير ذلك)".

#### ثالثاً: المؤهل التعليمي:

تنص على أنه "توجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير المؤهل التعليمي (ثانوية، دبلوم، بكالوريوس، ماجستير)".

وقد قام الباحث باستخدام اختبار "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) لحساب دلالة الفروق بين متوسط درجات المتغيرات الأربعة، وهي كما في الجدول الآتي:



### جدول رقم (73):

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات درجات متغير المؤهل العلمي

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	مربع المتوسطات	قيمة ف	الدلالة	مستوى الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	3	36.893	12.298	0.899	0.448	غير دالة عند مستوى دلالة (0.05)
داخل المجموعات	50	684.089	13.682			
المجموع	53	720.981				

يتضح من الجدول رقم (73) أن قيمة (ف) دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$ ، وعليه يتم قبول الفرض الصفري ورفض الفرض البديل والذي ينص على أنه "لا توجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير المؤهل العلمي (ثانوية، دبلوم، بكالوريوس، ماجستير)".

#### رابعاً: النوع (الجنس):

تنص على أنه "توجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)".

وقد قام الباحث باستخدام اختبار (ت) (T-test) لحساب دلالة الفروق بين مجموعتين مستقلتين وغير مرتبطتين، وذلك بين متوسطات درجات عينة الدراسة في الاستجابة على الاستمارة الميدانية وفقاً لمتغير الجنس، وهي كما في الجدول الآتي:

### جدول رقم (74):

نتائج اختبار "ت" لإيجاد دلالة الفروق بين متوسطات الدرجات وفقاً لمتغير الجنس

الجنس	عدد الأفراد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت) المحسوبة	قيمة (ت) الجدولية	مستوى الدلالة
ذكر	49	29.0204	3.85406	0.516	1.984	غير دالة عند مستوى دلالة (0.05)
أنثى	5	28.6000	1.34164			

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (ت) المحسوبة في المجموع الكلي للمجالات أصغر من قيمة (ت) الجدولية (1.984)، وذلك عند درجة حرية  $(52 = 2 - 54)$ ، ومستوى دلالة (0.05)، وعليه

يتم قبول الفرض الصفري، ورفض الفرض البديل، والذي ينص على أنه "لا توجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)".

#### خامساً: السن (العمر):

تنص على أنه "توجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير العمر (أقل من 25، من 25-35، من 35-45، من 45-60)".

وقد قام الباحث باستخدام اختبار "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) لحساب دلالة الفروق بين متوسط درجات المتغيرات أربعة، وهي كما في الجدول الآتي:

#### جدول رقم (75):

#### نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات درجات متغير العمر

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	مربع المتوسطات	قيمة ف	الدلالة	مستوى الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	3	41.237	13.746	1.011	0.396	غير دالة عند مستوى دلالة (0.05)
داخل المجموعات	50	679.744	13.595			
المجموع	53	720.981				

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (ف) دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \infty)$ ، وعليه يتم قبول الفرض الصفري، ورفض الفرض البديل، والذي ينص على أنه "لا توجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير العمر (أقل من 25، من 25-35، من 35-45، من 45-60)".

#### سادساً: سنوات الخبرة:

تنص على أنه "توجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير سنوات الخبرة (من 1-3، من 3-5، من 5-7، أكثر من ذلك)".

وقد قام الباحث باستخدام اختبار "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) لحساب دلالة الفروق بين متوسط درجات المتغيرات أربعة، وهي كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (76):

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات درجات متغير سنوات الخبرة

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	مربع المتوسطات	قيمة ف	الدلالة	مستوى الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	3	32.881	10.960	0.796	0.502	غير دالة عند مستوى دلالة (0.05)
داخل المجموعات	50	688.100	13.762			
المجموع	53	720.981				

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (ف) دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$ ، وعليه يتم قبول الفرض الصفري، ورفض الفرض البديل، والذي ينص على أنه "لا توجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير سنوات الخبرة (من 1-3، من 3-5، من 5-7، أكثر من ذلك)".

سابعاً: مستوى الدخل:

تنص على أنه "توجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير مستوى الدخل (أقل من 1000 شيكل، من 1000-1500، من 1500-2000، من 2000-3000، أكثر من 3000)".

وقد قام الباحث باستخدام اختبار "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) لحساب دلالة الفروق بين متوسط درجات المتغيرات الخمسة، وهي كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (77):

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات درجات متغير الدخل

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	مربع المتوسطات	قيمة ف	الدلالة	مستوى الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	4	116.763	29.191	2.367	0.066	غير دالة عند مستوى دلالة (0.05)
داخل المجموعات	49	604.218	12.331			
المجموع	53	720.981				

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (ف) دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $(\alpha \geq 0.05)$ ، وعليه يتم قبول الفرض الصفري، ورفض الفرض البديل والذي ينص على أنه "لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير مستوى الدخل (أقل من 1000 شيكل، من 1000-1500، من 1500-2000، من 2000-3000، أكثر من 3000)".

مما تقدم يتضح رفض قبول الفرض الصفري، ورفض الفرض البديل، والذي ينص على أنه "لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا وفقاً للمتغيرات (الانتماء الحزبي، المكان الجغرافي، المستوى التعليمي، النوع، السن، سنوات الخبرة، مستوى الدخل)".

ويرى الباحث بأن نتيجة هذا الفرض نابعة من أن المواقع الالكترونية الإخبارية كان جامعة لكل مكونات الحالة الفلسطينية، حيث أن اختيار الباحث مواقع مستقلة ومواقع أحزاب حاكمة ومعارضة، والموقع الرسمي يجعل هناك توازن في نتائج القائمين بالاتصال، لذلك كانت إجاباتهم الكلية متوافقة في الوصول إلى هذه النتيجة.

## نتائج خاصة بالفرض السابع:

توجد علاقة ارتباطية بين سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الإلكترونية الإخبارية ومدى اهتمام القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة.

### جدول رقم (78):

يوضح الارتباط بين سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الإلكترونية الإخبارية ومدى اهتمام القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson)

وجود علاقة متبادلة بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي تعمل به وأولويات الجمهور	مدى توافق أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي تعمل به وأولويات الجمهور	تأثير الواقع السياسي الفلسطيني على تناوكل للقضايا المطروحة	مدى التوافق بين السياسة التحريرية للموقع الذي تعمل به اتجاهاتك الفكرية نحو القضايا المطروحة	مدى التزامك بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الذي تعمل به	حجم تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية في بناء أجندتك لقضايا المواطنة في فلسطين	تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجندتك لقضايا المواطنة الفلسطيني	متابعة المواقع الإلكترونية الإخبارية الأخرى	سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الإلكترونية الإخبارية مدى اهتمام القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة
0.022	0.041	0.047	0.045	-0.047	-0.252	-0.422 (**)	0.056	مدى اهتمام موقعك الإلكتروني في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني
-0.021	-0.197	0.092	-0.170	-0.118	-0.164	-0.081	0.123	القضايا التي طرحها المواقع الإلكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة هي أولوية من أولويات الجمهور

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

\*\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

## تبيين من نتائج الجدول رقم (78):

- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام موقعك الالكتروني في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، ومتابعة المواقع الالكترونية الإخبارية الأخرى.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الموقع الالكتروني الذي يعمل فيه القائم بالاتصال في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، وتأثر القائم بالاتصال بالسياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجندات القائم بالاتصال لقضايا المواطنة في فلسطين بقيمة (-0.422)، ونوع الارتباط عكسي متوسط.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الموقع الالكتروني للقائم بالاتصال في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، وحجم تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية في بناء أجندات القائم بالاتصال لقضايا المواطنة في فلسطين.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الموقع الالكتروني للقائم بالاتصال في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، ومدى التزام بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الذي يعمل به.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الموقع الالكتروني الذي يعمل به القائم بالاتصال في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، ومدى التوافق بين السياسة التحريرية للموقع الذي يعمل به وبين اتجاهاته الفكرية نحو القضايا المطروحة.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الموقع الالكتروني في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، وتأثير الواقع السياسي الفلسطيني على تناولك للقضايا المطروحة.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الموقع الالكتروني في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، ومدى توافق أجندة الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعمل به القائم بالاتصال وبين أولويات الجمهور.
- عدم وجود علاقة ارتباطية بين مدى اهتمام الموقع الالكتروني للقائم بالاتصال في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، ووجود علاقة متبادلة بين أجندة الموقع الالكتروني الإخباري الذي تعمل به وأولويات الجمهور.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور، ومتابعة المواقع الالكترونية الإخبارية الأخرى.

- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور، وتأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجندات القائم بالاتصال لقضايا المواطنة الفلسطيني.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور، وحجم تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية في بناء أجندات القائم بالاتصال لقضايا المواطنة في فلسطين.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور، ومدى التزام السياسة التحريرية الخاصة بالموقع الذي يعمل به القائم بالاتصال.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور، ومدى التوافق بين السياسة التحريرية للموقع الذي يعمل به القائم بالاتصال وبين اتجاهاتك الفكرية نحو القضايا المطروحة.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور، وتأثير الواقع السياسي الفلسطيني على تناول القائم بالاتصال للقضايا المطروحة.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور، ومدى توافق أجندة الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعمل به القائم بالاتصال وبين أولويات الجمهور.
- عدم وجود علاقة ارتباطية بين القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور، ووجود علاقة متبادلة بين أجندة الموقع الالكتروني الإخباري الذي يعمل به القائم بالاتصال وأولويات الجمهور.

## نتائج خاصة بالفرض الثامن:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الإلكترونية الإخبارية ودور القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة.

### جدول رقم (79):

يوضح الارتباط بين سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الإلكترونية الإخبارية ودور القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson)

سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الإلكترونية الإخبارية	متابعة المواقع الإلكترونية الإخبارية الأخرى	تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجندتك لقضايا المواطنة الفلسطيني	حجم تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية في بناء أجندتك لقضايا المواطنة في فلسطين	مدى التزام بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الذي تعمل به	مدى التوافق بين السياسة التحريرية للموقع الذي تعمل به وبين اتجاهاتك الفكرية نحو القضايا المطروحة	تأثير الواقع السياسي الفلسطيني على تناولك للقضايا المطروحة	مدى توافق أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي تعمل به وبين أولويات الجمهور	وجود علاقة متبادلة بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي تعمل به وأولويات الجمهور
الاهتمام بتغطية قضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الذي تعمل به	-0.077	-0.137	-0.085	0.088	0.008	-0.077	-0.137	-0.085
وجود علاقة بين قضايا المواطنة وبين الأشكال التحريرية التي تستخدمها في الموقع	-0.132	0.046	0.255	0.199	0.141	-0.132	0.046	0.255
قضايا المواطنة مهمة لدرجة احتلالها مواقع متميزة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي تعمل به	0.028	-0.178	0.117	0.290 <sup>(*)</sup>	0.274 <sup>(*)</sup>	0.028	-0.178	0.117
مدى تأثير المواقع الإلكترونية الإخبارية على اتجاهات جمهورها المتعلقة بقضايا المواطنة من وجهة نظرك	-0.014	-0.319 <sup>(*)</sup>	-0.110	0.200	0.269 <sup>(*)</sup>	-0.014	-0.319 <sup>(*)</sup>	-0.110
قضايا المواطنة التي تركز عليها ترتبط بالواقع الاجتماعي والسياسي والقانوني في فلسطين	-0.065	-0.083	0.116	-0.153	0.036	-0.065	-0.083	0.116

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

\*\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).



## تبين من نتائج الجدول رقم (79):

- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام بتغطية قضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الذي يعمل به القائم بالاتصال، ودور القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة.
- عدم وجود علاقة ارتباطية بين وجود علاقة بين قضايا المواطنة وبين الأشكال التحريرية التي تستخدمها في الموقع، ودور القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أهمية قضايا المواطنة لدرجة احتلالها مواقع متميزة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائم بالاتصال، ومدى التزامه بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الذي يعمل به لبناء أجندة قضايا المواطنة بقيمة (0.290)، ونوع الارتباط طردي ضعيف.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أهمية قضايا المواطنة لدرجة احتلالها مواقع متميزة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائم بالاتصال، ومدى التوافق بين السياسة التحريرية للموقع الذي يعمل به وبين اتجاهاته الفكرية نحو القضايا المطروحة لبناء أجندة قضايا المواطنة بقيمة (0.274)، ونوع الارتباط طردي ضعيف.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى تأثير المواقع الإلكترونية الإخبارية على اتجاهات جمهورها المتعلقة بقضايا المواطنة من وجهة نظر القائم بالاتصال، وتأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجندة قضايا المواطنة (-0.319)، ونوع الارتباط عكسي ضعيف.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى تأثير المواقع الإلكترونية الإخبارية على اتجاهات جمهورها المتعلقة بقضايا المواطنة من وجهة نظر، ومدى التوافق بين السياسة التحريرية للموقع الذي تعمل به وبين اتجاهاتك الفكرية نحو القضايا المطروحة لبناء أجندة قضايا المواطنة (0.269)، ونوع الارتباط طردي ضعيف.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى تأثير المواقع الإلكترونية الإخبارية على اتجاهات جمهورها المتعلقة بقضايا المواطنة من وجهة نظر القائم بالاتصال، ومدى توافق أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به وبين أولويات الجمهور لبناء أجندة قضايا المواطنة (-0.319)، ونوع الارتباط عكسي ضعيف.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين قضايا المواطنة التي يركز عليها القائم بالاتصال المرتبطة بالواقع الاجتماعي والسياسي والقانوني في فلسطين، ودور القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة.

## نتائج خاصة بالفرض التاسع:

توجد علاقة ارتباطية بين دور القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة ومدى اهتمام القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة.

### جدول رقم (80):

يوضح الارتباط بين مدى اهتمام القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة ودور القائم بالاتصال بالمواقع

الالكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson)

دور القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة	وجود علاقة بين قضايا المواطنة وبين الأشكال التحريرية التي تستخدمها في الموقع	الاهتمام بتغطية قضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الذي تعمل به	قضايا المواطنة مهمة لدرجة احتلالها مواقع متميزة في الموقع الالكتروني الإخباري الذي تعمل به	مدى تأثير المواقع الالكترونية الإخبارية على اتجاهات جمهورها المتعلقة بقضايا المواطنة من وجهة نظرك	قضايا المواطنة التي تركز عليها ترتبط بالمواقع الاجتماعي والسياسي والقانوني في فلسطين
مدى اهتمام القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة	0.068	-0.046	0.235	0.178	0.133
مدى اهتمام موقعك الالكتروني في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني	0.191	-0.071	0.330(*)	0.233	0.360(**)

\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

\*\* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

## تبين من نتائج الجدول رقم (80):

- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الموقع الإلكتروني في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، ووجود علاقة بين قضايا المواطنة وبين الأشكال التحريرية التي تستخدمها في الموقع.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الموقع الإلكتروني في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، والاهتمام بتغطية قضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الذي يعمل به القائم بالاتصال.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الموقع الإلكتروني في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، وأهمية قضايا المواطنة لدرجة احتلالها مواقع متميزة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائم بالاتصال.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الموقع الإلكتروني في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، ومدى تأثير المواقع الإلكترونية الإخبارية على اتجاهات جمهورها المتعلقة بقضايا المواطنة.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الموقع الإلكتروني في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني، وارتباط قضايا المواطنة بالواقع الاجتماعي والسياسي والقانوني في فلسطين.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين القضايا التي تطرحها المواقع الإلكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور، ووجود علاقة بين قضايا المواطنة وبين الأشكال التحريرية التي تستخدمها في الموقع.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين القضايا التي تطرحها المواقع الإلكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور، والاهتمام بتغطية قضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الذي يعمل به القائم بالاتصال.
- يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين القضايا التي تطرحها المواقع الإلكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كأولوية من أولويات الجمهور، وأهمية قضايا المواطنة لدرجة احتلالها مواقع متميزة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يعمل به القائم بالاتصال بقيمة (0.330)، ونوع الارتباط طردي ضعيف.

- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كألوية من أولويات الجمهور، ومدى تأثير المواقع الالكترونية الإخبارية على اتجاهات جمهورها المتعلقة بقضايا المواطنة.
- وجود علاقة ارتباطية بين القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة كألوية من أولويات الجمهور، وارتباط قضايا المواطنة بالواقع الاجتماعي والسياسي والقانوني في فلسطين بقيمة (0.360)، ونوع الارتباط طردي ضعيف.

## ملخص نتائج الدراسة

أولاً: النتائج المتعلقة بالدراسة التحليلية:

أ- فيما يتعلق بتغطية المواد الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية.

- احتل موقع فلسطين الآن المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرها (61.50%)، فيما احتل موقع وكالة فلسطين برس للأخبار المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (58.33%)، واحتل موقع وكالة معاً الإخبارية المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (53.05%)، كما احتل موقع وكالة الأنباء الفلسطينية المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (41.34%).

ب- فيما يتعلق بالتغطية العامة للأحداث والقضايا التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية.

- احتل موقع وكالة معاً الإخبارية المرتبة الأولى في حجم بنسبة قدرها (27.85%)، يليه موقع وكالة فلسطين برس للأخبار بنسبة قدرها (24.95%)، ثم موقع فلسطين الآن المرتبة الثالثة في حجم التغطية بنسبة قدرها (24.63%)، وأخيراً موقع وكالة الأنباء الفلسطينية "وفا" بنسبة قدرها (22.56%).

• بالنسبة لفئة نوعية الموضوعات المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية:

- احتلت الموضوعات (سياسية) المرتبطة بالمواطنة الفلسطينية المرتبة (الأولى) بنسبة مئوية قدرها (48.94%).

- احتلت الموضوعات (أمنية) المرتبة (الثانية) بنسبة مئوية قدرها (16.92%).

- احتلت الموضوعات (اجتماعية) المرتبة (الثالثة) بنسبة مئوية قدرها (9.13%).

- احتلت الموضوعات (عسكرية) المرتبة (الرابعة) بنسبة مئوية قدرها (8.31%).

- احتلت الموضوعات (أخرى) المرتبة (الخامسة) بنسبة مئوية قدرها (6.96%).

- احتلت الموضوعات (اقتصادية) المرتبة (السادسة) بنسبة مئوية قدرها (6.79%).

- احتلت الموضوعات (دينية) المرتبة (السابعة) بنسبة مئوية قدرها (2.92%).

• بالنسبة لفئة الاتجاه نحو الموضوعات المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية:

- احتل الاتجاه (مؤيد) للموضوعات المرتبطة بالمواطنة بنسبة مئوية قدرها (74.00%).

- احتل الاتجاه (معارض) للموضوعات المرتبطة بالمواطنة بنسبة مئوية قدرها (20.19%).

- احتل الاتجاه (محايد) للموضوعات المرتبطة بالمواطنة بنسبة مئوية قدرها (5.79%).

- بالنسبة لفئات قضايا المواطنة التي تناولتها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية:
  - حصلت قضية (الإحساس بالهوية الوطنية) بنسبة مئوية قدرها (18.55%).
  - حصلت قضية (حب الوطن والانتماء إليه) بنسبة مئوية قدرها (15.76%).
  - حصلت قضية (المسؤوليات والالتزامات الفلسطينية) بنسبة مئوية قدرها (7.46%).
  - حصلت قضية (المسؤوليات والالتزامات الإسرائيلية) بنسبة مئوية قدرها (8.03%).
  - حصلت قضية (التمتع بالحقوق) بنسبة مئوية قدرها (11.31%).
  - حصلت قضية (المشاركة السياسية) بنسبة مئوية قدرها (5.46%).
  - حصلت قضية (المشاركة الاجتماعية) بنسبة مئوية قدرها (4.19%).
  - حصلت قضية (العدالة الاجتماعية) بنسبة مئوية قدرها (2.15%).
  - حصلت قضية (الممارسة الديمقراطية) بنسبة مئوية قدرها (3.97%).
  - حصلت قضية (الجماعية) وبنسبة مئوية قدرها (3.05%).
  - حصلت قضية (الحريات الفلسطينية) بنسبة مئوية قدرها (4.67%).
  - حصلت قضية (الحريات الإسرائيلية) بنسبة مئوية قدرها (5.60%).
  - حصلت قضية (الفعاليات الوطنية) بنسبة مئوية قدرها (9.72%).
- بالنسبة لفئات أشكال عرض المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة:
  - حصلت (نص فقط) بنسبة مئوية قدرها (41.86%).
  - حصلت (نص وصورة) بنسبة مئوية قدرها (57.67%).
  - حصلت (نص وملف فيديو) بنسبة مئوية قدرها (0.47%).
- بالنسبة لفئات الإمكانيات التفاعلية المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة:
  - حصلت (التعليق على الخبر) بنسبة مئوية قدرها (1.40%).
  - حصلت (طباعة الخبر) بنسبة مئوية قدرها (36.01%).
  - حصلت (إرسال لصديق) بنسبة مئوية قدرها (36.01%).
  - حصلت (تفاعلية الصور) بنسبة مئوية قدرها (26.57%).
- بالنسبة لفئات الصور المقدمة مع المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة:
  - حصلت (شخصية) بنسبة مئوية قدرها (15.86%).
  - حصلت (موضوعية) بنسبة مئوية قدرها (12.52%).
  - حصلت (كاريكاتير) بنسبة مئوية قدرها (0.40%).
  - حصلت (إخبارية) بنسبة مئوية قدرها (22.48%).
  - حصلت (رمزية) بنسبة مئوية قدرها (6.73%).

- حصلت (أكثر من نوع) بنسبة مئوية قدرها (0.05%).
- بالنسبة لفئات الروابط المصاحبة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة:
  - حصلت (متضمن Hyper) بنسبة مئوية قدرها (0.87%).
  - بالنسبة لفئات الأساليب الإقناعية للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة:
    - حصلت (عرض الإحصائيات) بنسبة مئوية قدرها (16.6%).
    - حصلت (عرض الآراء المختلفة) بنسبة مئوية قدرها (18.8%).
    - حصلت (تقديم الأدلة والبراهين والشواهد) بنسبة مئوية قدرها (31.08%).
    - حصلت (ترتيب الحجج الإقناعية) بنسبة مئوية قدرها (19.64%).
    - حصلت (تأكيد رأي الأغلبية) بنسبة مئوية قدرها (12.48%).
    - حصلت (التكرار) بنسبة مئوية قدرها (1.4%).
    - بالنسبة لفئات الاستمالات المستخدمة للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة:
      - حصلت (استمالات عاطفية) بنسبة مئوية قدرها (48.94%).
      - حصلت (استمالات منطقية) بنسبة مئوية قدرها (37.47%).
      - حصلت (استمالات التخويف) بنسبة مئوية قدرها (7.02%).
      - حصلت (جميع الاستمالات السابقة) بنسبة مئوية قدرها (6.55%).
      - بالنسبة للوسائط المتعددة (Multimedia) المتضمنة في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية:
        - حصلت (فيديوهات إخبارية من وكالات أنباء) بنسبة مئوية قدرها (0.17%).
        - حصلت (مواد مسجلة من برامج تلفزيونية) بنسبة مئوية قدرها (36%).
        - حصلت (رسومات) بنسبة مئوية قدرها (0.11%).
        - بالنسبة لفئة مصدر المعلومة الأولى للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها لمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية:
          - حصلت (حكومية) بنسبة مئوية قدرها (18.72%).
          - حصلت (برلمانية) بنسبة مئوية قدرها (5.44%).
          - حصلت (دبلوماسية) بنسبة مئوية قدرها (8.30%).
          - حصلت (أمنية) بنسبة مئوية قدرها (7.37%).
          - حصلت (نخب سياسية) بنسبة مئوية قدرها (8.60%).
          - حصلت (نخب اقتصادية) بنسبة مئوية قدرها (2.69%).

- حصلت (شخصيات عامة) بنسبة مئوية قدرها (5.26%).
- حصلت (قيادات أحزاب) بنسبة مئوية قدرها (14.62%).
- حصلت (مواطنون) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (غير الرسمية) وبنسبة مئوية قدرها (9.94%).
- حصلت (مجتمع مدني) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (غير الرسمية) بنسبة مئوية قدرها (12.87%).
- حصلت (أكثر من نوع) كإحدى مصادر المعلومة الأولى (غير الرسمية) بنسبة مئوية قدرها (5.14%).

● بالنسبة لفئة مصادر المادة الإعلامية:

- حصل (محرر بالموقع) بنسبة مئوية قدرها (82.25%).
- حصل (كاتب المقال) بنسبة مئوية قدرها (6.98%).
- حصل (مندوب للموقع) بنسبة مئوية قدرها (2.62%).
- حصل (مراسل للموقع) بنسبة مئوية قدرها (8.13%).

● بالنسبة لفئة المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المرتبطة بالمواطنة:

- حصلت وكالات الأنباء (الدولية) بنسبة مئوية قدرها (4.76%).
- حصلت وكالات الأنباء (العربية) بنسبة مئوية قدرها (1.36%).
- حصلت وكالات الأنباء (المحلية) بنسبة مئوية قدرها (2.72%).
- حصلت وكالات الأنباء (الإسرائيلية) بنسبة مئوية قدرها (0.00%).
- حصلت المواقع الإخبارية (الدولية) بنسبة مئوية قدرها (0.68%).
- حصلت المواقع الإخبارية (العربية) بنسبة مئوية قدرها (0.68%).
- حصلت المواقع الإخبارية (المحلية) بنسبة مئوية قدرها (3.40%).
- حصلت المواقع الإخبارية (الإسرائيلية) بنسبة مئوية قدرها (6.80%).
- حصلت الصحف (الدولية) بنسبة مئوية قدرها (7.48%).
- حصلت الصحف (العربية) بنسبة مئوية قدرها (4.48%).
- حصلت الصحف (المحلية) بنسبة مئوية قدرها (7.48%).
- حصلت الصحف (الإسرائيلية) بنسبة مئوية قدرها (36.05%).



● شكل المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة التي تتناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية:

- حصل (الخبر الصحفي) بنسبة مئوية قدرها (85.65%).
- حصل (الحديث الصحفي) بنسبة مئوية قدرها (0.81%).
- حصل (المقال الصحفي) بنسبة مئوية قدرها (6.32%).
- حصل (التحقيق الصحفي) بنسبة مئوية قدرها (0.23%).
- حصل (التقرير الصحفي) بنسبة مئوية قدرها (6.85%).
- حصل (الكاريكاتير) بنسبة مئوية قدرها (0.05%).
- حصل (فيديو القصة الصحفية) بنسبة مئوية قدرها (0.05%).

● الشخصيات المحورية التي وردت في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية:

- حصلت (نخب سياسية) ونسبة مئوية قدرها (9.77%).
- حصلت (نخب اجتماعية) بنسبة مئوية قدرها (2.80%).
- حصلت (نخب دينية) بنسبة مئوية قدرها (1.88%).
- حصلت (قادة الأحزاب) بنسبة مئوية قدرها (17.36%).
- حصلت (قيادات محلية) بنسبة مئوية قدرها (4.47%).
- حصلت (قيادات حكومية) بنسبة مئوية قدرها (17.79%).
- حصلت (قيادات شبابية) بنسبة مئوية قدرها (2.19%).
- حصلت (شخصيات عامة) بنسبة مئوية قدرها (7.97%).
- حصلت (مواطن عادي) بنسبة مئوية قدرها (12.93%).
- حصلت الشخصيات الدولية (عربية) بنسبة مئوية قدرها (6.13%).
- حصلت الشخصيات الدولية (آسيوية) بنسبة مئوية قدرها (2.41%).
- حصلت الشخصيات الدولية (أفريقية) بنسبة مئوية قدرها (0.39%).
- حصلت الشخصيات الدولية (أوروبية) بنسبة مئوية قدرها (3.33%).
- حصلت الشخصيات الدولية (أمريكية) بنسبة مئوية قدرها (1.88%).
- حصلت الشخصيات الإسرائيلية (حكومية) بنسبة مئوية قدرها (4.42%).
- حصلت الشخصيات الإسرائيلية (عسكرية) بنسبة مئوية قدرها (3.37%).
- حصلت الشخصيات الإسرائيلية (أخرى) بنسبة مئوية قدرها (0.83%).

يتضح من النتائج السابقة على أن الشخصيات المحورية في التغطية كانت عبارة عن شخصيات حكومية ونخب سياسية لما لهذا المجال من أهمية لدى المجتمع الفلسطيني، وخصوصاً في ظل العدوان المستمر على أبناء شعبنا من قبل الجيش الإسرائيلي، مما يحتاج إلى تحليلات عبر وسائل الإعلام من قبل النخب السياسية، وأيضاً تعليقات المسؤولين الحكوميين على الوضع الداخلي الفلسطيني في ظل الأزمات السياسية والاقتصادية المتتالية في المجتمع الفلسطيني.

• الموقع الجغرافي للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية:

- حصلت (الضفة الغربية) على نسبة مئوية قدرها (51.5%).
- حصل (قطاع غزة) على نسبة مئوية قدرها (21.54%).
- حصل (الداخل الفلسطيني) على نسبة مئوية قدرها (6.85%).
- حصل (الشتات) على نسبة مئوية قدرها (12.88%).

## ثانياً: النتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية:

- 1- كشفت الدراسة مدى اهتمام القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا المواطنة بنسبة (72.22%) دائماً، وأحياناً (27.22%).
- 2- أكدت نتائج الدراسة بأن أكثر المواقع الالكترونية الإخبارية متابعه من قبل القائمين بالاتصال هي وكالة معاً، ووكالة وفا بنسبة (15.15%)، تليها موقع دنيا الوطن ووكالة صفا بنسبة (13.41%)، يليه موقع فلسطين اليوم الإخباري بنسبة (11.25%)، ثم موقع فلسطين الآن بنسبة (9.09%)، ثم موقع فلسطين برس للأخبار والمركز الفلسطيني للإعلام بنسبة (6.92%).
- 3- كشفت الدراسة بأن القائمين بالاتصال يلتزمون بالسياسة التحريرية للموقع الذي يعملون به نسبة كبيرة جداً (48.14%)، وكبيرة بنسبة (38.88%)، ومتوسطة بنسبة (11.11%)، وضعيفة بنسبة (1.85%).
- 4- أشارت النتائج على أن هناك توافق بين السياسة التحريرية للموقع الإخباري وبين اتجاهات القائم بالاتصال الفكرية بدرجة كبيرة جداً بنسبة (37%)، ومتوافقة بدرجة كبيرة بنسبة (46.29%)، ومتوافقة بدرجة متوسطة بنسبة (14.81%)، ومتوافقة بدرجة ضعيفة بنسبة (1.85%).
- 5- كشفت الدراسة بأن الواقع السياسي الفلسطيني يؤثر على تناول القائمين بالاتصال للقضايا المطروحة دائماً بنسبة (62.96%)، وأحياناً بنسبة (37.04%).
- 6- بينت الدراسة بأن أهم المعايير التحريرية الخاصة بتناول القضايا في الموقع الإخباري كانت الدقة بنسبة (23.2%)، التوازن بنسبة (20.8%)، الموضوعية بنسبة (15.2%)، السبق بنسبة (14.4%).
- 7- أكدت نتائج الدراسة أن أهم الدوافع التي جعلت القائم بالاتصال يهتم بقضايا المواطنة كانت على النحو التالي: أن المواقع الالكترونية أكثر حرية، وبدافع توعية الجمهور الفلسطيني بقضاياهم وحقوقه وواجباته بنسبة (13.57%) لكليهما، وكان بدافع نشر وتوثيق الانتهاكات التي يتعرض لها المواطن الفلسطيني بنسبة (11.31%)، وتقايرت نسبة باقي الدوافع من حيث تعزيز الانتماء، وتثبيت الهوية الفلسطينية، والتعريف بالتراث الفلسطيني بنسب متفاوتة ما بين (7%-10%).
- 8- بينت الدراسة أن (37.03%) يهتم القائم بالاتصال بالمواقع الإخبارية الفلسطينية بتناول قضايا المواطنة بشكل يومي، وبنفس النسبة وفقاً للأحداث، وبنسبة (16.66%) بشكل أسبوعي.
- 9- كشفت الدراسة مدى التوافق بين السياسة التحليلية للمواقع الإخبارية وبين اتجاهات الفكرية للقائم بالاتصال، حيث جاءت درجة التوافق بدرجة كبيرة بنسبة (46.29%)، وكانت درجة التوافق بدرجة كبيرة جداً بنسبة (37.03%).

- 10- أظهرت الدراسة مدى اهتمام المواقع الالكترونية التي يعمل بها القائم بالاتصال في طرح قضايا المواطنة كأولوية للجمهور الفلسطيني، حيث كانت درجة الاهتمام الكبيرة جداً بنسبة (53.70%)، والمهتمين بدرجة كبيرة (29.62%)، في حين كان المهتمون بدرجة متوسطة بنسبة (14.81%).
- 11- أظهرت الدراسة حرص القائم بالاتصال بطرح القضايا المتعلقة بالمواطنة على أن تكون أولوية من أوليات المواقع الالكترونية الإخبارية، حيث كانت قضايا المشاركة السياسية أعلى نسبة من الحرص لدى القائم بالاتصال حيث بلغت (20.20%)، وتلتها بشكل متقارب كلا من قضايا الحريات العامة وقضايا الحقوق الأساسية للمواطن، وقضايا الانتماء الوطني بنسبة تراوحت ما بين (12) إلى (14%).
- 12- بينت الدراسة أن القضايا التي ارتبطت بالمواطنة والتي تم التركيز عليها من قبل القائم بالاتصال كانت المشاركة السياسية بنسبة (18.53%)، الحريات العامة بنسبة (16.29%)، الحقوق الأساسية للمواطن بنسبة (14.04%)، وقضايا الانتماء الوطني والإحساس بالهوية الفلسطينية بنسبة (10.11%)، ثم قضايا المصالحة الاجتماعية والسياسية بنسبة (8.98%).
- 13- كشفت الدراسة عن القيم التي اهتم القائم بالاتصال بتعزيزها لدى الجمهور، حيث جاءت كلا من قيم الانتماء والولاء للوطن والعدالة الاجتماعية، وقيم المصالحة الاجتماعية بنسب متقاربة تراوحت ما بين (15) إلى (19%)، بالإضافة إلى قيم الحريات العامة.

## ثالثاً: نتائج فروض الدراسة:

### نتائج الفرض الأول:

ينص الفرض الأول على أنه "توجد علاقة ارتباطية بين أهمية الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع وبين بنائها كأجندة للقائم بالاتصال".

وأكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية متوسطة بين أهمية الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع وبين بنائها كأجندة للقائم بالاتصال، حيث تراوح معامل الارتباط ما بين (0.974، 0.864)؛ حيث كانت في المرتبة الأولى المشاركة السياسية، وفي المرتبة الثانية الحريات العامة، وفي المرتبة الثالثة كانت الحقوق الأساسية للمواطن، وفي المرتبة الرابعة الانتماء الوطني، وفي المرتبة الرابعة مكرر الإحساس بالهوية الوطنية، وفي المرتبة السادسة المصالحة الاجتماعية والسياسية، وفي المرتبة السابعة واجبات المواطنين، وفي المرتبة الثامنة المشاركة المجتمعية، وفي المرتبة الثامنة مكرر الالتزام والمسؤوليات، وفي المرتبة العاشرة الديمقراطية.

### نتائج الفرض الثاني:

ينص الفرض الثاني على أنه "توجد علاقة ارتباطية بين ترتيب القضايا من وجهة نظر القائم بالاتصال وبين بناء أجندة المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية".

ولاختبار الفرضية السابقة تم استخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة، ومعامل ارتباط بيرسون كأولوية من أولويات الجمهور، وتبين أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجة التوافق لأجندة المواقع الإلكترونية الإخبارية وبين اهتمام القائم بالاتصال بقضايا المواطن، إذ تراوح معامل الارتباط ما بين (0.860، 0.306)، حيث تبين أن درجة التوافق الكبيرة كان ترتيبها الأول من حيث درجة التوافق، يليها في المرتبة الثانية رتبة كبيرة جداً، ثم يأتي ثالثاً رتبة متوسطة، أما ضعيفة فكان ترتيبها الرابعة من حيث درجة التوافق من حيث درجة التوافق.

### نتائج الفرض الثالث:

ينص الفرض الثالث على أنه "توجد علاقة ارتباطية بين أجندة القائم بالاتصال وبين ترتيب المواطن كأهم الأجندة المطروحة".

ولاختبار الفرضية السابقة تم استخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة، ومعامل ارتباط بيرسون لقضايا المواطن في المواقع الإلكترونية الإخبارية، وتبين أن هناك علاقة ارتباطية لأجندة القائم بالاتصال وبين ترتيب المواطن كأهم الأجندة المطروحة، إذ تراوح معامل الارتباط ما بين (0.998، 0.247)، وقد تبين أن قضية "المواقع الإلكترونية تثير حرية أكبر لنقاش

القضايا بتعمق أكثر من الوسائل الأخرى"، القضية "توعية الجمهور الفلسطيني بقضاياهم وحقوقه وواجباته " كان ترتيبهما الأولى من حيث درجة التوافق، يليها في المرتبة الثالثة "نشر وتوثيق الانتهاكات التي يتعرض لها المواطن الفلسطيني"، ثم يأتي في المرتبة الرابعة "تعزيز الانتماء الوطني لدى الجمهور الفلسطيني"، أما القضية في المرتبة الخامسة مكرر فهي "التعريف بالتراث الفلسطيني وأهميته لدى المواطن"، تثبت الهوية الفلسطينية من خلال نشر ما يتعلق بقضايا المواطنة"، تأكيد مبدأ الحريات في المجتمع"، وفي المرتبة التاسعة "تعتبر المواقع الإلكترونية مكاناً للتعبير عن الذات ونشر الأفكار والخبرات"، والعاشر "اهتمام الجمهور المتزايد بالتعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية"، والمرتبة الحادية عشر "تفعيل مبادئ الديمقراطية وحرية الرأي"، والثانية عشر هي "تفعيل دور المشاركة المجتمعية لدى المواطن الفلسطيني".

### نتائج الفرض الرابع:

ينص الفرض الرابع على أنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين العوامل والمتغيرات المتعلقة بقضايا الجمهور وبين بنائها كأجندة لدى القائم بالاتصال".

وتبين أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية للعلاقة المتبادلة بين أجندة الموقع الإلكتروني الإخباري وأولويات الجمهور، إذ تراوح معامل الارتباط ما بين (0.187، 0.935)، وتبين أن العلاقة المتبادلة بين أجندة الموقع الإلكتروني وأولويات الجمهور كانت في المرتبة الأولى دائماً، وفي المرتبة الثانية أحياناً، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة فلا يوجد علاقة تبادلية.

### نتائج الفرض الخامس:

ينص الفرض الخامس على أنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين بناء الأجندة للقضايا التي يتناولها القائم بالاتصال وبين القيم والأنماط الاجتماعية السائدة في المجتمع".

ولاختبار الفرضية السابقة تم استخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة، ومعامل ارتباط بيرسون بين بناء الأجندة للقضايا التي يتناولها القائم بالاتصال وبين القيم والأنماط الاجتماعية السائدة في المجتمع، وقد تبين هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين بناء الأجندة للقضايا التي يتناولها القائم بالاتصال وبين القيم والأنماط الاجتماعية السائدة في المجتمع، إذ تراوح معامل الارتباط ما بين (0.860، 1.00)، وكما تبين أن بناء الأجندة للقضايا التي يتناولها القائم بالاتصال وبين القيم والأنماط الاجتماعية السائدة في المجتمع كانت في المرتبة الأولى دائماً، وفي المرتبة الثانية أحياناً، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة فلا يوجد علاقة لتغطية قضايا المواطنة في المواقع الإلكترونية والقيم السائدة في المجتمع.

## نتائج خاصة بالفرض السادس:

ينص الفرض السادس على أنه "توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال مثل (الانتماء الحزبي، المكان الجغرافي، المستوى التعليمي، النوع، السن، سنوات الخبرة، مستوى الدخل) وبين بناء أجندة القضايا".

### أولاً: الانتماء الحزبي:

لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير الانتماء الحزبي (فتح، حماس، جهاد، لا أنتمي).

### ثانياً: الموقع الوظيفي:

لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير الموقع الوظيفي (رئيس تحرير، مدير تحرير، محرر، مراسل، غير ذلك).

### ثالثاً: المؤهل التعليمي:

لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير المؤهل العلمي (ثانوية، دبلوم، بكالوريوس، ماجستير).

### رابعاً: النوع (الجنس):

لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير الجنس (ذكر، أنثى).

### خامساً: السن (العمر):

لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير العمر (أقل من 25، من 25-35، من 35-45، من 45-60).

### سادساً: سنوات الخبرة:

لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا تبعاً لمتغير سنوات الخبرة (من 1-3، من 3-5، من 5-7، أكثر من ذلك).

### سابعاً: مستوى الدخل:

لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الديموغرافية للقائم بالاتصال وبين بناء أجندة القضايا وفقاً للمتغيرات (الانتماء الحزبي، المكان الجغرافي، المستوى التعليمي، النوع، السن، سنوات الخبرة، مستوى الدخل).

### **نتيجة الفرض السابع:**

لا توجد علاقة ارتباطية بين سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الالكترونية الإخبارية ومدى اهتمام القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة.

### **نتيجة الفرض الثامن:**

توجد علاقة ارتباطية بين سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الالكترونية الإخبارية ومدى اهتمام القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة.

### **نتيجة الفرض التاسع:**

لا توجد علاقة ارتباطية بين سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الالكترونية الإخبارية ومدى اهتمام القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية بقضايا المواطنة.



## الخلاصة:

هدفت الدراسة لمعرفة دور القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة في فلسطين، نظراً لأهمية هذا المتغير في الأراضي الفلسطينية، وقامت الدراسة بتحليل مدى اهتمام المواقع الإخبارية بقضايا المواطنة، والدور المنوط بالقائم بالاتصال من أجل بناء أجندة المواقع الإخبارية والعوامل المؤثرة عليه.

وقد قسم الباحث الدراسة إلى خمسة فصول، حيث تضمن الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة المتضمن مشكلة الدراسة وأهميتها، وتساؤلاتها، وفروضها، والعينة المختارة من القائمين بالاتصال، والمواقع الالكترونية الإخبارية، حيث تكونت عينة الدراسة الميدانية المتعلقة بالقائم بالاتصال (54) قائماً بالاتصال، كما اختار الباحث عينة عمدية من المواقع الالكترونية الإخبارية قوامها أربعة مواقع، وهي الموقع الالكتروني لوكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية "وفا"، الموقع الالكتروني لوكالة معاً الإخبارية، الموقع الالكتروني لوكالة فلسطين برس للأخبار، وموقع فلسطين الآن الإخباري، وأيضاً تضمن هذا الإطار اختبار الصدق والثبات، والمعالجة الإحصائية للدراسة، فيما تضمن الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة ممثلاً بالنظريات المستخدمة في الدراسة، وهي نظريتي حارس البوابة الإعلامية، وبناء الأجندة، وقام الباحث بدراسة شاملة للنظريات من حيث نشأتها، وتطورها، وفروضها، ومدخلها.

فيما تضمن الفصل الثالث دراسة القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية متضمناً تحليلاً للعوامل المؤثرة عليه، وكيفية إعداده وتأهيله من أجل مواكبة التطورات التكنولوجية في مجالات الاتصال والإعلام، كما تضمن الفصل دراسة معمقة للمواقع الالكترونية الإخبارية بشكل عام، والمواقع الالكترونية الفلسطينية بشكل خاص، حيث تطرّق الباحث لوظائف هذه المواقع، وسماتها، والمعوقات التي تواجهها، كما بيّن الباحث أهداف المواقع الالكترونية الإخبارية في ظل العدوان الإسرائيلي المستمر على الأراضي الفلسطينية، والتي لم يسلم منها الصحفيون والمعوقات التي تواجه الإعلام الالكتروني الفلسطيني، وكذلك تطرّق الباحث لمصادقية المواقع الإخبارية الفلسطينية في ظل تعدد المصادر، وحالة الاستقطاب السياسي الداخلي، والتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي الفلسطيني.

وتضمن الفصل الرابع من الدراسة تناول موضوع المواطنة من حيث المفهوم وتطوره، وارتباط المواطنة بالوطنية والجنسية، وكذلك قام بشرح سمات المواطنة، وشروطها، ومجالاتها، وقضاياها، ودور المواقع الالكترونية الإخبارية في تعزيزها، وتطرّق الباحث للمجتمع الفلسطيني وتأثير المواطنة في مجريات الحياة العامة، والتحديات التي تواجهها في فلسطين، وأثر الانقسام الفلسطيني عليها.

وقام الباحث في الفصل الخامس بعرض نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بإجابات القائم بالاتصال وتحليلها وتفسيرها وربطها بدراسات سابقة، وكذلك قام الباحث في هذا الفصل بعرض نتائج الدراسة التحليلية المتعلقة بتحليل مضمون المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، حيث قام الباحث بتحليل (1,708) مادة إعلامية خاصة بالمواطنة، وتفسيرها، وربطها بالدراسات السابقة، كما عرض الباحث في هذا الفصل نتائج فروض الدراسة.

وفي نهاية الدراسة وفي ضوء النتائج قام الباحث بعرض بعض التوصيات، والدراسات المهمة التي يوصي الباحث ببحثها.

## توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج التي توصل إليها الباحث، ومن خلال المتابعة الإخبارية للمواقع الإلكترونية الإخبارية من قبل الجمهور باعتبارها أحد وسائل الإعلام التي فرضت نفسها على الساحة الفلسطينية والعالمية، ومن خلال ضرورة الاهتمام بقضايا المواطنة التي تعتبر من أهم القضايا التي تهم المواطنين، لذلك توصي الدراسة بـ:

- 1- توجيه المزيد من الاهتمام بطرح ودراسة قضايا المواطنة ودورها في فلسطين.
- 2- ضرورة العمل على تعزيز قيم المواطنة في فلسطين من خلال تضافر الجهود بين الحكومة ومؤسسات المجتمع المدني والجمهور من أجل تفعيل قضايا المواطنة حتى تتحقق البيئة الديمقراطية الصحيحة.
- 3- العمل على تدريب القائمين بالاتصال على استخدام الانترنت بصورة جيدة من خلال الاستفادة من الإمكانيات المتاحة فيها من أجل الارتقاء بالعمل الإعلامي.
- 4- ضرورة وضع تشريعات إعلامية ضابطة للعمل الإعلامي المتعلق بالمواقع الإلكترونية الإخبارية، والإعلام الإلكتروني بشكل عام.
- 5- الحذر من التعامل مع المصادر الإعلامية الإسرائيلية، وضرورة إعادة تحرير المواد الإعلامية التي يكون مصدرها وسائل الإعلام الإسرائيلية.
- 6- الاهتمام بقضايا المواطنة في المناطق المحتلة عام (1948)، وأيضاً القدس المحتلة، حيث افتقرت المواقع الإخبارية الفلسطينية للتوازن في التغطية في هاتين المنطقتين بالمقارنة بقطاع غزة والضفة الغربية.
- 7- العمل على تعزيز النظام الديمقراطي من خلال حرية الرأي والتعبير في المواقع الإلكترونية الإخبارية، ويأتي ذلك من خلال التفاعل مع الجمهور، وإتاحة الفرصة لنشر ما يرغبون، مما يدفع لتصويب المسار، وقراءة الواقع من قبل القائم بالاتصال.
- 8- العمل على أن يكون التوظيف في المواقع الإلكترونية الإخبارية بناءً على الكفاءة والفعالية وليس على أسس حزبية، مع مراعاة الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية.
- 9- العمل على التنوع في استخدام الفنون الصحفية، وعدم الاعتماد على الخبر الصحفي وحده في إيصال الرسالة الإعلامية.
- 10- الضغط على صناعات القرار الفلسطيني من أجل تحييد وسائل الإعلام عن الخلافات الداخلية وأن لا تكون المواقع الإخبارية أداة في أيدي الأحزاب لإشاعة الفرقة والانقسام بين أبناء الشعب.
- 11- العمل على استخدام الفيديو وألبوم الصور والجرافيك وغيرها من الفنون الصحفية في التغطية الإعلامية للقضايا واستغلال تقنيات الإنترنت.

من خلال ما توصل إليه الباحث من نتائج وتوصيات، فإنه يقترح دراسات بالعناوين التالية:

- 1- اعتماد وسائل الإعلام الفلسطينية على المصادر الإسرائيلية كمصدر للمعلومات السياسية.
- 2- دور المواقع الإخبارية في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الفلسطيني داخل الأراضي المحتلة عام (1948).
- 3- دور خطابات الرئيس في بناء أجندة وسائل الإعلام الفلسطينية نحو القضايا المطروحة.
- 4- دور المواقع الإخبارية للأحزاب الفلسطينية في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الفلسطيني.
- 5- دور القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الحكومية ترتيب أولويات الجمهور الفلسطيني نحو قضايا المواطنة.
- 6- اتجاهات النخبة السياسية الفلسطينية نحو استخدام المواقع الالكترونية الإخبارية كمصدر للقضايا الوطنية.
- 7- معالجة المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية لعملية الإصلاح السياسي في فلسطين.
- 8- العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في وسائل الإعلام الحكومية الفلسطينية.
- 9- العوامل المؤثرة على القيادات الإعلامية النسائية بالمواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية وانعكاساتها على التخطيط الإعلامي.
- 10- دور المواقع الإخبارية الفلسطينية في تعزيز الانقسام الفلسطيني من وجهة نظر النخبة السياسية الفلسطينية.
- 11- أثر التعرض للمواقع الإخبارية في الحد من هجرة الفلسطينيين للخارج.

# المراجع

## المراجع

### • الكتب:

- 1- إبراهيم أبراش (2015): صناعة الانقسام الفلسطيني - النكبة الفلسطينية القانية، دار الجندي للنشر والتوزيع، القدس، فلسطين.
- 2- إبراهيم الهدبان (2012): المواطنة بين الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية، جامعة الكويت، الكويت.
- 3- إبراهيم بعزیز (2012): الصحافة الالكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، الطبعة الأولى، القاهرة.
- 4- أحمد حجازي (2009): المواطنة وحقوق الإنسان في ظل المتغيرات الدولية الراهنة، الدار المصرية السعودية للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 5- أحمد عيساوي (2014): علوم الإعلام والاتصال، دار الكتاب الحديث، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 6- أحمد قريع (2006): الديمقراطية والتجربة البرلمانية الفلسطينية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان.
- 7- أماني جرار (2011): المواطنة العالمية دار وائل لنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 8- إيناس البهيجي، يوسف المصري (2013): المواطنة في القانون الدولي والشريعة الإسلامية، المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 9- بسام المشاقبة (2001): نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 10- بسنت عبد المحسن العقباوي (2010): الصحافة الالكترونية وبنيتها على شبكة الانترنت، خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، جدة، السعودية.
- 11- بشير نافع (2013): المواطنة والديمقراطية في البلدان العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.
- 12- جيهان رشتي (1978): الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، الطبعة الثانية، القاهرة.
- 13- حسن عماد (2009): نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 14- حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد (1998): الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر.

- 15- حسن عماد، ليلى السيد (2009): الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثامنة.
- 16- حسنين شفيق (2001): التدريب الإعلامي في الصحافة المطبوعة والالكترونية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة.
- 17- حسنين شفيق (2014): الإعلام الجديد والتحولات المستقبلية، دار فكر وفن للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، السادس من أكتوبر، مصر.
- 18- حسين موسى (2012): المواطنة وقيم المجتمع، دار الكتاب الحديث، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 19- خالد القيق (2013): التشريعات الإعلامية في فلسطين، مطبعة مقداد، الطبعة الأولى، غزة فلسطين.
- 20- خالد بن فيصل الفرم (2009): الإعلام الجديد، الصحافة الالكترونية العربية والأمريكية، دار المفردات للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- 21- خالد محمد غازي (2010): الصحافة الالكترونية العربية، الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، وكالة الصحافة المصرية، دار الكتب المصرية، الطبعة الأولى.
- 22- خليل الشقاقي وآخرون (2007): مقياس الديمقراطية في فلسطين، المركز الفلسطيني للبحوث السياسية والمسحية، دائرة السياسة والحكم، رام الله، فلسطين.
- 23- راشد الغنوشي (2006): حقوق المواطنة- حقوق غير المسلم في المجتمع الإسلامي، مركز بيت المقدس للآداب، رام الله، فلسطين.
- 24- رضا عبد الواحد (2007): الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- 25- سمير حسين (1991): بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
- 26- سمير محمد حسين (1999): بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، القاهرة، مصر.
- 27- سيدي محمد ولد يب (2012): الدولة وإشكالية المواطنة، قراءة في مفهوم المواطنة العربية، دار كنوز المعرفة، الطبعة الأولى، الأردن.
- 28- سيف المعمري (2006): تربية المواطنة الصالحة، مكتبة الجيل الجديد، الطبعة الأولى، سلطنة عمان.
- 29- شبل بدران (2009): التربية المدنية، التعليم والمواطنة وحقوق الإنسان، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة.
- 30- طارق عامر (2012): المواطن والتربية الوطنية، اتجاهات عالمية وعربية، طيبة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر.

- 31- عاطف عدلي العبد؛ نهى عاطف العبد (2008): نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
- 32- عباس ناجي حسن (2013): الصحفي الالكتروني، مؤسسة دار الصادق الثقافية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 33- عبد الرازق الدليمي (2011): الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 34- عبد الله زلطة (2007): القائم بالاتصال في الصحافة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة.
- 35- عبير رضوان (2012): أزمة الهوية والثورة على الدولة دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 36- عصام فرج (2010): الاتصال السياسي، دار المحروسة للنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 37- علي عبد الفتاح (2014): الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 38- علي ليلة (2007): المجتمع المدني العربي - قضايا المواطنة وحقوق الإنسان، مكتبة الأنجلو المصرية.
- 39- فؤاد رياض (2009): المواطنة مشاركة سياسية في دولة ديمقراطية، المنظمة المصرية الكندية لحقوق الإنسان، القاهرة، مصر.
- 40- ماجد تريان (2008): الانترنت والصحافة الالكترونية رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 41- ماجد تريان (2013): الإعلام الالكتروني الفلسطيني، مكتبة الجزيرة، الطبعة الثانية، غزة، فلسطين.
- 42- مأمون كيوان (2010): فلسطينيون في وطنهم لا دولتهم، دراسة في أوضاع الفلسطينيين في الأراضي المحتلة سنة 1948، مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، بيروت، لبنان.
- 43- محمد ريان (2012): الإعلام الجديد، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 44- محمد شحرور (2015): الدين والسلطة - قراءة معاصرة للحاكمية، دار الساقى للنشر، الطبعة الثانية، بيروت، لبنان.
- 45- محمد عبد الحميد (1993): دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب للنشر والتوزيع، مصر.
- 46- محمد عبد الحميد (2004): نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، الطبعة الثالثة.



- 47- محمد لعقاب (2012): مهارات الكتابة للإعلام الجديد، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر، الجزائر.
- 48- محمد يونس (2014): الصحافة الورقية والالكترونية في دول الخليج النشأة والتطور، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 49- محمود حسن إسماعيل (1998): مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية، القاهرة، مصر.
- 50- محمود علم الدين (2008): الصحافة الالكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 51- محمود علم الدين (2014): الإعلام الرقمي الجديد البيئة والوسائل، دار السحاب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 52- مرفت الطرابيشي؛ عبد العزيز السيد (2009): نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر.
- 53- المشاركة السياسية للمرأة الفلسطينية (2007): مؤسسة صوت المجتمع، قسم الدراسات والأبحاث، غزة، فلسطين.
- 54- منال المزاهرة (2012): نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان الأردن.
- 55- منتصر حمدان (2012): دور الإعلام الفلسطيني في تعزيز الانقسام، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، رام الله، فلسطين.
- 56- منى خليل (2011): رأس المال الاجتماعي وتفعيل ثقافة المواطنة في منتظمات المجتمع المدني كلية الخدمة الاجتماعية ورسم التخطيط الاجتماعي، جامعة حلوان، مصر.
- 57- ناصر علي (2012): المواطنة رؤية تربوية في عصر المعلومات، مكتبة الآداب، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 58- نسرین نبیه (2008): مبدأ المواطنة بين الجدل والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر.
- 59- نظريات وسائل الإعلام (1993): ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- 60- هاني لبيب (2004): المواطنة والعولمة، دار الشروق، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 61- هليل كوهين (2002): الغائبون الحاضرون- اللاجئون الفلسطينيون في إسرائيل منذ عام 1948، مركز دراسات المجتمع العربي في إسرائيل، القدس، فلسطين.
- 62- هيثم زعيتير (2013): فلسطين دولة، الفرات للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان.

- 63- وليد سالم (2000): المسألة الوطنية- الديمقراطية في فلسطين- مواطن- المؤسسة الفلسطينية لدراسة الديمقراطية، ناديا للطباعة والنشر والتوزيع، رام الله.
- 64- وليد سيدهم (2007): المواطنة عبر العمل الاجتماعي والعمل المدني، الهيئة المصرية للكتاب، مكتبة الأسرة، القاهرة.

#### • الرسائل العلمية:

- 1- أسماء محمود السيد سلطان (2011): الإعلام الحزبي الفلسطيني وأثره على المشروع الوطني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الأزهر بغزة، فلسطين.
- 2- آمال كمال طه محمد (1997): دور الصحافة في وضع أولويات اهتمام الشباب نحو القضايا القومية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- 3- أمينة مصطفى (2010): اقتصاديات إدارة المواقع الالكترونية دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 4- أمينة مصطفى (2010): اقتصاديات إدارة المواقع الالكترونية دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 5- أميرة علي، (2013)، الشباب وقضايا الزواج والأسرة في مواقع الانترنت، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، كلية البنات للآداب والعلوم التربوية، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- 6- أمين عبد العزيز أبو وردة (2007): أثر المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي، رسالة ماجستير غير منشورة في التخطيط والتنمية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
- 7- انشراح النشال (2009): معالجة مفهوم الوطنية في الدراما السياسية في التلفزيون العربي، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام.
- 8- إياد إبراهيم القرا (2010): دور المواقع الالكترونية الفلسطينية في نشر ثقافة حقوق الإنسان، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، مصر.
- 9- إيمان شكري حجازي (2013): دور تصميم مواقع المؤسسات المصرية على شبكة الانترنت في دعم الوظيفة الاتصالية لهذه المؤسسات، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، مصر.
- 10- إيمان متولي عرفات (2009): حرية الصحافة في الكويت وتأثيرها على الممارسة الصحفية في الفترة 2003-2007، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- 11- باديس لونيس (2008): جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، رسالة ماجستير، قسم علوم الاتصال والإعلام، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.
- 12- ثائر تلاحمة (2012): حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- 13- حارس احمد هلال (2011): دور الاتصال التفاعلي في ترتيب أوليات الاهتمام لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمنهور، كلية الآداب، قسم الاجتماع/شعبة الإعلام.
- 14- حنان حسن الجندي (2011): صورة القائم بالاتصال في مجال الإذاعة المسموعة والمرئية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس.
- 15- خالد معالي (2008): أثر الصحافة الالكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين، دراسة ماجستير غير منشورة، قسم التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
- 16- دعاء مختار غصوب (2009): الخطاب الإعلامي الفلسطيني والإسرائيلي لتداعيات أحداث الانتفاضة الفلسطينية الثانية على شبكة الانترنت، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 17- دولت عوني عريقات (2009): ترتيب أولويات موضوعات الصفحة الأولى في الصحف الفلسطينية اليومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر.
- 18- رجاء حسونة (2012): المعالجة الصحفية لقضايا العلاقات الفلسطينية الإسرائيلية في المواقع الالكترونية للصحافة الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية.
- 19- رشا سيد (2011): الأبعاد الايجابية والسلبية للصحافة الفورية وتأثيرها على العمل الصحفي، دراسة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، كلية البنات، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- 20- رعدة عيسى (2005): العوامل المؤثرة على القيادات الإعلامية النسائية باتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري وانعكاساتها على التخطيط الإعلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 21- رنا سمير أحمد صديق (2012): أولويات وأطر القضايا السياسية في المواقع الالكترونية وعلاقتها باتجاهات الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.

- 22- رويدا أحمد (2015): خطاب المواطنة في المواقع الإلكترونية الإخبارية وانعكاساتها على ممارسة الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، كلية البنات، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- 23- رياض يوسف صلاحات (2009): دور النشرات الإخبارية في الفضاءات العربية في ترتيب أولويات الفلسطينيين المقيمين في مصر تجاه القضايا العربية، دراسة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر.
- 24- سالم عيسى بالحاج (2003): دور التلفزيون والصحف في ترتيب أولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 25- سعد بن سعود آل سعود (2006): الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- 26- سعيد أبو معلا (2008): معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية للازمات، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، مصر.
- 27- سماح رضا زكي (2001): دور وكالات الأنباء الدولية، والشبكات العالمية المصوّرة في بناء أجندة وسائل الإعلام المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 28- سماح رضا زكي محمود (2010): دور الخطاب الرئاسي في بناء أجندة وسائل الإعلام والصفوة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة كلية الإعلام جامعة القاهرة، مصر.
- 29- سماح عبد الرزاق الشهاوي (2009): علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجه لهم على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 30- سهام محمد عبد الخالق (2005): معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار بالتلفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث، دراسة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 31- شيرين الطناني (2010): دور التنظيمات السياسية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، فلسطين.
- 32- صالح بن زيد العنزي (2006): إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الانترنت، رسالة ماجستير في الإعلام، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، السعودية.

- 33- صلاح الدين عثمان (2013): العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في الصحافة الليبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- 34- طلال ناصر العزاوي (2011): اتجاهات الشباب العربي نحو الصحافة الالكترونية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
- 35- عائشة بنت سعيد بن محمد الغباشي (2011): دور الفضائيات الإخبارية العربية في ترتيب أولويات القضايا الخليجية لدى الجمهور العماني، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر.
- 36- عبد الرحمن محمد عبد الله السياغي (2005): مصادر الأنباء وبناء الأجندة الإخبارية في الإذاعة والصحافة اليمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، مصر.
- 37- عبد الله أبو راس (2007): معالجة مواقع الانترنت الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسي في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 38- عبد الله محمد سعد أبو راس (2007): معالجة مواقع الانترنت الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسي في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- 39- عزام أبو حمام (2011): تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على صحافة الانترنت العربية من وجهة نظر المحررين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- 40- علي حسين حسن العمار (2008): الخطاب الصحفي لقضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية في الصحافة اليمنية- دراسة ميدانية وتحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- 41- عمرو محمد محمود عبد الحميد (2012): حقوق الطفل كما تعكسها برامج الأطفال في إذاعة وتلفزيون مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- 42- عواطف حسن حيدر عمر الياضي (2010): العوامل المؤثرة في بناء أجندة الصحافة اليمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 43- فاطمة الزهراء أحمد السيد (2007): تأثير استخدام شبكة الانترنت على المنتج الصحفي، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.

- 44- فاطمة السروجي (2015): الصحافة الالكترونية وترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية البنات، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- 45- كمال الحاج (2007): تأثير المواد التلفزيونية الأجنبية على إنتاج المواد الثقافية في التلفزيون المصري والسوري في ظل العولمة، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 46- محمد الحرمل (2013): دور الصحافة العمانية في تدعيم قيم المواطنة لدى الجمهور العماني، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس، القاهرة.
- 47- محمد عارف (2012): دور قناة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي "الثورة المصرية نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، نابلس، فلسطين.
- 48- محمود أحمد الرجبي (2012): اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الالكترونية الإخبارية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
- 49- محمود خلوف (2010): العوامل المؤثرة على التحرير الصحفي في الصحافة الالكترونية الفلسطينية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، مصر.
- 50- مطلق سعود المطيري (2007): التغطية الإعلامية للامراسل الأمريكي لقضايا الشرق الأوسط، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- 51- منى الأكشر (2008): مشكلات القائم بالاتصال في الصحف الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا.
- 52- منى مجدي فرج (2001): المعايير الرقابية للفيلم السينمائي الروائي المصري في السينما والتلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام قسم الإذاعة، جامعة القاهرة، مصر.
- 53- مها الملاح (2009): معالجة المندوبين والمراسلين العرب للقضايا العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- 54- مها حسين الملاح (2009): معالجة المندوبين والمراسلين العرب للقضايا العربية، دراسة تطبيقية مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال بالصحف والقنوات الإخبارية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- 55- موسى علي طالب (2005): دور وسائل الإعلام الفلسطينية والإسرائيلية في ترتيب أولويات الرأي العام الفلسطيني نحو قضايا الصراع العربي الإسرائيلي، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر.

- 56- ميادة مهنا (2009): أطر تقديم صورة المرأة في الصحافة الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- 57- نشوى اللواتي (2011): تأثير التعرض للمواقع الإخبارية الالكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- 58- نشوى عقل (2002): تقييم نشرات الأخبار في قناة النيل الإخبارية المتخصصة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 59- نعيم المصري (2003): استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.
- 60- وائل البلبيسي (2012): دور معلمي المدارس الثانوية بمحافظة غزة في تعزيز مبادئ المواطنة الصالحة لدى طلبتهم وسبل تفعيله، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 61- وسام الحنبلي (2011): العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 62- وسام صقر (2010): الثقافة السياسية وانعكاسها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة.
- 63- وسام كمال الحنبلي (2011): العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع المصرية، دراسة ماجستير غير منشوره، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- 64- وسام محمد جميل صقر (2010): الثقافة السياسية وانعكاساتها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة 2005-2009م، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر - غزة، فلسطين.
- 65- وليد وادي النيل مسعد حجازي (2003): العوامل الوسيطة المؤثرة في وضع أجندة المراهقين تجاه القضايا الداخلية المقدمة بوسائل الإعلام المحلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- 66- يحي إبراهيم المدهون (2012): دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظة غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة الأزهر - غزة، فلسطين.
- 67- يوسف أبو سلمية (2009): المواطنة في الفكر التربوي الإسلامي ودور كليات التربية بغزة في تدعيمها من وجهة نظر طلبتها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة.

## • الصحف والدوريات:

- 1- أسماء حسين حافظ (2001): القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد العاشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.
- 2- أمين سعيد عبد الغني (2004): تقويم دور القائم بالاتصال في تحقيق أهداف التلفزيون التعليمي: دراسة حالة لقنوات النيل التعليمية، مجلة بحوث التربية النوعية، مصر، العدد (4).
- 3- تحسين منصور؛ محمود الحديدي (2006): معوقات الممارسة المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة الرياضية الأردنية اليومية وعلاقتها ببعض المتغيرات، مؤتم للبحوث والدراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة اليرموك، الأردن، المجلد (21)، العدد (5).
- 4- حسن محمد حسن منصور (2005): دور التلفزيون والصحافة اليمينية في ترتيب أولويات النخبة، دراسة مسحية مقارنة في إطار نظرية وضع الأجندة، الاقتصاد اليمني وأعباء الديون الخارجية، العدد (18).
- 5- حسين عبد الحميد أبو شنب (2000): دور القائم بالاتصال في مؤسسات الإعلام الفلسطيني في مواجهة متغيرات الألفية الثالثة، مجلة البحوث والدراسات العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، العدد (33)، القاهرة، مصر.
- 6- زهير عابد وآخرون (2008): المعالجة الصحفية للحرب السادسة وتداعياتها على القضية الفلسطينية، مجلة جامعة الأقصى، المجلد (12)، العدد (2)، غزة، فلسطين.
- 7- السر العمرابي (2011): المواطنة والنشء السودان نموذجاً، مجلة الطفولة والتنمية العدد (18)، مسقط عمان.
- 8- السيد بهنسي (2002): علاقات التفاعل بين العوامل المؤثرة في بناء أجندة قضايا الرأي العام في الصحف المصرية، دراسة في إطار نظرية بناء الأجندة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد (14)، القاهرة، مصر.
- 9- شبل بدران (2011): المواطنة وحقوق الإنسان، مجلة رابطة التربية الحديثة، العدد (11)، الإسكندرية، مصر.
- 10- صلاح الدين إبراهيم حماد؛ أحمد أسعد شهوان (2011): العولمة الثقافية وانعكاساتها على المواطنة لدى طلبة التعليم الثانوي العام من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية في محافظات غزة، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، مصر، الجزء (1)، العدد (35).
- 11- صلاح الدين، أحمد أسعد (2011): العولمة الثقافية وانعكاسها على المواطنة، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، الجزء الأول، العدد 35.



- 12- طالب بن عايد الأحمدى (2005): استخدام الصحف السعودية لشبكة الانترنت وتأثير ذلك على العمل الصحفي، مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والاجتماعية والإنسانية، جامعة أم القرى، السعودية، المجلد (17)، العدد (2).
- 13- عبد الخالق إبراهيم زقزوق (2010): دور الصحافة الالكترونية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات عن انتخابات مجلس الشورى 2010م، الجمعية العربية لتكنولوجيا المعلومات، مصر.
- 14- عبد المجيد العزام؛ هاديا خزنة كاتبي (2010): اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي، مجلة جامعة دمشق، المجلد (26)، العدد (3)، دمشق، سوريا.
- 15- على الشرفاوي (2006): وعي طلاب الجامعة ببعض قيم المواطنة، دراسة ميدانية، مجلة دراسات في المجتمع الجامعي، مركز تطوير التعليم الجامعي، جامعة عين شمس، العدد (9).
- 16- فانتن عبد الرحمن الطنباري (1998): الوعي بمشكلات الطفولة لدى القائم بالاتصال في صحافة الأطفال، مجلة دراسات الطفولة، مصر، المجلد (1)، العدد (1).
- 17- ماجد تريان (2012): فن التقرير الصحفي للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، مجلة جامعة الأقصى، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد (16)، العدد (2).
- 18- ماجدة مراد (2007): العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في الإذاعة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، العدد (28).
- 19- محمد سعد إبراهيم (2000): الاتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 20- مرعي مذكور (2013): الرضا المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية، المجلة العربية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد (18).
- 21- مصطفى محمود (2004): الدافع السياسي العربي الراهن تشخيص لملاحم الأزمة، حوليات عين شمس، كلية الآداب، جامعة عين شمس.
- 22- موسى الشرفاوي (2005): وعي طلاب الجامعة ببعض قيم المواطنة، مجلة دراسات التعليم الجامعي، جامعة الزقازيق، العدد (9)، القاهرة، مصر.
- 23- نوال الصفتي (2001): إعداد القائم بالاتصال في الصحف المصرية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 12.
- 24- يعقوب الكندري (2008): دور التنشئة الاجتماعية والإعلام والمجتمع المدني في تحقيق الوحدة الوطنية، مؤتمر الوحدة الوطنية، رابطة الاجتماعيين، العدلية، الكويت.

## • التقارير والمؤتمرات:

- 1- حسين عبد الحميد أبو شنب (2007): دور الإعلام في تعزيز السلم الأهلي في المجتمع الفلسطيني، المؤتمر العلمي الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، 8-10 مايو، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- 2- ثريا أحمد البدوي (2006): دور الإعلام في دعم المواطنة في مصر، المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر (الإعلام وتحديث المجتمعات العربية)، جامعة القاهرة، مصر.
- 3- نرمين خضر (2008): اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية في الألفية الثالثة، المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر (الإعلام بين الحرية والمسئولية)، الجزء الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 4- محمود منصور هبة (2005): أثر نمط ملكية الصحف المصرية على أجندة القضايا التي تتناولها، المؤتمر العلمي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 5- رضا عبد الواحد أمين (2008): دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في العالم الإسلامي، مؤتمر التنمية المستدامة في العالم الإسلامي في مواجهة العولمة، قسم الصحافة والإعلام، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر.
- 6- محمود منصور هبة (2005): أثر نمط ملكية الصحف المصرية على أجندة القضايا التي تتناولها، المؤتمر العلمي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 7- حاتم الصريدي (2009): الصحف الالكترونية البحرينية، دراسة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، البحرين.
- 8- محمد عبد الله إسماعيل (2005): مستقبل الصحافة الالكترونية كما يراه القارئون بالاتصال في الصحف المصرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، الجزء الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- 9- عبد المحسن بدوي (2009): مشكلات الإعلام الجديد، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، البحرين.
- 10- جاسم محمد الشيخ (2009): الصحافة الالكترونية العربية، المعايير الفنية والمهنية، دراسة تحليلية لعينة من الصحف الالكترونية العربية، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين.

## • المواقع الإلكترونية:

- 1- الإعلام الإلكتروني في مصر - الواقع والتحديات (2010): مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء المصري، تقارير معلوماتية، العدد 38، السنة الرابعة، متاح على الرابط [www.idsc.gov.eg](http://www.idsc.gov.eg).
- 2- المركز الفلسطيني لحقوق الإنسان (2013): تقرير بعنوان الحق في حرية الرأي والتعبير والحق في التجمع السلمي في ظل السلطة الوطنية الفلسطينية، غزة، فلسطين، متاح على الرابط، [www.pchrgaza.org](http://www.pchrgaza.org).
- 3- موقع وكالة معاً، متاح على الرابط <http://maannews.net>.
- 4- الهيئة الفلسطينية لمسميات الانترنت، متاح على الرابط <http://www.pnina.ps>.
- 5- وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية، متاح على الرابط <http://www.wafa.ps>.
- 6- وكالة فلسطين الآن، متاح على الرابط <http://paltimes.net>.
- 7- وكالة فلسطين برس للأخبار، متاح على الرابط <http://www.palpress.co.uk>.

## • المراجع الأجنبية:

- 1- Bruce A. Williams & Michael X. Delli (2000): The collapse of media Gatekeeping and the Clinton- Lewinsky scandal, sage publications, London, Thousand Oake CA and New Delhi, Vol.1
- 2- Dearing J.W, Rogers E.M, (1988): Communication concept: Agenda setting research: Where is it going? In J.A Anderson, London: Sage.
- 3- G. H. Stempel, Gatekeeping (1985): The mix of topics and selection of stories, Journalism Quarterly, Vol.62, Winter.
- 4- Jan Masek (2008): Citizenship education and media pedagogy: Developing citizenship skills with media environments, Practice and Innovation, London.
- 5- Jennifer M. George & Gareth R. Jones (1996): Organization behavior, N.Y addition- Wesley Publishing company Inc,
- 6- Jessica Baldwin (2012): Using Technology, Building Democracy: How political campaigns' uses of digital media reflect shifting norms of citizenship, Northwestern university.
- 7- Jiam- Huazhu. Issue competition and Attention distraction (1992): Azero-sum theory of Agenda-setting, Journalism Quarterly, Vol.69, No.4.
- 8- Johanna Dunaway; Regina P. Branton; Marisa A. Abrajano (2010): Agenda setting, Public opinion, and the issue of immigration reform, Southwestern social science association, Vol.91, No.2.

- 9- Joseph R. (1996): *Dominick the dynamics of mass communication*, Fifth edition, USA the Mc graw- Hill Companies Inc.
- 10- Mass Media and the Internet (2014): Marian Petcu *Challenges-Romanian Experience Procedia- Social and Behavioral Sciences*, Vol.163, 7–11.
- 11- Melvine L. Defleur & Sandra J. Ball (1989): *Theories of mass communication*, Longman publishing company, Fifth edition, New York, USA.
- 12- Michael Milakovich (2010): *The internet and increased citizen participation in government*, Department of political science, University of Miami, Coral Gables, Florida, USA, *journal of democracy*, Creative Commons License.
- 13- Rabia Karakaya Polat; Lawrence Pratchett (2010): *Citizenship in the age of the internet: A comparative analysis of Britain and Turkey*, Political studies association, Edinburgh.
- 14- Riley M. W. and J. W. Riley (1959): *Mass communication and social system* In R. K. Morton, et al., (eds.), *Sociology Today* (New York: Basic book).
- 15- Roger Cobb & Jennie Keith Ross and marc H. Ross (1976): *Agenda building as A comparative presses*, *American political science Review*, Vol.10, No.2.
- 16- Rogers: E. M. & Dearing. J. W. (1988): *Agenda- Setting Research: where has it been, where is it going?* *Communication year book*, vol.11.
- 17- Romina Surugiu (2013): *Labor Conditions of Young Journalists in Romania: A qualitative research* *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, Vol.81.
- 18- Sibel Karaduman (2015): *The role of critical media literacy in further development of consciousness of citizenship*, *Procedia - Social and Behavioral Sciences Akdeniz University, Faculty of Communication, Antalya, Turkey*, Vol.174.
- 19- Smith, Jackie & Others(2001): *From protest to Agenda building description bias In media coverage of protest events in Washington D.C.* *Social Forces*, Vol.79, Issue 4.
- 20- Stanley J. Baran (2012): *Introduction to mass communication, media literacy and culture*, 7<sup>th</sup> edition.
- 21- Stanly J. Baran& Dennis k. Davis (1995): *Mass communication theory: Foundations ferment, and future cusa*: Wadseorth publishing company.
- 22- Stuart N. Soroka (2012): *The Gatekeeping function: Distributions of information in media and the real world*, *The journal of politics*, Vol.74, No.2.
- 23- Sunil Saxena (2012): *Web Journalist*, Published by Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi, India.

- 24- Tapas Ray (2009): *Online journalist a basic text*, Manas Saikia for Cambridge university press, India Pvt. Ltd. Printed & bound at Raj Press, 2<sup>nd</sup> Published New Delhi.
- 25- Tomas L. Makfel (2012): *Global Communication*. Wiley Blackwell.
- 26- Tsan Kuo, Jae Wonlee (1992): Factor Affecting Gate Keepers Selection of Foreign news national newspaper editors, *Journalism Quarterly*, Vol.69, No.3.
- 27- W. Gieber, W. Jonson (1961): The city Hall Beat A study of reporter and Source Roles, *Journalism Quarterly*, Vol.12, No.38.
- 28- Warren Breed (1955): Newspaper opinion leader and process of standardization, *Journalism quarterly*, Summer. Vol.32.

# الملاحق

## ملحق رقم (1)

### الأساتذة المحكمين للاستمارة

م.	الاسم	الصفة
1.	أ. د. أميمة عمران	رئيس قسم الإعلام بجامعة أسيوط
2.	أ. د. سمير عبد الفتاح	أستاذ مناهج البحث بجامعة بنها
3.	أ. د. محمود علم الدين	أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة
4.	أ. د. محمود الأستاذ	أستاذ الإحصاء بجامعة الأقصى
5.	أ. د. هبة شاهين	أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
6.	د. حنان يوسف	أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
7.	د. دينا الخطاط	أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
8.	د. سهى عبد الرحمن	أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
9.	د. السيد عبد الوهاب	أستاذ الإعلام بجامعة المنوفية
10.	د. طلعت عيسى	أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بغزة
11.	د. عبد الباسط شاهين	أستاذ الإعلام بجامعة اليرموك
12.	د. ماجد التريان	أستاذ الإعلام بجامعة الأقصى
13.	د. موسى طالب	أستاذ الإعلام بجامعة الأزهر بغزة
14.	د. نرمين خضر	أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة
15.	د. هاني محمد علي	أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة
16.	د. هويدة علي	أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة



كلية الآداب

قسم علوم الاتصال والإعلام

## ملحق رقم (2)

### استمارة الدراسة الميدانية

ضمن مشروع مقدم لرسالة ماجستير بعنوان

دور القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية  
الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة في فلسطين

إعداد الطالب:

توفيق عبد العزيز محمد أبو جراد

إشراف:

أ.د. حسين عبد الحميد أبو شنب

أ.د. دينا فاروق أبو زيد

أستاذ - عميد كلية الإعلام والاتصال

الأستاذ المساعد - قسم علوم الاتصال والإعلام

جامعة فلسطين

جامعة عين شمس

1436هـ - 2015م



## استمارة الدراسة الميدانية

أولاً: سلوك استخدام القائم بالاتصال للمواقع الالكترونية الإخبارية:

1- هل تتابع المواقع الالكترونية الإخبارية الأخرى:

دائماً  أحياناً  لا

2- ما أكثر المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية التي تتابعها بالترتيب:

موقع وكالة الأنباء الفلسطينية "وفا"  موقع وكالة الصحافة الفلسطينية "صفا"  
 موقع فلسطين اليوم الإخباري  موقع دنيا الوطن  
 موقع فلسطين الآن الإخباري  موقع وكالة معاً الإخبارية  
 موقع فلسطين برس للأنباء  موقع شبكة أمد للإعلام  
 موقع المركز الفلسطيني للإعلام  موقع بانوراما  
 موقع كل العرب  أخرى تذكر: .....

3- ما أسباب متابعتك لهذه المواقع:

السرعة في نشر الأخبار وتفاصيل الأحداث  
 المرونة في اختيار القوالب الفنية والمصادر الصحفية وتنوعها  
 لأنها توفر تغطية حية للأحداث  
 لأنها توفر عمقا أكبر وتغطية أوسع للأحداث  
 لأنها أكثر وسائل الاتصال الجماهيرية تفاعلية  
 لأنها تعطي حرية في التناول وتطرح وجهات نظر متعددة  
 أخرى تذكر: .....

4- هل تتأثر بالسياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الأخرى في بناء أجداتك لقضايا المواطنة الفلسطيني:

دائماً  أحياناً  لا

5- ما حجم تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية في بناء أجداتك لقضايا المواطنة في فلسطين:

تؤثر بدرجة كبيرة جداً  تؤثر بشكل كبير  تؤثر بشكل متوسط  
 تؤثر بشكل ضعيف  لا تؤثر

6- ما مدى التزامك بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الذي تعمل به:

- ألتزم بدرجة كبيرة جداً  ألتزم بدرجة كبيرة  ألتزم بدرجة متوسطة  
 ألتزم بدرجة ضعيفة  لا ألتزم

7- ما مدى التوافق بين السياسة التحريرية للموقع الذي تعمل به وبين اتجاهاتك الفكرية نحو القضايا

المطروحة:

- ألتزم بدرجة كبيرة جداً  ألتزم بدرجة كبيرة  ألتزم بدرجة متوسطة  
 ألتزم بدرجة ضعيفة  لا ألتزم

8- هل يؤثر الواقع السياسي الفلسطيني على تناولك للقضايا المطروحة.

- دائماً  أحياناً  لا يؤثر

9- ما مدى توافق أجنده الموقع الالكتروني الإخباري الذي تعمل به وبين أولويات الجمهور:

- متوافقة بدرجة كبيرة جداً  متوافقة بدرجة كبيرة  متوافقة بدرجة متوسطة  
 متوافقة بدرجة ضعيفة  غير متوافقة

10- ما هي المعايير التحريرية المطبقة في الموقع الالكتروني الإخباري الذي تعمل به الخاصة بتناول

القضايا:

- التوازن  الدقة  الحياد  السبق  
 الموضوعية  جميع ما ذكر  أخرى تذكر: .....

11- ما هي المصادر التي تعتمد عليها في توفر المعلومات الخاصة بالقضايا التي تطرح في الموقع الذي

تعمل به؟

- المراسلين للموقع  وكالات أنباء محلية  الإذاعات المحلية  
 مواقع الكترونية محلية  وكالة الأنباء الفلسطينية الرسمية  
 وكالات عربية ودولية  صحف عربية ودولية  أخرى

12- هل هناك علاقة متبادلة بين أجنده الموقع الالكتروني الإخباري الذي تعمل به وأولويات الجمهور:

- دائماً  أحياناً  لا

ثانياً: مدى اهتمام القائم بالاتصال بقضايا المواطنة:

13- ما مدى اهتمام موقعك الالكتروني في طرح قضايا المواطنة كأولوية لدى الجمهور الفلسطيني:

- مهتم بدرجة كبيرة جداً  مهتم بدرجة كبيرة  مهتم بدرجة متوسطة  
 مهتم بدرجة ضعيفة  غير مهتم

14- ما القضايا المتعلقة بالمواطنة التي تحرص على أن تكون أولوية من أولويات الموقع الالكتروني الذي

تعمل به:

- قضايا المشاركة السياسية  قضايا المشاركة المجتمعية  
 قضايا الحريات العامة  قضايا الحقوق الأساسية للمواطن  
 قضايا واجبات والتزامات المواطنين  قضايا الديمقراطية  
 قضايا المصالحة الاجتماعية والسياسية  قضايا الانتماء الوطني  
 قضايا الهوية القومية  أخرى تذكر: .....

15- هل تعتقد بأن هذه القضايا التي تطرحها المواقع الالكترونية الإخبارية المتعلقة بالمواطنة هي أولوية

من أولويات الجمهور:

- دائماً  أحياناً  لا أهتم

16- ما القضايا التي ارتبطت بالمواطنة تم التركيز عليها كأولوية من أولوياتك:

- قضايا المشاركة السياسية  قضايا المشاركة المجتمعية  
 قضايا الحريات العامة  قضايا الحقوق الأساسية للمواطن  
 قضايا واجبات المواطنين  قضايا الالتزامات والمسئوليات  
 قضايا الديمقراطية  قضايا المصالحة الاجتماعية والسياسية  
 قضايا الانتماء الوطني  قضايا الإحساس بالهوية الوطنية  
 أخرى تذكر: .....

17- كيف ترتب هذه القضايا كأولوية من أولويات الجمهور:

- وفقاً لنوعية القضية  حسب توقيت القضية  
 حسب الجمهور المستهدف  حسب الفن الصحفي  
 وفقاً للأحداث الجارية عالمياً  أخرى تذكر: .....

18- ما العوامل التي تؤثر في بناء أجندتك بما يتعلق بقضايا المواطنة المطروحة في الموقع الالكتروني

الذي تعمل به:

- |                          |                              |                          |   |
|--------------------------|------------------------------|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | قيم المجتمع وعاداته وتقاليده | <input type="checkbox"/> | عوامل التنشئة الاجتماعية                  |
| <input type="checkbox"/> | النظام السياسي السائد        | <input type="checkbox"/> | الفلسفة الاقتصادية السائدة                |
| <input type="checkbox"/> | قوانين المطبوعات والنشر      | <input type="checkbox"/> | مستوى الحريات الصحفية المتاحة             |
| <input type="checkbox"/> | سياسة التحرير                | <input type="checkbox"/> | أخلاقيات المهنة وميثاق الشرف الصحفي       |
| <input type="checkbox"/> | الجمهور والرأي العام         | <input type="checkbox"/> | مستوى المنافسة مع الجهات الإعلامية الأخرى |
| <input type="checkbox"/> | أخرى تذكر: .....             |                          |   |

19- كيف تقوم ببناء أجندة قضايا المواطنة في الموقع الالكتروني الذي تعمل بها:

- |                          |  |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | إبراز بعض الأحداث المتعلقة بقضايا المواطنة ونشرها                      |
| <input type="checkbox"/> | العمل على تغطية اكبر للقضايا المتعلقة بالمواطنة أكثر من غيرها          |
| <input type="checkbox"/> | التنوع في القوالب الفنية التي تطرح من خلالها قضايا المواطنة            |
| <input type="checkbox"/> | استخدام لغة تناسب فئات الجمهور المستهدف                                |
| <input type="checkbox"/> | طرح القضايا المتعلقة بالمواطنة التي تثير اهتمام الجمهور                |
| <input type="checkbox"/> | استغلال الشخصيات العامة والمعروفة للحديث عن القضايا المتعلقة بالمواطنة |
| <input type="checkbox"/> | أخرى تذكر: .....   |

20- ما القيم السائدة في المجتمع المرتبطة بالمواطنة التي عملت رسالتكم الإعلامية من أجل تعزيزها لدى

الجمهور:

- |                          |                            |                          |                        |
|--------------------------|----------------------------|--------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/> | قيم الجماعية               | <input type="checkbox"/> | قيم المصالحة المجتمعية |
| <input type="checkbox"/> | قيم العدالة الاجتماعية     | <input type="checkbox"/> | قيم الديمقراطية        |
| <input type="checkbox"/> | قيم الحريات العامة         | <input type="checkbox"/> | قيم المشاركة           |
| <input type="checkbox"/> | قيم الانتماء والولاء للوطن | <input type="checkbox"/> | أخرى تذكر: .....       |
| <input type="checkbox"/> | قيم المساواة               |                          |                        |

ثالثاً: دور القائم بالاتصال في بناء أجندة قضايا المواطنة:

21- هل تهتم بتغطية قضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الذي تعمل به:

دائماً  أحياناً  لا

22- ما معدلات كتابتك حول قضايا المواطنة داخل الموقع الذي تعمل به:

يومي  أسبوعي  شهري  وفقاً للأحداث

23- ما الفنون الصحفية الذي تعتمد عليها في تناولك لقضايا المواطنة في فلسطين:

الخبر  المقابلة  التحقيق الصحفي  
 التقرير  المقال  القصة الإخبارية  
 التحليلات  الاستطلاعات  أخرى تذكر: .....

24- هل تعتقد بأن هناك علاقة بين قضايا المواطنة وبين الأشكال التحريرية التي تستخدمها في الموقع:

نعم  أحياناً  لا

25- ما الاستمالات التي تستخدمها في صياغة الرسالة الإعلامية المتعلقة بقضايا المواطنة في فلسطين:

استمالات عاطفية  استمالات عقلانية  استمالات التخويف  كل ما سبق

26- ما الأساليب الإقناعية التي تستخدمها في تناولك لقضايا المواطنة:

عرض الإحصائيات  عرض الآراء المختلفة  
 تقديم أدلة وبراهين وشواهد  تأثير رأي الأغلبية  
 ترتيب الحجج الإقناعية داخل الرسالة الإعلامية  التكرار  
 أخرى تذكر: .....

27- هل تعتقد بأن قضايا المواطنة مهمة لدرجة احتلالها مواقع متميزة في الموقع الإلكتروني الإخباري

الذي تعمل به:

مهمة لدرجة مرتفعة جداً  مهمة لدرجة مرتفعة  مهمة لدرجة متوسطة  
 مهمة لدرجة ضعيفة  غير مهمة

28- إلى أي مدى تؤثر المواقع الإلكترونية الإخبارية على اتجاهات جمهورها المتعلقة بقضايا المواطنة

من وجهة نظرك:

تؤثر بدرجة مرتفعة جداً  تؤثر بدرجة مرتفعة  تؤثر بدرجة متوسطة  
 تؤثر بدرجة ضعيفة  لا تؤثر

29- ما دوافع اهتمامك بالكتابة بالمواضيع المتعلقة بقضايا المواطنة في الموقع الإلكتروني الإخباري الذي

تعمل به:

- المواقع الإلكترونية تثير حرية أكبر لنقاش القضايا بتعمق أكثر من الوسائل الأخرى
- تعتبر المواقع الإلكترونية مكاناً للتعبير عن الذات ونشر الأفكار والخبرات
- عرض عدد وفير من وجهات النظر المتنوعة والمختلفة
- توعية الجمهور الفلسطيني بقضاياهم وحقوقهم وواجباتهم
- نشر وتوثيق الانتهاكات التي يتعرض لها المواطن الفلسطيني
- التعرف بالتراث الفلسطيني وأهميته لدى المواطن
- تعزيز الانتماء الوطني لدى الجمهور الفلسطيني
- تثبيت الهوية الفلسطينية من خلال نشر ما يتعلق بقضايا المواطنة
- تفعيل دور المشاركة المجتمعية لدى المواطن الفلسطيني
- تفعيل مبادئ الديمقراطية وحرية الرأي والتعبير
- تأكيد مبدأ الحريات في المجتمع
- اهتمام الجمهور المتزايد بالتعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية
- أخرى تذكر: .....

30- هل تعتقد بأن قضايا المواطنة التي تركز عليها ترتبط بالواقع الاجتماعي والسياسي والقانوني في

فلسطين:

- دائماً  أحياناً  لا

31- ما الغرض الإعلامي الذي تقوم به من خلال طرحك لقضايا المواطنة:

- التوجيه والإرشاد  التعبئة الوطنية
- التنقيف  تفسير الأحداث والقضايا
- التأثير على الرأي العام  توجيه سلوك الجمهور والتأثير على مواقفه
- التوعية بأهم القضايا  التعبير عن الأهداف الوطنية العليا
- التعرف بالحقوق والواجبات  تعزيز مفاهيم المواطنة لدى الجمهور
- أخرى تذكر: .....

رابعاً: السمات العامة للقائم بالاتصال:

32- العمر:

- أقل من 25       من 25 إلى أقل من 35  
 من 35 إلى أقل من 45       من 45 إلى أقل من 60  
 أكثر من 60

33- النوع:

- ذكر       أنثى

34- المؤهل العلمي:

- ثانوية عامة       دبلوم       بكالوريوس  
 ماجستير       دكتوراه

35- الدراسة:

- متخصص في الإعلام       متخصص غير الإعلام

36- الموقع الوظيفي:

- رئيس التحرير       مدير التحرير       محرر  
 مراسل       غير ذلك، حدد: .....

37- الانتماء السياسي:

- فتح       حماس       الجهاد الإسلامي       الجبهة الشعبية  
 الجبهة الديمقراطية       حزب الشعب الفلسطيني       أخرى       لا أنتمي

38- سنوات الخبرة:

- من سنة إلى أقل من 3 سنوات       من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات  
 من 5 سنوات إلى أقل من 7 سنوات       أكثر من ذلك

39- عدد اللغات التي تتقنها غير اللغة العربية:

- لغة       لغتين       3 لغات فأكثر

40- المشاركة في دورات تدريبية:

- نعم       لا

41- الدخل الشهري:

- أقل من 1000 شيكل
- من 1000 إلى أقل من 1500 شيكل
- من 1500 إلى أقل من 2000 شيكل
- من 2000 إلى أقل من 3000 شيكل
- أكثر من 3000 شيكل

42- ما هو الموقع الإلكتروني الذي تعمل به:

- موقع وكالة معاً الإخبارية
- موقع وكالة فلسطين برس للأخبار
- موقع وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية "وفا"
- موقع وكالة فلسطين الآن الإخبارية





قسم علوم الاتصال والإعلام

### ملحق رقم (3)

## استمارة الدراسة التحليلية

ضمن مشروع مقدم لرسالة ماجستير بعنوان

دور القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية  
الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة في فلسطين

إعداد الطالب:

توفيق عبد العزيز محمد أبو جراد

إشراف:

أ.د. حسين عبد الحميد أبو شنب

أ.د. دينا فاروق أبو زيد

أستاذ - عميد كلية الإعلام والاتصال

الأستاذ المساعد - قسم علوم الاتصال والإعلام

جامعة فلسطين

جامعة عين شمس

1436هـ - 2015م

فئة نوعية الموضوع							م.م
أخرى	دينية	عسكرية	أمنية	اجتماعية	اقتصادية	سياسية	
							.1
							.2
							3
							.4
							.5
							.6
							.7

فئة الاتجاه			م.م
محايد	معارض	مؤيد	
			.1
			.2
			.3
			.4
			.5
			.6
			.7

فئة قضايا المواطنة

م	الإحساس بالهوية الوطنية	حب الوطن والانتماء إليه	المسؤوليات والالتزامات		التمتع بالحقوق	المشاركة السياسية	المشاركة الاجتماعية	العدالة الاجتماعية	الممارسة الديمقراطية	الجماعية	الحريات		الفعاليات الوطنية	أخرى
			إسرائيلي	فلسطيني										
.1														
.2														
.3														
.4														
.5														
.6														
.7														

الإمكانات التفاعلية المصاحبة للمادة الإعلامية						أشكال عرض المادة الإعلامية					م.م
أكثر من إمكانية	تفاعلية الصور	إرسال لصديق	طباعة الخبر	وجود متعلقات للخبر	التعليق على الخبر	ملف فيديو	نص وملف فيديو	نص وصورة وملف فيديو	نص وصورة	نص فقط	
											.1
											.2
											.3
											.4
											.5
											.6
											.7

العناصر المصاحبة للمادة الإعلامية																م.
الروابط المصاحبة للمادة الإعلامية								الصور المقدمة مع المادة الإعلامية								
لا يوجد	أكثر من نوع	E-mail	Hyper Media	Hyper Link	كلا النوعين	مصاحب Hyper Text	متضمن Hyper Text	لا يوجد	ألبوم صور	أكثر من نوع	رمزية	إخبارية	كاريكاتير	موضوعية	شخصية	
																.1
																.2
																.3
																.4
																.5
																.6
																.7

فئة أسلوب العرض											م.م
فئة الاستمالات المستخدمة				فئة الأساليب الإقناعية							
جميع الاستمالات السابقة	استمالات التخويف	استمالات منطقية	استمالات عاطفية	أخرى	التكرار	تأكيد رأي الأغلبية	ترتيب الحجج الإقناعية	تقديم الأدلة والبراهين والشواهد	عرض الآراء المختلفة	عرض الإحصائيات	
											.1
											.2
											.3
											.4
											.5
											.6
											.7

Multimedia الوسائط المتعددة المتضمنة في المادة الإعلامية											
لا يوجد	أكثر من شكل	جرافيك	رسومات	Photograph Slide Show	ملفات فيديو				ملف صوت		م.
					لقطات سجلها شهود عيان من الهواة	مواد مسجلة من برامج تلفزيونية	مواد من إنتاج الموقع	فيديوهات إخبارية من وكالات الأنباء	خاصة بالمحطات الإذاعية	خاصة بالموقع	
											.1
											.2
											.3
											.4
											.5
											.6
											.7





فئة شكل المادة الإعلامية										
م.م	الخبر الصحفي	الحديث الصحفي	المقال الصحفي	التحقيق الصحفي	التقرير الصحفي	الصورة	الكاريكاتير	فيديو القصة الصحفية	ألبوم مصوّر	أخرى
.1										
.2										
.3										
.4										
.5										
.6										
.7										

فئة الشخصيات المحورية

رقم	فئة الشخصيات المحورية																
	شخصيات إسرائيلية		شخصيات دولية						شخصيات فلسطينية								
أخرى	عسكرية	حكومية	أخرى	أمريكية	أوروبية	أفريقية	آسيوية	عربية	مواطن عادي	شخصيات عامة	قيادات شبابية	قيادات حكومية	قيادات محلية	قادة الأحزاب	نخب دينية	نخب اجتماعية	نخب سياسية
.1																	
.2																	
.3																	
.4																	
.5																	
.6																	
.7																	

فئة الموقع الجغرافي للمادة المنشورة						م.
عام	الشتات	الداخل الفلسطيني	القدس	الضفة الفلسطينية	قطاع غزة	
						.1
						.2
						3
						.4
						.5
						.6
						.7

## الملخص

تهدف الدراسة التعرف على دور القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية في بناء أجندة قضايا المواطنة في فلسطين، وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة التي تضمنت الكشف عن العوامل المؤثرة عليهم في بناء أجندة المواقع الالكترونية الإخبارية، وأهم القضايا التي تحظى باهتمامهم، والمصادر التي يعتمدون عليها في تغطيتهم لقضايا المواطنة.

كما تم إجراء دراسة تحليلية لعدد من المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية بهدف التعرف على الموضوعات المرتبطة بالمواطنة التي تناولتها تلك المواقع من حيث نوعيتها واتجاهاتها وقضاياها وموقعها، وكيفية عرض المادة الإعلامية المتعلقة بالمواطنة من حيث الشكل والإمكانيات التفاعلية المصاحبة لها، والصور، والوسائط المتعددة المتضمنة في المادة الإعلامية، وقد تبين اهتمام المواقع بالمواضيع والقضايا السياسية أكثر من غيرها.

وتعتمد الدراسة على منهج المسح ببعديه الميداني والتحليلي، وتتكون عينة الدراسة الميدانية من (54) من القائمين بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية عينة الدراسة التحليلية بواقع (18) قائماً بالاتصال في الموقع الالكتروني لوكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا، (14) قائماً بالاتصال في الموقع الالكتروني لوكالة معاً الإخبارية، (7) قائمين بالاتصال في الموقع الالكتروني لوكالة فلسطين برس للأنباء، (15) قائماً بالاتصال في موقع فلسطين الآن الإخباري.

واستخدم الباحث صحيفة استقصاء بغرض جمع البيانات من عينة القائمين بالاتصال التي بلغ قوامها (54)، كما استخدم الباحث استمارة تحليل المضمون بغرض تحليل المواد الإعلامية الخاصة بقضايا المواطنة في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة وهي (4) مواقع، موقع وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية، موقع وكالة معاً الإخبارية، موقع وكالة فلسطين برس للأنباء، موقع فلسطين الآن الإخباري.

ولتحليل بيانات الدراسة استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية: التكرارات، والنسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، ومعامل ارتباط بيرسون، ومعامل ألفا كرونباخ، واعتمد الباحث على برنامج (SPSS) في مناقشة النتائج وتحليلها.

## وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1- يرى القائمون بالاتصال أن أهم أسباب متابعتهم للمواقع الإخبارية هي السرعة في نشر الأخبار والأحداث بنسبة (34.54%)، وأيضاً لأنها تعطي تغطية حية للأحداث بنسبة (22.7%)، ولأنها توفر عمقاً أكبر وتغطية أوسع بنسبة (14.5%).
- 2- أكد جميع القائمين بالاتصال التزامهم بالسياسة التحريرية للموقع الإخباري الذين يعملون به، كما أكدوا جميعهم بأن هناك توافق بين التوجهات الفكرية الخاصة بهم وبين السياسة التحرير للمواقع التي يعملون بها.
- 3- يؤكد (62.96%) من القائمين بالاتصال أفراد العينة أن الواقع السياسي الفلسطيني يؤثر دائماً في تناول قضايا المواطنة، فيما يعتقد (37.03%) أنه أحياناً يؤثر.
- 4- أكد القائمون بالاتصال أفراد العينة أنهم يركزون على المشاركة السياسية بنسبة (18.5%) بالمرتبة الأولى، تليها قضايا الحريات العامة بنسبة (16.3%)، ثم تليها قضايا الحقوق الأساسية للمواطن بنسبة (14%).
- 5- أكد القائمون بالاتصال عينة الدراسة أن أهم العوامل التي تؤثر عليهم في بناء أجندة قضايا المواطنة هي النظام السياسي السائد بنسبة (18.5%)، يليه قيم المجتمع وعاداته بنسبة (17.5%)، ثم سياسة التحرير بنسبة (14.9%).
- 6- يؤكد القائمون بالاتصال أفراد العينة بأن قيم الولاء والانتماء للوطن كانت أولى القيم في الاهتمام بنسبة (19.2%)، تليها قيم المصالحة المجتمعية بنسبة (15.9%)، ثم قيم العدالة الاجتماعية بنسبة (14.3%).
- 7- يؤكد (72.3%) من القائمين بالاتصال بأنهم يهتمون بشكل دائم في تغطية قضايا المواطنة وأحياناً بنسبة (27.7%)، كما أن معدلات القائمين بالاتصال في الكتابة كانت بشكل يومي بنسبة (37%)، فيما أكد (25%) من إجمالي العينة اعتمادهم على الخبر كأحد الفنون الصحفية، ويؤكد (27.13%) من أفراد العينة أنهم يقدمون الأدلة والبراهين كأساليب إقناعية في التغطية، و(22.48%) يعرضون إحصائيات.
- 8- بلغ حجم تغطية المواقع الإخبارية لقضايا المواطنة (1,708) مادة إعلامية من إجمالي التغطية العامة للأحداث، والتي بلغت (3,174) مادة بنسبة (53.81%).
- 9- احتلت الموضوعات السياسية المرتبة الأولى من المواضيع المطروحة بنسبة (48.9%)، تليها المواضيع الأمنية بنسبة (16.92%).

10- أكدت نتائج الدراسة بأن الموقع الجغرافي للمادة الإعلامية كان في الضفة الفلسطينية بنسبة (51.8%)، وقطاع غزة بنسبة (21.5%)، والشثات بنسبة (12.8%)، والقدس بنسبة (7.2%)، والداخل الفلسطيني بنسبة (6.85%).

11- اعتمدت المواقع الإخبارية على المصادر الإسرائيلية كأحد فئات المصادر الخارجية للمادة الإعلامية المتعلقة بالمواطنة بنسبة (60.5%)، فيما اعتمدت المواقع على محرر الموقع بنسبة (82.2%)، ومراسل الموقع بنسبة (8%)، وكاتب المقال بنسبة (6.9%).

**ومن خلال هذه النتائج وصل الباحث إلى عدد من المقترحات أهمها:**

1- العمل على الاهتمام بكافة القضايا والموضوعات التي تهم المواطن، وعدم التركيز فقط على المواضيع والقضايا السياسية.

2- الحذر من التعامل مع المصادر الإعلامية الإسرائيلية، وضرورة إعادة تحرير المواد الإعلامية التي يكون مصدرها وسائل الإعلام الإسرائيلية.

3- العمل على الاهتمام بقضايا المواطنة في المناطق المحتلة عام (1948)، وأيضاً القدس المحتلة، حيث افتقرت المواقع الإخبارية الفلسطينية للتوازن في التغطية في هاتين المنطقتين بالمقارنة بقطاع غزة والضفة الغربية.

4- العمل على تعزيز النظام الديمقراطي من خلال حرية الرأي والتعبير في المواقع الإلكترونية الإخبارية، ويأتي ذلك من خلال التفاعل مع الجمهور، وإتاحة الفرصة لنشر ما يرغبون، مما يدفع لتصويب المسار، وقراءة الواقع من قبل القائم بالاتصال.

## Abstract

The study aims to identify Palestinian news websites communicator role in the issues of citizenship in Palestine through conducting a field study on a sample of Palestinian news websites communicators. However, some communicators answer the questions regarding to the influential factors on building news websites agenda, their issues of interest and the sources on which they depend in their coverage of citizenship issues.

Moreover, It has also been an analytical study on a number of Palestinian news websites in order to identify issues related to citizenship in terms of quality, trends, issues and location. Furthermore, the possibility to display citizenship issue in terms of form, interactive possibilities, photographs and multimedia subjects.

The study was based on both field and analytical survey and also the sample of study consists of (54) communicators on news websites. The analytical samples of study were the website of (WAFA) Palestinian news Agency, MAAN News Agency, Palestine Press News Agency and Paltime News Agency.

The researcher has used newspaper survey in order to collect data from communicators. Meanwhile, the researcher has also used content analysis form for the aim of analyzing the issues of citizenship in Palestinian news websites.

In order to analyze the data of the study, the researcher has used the following statistical methods in discussing and analyzing the results such as duplicates, averages, standard deviations, percentages, Pearson correlation coefficient, Cronbach's alpha coefficient and (SPSS) program.

### **The study results:**

- 1- Communicators see that the most important reasons for follow-up news websites is the swiftness in posting news and events on an average of (34.54%) because it gives live coverage for the events by (22.7%), and provides greater, depth and wider coverage by (14.5%).
- 2- All communicators confirm their commitment through news editorial policy of the website who work in it, and all of them have confirmed that there is a consensus among their own intellectual trends and the editorial policy of the websites where they work.
- 3- (62.96%) communicators sample confirm that Palestinian political situation has always affected in addressing the issues of citizenship while (37.03%) communicators believe that it sometimes affects.
- 4- Communicators confirm that they focus first on political participation (18.5%), then on the issues of public freedom (16.3%), and lastly on citizen basic rights (14%).



- 5- Communicators confirm that the most important factors affecting on them in building citizenship issues agenda are the prevailing political system (18.5%), society's values and customs (17.5%) and editorial policy (14.9%).
- 6- Communicators confirm that homeland loyalty and values are the first thing in their interest (19.2%), then the values of reconciliation (15.9%), and finally the values of social justice (14.3%).
- 7- (72.3%) of communicators confirm that they are permanently interested in covering citizenship issues on an average of (27.7%), and the rate of communicators in daily writing is (37%). Furthermore, (25%) of communicators emphasize their only dependence on the news as one of the press tools, (27.13%) of communicators confirm that they are giving evidence and persuasive arguments as methods in coverage while (22.48%) offer statistics.
- 8- The news websites coverage for citizenship issues has reached (1,708) article from the general coverage of events which reached up to (3,174) article by (53.81%).
- 9- Political topics occupied top class among the topics (48.9%),and then security issues (16.92%).
- 10- The study results confirm that the role of geographical location was (51.8%) in West Bank, (21.5%) in Gaza Strip, (12.8%) in Palestinian Diaspora, (7.2%) in Jerusalem and (6.85%) in Arab citizens of Israel.
- 11- Some news websites depend on Israeli resources as one of the foreign media source categories relating to citizenship issues (60.5%) while other websites rely on the website editor (82.2%), the reporter (8%) and the author of the article (6.9%).



**Ain Shams University- Faculty of Arts  
Mass communication department**

**Summary of M. A.**

**The Role of News' websites' Journalists in the  
Agenda building of Citizenship issues in Palestine**

**Prepared by:**

***Tawfiq Abdelaziz Mohammed Abujarad***

**Supervised by:**

***Dr. Dina Farouk Abouzeid***  
**Associate Professor at the**  
**Department of Communication**  
**Ain Shames University**

***Dr. Hosein Abdelhamid Abushanab***  
**Professor-Dean of the Faculty of Mass**  
**of Media and Communication**  
**University of Palestine**

**1436AH - 2015AD**