الجامعـــــــة الإســـلاميـة – غـزة
عمادة البحث العلمي والدراسات العليا
كـليـــــــــة الأداب
ماجستير الصحافـــــــة

The Islamic University– Gaza
Deanship of and Graduate Studies
Faculty of Arts
Master of Journalism

معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب

دراسة تحليلية مقارنة

Palestinian News Websites Treatment of Youth Issues

Acomparative Analytical Study

إِعدَادُ البَاحِثِ

إبراهيم فتحي يوسف المزيني

إِشرَافُ

الدُكتُور/ حسن محمد أبو حشيش

قُدمَ هَذا البحثُ اِستِكمَالاً لِمُتَطلباتِ الحُصولِ عَلى دَرَجَةِ الْمَاجِستِيرِ
فِي الصحافة بِكُليةِ الأداب فِي الْجَامِعَةِ الإسلامِيةِ بِغَزة

يناير/2018م – جمادى أول/1439

إقـــــرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب

دراسة تحليلية مقارنة

Palestinian News Websites Treatment of Youth Issues

Acomparative Analytical Study

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل الآخرين لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

I understand the nature of plagiarism, and I am aware of the University's policy on this.

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted by others elsewhere for any other degree or qualification.

Student's name:	إبراهيم فتحي المزيني	اسم الطالب:
Signature:		التوقيع:
Date:	2018/1/30م	التاريخ:

بسم الله الرحمن الرحيم

الجامعة الإسلامية غزة
The Islamic University of Gaza

عمادة البحث العلمي والدراسات العليا هاتف داخلي 1150

الرقم: ج س غ/35/ Ref:

التاريخ: 2018/01/30م Date:

نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة عمادة البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث/ **ابراهيم فتحي يوسف المزيني** لنيل درجة الماجستير في **كلية *الآداب*/ قسم الصحافة**، وموضوعها:

معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب- دراسة تحليلية مقارنة

Palestinian News Web Sites Treatment of Youth Issues - A Comparative Analytical Study

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم الثلاثاء 14 جمادي الأولى 1439هـ، الموافق 2018/1/30م الساعة الواحدة ظهراً في قاعة مبنى طيبة، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

د. حسن محمد أبو حشيش	مشرفاً و رئيساً	.....
د. أيمن خميس أبو نقيرة	مناقشاً داخلياً	.....
د. أحمد ابراهيم حماد	مناقشاً خارجياً	.....

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في **كلية *الآداب*/قسم الصحافة.**

واللجنة إذ تمنحه هذه الدرجة فإنها توصيه بتقوى الله ولزوم طاعته وأن يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق ،،،

عميد البحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. مازن اسماعيل هنية

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب، وهي تعد من البحوث الوصفية، واستخدمت الدراسة منهجين، منهج الدراسات المسحية وفي إطاره تم استخدام أسلوب تحليل المضمون، ومنهج العلاقات المتبادلة وفي إطاره تم استخدام أسلوب المقارنة المنهجية، واعتمد الباحث في دراسته على نظرية ترتيب الأولويات "الأجندة"، وتم جمع المعلومات عن طريق أداتين، هما: استمارة تحليل المضمون، والمقابلة غير المقننة.

واختار الباحث عينة عمدية من المواقع الإخبارية الفلسطينية تمثلت في "موقع دنيا الوطن، موقع وكالة معًا الإخبارية، موقع وكالة صفا، موقع وكالة سما الإخبارية"، وانحصرت الدراسة التحليلية في الفترة الممتدة من (2017/8/1م حتى 2017/10/31م).

وخلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج، من أبرزها:

1. تصدرت موضوعات البطالة والفقر والعمل ترتيب أولويات مواقع الدراسة بنسبة (21.8%).
2. حظي أسلوب سرد المعلومات باهتمام مواقع الدراسة بنسبة (42.4%)، بينما تصدر الخبر الصحفي كافة الأشكال الصحفية المستخدمة بنسبة (79.4%)، ولا توضح مواقع الدراسة مصدر المواد الإعلامية التي تنشرها بنسبة (82%).
3. بينت الدراسة تصدر الصورة الصحفية من بين الوسائط المتعددة لإبراز موضوعات الشباب بنسبة (53%).

وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات، من أبرزها:

ضرورة إعطاء المواقع الإخبارية الفلسطينية المزيد من الأهمية لأولويات قضايا الشباب وإفراد مساحات إضافية لها، الحرص على التنوع في الأساليب المتبعة لطرح موضوعات الشباب بشكل فاعل، تحديد المصدر الإعلامي للمعلومات، ضرورة التنوع في استخدام الأشكال الصحفية، التركيز بصورة أكبر على الوسائط المتعددة خصوصًا ملفات الفيديو وتفعيل النص المتشعب، استثمار التقنيات الإلكترونية التي تُتيحها شبكة الإنترنت.

Abstract

This study aims to identify methods of treating youth issues used by Palestinian news websites. The study is considered a descriptive one where it relied on two methodologies. The first one is survey methodology in which the researcher used content analysis approach. The second one is mutual relations methodology in which the researcher used the comparative approach. The researcher adopted agenda-setting theory and collected data using two tools; content analysis and unstructured interview.

The sample was selected using the purposive sampling method covering the following four Palestinian news websites: (Donia Alwatan, Maan News Agency, ,Safa Press Agency, and Sama Agency). The analytical study was limited to the period spanning from 1/8/2017 to 31/10/2017.

The study concluded with a set of results, the most important of which are as follows:

1. Political issues are ranked first among other ones representing (24.3%). Unemployment, poverty, and work topics come first in the agenda setting of the investigated websites representing (21.8%).
2. Presenting style of information is considered important in the investigated websites where it represents (42.4%). The journalistic news is ranked first among other forms of news used in the websites representing (79.4%) with the absence of journalistic investigation. Additionally, the websites under the study have not shown the sources of their published materials representing (82%).
3. The journalistic image is ranked first among other multimedia tools used to highlight youth issues representing (53%).

The study reached a set of recommendations, the most important of which are as follows:

1. The Palestinian news websites should pay much attention to the priorities of youth issues and expand more space to discuss them.
2. It is important to improve the traditional methods used to discuss youth issues effectively and to determine the source of information.
3. Journalistic news forms should be used in different ways, and images should be included with the media materials specially reporting images.
4. It is necessary to focus on multimedia tools especially video files and activate the hyperlink texts included in the website

بسم الله الرحمن الرحيم

اْلإِهدَاْءُ

إلى من كلت أنامله ليقدم لنا لحظات السعادة.. إلى روحه التي رحلت إلى بارئها (أبي)...

إلى سيدة نساء الكون وشمس الحياة وفردوسيها (أمي)...

إلى روح ابن أخي الشهيد (فتحي) التي لم تزل روحه تحلق برائحتها الفواحة، فلم تبرح حياتنا قط، فهي متربعة على شغاف القلب...

إلى من دعمني ورفعني إلى سلم النجاح وسندي في الحياة، صاحب القلب الكبير أخي (أبو فتحي)...

إلى العقدة المتينة والروح التي سكنت روحي (زوجتي)...

إلى أجمل هدايا القدر ومنبت الروح والجسد ابني (قصي)...

إلى إخواني الغوالي وأخواتي الكريمات..

إلى من وقفوا بجانبي شهورًا طوال... أنسبائي الأعزاء عمي أبو أحمد وزوجته...

إلى كل شخص كان له دور في حياتي ولو كان صغيرًا...

إليهم جميعًا.. أُهدي هذه الرسالة

الباحث

شكرٌ وتقديرٌ

الشكر لله أولًا وأخيرًا الذي فتح علي لإنجاز هذه الرسالة العلمية.

وإنه لمن دواعي سروري أن أتقدم بباقة من الشكر والتقدير إلى مشرفي الفاضل الدكتور حسن محمد أبو حشيش لما بذله من جهد عظيم لإتمام هذه الدراسة فجزاه الله عني خير الجزاء، وعظيم الشكر والامتنان للدكتور أيمن أبو نقيرة والدكتور أحمد حماد لمناقشتي هذه الدراسة.

كما أشكر الأساتذة الذين تفضلوا بتحكيم استمارة تحليل المضمون وأثروها بملاحظاتهم القيمة، وإلى أساتذتي بالجامعة الإسلامية كل باسمه ولقبه.

كما وأتقدم بالشكر الجزيل إلى زميلي وصديقي أنس اليازوري على ما بذله معي من جهد لإنجاح الدراسة.

والشكر موصول إلى زملائي بالعمل وأخص بالذكر أ. معتصم الميناوي، وأ. إياد القطراوي، وأ. مدحت الزطمة على ما قدموه لي من نصائح وإرشادات كان لها بالغ الأثر في إثراء الدراسة.

الباحث

إبراهيم فتحي المزيني

فهرس المحتويات

إقـــرار .....أ

ملخص الدراسة ..... ب

Abstract ..... ت

الإهداء .....ج

شكرٌ وتقديرٌ ..... ح

فهرس المحتويات ..... خ

فهرس الجداول.....ذ

المقدمة:.....1

الفصل الأول الإطار العام للدراسة 3

أولًا/ أهم الدراسات السابقة:.....3

ثانيًا/ الاستدلال على المشكلة:.....20

ثالثًا/ مشكلة الدراسة:.....21

رابعًا/ أهمية الدراسة:.....21

خامسًا/ أهداف الدراسة:.....22

سادسًا/ تساؤلات الدراسة: 22

سابعًا/ الإطار النظري للدراسة:.....23

ثامنًا/ نوع الدراسة ومناهجها وأداتيها: 25

تاسعًا/ مجتمع الدراسة وعينتها: 39

عاشرًا/ وحدات التحليل والقياس:.....41

حادي عشر/ إجراءات الصدق والثبات: 42

ثاني عشر/ المفاهيم الأساسية للدراسة:.....46

ثالث عشر/ تقسيم الدراسة: 46

الفصل الثاني المواقع الإخبارية الفلسطينية وقضايا الشباب 48

المبحث الأول/ الصحافة الإلكترونية: 49

أولًا/ مفهوم الصحافة الإلكترونية: 49
ثانيًا/ نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية: 49
ثالثًا/ أنواع مواقع الصحافة الإلكترونية: 51
رابعًا/ سمات وخصائص مواقع الصحافة الإلكترونية: 52
المبحث الثاني/ المواقع الإخبارية الفلسطينية: 55
أولًا/ النشأة والتطور: 55
ثانيًا/ المميزات والسمات: 56
ثالثًا/ أهداف المواقع الإخبارية الفلسطينية: 57
رابعًا/ معيقات عمل المواقع الإخبارية الفلسطينية: 58
المبحث الثالث/ قضايا الشباب الفلسطيني: 60
أولًا/ مفهوم الشباب: 61
ثانيًا/ خصائص وسمات الشباب: 62
ثالثًا/ قضايا الشباب: 63
رابعًا/ داعيات الواقع على الشباب الفلسطيني: 67
خامسًا/ مقترحات لتفعيل قضايا الشباب في المواقع الفلسطينية: 68
الفصل الثالث نتائج الدراسة التحليلية 69
المبحث الأول/ السمات العامة لمضمون قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة: 70
المبحث الثاني/ السمات العامة لشكل قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة: 99
الفصل الرابع مناقشة نتائج الدراسة التحليلية 113
المبحث الأول/ مناقشة السمات العامة لمحتوى معالجة مواقع الدراسة: 114
المبحث الثاني/ مناقشة السمات العامة لشكل معالجة مواقع الدراسة: 123
المبحث الثالث/ التوصيات: 127
المصادر والمراجع: 128
الملاحق: 135

فهرس الجداول

جدول (3.1): يوضح توزيع المواد الإعلامية التي تم تحليلها على مواقع الدراسة 70

جدول (3.2): يوضح أنواع ومجالات قضايا الشباب التي أولتها مواقع الدراسة اهتمامها 71

جدول (3.3): يوضح الموضوعات الشبابية التي تناولتها مواقع الدراسة 76

جدول (3.4): يوضح الأساليب الإعلامية المتبعة في طرح قضايا الشباب في مواقع الدراسة 87

جدول (3.5): يوضح مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في معالجة قضايا الشباب ... 91

جدول (3.6): يوضح نطاق التغطية الجغرافية للمواد الإعلامية الخاصة بقضايا الشباب في مواقع الدراسة . 95

جدول (3.7): يوضح الأشكال الصحفية المستخدمة في معالجة مواقع الدراسة لقضايا الشباب..... 99

جدول (3.8): يوضح الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية في مواقع الدراسة 103

جدول (3.9): يوضح العناصر التفاعلية التي قدمتها مواقع الدراسة في عرض قضايا الشباب 109

جدول (3.10): يوضح الخدمات المساعدة التي قدمتها مواقع الدراسة في نشر قضايا الشباب..... 110

مقدمة

أحدثت الصحافة الإلكترونية تغيرًا في العمل الإعلامي، حيث بدأت المواقع الإلكترونية تواكب الأحداث والتطورات الحاصلة في العالم بوجه عام وفي المنطقة العربية على وجه الخصوص، حيث بدأت تخرج عن النمط التقليدي سواء في تصميمها أو في نقل المعلومة، فأصبحت مؤثرة في تشكيل الثقافة للجمهور وخاصة فئة الشباب[1].

ويُعد الشباب من أكثر الشرائح الاجتماعية قربًا واستخدامًا للإعلام الإلكتروني، فهم أقدر من غيرهم على استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة التي لا يجيدها كثيرًا من الفئات الأخرى، إضافة إلى هامش الحرية الكبير الذي تتمتع به المواقع الإخبارية، والذي ربما وجد فيه الكثيرون ضالتهم بالتركيز على قضايا الشباب واهتماماتهم.

فقضايا الشباب تتعدد من دولة لأخرى لذلك تجد الإعلام ذو الطابع العربي والدولي لا يهتم بقضية تخص الشباب في مجتمع محدد، لذا كان من الضروري أن تجد من واجب الإعلام المحلي نقل هموم وقضايا الشباب.

ويعد المجتمع الفلسطيني مجتمعًا فتيًا بما يشكله الشباب في الفئة العمرية من 15- 29 سنة ما نسبة 30% من إجمالي السكان أي ما يعادل مليون وأربعمائة ألف شاب، وسيصل في العام 2025م إلى نحو مليون وسبعمائة ألف شاب، الأمر الذي يتطلب الاهتمام بهذه الشريحة العريضة والاهتمام بقضاياهم الخاصة، لا سيما في خصوصية الحالة الفلسطينية التي لا زالت بين معركتي المقاومة والبناء واللتان تعتمدان على مشاركة الشباب وإيمانه بقضيته الوطنية[2].

وبرزت على الساحة الإعلامية الفلسطينية العديد من المواقع الإخبارية وإن كان عدد المواقع الإلكترونية المتخصصة بقضايا الشباب ومشكلاتهم الحقيقية مازال قليلًا، فإن بعض المواقع الإخبارية والبوابات الإلكترونية تفرد مساحات لا بأس بها لهذا الجانب.

وشكل الشباب الفلسطيني خلال العقدين الماضيين محور اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية، واحتلت القضايا التي تعاني منها هذه الشريحة اهتمامًا خاصًا على كافة الأصعدة، سواء ما تعلق منها بالمشاركة السياسية أو البطالة أو الهجرة أو الزواج وغيرها، وذلك لأن قضايا الشباب ومشكلاتهم واحتياجاتهم تمثل جزءًا لا يتجزأ من قضايا ومتطلبات المجتمع.

---

(1) الدليمي، قضايا إعلامية معاصرة (ص247).

(2) الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، كتاب فلسطين الإحصائي السنوي 2016م (ص55).

ومما لا شك فيه إن وسائل الإعلام الفلسطينية وخاصة المواقع الإخبارية يمكن أن تقوم بدور هام في مساعدة الشباب، من خلال معالجة قضاياهم وفتح المناقشة حولها والإسهام في إبرازها وإيصال صوت الشباب لصانعي القرار، **حيث تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب وطبيعة تناولها.**

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

تمهيد:

تضمن هذا الفصل الإطار المنهجي للدراسة وهي الخطوات العلمية التي سلكها الباحث في دراسته، تبدأ باستعراض لأهم الدراسات السابقة والتعليق عليها وتبيان مدى الاستفادة من هذه الدراسات، كما يعرض مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها وتساؤلاتها، كذلك تضمن هذا الفصل الإطار النظري للدراسة، ثم نوع الدراسة ومناهجها وأداتيها، وكذلك مجتمع الدراسة وعينتها، واختتم الفصل بعرض للمفاهيم الأساسية للدراسة وتقسيماتها كاملة.

أولًا/ أهم الدراسات السابقة:

اطلع الباحث على عدد من الدراسات العلمية السابقة التي تناولت القضايا المتعلقة بهذه الدراسة من حيث مشكلتها البحثية وأسلوبها ومنهجيتها، والأدوات المستخدمة في جمع معلوماتها، والنتائج التي تم التوصل إليها، واختار أهم تلك الدراسات للاستفادة منها في إعداد هذه الدراسة، وقام الباحث بتقسيم الدراسات السابقة إلى محورين، هما:

المحور الأول: الدراسات الخاصة بمعالجة المواقع الإخبارية لقضايا مختلفة.

المحور الثاني: الدراسات الخاصة بتناول قضايا الشباب في الإعلام.

المحور الأول: الدراسات الخاصة بمعالجة المواقع الإخبارية لقضايا مختلفة

1. دراسة الشريف (2017م)[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة معالجة المواقع الفلسطينية الإلكترونية الإخبارية حول حصار غزة، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، وتحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات، حيث طبقت على (موقع وكالة معًا، موقع وكالة الأنباء الفلسطينية وفا، موقع وكالة فلسطين اليوم، موقع وكالة الآن الإخبارية)، في الفترة الزمنة من 2014/6/30م إلى 2016/6/30م، واعتمدت على نظرية ترتيب الأولويات، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

---

(1) الشريف، معالجة المواقع الفلسطينية الإلكترونية الإخبارية لحصار غزة: دراسة تحليلية مقارنة.

أ. تصدرت القضايا الاجتماعية اهتمام مواقع الدراسة بنسبة (22.2%)، تلاها القضايا السياسية، ثم القضايا الاقتصادية.

ب. تصدرت موضوعات الحدود والمعابر والسفر اهتمام مواقع الدراسة بنسبة (14%)، ثم موضوعات الإعمار والبناء.

ت. الصورة الصحفية حظيت في مقدمة الوسائط المتعددة بنسبة (97.5%)، ثم الفيديو بفارق كبير نسبته (2.5%).

2. دراسة البريم (2016م)[1]:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أبعاد وكيفية معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية لملف المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهجي المسحي والمقارن، وتحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات، حيث طبقت على (موقع الكرامة برس، موقع المركز الفلسطيني للإعلام، موقع صحيفة الأيام)، في الفترة الزمنية من 2014/8/1م إلى 2014/10/31م، واعتمدت على نظرية تحليل الأطر الإعلامية، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. موقع الكرامة برس كان أكثر المواقع الإلكترونية تغطية للمفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية بنسبة (40%).

ب. تصدر فن الخبر على حساب الفنون الأخرى في عرض موضوعات ملف المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية بنسبة (74%).

ت. المواقع الإلكترونية الفلسطينية عينة الدراسة تعاني ضعفًا شديدًا في استثمار التقنيات الإلكترونية التي تتيحها شبكة الإنترنت.

3. دراسة الشويحي (2016م)[2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات المواقع الإلكترونية في عرض أهم القضايا السياسية في مصر وضع الدستور الجديد وانتخابات الرئاسة بعد 30 يونيو، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفة، واستخدمت المنهج المسحي، وتحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات،

---

(1) البريم، معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية للمفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية: دراسة تحليلية.

(2) الشويحي، معالجة المواقع الإلكترونية للقوى السياسية الفاعلة في مصر للقضايا السياسية بعد 30 يونيو 2013م: دراسة تحليلية.

حيث طبقت على (موقع الوفد، موقع الأهالي، موقع الوسط)، في الفترة من 30 يونيو 2013م إلى 30 يونيو 2014م، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. اعتمدت مواقع الدراسة على الأنماط الإخبارية والتي تختلف من موقع لآخر، حيث كان اتجاههم نحو معالجة القضايا المثارة بفارق ذات دلالة إحصائية وفقًا للسياسة التحريرية وأيدولوجية كل موقع.

ب. موقع الوفد والأهالي استخدما أسلوب الموضوعية في المعالجة بنسبة (41%)، بينما الوسط استخدم أسلوب التحيز بنسبة (57%).

ت. هناك تقارب نسبي بين مواقع الدراسة في تأخير المادة الخبرية.

4. دراسة الشاعر (2016م)[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الإخبارية في معالجة الانتخابات الرئاسية المصرية بعد ثورة 25 يناير والكشف عن أبعاد هذه المعالجة وخصائصها، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة للدراسة، حيث طبقت على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من الجمهور المصري، في فترة ما بعد الانتخابات الرئاسية 2014م، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. حصلت متابعة الجمهور للانتخابات الرئاسية 2014م في المواقع الإخبارية وفقًا لسهولة الحصول على المعلومات المتعلقة بالمرشحين من خلالها بالمقدمة بنسبة (63%).

ب. المواقع الإخبارية التي حرص الجمهور على متابعتها كانت المواقع الإخبارية المصرية في المقدمة بنسبة (86%).

ت. المواقع الإخبارية المصرية التي تابعها الجمهور كانت موقع المصري اليوم في المقدمة بنسبة (54%).

5. دراسة محيسن (2015م)[2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على معالجة المواقع الرياضية لمظاهر التعصب الرياضي، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وتحليل المضمون كأداة

---

(1) الشاعر، معالجة المواقع الإخبارية لانتخابات الرئاسة المصرية بعد ثورة 25 يناير واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية.

(2) محيسن، معالجة المواقع الإلكترونية الرياضية العربية لمظاهر التعصب الرياضية: دراسة تحليلية.

لجمع المعلومات، حيث طبقت الدراسة على (موقع كورة، موقع ياللا كورة، موقع الأقصى سبورت)، في الفترة من 2015/1/1م حتى 2015/3/31م، ولم تعتمد على أي نظرية، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. أسهمت المواقع الرياضية بدور محدود في الحد من ظاهرة التعصب وشغب الجماهير.
ب. استخدمت المواقع الإلكترونية الرياضية الخدمات المتاحة لديها لجذب القراء والمتصفحين.
ت. عدم اهتمام المواقع الإلكترونية الرياضية بالفنون الصحفية والاقتصار في معظم تناولها لموضوعات التعصب الرياضي على الخبر الصحفي بنسبة (74%).

6. دراسة شاهين (2015م)[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة الصحافة الإلكترونية لصور المعارضة في المجتمع المصري وانعكاسها على اتجاهات الشباب الجامعي نحوها، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وتحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء كأداتين لجمع المعلومات، حيث طبقت الدراسة التحليلية على (مواقع الأهرام، موقع الوفد، موقع المصري اليوم)، وتمثلت العينة الميدانية على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من طلبة (جامعة عين شمس، جامعة القاهرة، جامعة طنطا، جامعة بنها)، في الفترة 2014/4/6م إلى 2014/6/5م، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. احتلت الحقائق مقدمة أسلوب المعالجة المستخدمة في الموضوعات السياسية بنسبة (54%).
ب. مواقع الدراسة تقوم بإمداد المبحوثين بالمعلومات عن اتجاهات الرأي العام حول صور المعارضة السياسية بنسبة (45%).
ت. مواقع الدراسة تسهم في تغطية صور المعارضة وتزويدهم بالمعلومات حول هذه الصور.

7. دارسة جراد (2013م)[2]:

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على دور الإعلام الإلكتروني الفلسطيني وتفسير الكيفية التي تعاملت بها تلك المواقع مع ملفات الانقسام الفلسطيني، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث

---

(1) شاهين، معالجة الصحافة الإلكترونية لصور المعارضة في المجتمع المصري وانعكاسها على اتجاهات الشباب الجامعي نحوها: دراسة تطبيقية.

(2) جراد، معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لحركتي فتح وحماس لأزمة الانقسام الفلسطيني: دراسة تحليلية.

الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وتحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات، حيث طبقت على عينة مقصودة تمثلت في (موقع حركة حماس، المركز الفلسطيني للإعلام، الموقع الرسمي لمفوضية التعبئة والتنظيم، موقع فلسطين برس)، في الفترة الزمنية 3/25 لغاية 2013/4/7م، واعتمدت على نظرية ترتيب الأولويات، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. المواقع الإلكترونية التابعة لحركتي فتح وحماس ساهمت بشكل سلبى في تأجيج الانقسام.
ب. المواقع الإلكترونية التابعة لحركتي فتح وحماس تفتقر في موادها الإعلامية إلى آليات وبرامج لتعزيز المصالحة الوطنية بنسبة (74%).
ت. المواقع الإلكترونية تتجه في موادها الإعلامية نحو تعزيز الفصائلية لدى أتباعها بنسبة (81%).

8. دراسة الأطرش (2012م)[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهجي المسحي والمقارن، وتحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات، حيث طُبقت على موقعي (الجزيرة نت، العربية نت)، في الفترة 2010/11/1م إلى2010/12/31م، ولم تعتمد الدراسة على أى نظرية،

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

أ. الاتجاه المتوازن هو الاتجاه السائد في معالجة قضايا الأقباط في مصر بنسبة (52%).
ب. تمكن كل من موقعي الدراسة من توظيف إمكانيات النشر الإلكتروني في عرض واقع الأقباط في مصر.
ت. التقرير الإخباري جاء في مقدمة الفنون الصحيفة المستخدمة لعرض قضايا الأقباط في موقعي الدراسة بنسبة (41%).

9. دراسة حسونة (2012م)[2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مواقف المواقع الإلكترونية للصحافة الفلسطينية اتجاه القضايا المنبثقة عن العلاقات الفلسطينية الإسرائيلية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث

---

(1) الأطرش، معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر: دراسة تحليلية مقارنة.
(2) حسونة، المعالجة الصحفية لقضايا العلاقات الفلسطينية الإسرائيلية في المواقع الإلكترونية للصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية.

الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وتحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات، حيث طبقت على (موقع الحياة الجديدة، فلسطين أون لاين، شبكة الميثاق الإعلامية)، واعتمدت على نظرية ترتيب الأولويات، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. هناك تفاوت في اهتمام مواقع الدراسة في طبيعة تناول القضايا المتعلقة بالعلاقات انطلاقًا من التوجه السياسي والأيدلوجي لمواقع الدراسة.

ب. غلب الإطار السياسي في الخطاب المدروس لمواقع الدراسة بنسبة (73%).

ت. العلاقات الفلسطينية الإسرائيلية لا تزال يغلب عليها طابع الصراع بنسبة (80%).

10. دراسة أبو معلا (2009م)[1]:

هدفت الدراسة إلى معرفة ورصد الكيفية التي عالجت بها المواقع الإخبارية الفلسطينية الأزمة الداخلية التي وقعت بعد فوز حركة حماس في الانتخابات التشريعية الفلسطينية عام 2006م، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وتحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات، حيث طبقت على (موقع وكالة معًا، موقع المركز الفلسطيني للإعلام، موقع الإعلام المركزي)، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. المواقع الإلكترونية لا تقتضي كتابة اسم الصحفي أو المراسل كمصدر للمادة الخبرية.

ب. سجل الاهتمام بالقضايا السياسية بنسبة (27%)، تلتها القضايا الحزبية، ثم القضايا الأمنية على حساب الاهتمام بالقضايا الأخرى.

ت. احتل أسلوب سرد المعلومات اهتمام مواقع الدراسة بنسبة (24%)، فيما انعدامت أساليب المعالجة التي تعتمد على النقاش وإثارة القضايا والتحليل والتفسير.

---

(1) أبو معلا، معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية للأزمات الداخلية: دراسة تحليلية مقارنة بالتطبيق على الأزمة الداخلية بعد الانتخابات التشريعية 2006.

المحور الثاني: الدراسات الخاصة بتناول قضايا الشباب في الإعلام

11. دراسة نجيب (2016م)[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على القضايا الشبابية التي تتصدر اهتمام برامج المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة وكيفية معالجتها، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهجي المسحي والمقارن، وتحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء الإلكترونية كأداتين لجمع المعلومات، حيث طبقت الدراسة التحليلية على (إذاعة الشباب والرياضة، إذاعة نجوم FM)، في الفترة من 2014/1/4م إلى2014/11/11م، والدراسة الميدانية على عينة عشوائية مقصودة من الشباب المصري المستخدم للإنترنت قوامها (100) مفردة، في الفترة 2015/5/10م إلى 2015/5/20م، واعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباعات، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. القضايا السياسية احتلت المرتبة الأولى في كلتا الإذاعتين بنسبة (43%).
ب. قضايا البطالة تصدرت قوائم القضايا الاقتصادية بنسبة (55%).
ت. وجود تنوع في أساليب المعالجة لقضايا الشباب في مواقع الدراسة حيث غلب أسلوب العرض والمناقشة على الأساليب الأخرى بنسبة (49%).

12. دراسة أبو ليلة (2016)[2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد شباب محافظات غزة على المواقع الفلسطينية الإلكترونية في تنمية وعيهم الأمني، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي الإعلامي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات، على عينة من الشباب الفلسطيني في محافظات غزة، قوامها (400) مبحوثًا، واعتمدت على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. موقع دنيا الوطن جاء في مقدمة المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها المبحوثون في تنمية وعيهم الأمني بنسبة (50%)، تلاه موقع وكالة معًا بنسبة (43%).
ب. قضية التخابر مع الاحتلال جاءت في مقدمة قضايا التوعية الأمنية التي يتابعها المبحوثون بنسبة (45%)، و(42%) يتابعون مسألة مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي.

---

(1) نجيب، قضايا الشباب كما تعكسها المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة: دراسة تحليلية وميدانية.
(2) أبو ليلة، اعتماد شباب محافظات غزة على المواقع الفلسطينية الإلكترونية في تنمية وعيهم الأمني.

13. دراسة أبو جبر (2015م)[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة القنوات التلفزيونية الفلسطينية لقضايا الشباب ودورها في تشكيل ومعارف الجمهور واتجاهاته نحوها، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهجين المسحي والمقارن، وتحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء كأداتين لجمع المعلومات، حيث طبقت الدراسة التحليلية على (فضائية فلسطين، وفضائية الأقصى، فضائية فلسطين اليوم)، في الفترة 2013/9/1م إلى 2014/9/1م، والدراسة الميدانية على عينة من الجمهور الفلسطيني قوامها(400) مفردة، واعتمدت على نظرية الأطر الخبرية، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. جاءت القضايا الثقافية والفكرية للشباب في الترتيب الأول في نتائج الدراسة التحليلية بنسبة (24%)، في حين تساوت قضايا الشباب الاقتصادية والسياسية في الترتيب الثاني.

ب. حصلت قناة فلسطين على الترتيب الأول في إشراك الشباب في معالجة القضية بنسبة (100%)، فيما جاءت قناة الأقصى في الترتيب الثاني (96%)، فيما جاءت قناة فلسطين اليوم في الترتيب الثالث بنسبة (86%).

14. دراسة بن ورقة (2015م)[2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على وسائل الإعلام العمومية الجزائرية في تناول وعرض قضايا الشباب، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء والملاحظة بالمشاركة كأداتين لجمع المعلومات، تمثلت في عينة عشوائية من شباب مدينة الجلفة قوامها (300) مفردة، في الفترة من شهر مايو إلى شهر يوليو 2015م، واعتمدت الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. يرى معظم أفراد العينة أن البرامج التلفزيونية لا تساعدهم في حل مشاكلهم بنسبة (65%).

ب. أن المواضيع التي تتناولها الجرائد عن الشباب غير كافية بنسبة (56%).

ت. أشار المبحوثون أن البرامج التلفزيونية لا تساعدهم في حل مشاكلهم بنسبة (65%).

---

(1) أبو جبر، معالجة القنوات التلفزيونية الفلسطينية لقضايا الشباب ودورها في تشكيل ومعارف الجمهور واتجاهاته نحوها: دراسة تحليلية وميدانية.

(2) ورقة، دور وسائل الإعلام العمومية الجزائرية في تناول قضايا الشباب: دراسة ميدانية.

15. دراسة جبريل (2015)[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيب أولويات الشباب الفلسطيني نحو قضايا الأسرى، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء وتحليل المضمون كأداتين لجمع المعلومات، تمثلت الدراسة الميدانية على عينة من طلبة الجامعات الفلسطينية الرئيسة في محافظات غزة (الجامعة الإسلامية، جامعة الأزهر، جامعة الأقصى) قوامها (400) مبحوث، تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية الطبقية، وشملت عينة الدراسة التحليلية (موقع معًا، موقع دنيا الوطن، موقع وكالة صفا)، تم اختيار العينة العمدية بأسلوب الحصر الشامل لكافة مواقع الدراسة، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. طلبة الجامعات يتابعون المواقع الإلكترونية الفلسطينية بنسبة (61%)، وكان سبب متابعتهم للمواقع أنها تطلعهم على تطورات الأحداث.

ب. جاءت قضايا الأسرى الأساسية الأكثر بروزًا في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية هي القضايا السياسية بنسبة (83%)، وكانت أهمها صفقات الأسرى بنسبة (83%)، ومن ثم جاءت القضايا الاجتماعية.

ت. أن ما نسبته (48%) من عينة الدراسة يرون أن للمواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية تأثيرًا على إلتفاف الشباب الجامعي حول قضايا الأسرى بدرجة كبيرة جدًا.

16. دراسة سكيك (2014م)[2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بقضاياه الوطنية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وتحليل المضمون والاستقصاء الإلكترونية والمقابلة كأدوات لجمع المعلومات، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في شبكتي (القدس الإخبارية، غزة الآن) على شبكة الفيس بوك، في الفترة من 2013/6/1م حتى 2013/8/31م، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في (426) شابًا وشابة فلسطينية، واعتمدت على نظرية الاستخدامات والاشباعات، **وتوصلت الدراسة لعدة**

---

(1) جبريل، دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيب أولويات الشباب الفلسطيني نحو قضايا الأسرى: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة.

(2) سكيك، دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بقضاياه الوطنية: دراسة تحليلية وميدانية.

نتائج، من أهمها:

أ. احتلت قضية الأسرى في سجون الاحتلال الإسرائيلي المرتبة الأولى في القضايا المنشورة على شبكة الفيس بوك بنسبة (45%)، تلاها بفارق كبير قضية القدس بنسبة (23%)، ثم قضية الاستيطان بنسبة (18%)، ثم قضية اللاجئين بنسبة (8%).

ب. تتصدر الأخبار المتعلقة بالقضايا الوطنية صفحات شبكات التواصل الاجتماعي الفلسطينية حيث حصلت ما نسبته (96%)، تلاها بفارق ضعيف جدًا تناول القضايا بشكل غير إخباري بنسبة (1%).

ت. حصلت شبكة الفيس بوك على المرتبة الأولى كأكثر الشبكات التي يستخدمها المبحوثون للتوعية بالقضايا الوطنية الفلسطينية بنسبة (93%)، تلاها بفارق كبير تويتر بنسبة (49%)، تلاها الشبكات الأخرى بنسبة (35%).

17. دراسة لبد (2014)[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو دور المواقع الإلكترونية في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا المحلية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء المقننة والمقابلة كأدوات لجمع المعلومات، وتمثلت العينة العشوائية الطبقية بطلبة جامعات (الإسلامية، الأزهر، الأقصى)، واعتمدت على نظرية ترتيب الأولويات، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. بلغت نسبة الذين يتابعون المواقع الإلكترونية الفلسطينية من عينة الدراسة (95%)، وما نسبته (5%) لا يتابعونها.

ب. مضمون المواقع الإلكترونية يلبي حاجات وإمكانيات الشباب الجامعي بوزن نسبي متوسط بلغ مقداره (65%).

ت. المواقع الإلكترونية الفلسطينية تسهم بشكل ضعيف في توجيه الشباب الفلسطيني للعمل بالوسائل المتوفرة لمواجهه البطالة وعدد من مشكلات المجتمع.

---

(1) لبد، اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو دور المواقع الإلكترونية في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا المحلية: دراسة ميدانية.

18. دراسة السروجي (2014م)[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أي مدى تتفق أولويات الصحف الإلكترونية مع أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وتحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء كأداتين لجمع المعلومات، حيث طبقت الدراسة التحليلية على (موقع بوابة مصراوي، موقع بص وطل، جريدة البشاير، جريدة اليوم السابع)، في الفترة 2010/9/1م إلى 2011/4/30م، وتمثلت الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها(300) مفردة من طلبة الكليات والشباب العاملين في قطاعات مختلفة من خلال الإنترنت، واعتمدت على نظرية ترتيب الأولويات، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. جاءت القضايا السياسية في مقدمة اهتمامات الصحف الإلكترونية بنسبة (34%)، يليها القضايا الاقتصادية بنسبة (13%)، ثم القضايا الاجتماعية بنسبة (12%).

ب. احتلت قضايا البطالة والفقر ترتيب أولويات الصحف الإلكترونية بنسبة (22%)، تلتها المشاركة السياسية بنسبة (19%).

ت. يرجع أسباب تصفح الشباب للصحف الإلكترونية في أنها تمد القارئ بأهم وأحدث الأخبار بشكل فوري بنسبة (70%)، ثم مناقشة الصحف الموضوعات التي تشكل اهتمام الشباب بنسبة (36%).

19. دراسة علي (2014م)[2]:

هدفت الدراسة إلى رصد الآثار الايجابية والسلبية للمواقع المرتبطة بالزواج والأسرة وأثرها على الشباب الجامعي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات، على عينة قوامها (400) مفردة من (جامعة عين شمس، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا، النقل البحري)، في الفترة من شهر مايو 2012م إلى شهر سبتمبر 2012م، واعتمدت على نظرية الاستخدامات والاشباعات، **وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج، من أهمها:**

أ. مواقع الزواج زادت من صعوبة الزواج بنسبة (77%)، بينما (27%) قالوا ساعدت في حل مشاكل الزواج.

---

(1) السروجي، الصحافة الإلكترونية وترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية: دراسة تحليلية وميدانية.

(2) علي، الشباب وقضايا الزواج والأسرة في مواقع الإنترنت: دراسة ميدانية.

ب. أهم دوافع استخدام مواقع الزواج جاءت للتسلية والترفيه في المرتبة الأولى بنسبة (52%).
ت. الإناث أكثر استخدامًا لمواقع الزواج من الذكور بنسبة (66%).

20. دراسة العوض (2013م)[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا الشباب الجامعي، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهجي المسحي والمقارن، وصحيفة الاستقصاء والمقابلة والملاحظة العلمية كأدوات لجمع المعلومات، على عينة قوامها (400) مفردة من الشباب في الجامعات السودانية، في الفترة من يناير 2013م إلى ديسمبر 2013م، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. ضعف تناول مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الشباب الجامعي.
ب. مواقع التواصل الاجتماعي تمثل أفضلية أولى لدى الشباب لمتابعة قضاياهم المختلفة بنسبة (68%).
ت. احتلت قضية استكمال الدراسة الجامعية نسبة (30%)، تلتها قضية العمل بنسبة (24%) أهم القضايا التي تشغل بال الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي.

21. دراسة كتاكت (2013م)[2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم قضايا الشباب الجامعي الاجتماعية وترتيب هذه الصحف لقضايا الشباب من حيث أولوياتها وأهميتها بالنسبة لكل صحيفة تبعًا لسياستها التحريرية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهجي المسحي والمقارن، وتحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء كأداتين لجمع المعلومات، حيث طبقت الدراسة التحليلية على مواقع صحف (الأهرام، الوفد، المصري اليوم)، في الفترة من 2010/1/1م إلى 2010/3/31م، والدراسة الميدانية تمثلت في عينة قوامها (400) مفردة من طلاب وطالبات (جامعة 6 أكتوبر، الأزهر، طنطا، القاهرة)، واعتمدت على نظرية ترتيب الأولويات، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

---

(1) العوض، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي: دراسة تطبيقية.
(2) كتاكت، معالجة الصحف الإلكترونية لقضايا الشباب الاجتماعية في ضوء نظرية ترتيب الأولويات: دراسة تطبيقية مقارنة.

أ. حصلت قضية الفساد على الترتيب الأول بنسبة (30%)، يليه العنف بنسبة (28%)، ثم البطالة (12%).

ب. جاءت البطالة في المرتبة الأولى بالنسبة لترتيب أجندة الشباب، وفقًا لنوع التعليم العلمي والأدبي.

ت. الصحافة الإلكترونية تسهم في التأثير على سلوكيات الشباب الجامعي، وتعديل سلوكهم نحو الأفضل.

22. دراسة علاونة، ونجادات (2011م)[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو معالجة الصحف الأردنية اليومية لقضايا الشباب، وخاصة قضايا البطالة والزواج والعنف والمشاركة السياسية والهجرة الخارجية والرياضة، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات، لعينة عشوائية بسيطة قوامها (511) مفردة للطلبة في جامعة اليرموك من العام الدراسي 2010/2009م، واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. الصحف الأردنية تولي الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية اهتمامًا أكبر من موضوعات قضايا الشباب، حيث (51%) من الشباب يرون أن المساحات التي تخصصها الصحف للشباب غير كافية.

ب. أغلب الشباب الجامعي استفادوا من المعلومات التي تخص الشباب والتي تنشرها الصحف الأردنية اليومية.

ت. يرى الشباب الأردني أن الصحف الأردنية اليومية تولي قضية الرياضة أهمية أكثر من غيرها بنسبة (27%)، تلتها قضية الزواج، ثم البطالة، فالعنف بين الشباب، ومن ثم الهجرة الخارجية، وفي المرتبة الأخيرة قضية المشاركة السياسية.

---

(1) علاونة، نجادات، قضايا الشباب في الصحف الأردنية اليومية من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك: دراسة ميدانية.

23. دراسة Sorin (2007)[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الموضوعات التي تعالج قضايا الشباب في الانتخابات العامة، واختيار طرق التعرف على قضايا الشباب السياسية وتفسير سلوكيات الشباب الانتخابية خلال فترة الانتخابات الأمريكية في عام 2004م، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وتحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات، حيث طبقت على صحيفة Grand Forks Herald (North Dakota), Star (Minnesota) and New York Times)، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. النظام السياسي الأمريكي والسياسيين أنفسهم مسؤولون عن عدم مشاركة الشباب في الانتخابات الأمريكية بشكل فاعل.

ب. الشباب الأمريكي قد انخرط في الانتخابات الأمريكية التي جرت عام 2004م أكثر من المرات السابقة، ولكنهم ما زالوا حتى الآن غير فاعلين تمامًا كما يجب أن يكون.

ت. وسائل الإعلام والسياسيين والخبراء في المجالات الانتخابية أعطوا اهتمامًا أكثر للشباب في هذه الانتخابات، ومع ذلك ما زالت الانطباعات عن الشباب سلبية ولا يسمح لها بالتعبير عن نفسها من خلال المنابر الإعلامية والسياسية المختلفة.

24. دراسة أبو ستة (2007م)[2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة الصحف المصرية لقضية الانتماء الحزبي للشباب وموقف الشباب منها، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وتحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء كأداتين لجمع المعلومات، حيث طبقت الدراسة التحليلية على صحف (أخبار اليوم، الميدان، مايو. الوفد)، خلال الفترة من يناير إلى ديسمبر 2005م، وتمثلت الدراسة الميدانية على عينة طبقية قوامها (420) مفردة من طلبة جامعة (عين شمس)، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. المعالجة الإخبارية جاءت في مقدمة المعالجات المستخدمة في موضوعات الانتماء الحزبي.

---

(1) Sorin. Media Coverage of Youth in The 2004 Presidential Primaries and Election.

(2) أبو ستة، معالجة الصحف المصرية لقضية الانتماء الحزبي للشباب وموقفهم منها: دراسة تطبيقية.

ب. احتلت موضوعات النشاط الخارجي للأحزاب المرتبة الأولي في صحف الدراسة بنسبة (46%).

ت. اهتمام صحيفة مايو بموضوعات الانتماء الحزبي من حيث المساحة عن باقي الصحف.

25. دراسة الأحمدي (2006م)[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على آراء الطلبة الجامعيين السعوديين وتقويمهم لمعالجة الصحافة السعودية لقضايا الشباب السعودي، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات، حيث طبقت على عينة عشوائية قوامها (600) مفردة من جامعتي (أم القرى، الملك بن عبد العزيز)، خلال الفصل الدراسي 2006/2005م، واعتمدت على نظرية ترتيب الأولويات، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. (41%) من المبحوثين غير راضين عن مناقشة قضايا الشباب في الجرائد السعودية.

ب. القضايا المرتبطة بما يجري داخل الوطن تصدرت قائمة القضايا بنسبة (42%).

ت. استفاد المبحوثون من المعالجات الصحفية لقضايا الشباب التي طرحتها الجرائد بنسبة (46%)، بينما (40%) لم يستفيدوا من تلك المعالجات.

26. دراسة شتلة (2006م)[2]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام ومعالجة صحف إقليم الدلتا بقضايا الشباب المصري، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهجي المسحي والمقارن، وتحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات، حيث طبقت على (صحيفة كفر الشيخ، وفد الدلتا، أخبار الدقهلية، المنوفية، أخبار دمياط)، خلال الفترة من 2001 إلى 2004م، **وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:**

أ. اهتمت صحيفة كفر الشيخ والمنوفية بقضايا الشباب وكانت أكثر حرصًا في معالجتها.

ب. نوعت الصحف الإقليمية في فنون التحرير الصحفي، إلا أنها اعتمدت بشكل أكبر على الخبر بنسبة (55%)، ثم المقال بنسبة (23%).

ت. اعتمدت الصحف على المحرر في المعالجة بنسبة (60%).

---

(1) الأحمدي، استطلاع آراء الطلبة الجامعيين في معالجة الصحافة اليومية السعودية لقضايا الشباب.

(2) شتلة، معالجة الصحافة الإقليمية لبعض قضايا الشباب المصري: دراسة تحليلية.

التعليق على الدراسات السابقة:

يلاحظ الباحث من خلال استعراض الدراسات السابقة أن هذه الدراسة تتشابه مع بعضها في بعض النقاط، وتختلف في نقاط أخرى، ونفصل ذلك فيما يأتي:

أ. **من حيث الموضوع:** تختلف هذه الدراسة عن جميع الدراسات السابقة في الموضوع، حيث إنها بحثت عن كيفية معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب، وهو ما لم تطرحه أي من الدراسات السابقة التي تم تناولها، وإن كانت بعض الدراسات السابقة تناولت قضايا الشباب لكن من جوانب مختلفة.

ب. **من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم:** جميع الدراسات السابقة تنتمي للبحوث الوصفية كما هذه الدراسة، واعتمدت هذه الدراسة على منهجين، هما: المنهج المسحي ومنهج العلاقات المتبادلة، ويتشابه ذلك مع أغلب الدراسات السابقة حيث استخدمت المنهج المسحي.

ت. **من حيث الأدوات المستخدمة:** استخدم الباحث في دراسته أداتين، هما: تحليل المضمون والمقابلة، وقد اعتمد عدد كبير من الدراسات السابقة على أداة تحليل المضمون، وبعضها عزز أداة تحليل المضمون بأخرى كأداة الاستقصاء مثل: دراسة (الشاعر 2016م)، ودراسة (شاهين 2015م)، ودراسة (نجيب 2016م)، ودراسة (كتاكت 2013م)، ودراسة (أبو ستة 2007م)، في حين استخدمت عدد من الدراسات أداة صحيفة الاستقصاء مثل: دراسة (علي 2014م)، ودراسة (علاونة ونجادات 2011م)، ودراسة (الأحمدي 2006م)، ودراسة (جبريل 2015م)، ودراسة (سكيك 2014م)، في حين دراسة (بن ورقة 2015م)، استخدمت أداتين الاستقصاء والملاحظة بالمشاركة، ودراسة (العوض 2013م)، استخدمت أدوات الاستقصاء والمقابلة والملاحظة العلمية، بينما دراسة (لبد 2014م)، استخدمت الاستقصاء والمقابلة.

ث. **من حيث النظرية المستخدمة:** استخدم الباحث في دراسته نظرية ترتيب الأولويات "وضع الأجندة"، وقد اعتمدت عليها أغلب الدراسات السابقة ما عدا دراسة (البريم 2016م)، ودراسة (أبو جبر 2016م)، استخدمتا نظرية تحليل الأطر الخبرية، ودراسة (علي 2014م)، ودراسة (سكيك 2014م)، استخدمتا نظرية الاستخدامات والاشباعات، في حين دراسة (علاونة ونجادات 2011م)، استخدمت نظريتين الاستخدامات والاشباعات والاعتماد على وسائل الإعلام، بينما دراسة (أبو ليلة 2016م)، استخدمت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

ج. **من حيث مجتمع الدراسة وعينتها:** أجريت الدراسة على المواقع الإخبارية الفلسطينية كما هو حاصل في هذه الدراسات، وهي: دراسة (الشريف 2017م)، ودراسة (البريم 2016م)، ودراسة (محيسن 2015م)، ودراسة (جبريل 2015م)، ودراسة (جراد 2013م)، ودراسة (حسونة 2012م)، ودراسة (أبو معلا 2009م)، وكانت بعض الدراسات قد أجريت دراستها على مواقع عربية، وهي: دراسة (الشويحي 2016م)، ودراسة (الأطرش 2012م)، ودراسة (السروجي 2014م)، أما دراسة (Sorin 2007م)، ودراسة (أبو ستة 2007م)، ودراسة (شتلة 2006م)، كان مجتمع الدراسة الصحف، في حين دراسة (نجيب 2016م)، كان المجتمع من الإذاعات، ودراسة (أبو جبر 2015م)، كان المجتمع من القنوات التلفزيونية، ودراسة (أبو ليلة 2016م)، كان المجتمع من الشباب، في حين دراسة (سكيك 2014م)، كان مجتمع الدراسة من شبكات التواصل الاجتماعي.

أما بالنسبة لعينة الدراسة الحالية حيث أنها استهدفت المواقع الإخبارية الفلسطينية (دنيا الوطن، وكالة معًا، وكالة صفا، وكالة سما)، أما الدراسات السابقة استهدفت مواقع عربية ومواقع فلسطينية أخرى.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحث من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة في تحديد مسار بحثه، وهي على النحو الآتي:

1. تدعيم مشكلة وأهداف الدراسة وبلورتها.
2. تعزيز الجوانب المنهجية وتحديد التساؤلات وفئات التحليل وبناء استمارة تحليل المضمون.
3. معرفة أهم القضايا التي تهم الشباب على مختلف الدراسات المحلية والعربية والدولية والاستفادة منها في تحديد قضايا الشباب في فلسطين، والتي تشبه مثيلاتها في الدول الأخرى، مع إضافة القضايا التي تنفرد بها فلسطين نتيجة للاحتلال وممارساته.
4. الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة ومقارنتها مع النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة.

ثانيًا/ الاستدلال على المشكلة:

استدل الباحث على المشكلة من خلال متابعة مجموعة من المواقع الإخبارية الفلسطينية المرخصة والبالغ عددها (34) موقعًا[1]، حيث لاحظ أن هناك تباينًا في اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية بقضايا الشباب، الأمر الذي دفعه لدراسة هذا الموضوع.

وقد أجرى الباحث دراسة استكشافية للوقوف على جوانب المشكلة وأبعادها على عينة عمدية من المواقع الإخبارية الفلسطينية، وهي: (موقع دنيا الوطن، موقع وكالة معًا، موقع وكالة صفا، موقع وكالة سما الإخبارية)، تم اختيارهم بناًء على اهتمامهم بتناول قضايا الشباب، ووفقًا لموضوع الدراسة وما يخدم أهدافها أثناء الفترة التي أجريت خلالها الدراسة، وهي ما بين 2017/3/15م إلى 2017/3/30م، بواقع أسبوعين، **وكانت أهم نتائج هذه الدراسة كالآتي:**

1. بلغ عدد الموضوعات المتعلقة بقضايا الشباب (70) موضوعًا، وهي موزعة كالآتي: (30%) موقع دنيا الوطن، (27%) موقع وكالة معًا، (23%) موقع وكالة صفا، (20%) موقع وكالة سما.
2. جاءت قضية "البطالة" بنسبة (44%) في مقدمة القضايا التي تناولتها مواقع الدراسة، تلتها قضية "المشاركة السياسية" بنسبة (20%)، ثم قضية "الابداع والابتكار" في المرتبة الثالثة بنسبة (18%)، ثم جاءت قضية "التعليم" في المرتبة الرابعة بنسبة (10%)، وأخيرًا جاءت قضايا "أخرى" بنسبة (6%).
3. جاء "الخبر" بنسبة (57%) مقدمة الأشكال الصحفية المستخدمة لعرض موضوعات الشباب في مواقع الدراسة، ثم "المقال" في المرتبة الثانية بنسبة (23%)، وجاء "التقرير" في المرتبة الثالثة بنسبة (17%)، ثم جاء "الحديث" في المرتبة الرابعة بنسبة (3%)، وأما "التحقيق" فلم يحظى بأي اهتمام.
4. جاء "مجهول المصدر" في مقدمة المصادر التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة بنسبة (56%)، ثم "كاتب مقال" في المرتبة الثانية بنسبة (23%)، وجاء "المراسل" في المرتبة الثالثة بنسبة (13%)، وجاءت "وكالات الأنباء" في المرتبة الأخيرة بنسبة (8%).

---

(1) أجرى الباحث مقابلات مع:

أ. معروف، مدير المكتب الإعلامي الحكومي بغزة، إبراهيم المزيني (مقابلة شخصية: بتاريخ 2017/3/1م).

ب. عدوان، مدير عام الترخيص بوزارة الإعلام برام الله، إبراهيم المزيني (اتصال شخصي: بتاريخ 2017/3/1م).

5. احتل أسلوب "عرض معلومات" المرتبة الأولى من ضمن أساليب المعالجة المتبعة في عرض موضوعات قضايا الشباب في مواقع الدراسة بنسبة (69%)، ثم "آراء ومقترحات" بنسبة (20%)، ومن ثم "الحقائق" بنسبة (7%)، وأخيرًا "طرح الحلول" بنسبة (4%).
6. استخدمت مواقع الدراسة الوسائط المتعددة بنسب متفاوتة حيث استخدمت "الصورة" بنسبة (50%)، "الفيديو" بنسبة (25%)، "النصوص الفائقة" بنسبة (25%)، "الصوت والفلاش والرسوم والأشكال الجرافيكية"، لم تستخدم في عرض قضايا الشباب في مواقع الدراسة.
7. بالنسبة للعناصر التفاعلية والخدمات المساعدة التي تقدمها مواقع الدراسة جاءت "مشاركة الموضوع بمواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة (27%)، "مشاركة الموضوع بتطبيقات الهاتف المحمول" بنسبة (10%)، "تقييم الموضوع" بنسب (13%)، "لتعليق على الموضوع" بنسبة (13%)، بينما احتلت "طباعة الموضوع وحفظ الموضوع" بنسبة (27%)، "تكبير وتصغير حجم النص" بنسبة (5%)، "إرسال لصديق" بنسبة (5%).

مما سبق تبلور عند الباحث الإحساس بالمشكلة التي تمثلت في التعرف على كيفية معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب.

ثالثًا/ مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في التعرف على كيفية معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب، ومعرفة مدى اهتمامها بها، ورصد القضايا والموضوعات التي أولتها اهتمامها، والتعرف على أساليب طرحها ومصادرها، والأشكال الصحفية التي استخدمت في تقديمها، مع عرض الوسائط المتعددة والعناصر التفاعلية المصاحبة لإبراز المواد الإعلامية المنشورة، وتوضيح جوانب الاتفاق والاختلاف في معالجة قضايا الشباب بين مواقع الدراسة.

رابعًا/ أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة في الجوانب الآتية:

1. قلة عدد الدراسات التي تناولت المواقع الإلكترونية وقضايا الشباب، علمًا أن العديد من الدراسات التي تناولت مواضيع الشباب هي دراسات اجتماعية ونفسية وتربوية.
2. أهمية فئة الشباب ودورها الكبير في المجتمع الفلسطيني، إذ تعد هذه الفئة الشريحة الأوسع في الهرم السكاني الفلسطيني.
3. أهمية المواقع الإخبارية وتأثيرها على الشباب.

خامسًا/ أهداف الدراسة:

يتحدد الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على كيفية معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية الآتية:

1. الكشف عن مدى اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية بقضايا الشباب.
2. رصد القضايا والموضوعات الشبابية التي أولتها مواقع الدراسة اهتمامها.
3. عرض الأساليب الإعلامية المتبعة في طرح قضايا الشباب في مواقع الدراسة.
4. تحديد مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في معالجة قضايا الشباب.
5. معرفة الأشكال الصحفية المستخدمة في مواقع الدراسة لمعالجة قضايا الشباب.
6. عرض الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية المنشور في مواقع الدراسة لإبراز قضايا الشباب.
7. التعرف على عناصر التفاعلية والخدمات المساعدة التي قدمتها مواقع الدراسة في عرض قضايا الشباب.
8. الوقوف على أوجه الشبه والاختلاف في معالجة مواقع الدراسة لقضايا الشباب.

سادسًا/ تساؤلات الدراسة:

1. ما القضايا والموضوعات الشبابية التي أولتها المواقع الإخبارية الفلسطينية اهتمامها؟
2. ما الأساليب الإعلامية المتبعة في طرح قضايا الشباب في مواقع الدراسة؟
3. ما مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في معالجة قضايا الشباب؟
4. ما نطاق التغطية الجغرافية في المواد الإعلامية الخاصة بقضايا الشباب في مواقع الدراسة؟
5. ما الأشكال الصحفية المستخدمة في معالجة مواقع الدراسة لقضايا الشباب ؟
6. ما الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية المنشورة في مواقع الدراسة لإبراز قضايا الشباب؟
7. ما العناصر التفاعلية والخدمات المساعدة التي قدمتها مواقع الدراسة في عرض قضايا الشباب؟
8. ما أوجه الشبه والاختلاف في معالجة قضايا الشباب بين مواقع الدراسة؟

سابعًا/ الإطار النظري للدراسة:

تضمن هذا الإطار النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة، وهي نظرية ترتيب الأولويات "وضع الأجندة"، وفما يلي عرض مختصر للنظرية وكيفية توظيفها بالدراسة.

أصبح لزامًا أن تقوم الصحف ووسائل الإعلام بتنظيم نشر المواد الإخبارية والقضايا والموضوعات الصحفية في ترتيب يشير إلى أهمية هذه المواد وعلاقتها ببعضها، وتتبنى الوسيلة الإعلامية هذا الترتيب بحيث يعبر عن سياستها واتجاهها من المواد المنشورة أو المذاعة، وهذه العملية يطلق عليها ترتيب أولويات الاهتمام للوسيلة الإعلامية وتحديدها Agenda Setting تتم بناًء على قدرات عديدة تتأثر بالسياسات العامة والسياسات التحريرية والنظم الفنية والإنتاجية، وغير ذلك[1].

وتؤكد النظرية على وجود علاقة إيجابية بين ترتيب أولويات الوسيلة الإعلامية وأولويات اهتمامات الجمهور، مما يجعل تلك القضايا في مقدمة اهتمامات الجمهور نتيجة لقراءته الصحيفة، وهكذا بالنسبة لباقي وسائل الإعلام[2].

أهم سمات نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة):

إن أهم ما يميز النظرية العلمية هو قدرتها المستمرة على توليد تساؤلات بحثية جديرة بالبحث واستكشاف مجالات وطرق بحثية جديدة، ومن هذا المنطلق تميزت نظرية ترتيب الألويات (وضع الأجندة) بثلاث سمات، وهي على النحو الآتي[3]:

1. النمو المستمر والمنتظم للدراسات التطبيقية في مجال وضع الأجندة منذ أن بدأ الاهتمام بها وحتى اليوم.
2. قدرتها على تحقيق التكامل بين عدد من المجالات البحثية الفرعية للاتصال الجماهيري تحت مظلة وضع الأجندة.
3. قدرتها على توليد قضايا بحثية وأساليب منهجية تتنوع بتنوع المتغيرات الاتصالية.

---

(1) عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ص341).

(2) حجاب، نظريات الاتصال (ص310).

(3) حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام (ص181).

الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية:

على الرغم من تعدد البحوث التي تمت لاختبار فروض النظرية والتوسع فيها خلال السبعينيات والثمانينيات؛ إلا أنها ما زالت تتعرض للعديد من صور النقد لبعض جوانبها[1].

ففي رأي "جريفين" أنه على الرغم من أن "ماكومبس وشو" اعتبرا أن وظيفة الأجندة حقيقية قائمة؛ فإن البحوث التالية خلال العقدين السابقين أثبتت أنها نتيجة محتملة وليست مؤكدة، وبالتالي يعتبر سابقًا لأوانه القول بأن وظيفة الأجندة الإعلامية هي ترتيب أولويات الاهتمام بالنسبة للجمهور أو ترتيب أجندة الجمهور[2].

إيجابيات النظرية:

اعتبر العلماء أن نظرية الأجندة من النظريات المتعلقة بجمهور وسائل الإعلام أي أنها ترتبط بسلوك فئة من الجمهور كطلبة المدارس، أي أنها تحاول وتركز بالذات على السؤال التالي: لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام؟ أي ما هو الهدف الذي تريد تحقيقه؟ إن نظرية الأجندة تمكن من معرفة طلبة الجامعات الحصول على المعلومات من الإنترنت، وتساعد على زيادة المعلومات العلمية والإعلامية، والإسهام في عمليات البحث العلمي لاحتوائها على كثير من المعلومات والمعارف المتنوعة مما يجعل الجمهور يعتمد على الإنترنت كليًا أو جزئيًا[3].

توظيف النظرية في الدراسة:

تعد نظرية ترتيب الأولويات "وضع الأجندة" من أفضل النظريات التي مكنت الباحث من دراسة معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب، وذلك للمبررات الآتية:

1. تحديد قضايا الشباب الملحة كون النظرية توضح أن القضايا الملموسة الملحة يتم إدراكها بصورة أكبر مقابل القضايا المجردة التي لا يمكن إدراكها بسهولة.
2. توظيف العوامل المؤثرة في وضع الأجندة مثل: طبيعة القضايا ونوعها، وكذلك صياغة أهداف وتساؤلات الدراسة وتفسيرها عبر تحليل المضمون.

---

(1) عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ص350).

(2) المرجع السابق (ص353).

(3) المشاقبة، نظريات الإعلام (ص94).

3. دراسة المضمون الاتصالي بعد نشره في المواقع الإخبارية الفلسطينية من خلال استخدام أداة تحليل المضمون لمعرفة أسلوب المعالجة الإعلامية لقضايا الشباب من حيث تحديد المصادر والأساليب المتبعة والأشكال الصحفية المستخدمة والوسائط المتعددة والعناصر التفاعلية المصاحبة.

ثامنًا/ نوع الدراسة ومناهجها وأداتيها:

1. نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات دقيقة عنها[1].

2. مناهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على منهجين للإجابة على تساؤلاتها، وهما:

أ. منهج الدراسات المسحية:

ويعد من أهم المناهج التي تعتمد عليها البحوث الوصفية، لكونه جهدًا علميًا منظمًا يساعد على وصف الظاهرة والحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر وتقديم صورة واقعة أو أقرب مما يكون من الواقعية على الظاهرة موضع الدراسة[2].

واستخدم الباحث منهج المسح للتعرف على مدى اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية بقضايا الشباب، وفي إطارة استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون، لأنه الأسلوب الأنسب لتحقيق أهداف الدراسة وتقديم وصف موضوعي منظم لما قدمته المواقع الإخبارية الفلسطينية عن قضايا الشباب.

ب. منهج دراسة العلاقات المتبادلة:

يسعى هذا المنهج إلى دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها بهدف التعرُّف

---

(1) حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام (ص131).
(2) المرجع السابق (ص155).

على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة والوصول إلى خلاصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الاتجاه الايجابي[1].

وفي إطار هذا المنهج استخدم الباحث أسلوب المقارنة المنهجية وهي أداةٌ من أدوات الاستقراء في الدراسات التحليلية أو الميدانية، والمقارنة ببن المجموعات أو الجماعات داخل المجتمع الواحد، مثل المقارنة ببن نتائج تحليل المحتوى سواء عبر الزمن أو عبر الفئات المختلفة لأوعية التحليل: صحف أو قنوات وغيرها، أو ضرورة المقارنة للاستدلال على الاتفاق أو الاختلاف في أنماط السلوك أو التعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها[2].

وخدمت المقارنة المنهجية الباحث في الاستدلال على أوجه الاتفاق والاختلاف ببن المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة في تناولها لقضايا الشباب كل موقع على حدة.

3. أداتي الدراسة:

استعان الباحث بأداتين في جمع المعلومات والبيانات من المصادر المختلفة، وهي:

أ. استمارة تحليل المضمون:

وهي من الأدوات البحثية التي يكثر استخدامها لفهم طبيعة الرسائل الإعلامية؛ فأسلوب تحليل المضمون يهدف إلى الوصف الكمي المنظم للمحتوى الظاهري للمادة الإعلامية[3]، حيث أعد الباحث استمارة تحليل المضمون وقام بتحديد الفئات التي تهدف إلى الإجابة عن الأسئلة التي طرحتها الدراسة، بهدف تحليل عينة الدراسة واستخراج النتائج بأعلى نسبة من الموضوعية والشمول، وتشمل الفئات التالية:

أولًا: فئات المضمون (ماذا قيل؟):

وهي الفئات التي تتعلق بوصف المضمون المقدم لتصنيفه وتحليله للوقوف على الدلالات المتصلة بأهداف الدراسة، وقد قسم الباحث فئات المضمون إلى ما يأتي:

---

(1) حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام(ص160).

(2) عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (ص178).

(3) حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام (ص223).

1. فئة مجالات قضايا الشباب:

ويقصد بها مختلف مجالات قضايا الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

1/1 القضايا السياسية: وهي تلك القضايا التي تتعلق بالبعد السياسي في تناولها موضوعات الشباب، وتشمل: المشاركة السياسية، الاحتلال، الانقسام الداخلي، المصالحة، الحصار، حرية التنقل والسفر، التحرر الوطني، التخابر.

2/1 القضايا الاجتماعية: وهي القضايا التي تركز على الواقع الاجتماعي في تناول موضوعات الشباب، وتشمل: الإدمان، العنف والجريمة، الزواج، الهجرة والاغتراب.

3/1 القضايا الاقتصادية: وهي القضايا التي تأخذ الطابع الاقتصادي في تناول موضوعات الشباب، مثل: البطالة والفقر، العمل، غلاء المعيشة، القروض والمشاريع.

4/1 القضايا التعليمية: وهي القضايا التي تتعلق بالعملية التعليمية الخاصة بالشباب، مثل: التعليم الجامعي، التعليم المهني والتقني، المنح الدراسية، التدريب، العمل التطوعي، الرسوم الجامعية.

5/1 القضايا الصحية: وهي القضايا التي تأخذ الطابع الصحي عند تناول موضوعات الشباب، وتشمل: الخدمات الصحية المقدمة، الاحباط والاكتئاب.

6/1 القضايا الرياضية: وهي القضايا ذات الطابع الرياضي عند تناول الموضوعات الخاصة بالشباب، وتشمل: التعصب والشغب الكروي، المسابقات والأنشطة.

7/1 القضايا الدينية: وهي القضايا التي تأخذ طابعًا دينيًا في تناول موضوعات الشباب، مثل: الانحراف والتطرف، الانتحار.

8/1 القضايا الثقافية: وهي القضايا التي تركز على الجانب الثقافي في تغطية الموضوعات الخاصة بالشباب، مثل: التبادل الثقافي، الإبداع والابتكار.

9/1 القضايا التكنولوجية: وهي القضايا التي تتناول الجوانب المتعلقة بالتكنولوجيا، مثل: الجرائم والمخاطر الإلكترونية.

10/1 قضايا أخرى: وهي القضايا التي تحدثت في جوانب مختلفة عن الشباب غير التي سبق ذكرها.

2. فئة الموضوعات:

وهي الفئة الأكثر استخدامًا في دراسات تحليل المضمون وتعني الموضوعات المتصلة بالشباب التي تناولتها مواقع الدراسة، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

أ. الموضوعات السياسية:

أ/1 المشاركة السياسية: وهي الموضوعات المتعلقة بممارسة حق الشباب بالمشاركة السياسية الفاعلة في الوطن ودوره في عملية التغير وصنع القرار.

أ/2 الاحتلال: وهي الموضوعات التي تناولت الممارسات والإجراءات التعسفية والقمعية من قبل الاحتلال اتجاه الشباب الفلسطيني ومنعهم من ممارسة حقوقهم وواجباتهم.

أ/3 التخابر: وهي الموضوعات التي تتعلق بالتوعية الأمنية ورفع مستوى الوعي والادراك عند الشباب نظرًا لخطورة هذه القضية.

أ/4 الانقسام الداخلي: وهي الموضوعات التي تتعلق بأثر الانقسام الفلسطيني الداخلي بين فتح وحمارس وانعكاسه على قضايا الشباب وحرمانهم من أبسط حقوقهم الطبيعية.

أ/5 المصالحة: وهي الموضوعات التي تتعلق بدور الشباب في دعم عملية المصالحة الفلسطينية وتعزيز الوحدة الوطنية والدفع قدمًا نحو تحقيقها.

أ/6 الحصار: وهي الموضوعات التي تناولت تأثير الحصار الذي يفرضه الجانب الإسرائيلي على الشباب ومعيقاته اتجاه تحقيق آمالهم وتطلعاتهم.

أ/7 التحرر الوطني(المقاومة): وهي الموضوعات التي تناولت مساهمة الشباب في مقاومة الاحتلال.

أ/8 حرية التنقل والسفر: هي الموضوعات التي تناولت مشاكل السفر والمعابر في قطاع غزة سواء من الجابين المصري أو الإسرائيلي وتأثيرها على الشباب، وكذلك حرمان الشباب الفلسطيني من حرية التنقل بين الضفة وغزة بسب القيود المفروضة من قبل الاحتلال.

ب. الموضوعات الاجتماعية:

ب/1 الإدمان: وهي الموضوعات التي تناولت مشاكل الإدمان عند الشباب كالدخان والمخدرات وغيرها ومدى خطورتها اتجاههم والعمل على كيفية مواجهتها والتخلص منها بأفضل الطرق.

ب/2 العنف والجريمة: وهي الموضوعات التي تناولت ظاهرة العنف والجريمة عند الشباب وعوامل الخطر التي تحيط بها من تفكك أسري واجتماعي.

ب/3 الزواج: وهي الموضوعات التي تناولت قضية الزواج بالنسبة للشباب من تأخر سن الزواج أو الزواج المبكر أو العنوسة بالنسبة للفتيات وهي في الحقيقة مشاكل كبيرة متشابكة وأساسها اقتصادي وتربوي واجتماعي.

ب/4 الهجرة والاغتراب: وهي الموضوعات التي تناولت الهجرة والاغتراب لدى الشباب الفلسطيني للبحث عن فرص وآفاق جديدة تحقق تطلعاته في بناء مستقبل مشرق، نظرًا للظروف المعيشية الصعبة التي يعيشها.

ت. الموضوعات الاقتصادية:

ت/1 البطالة والفقر: وهي الموضوعات التي تناولت ارتفاع معدلات البطالة ونسبة الفقر بين صفوف الشباب نتيجة قلة فرص العمل وندرة التوظيف.

ت/2 العمل: وهي الموضوعات التي تناولت حقوق الشباب في ممارسة عملهم وكذلك توفير فرصة عمل لديهم مقابل أجر مادي مما يعزز عملية الاستقرار والازدهار في المجتمع.

ت/3 غلاء المعيشة: وهي الموضوعات التي تناولت تكاليف الحياة وارتفاع الأسعار والمتطلبات الحياتية عند الشباب.

ت/4 قروض ومشاريع: وهي الموضوعات التي تناول إقبال الشباب على القروض من أجل تنفيذ المشاريع الريادية الخاصة لديهم.

ث. الموضوعات التعليمية:

ث/1 التعليم الجامعي: وهي الموضوعات التي تناولت حق الشباب في استكمال تعليمهم الجامعي بعد نجاهم في الثانوية سواء في التحاقهم بالجامعات أو الكليات.

ث/2 التعليم المهني والتقني: وهي الموضوعات التي تناولت توجه الشباب نحو التعليم المهني والتقني لما لهذا القطاع من أهمية كبيرة في التخفيف من معدلات البطالة وتنمية الاقتصاد الوطني.

ث/3 المنح الدراسية: وهي الموضوعات التي تناولت فرص حصول الشباب على منح دراسية سواء كانت منح داخلية أو خارجية.

ث/4 التدريب والتأهيل: وهي الموضوعات التي تناولت تأهيل وتدريب الشباب لسوق العمل وصقل مواهبهم وقدراتهم الشخصية.

ث/5 العمل التطوعي: وهي الموضوعات التي تتعلق بقيام الشباب بالعمل التطوعي من أجل تنمية مهاراتهم وقدراتهم وخدمة المجتمع.

ث/6 الرسوم الجامعية: وهي الموضوعات التي تناولت ارتفاع الرسوم الدراسية لطلبة الجامعات وسبل تأمينها وتسديدها.

ج. الموضوعات الصحية:

ج/1 الخدمات الصحية المقدمة: وهي الموضوعات التي تناولت احتياجات الشباب من الخدمات والسلع الصحية والتأمين الصحي وتوفير سبل الرعاية الصحية الشاملة لهم في أفضل جودة ممكنه.

ج/2 الإحباط والاكتئاب: وهي الموضوعات تناولت مشكلات الاكتئاب وحالات الاحباط والتشاؤم والتذمر وفقدان الأمل عند الشباب نتيجة ظروف الحياة التي يمرون بها.

ح. الموضوعات الرياضية:

ح/1 التعصب والشغب الكروي: وهي الموضوعات التي تناولت مظاهر التعصب الرياضي عند الشباب في تشجيع الفرق والمنتخبات وانعكاساتها السلبية على تصرفاتهم وسلوكياتهم الخاطئة.

ح/2 مسابقات وأنشطة: وهي الموضوعات التي تتناول فعاليات عدة كالمسابقات والتدريب من أجل دعم وتعزيز الحركة الرياضية الفلسطينية وصقل المواهب الشابة.

خ. الموضوعات الدينية:

خ/1 الانحراف والتطرف: وهي الموضوعات التي تناولت مظاهر التعصب الديني وحالات التطرف والتشدد والتكفير بين الشباب وانخراطهم في تيارات ومنظمات متشددة.

خ/2 الانتحار: وهي الموضوعات التي تناولت ظاهرة الانتحار والتخلص من الحياة عند الشباب نتيجة الظروف المعيشية الصعبة.

د. الموضوعات الثقافية:

د/1 التبادل الثقافي: وهي الموضوعات التي تناولت البعد الثقافي عند الشباب مع نظرائهم الآخرين من خلال تبادل الأفكار والآراء والسلوك وغيرها، وأثرها على الهوية الثقافية للشباب.

د/2 الإبداع والابتكار: وهي الموضوعات التي تناولت الابتكارات والمبادرات العلمية وتنمية الأفكار نحو الابداع من تجارب واختراعات عند الشباب وتعزيزها.

ذ. الموضوعات التكنولوجية: وهي الموضوعات التي تناولت الجرائم المخاطر الإلكترونية وعمليات الابتزاز الإلكتروني التي قد يتعرض لها الشباب نتيجة الاستخدام السلبي لها.

ر. **موضوعات أخرى:** وهي الموضوعات التي تحدثت في جوانب مختلفة عن الشباب غير التي سبق ذكرها مثل: الرواتب والفساد والعنصرية والحياة العاطفية وغيرها.

3. فئة الأساليب المتبعة:

وهي الطرق والوسائل التي اتبعتها مواقع الدراسة في تقديم مضمون المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا الشباب، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

1/3 أسلوب سرد المعلومات: وهو الذي يعتمد على سرد المعلومات والبيانات الرئيسة دون الاعتماد على الأرقام والاحصائيات ويأخذ الطابع الخبري في عرض المادة الإعلامية.

2/3 الأسلوب الإحصائي: وهو الذي يتناول الأرقام والإحصائيات المختلفة في عرض المادة الإعلامية.

3/3 أسلوب الحقائق: وهو الاعتماد على الشواهد والبراهين والأدلة والبيانات في نقل المعلومات خلال تقديم المادة الإعلامية.

4/3 الأسلوب النقدي: وهو عرض المادة الإعلامية على شكل انتقادات موجهه لسياسة أو حزب أو فكر معين بغرض تقويم الخطأ.

5/3 أسلوب الآراء والمقترحات: وهو عرض المادة الإعلامية على التوجيهات المباشرة للجمهور لإمداده بالآراء والمقترحات حول القضية المطروحة.

6/3 الأسلوب التحليلي (التناقشي): وهو عرض الأفكار على القارئ وإثارة القضية وتحليل الموقف وتفسيره من خلال المادة الإعلامية المطروحة.

7/3 أسلوب طرح الحلول: وهو أسلوب يقوم بتقديم الحلول في سياق عرض المادة الإعلامية المنشورة.

8/3 أساليب أخرى: وهي أساليب اتبعت جوانب مختلفة في تقديم مضمون المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا الشباب غير التي سبق ذكرها.

4. فئة مصادر المعلومات:

ويقصد بها الجهة الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في الحصول على المعلومات المتصلة بقضايا الشباب، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

أ. **مصادر داخلية:** وهي المصادر التي تكون خاصة بالموقع الإخباري ويقتصر عملها وخدماتها للموقع دون سواه، وتشمل الفئات الفرعية التالية:

أ/1 المراسل: وهو الصحفي الذي يعمل لدى الموقع الإخباري سواء كان داخل الدولة التي يوجد فيها الموقع أو دولة أخرى.

أ/2 المندوب: وهو الصحفي الذي يعينه الموقع أو يخصصه لمتابعة الأحداث في قطاع معين أو هيئة داخل نفس المدينة التي يوجد بها الموقع.

ب. مصادر خارجية: وهي وسائل عامة لا تقصر خدماتها على جهة معينه وبإمكان أي وسيلة إعلامية تأخذ منها، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

ب/1 وكالات الأنباء: وهي مؤسسات إعلامية تقدم خدمات إخبارية من خلال تجميع الأخبار وتغطية الأحداث بالصوت والكلمة والصورة، وتوفر خدماتها الإخبارية الى مختلف الوسائل الإعلامية، وتنقسم إلى:

أ. **وكالات الأنباء المحلية:** وهي تهتم بتغطية الأخبار المحلية في مختلف أنحاء البلاد وغالبًا ما تكون تابعة للجهات الرسمية في الدولة.

ب. **وكالات الأنباء العربية:** وهي تقوم بتغطية الأحداث على المحيط العربي أو الإقليمي.

ت. وكالات الأنباء العالمية: وهي تقوم بتغطية الأحداث في العالم بشبكة واسعة من المراسلين والمكاتب.

ب/2 الصحف والمجلات: وهي المعلومات التي تنشرها الصحف والمجلات بمختلف أنواعها عن قضايا وموضوعات الشباب.

ب/3 الإذاعة والتلفزيون: وهي المعلومات التي تنشرها محطات الإذاعة والتلفزة بمختلف أنواعها عن قضايا وموضوعات الشباب.

ب/4 شبكة الإنترنت: وهي المعلومات التي يمكن الحصول عليها من خلال الشبكة العنكبوتية أو ما يعرف باسم (الإنترنت)، وتنقسم الى:

أ. **مواقع إخبارية:** ويقصد بها المواقع الإلكترونية الإخبارية العامة تهتم بتقديم الخدمات الإخبارية.

ب. **الشبكات الاجتماعية:** وهي مواقع إلكترونية تمكن مستخدمها مشاركة الأفكار والمعلومات وجاءت لتحقيق غايات التواصل والتفاعل بين مستخدمي الإنترنت مثل الفيس بوك وتويتر واليوتيوب[1].

ب/5 كاتب مقال: وهي المادة الإعلامية التي تعرض عن طريق كاتب مقال في سياق تخصصه واهتماماته، وينقسم الى:

أ. **كاتب خاص:** وهو كاتب المقال الصحفي الذي يكتب لدى موقع محدد بشكل دوري.

ب. **كاتب عام:** وهو كاتب يكتب لعدة مواقع وليس بالضرورة أن يكتب لموقع محدد.

ب/6 مصادر متعددة: وهي المصادر المتعددة للمعلومة، أي حصول المعلومات من أكثر من مصدر.

ب/7 دون مصدر (مجهولة): وهي المادة الإعلامية مجهولة المصدر أو دون ذكر اسم المصدر سوى (اسم الموقع).

ب/ 8 أخرى: وهي مصادر إعلامية أخرى غير التي سبق ذكرها.

---

(1) المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين (ص13).

5. فئة النطاقات الجغرافية للتغطية:

ويقصد بها المنطقة الجغرافية التي تناولت قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة، وتشمل النطاقات الآتية:

1/5 قطاع غزة: وهي تلك الموضوعات التي تناولتها مواقع الدراسة بالمعالجة الواقعة في نطاق المحافظات الجنوبية وتضم 5 محافظات هي (الشمال، غزة، الوسطى، خان يونس، رفح).

2/5 الضفة الغربية: وهي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة الواقعة في جميع المحافظات الشمالية، وتضم 10 محافظات هي (الخليل، رام الله، طولكرم، قلقيلية، نابلس، جنين، طوباس، سلفيت، بيت لحم، أريحا).

3/5 القدس المحتلة*: وهي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة الواقعة في القدس المحتلة.

4/5 الأراضي المحتلة عام 1948م: وهي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة في جميع المناطق الواقعة تحت الاحتلال الإسرائيلي منذ عام 1948م.

5/5 العربي: ويقصد بها تناول مواقع الدراسة لقضايا الشباب الفلسطيني في كل منطقة واقعة في إقليم الدول العربية.

6/5 الدولي: ويقصد بها تناول مواقع الدراسة لقضايا الشباب الفلسطيني في جميع المناطق المختلفة في العالم ما عدا فلسطين والدول العربية.

---

* يذكر هنا أن فصل القدس عن الضفة من باب التخصيص وليس من باب الفصل السياسي.

ثانياً: فئات الشكل (كيف قيل؟):

وهي الفئات التي تتعلق بوصف الشكل الذي قدمت من خلاله المادة الإعلامية التي تم تحليلها بالمعالجة والتفسير، وقسم الباحث فئات الشكل إلى فئات فرعية، وهي:

1. فئة الأشكال الصحفية:

وتختص هذه الفئة بالأشكال الصحفية المستخدمة في تقديم المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا الشباب، وهي:

1/1 الخبر الصحفي: وهو "وسيلة لنقل المعلومات والحقائق الجديدة وآنية الحدوث وينقل بطريقة واقعية وموضوعية تتعلق بالواقع الذي يعيشه الأفراد ويهتم بقراءته أعداد كبيرة من الجماهير"[1].

2/1 التقرير الصحفي: وهو "فن يقع ما بين الخبر والتحقيق الصحفي، يقدم مجموعة من المعلومات حول الوقائع في سيرها ولا يستوعب الجوانب الجوهرية أو الرئيسة في الحدث فحسب بل يمكنه استيعاب وصف الزمان والمكان والأشخاص والظروف التي ترتبط بالحدث"[2].

3/1 التحقيق الصحفي: وهو "فن يقوم على خبر أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات ومعلومات وأراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها للوصول إلى الحل الذي يراه صالحًا لعلاج المشكلة أو القضية التي يطرحها التحقيق الصحفي"[3].

4/1 الحديث الصحفي: وهو "فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات يستهدف الحصول على المعلومات والأخبار أو شرح وجهة نظر معينة أو تصور جوانب غريبة أو مسلية في حياة هذه الشخصية"[4].

---

(1) إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق (ص55).

(2) أبو زيد، فن الكتابة الصحفية (ص193).

(3) المرجع السابق (ص135).

(4) عوض الله، الأسس الفنية للحديث الصحفي (ص9).

5/1 المقال الصحفي: وهو "أحد الأشكال الصحفية التي تستخدم في التعبير عن رأي أو فكرة أو قضية، وإبداء رأي محرره أو كاتبه أو رأي الصحيفة فيها، مشكلًا الأساس المهم في اتجاهات الرأي العام نحو القضايا التي تطرحها الصحيفة من تفسير وشرح وتحليل"[1].

6/1 أخرى: وهي أشكال صحفية أخرى غير التي سبق ذكرها.

2. فئة الوسائط المتعددة:

وهي نسيج من العناصر التي تستخدم لتدعيم وإبراز الموضوعات الخاصة بالشباب في مواقع الدراسة، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

1/2 الصورة: وتعني مصاحبة صورة أو مجموعة صور مع المادة الإعلامية المنشورة على سبيل التأكيد والتوضيح وجذب القراء، وتشمل:

أ. **الصورة الشخصية:** وهي صورة لشخص معين تنشر مع حديث أو خبر عنه للدلالة.
ب. **الصورة الخبرية:** وهي الصورة التي تستخدم لوقوع حدث في زمن معين ومكان معين.
ت. **صورة توضحيه:** وهي صورة تعبيرية تتعلق بالموضوع وتبينه، وذلك عند عدم توفر صورة تغطي الحدث.
ث. **الصورة الأرشيفية:** وهي صورة قديمة التقطت لحدث معين يتم عرضها عند قدوم حدث مشابه لها في حال عدم توفر صورة جديدة.
ج. **بدون صورة:** وتعني عدم إرفاق أي صورة للموضوع المنشور.

2/2 الصوت: ويعني إرفاق ملف صوتي مع المادة الإعلامية المنشورة.

3/2 الفيديو: ويقصد بها إرفاق فيديو لتدعيم المادة الإعلامية المنشورة وقد يكون مصاحب للمادة وقد يكون مستقلًا.

4/2 النص المتشعب: وهي عملية إحالة المتصفح مجرد النقر على النص الى صفحة أخرى قد تكون داخل الموقع ذاته الذي يتصفحه المستخدم وقد يكون موقع أخر خارجي يتضمن زيادة في المعلومات والبيانات.

---

(1) عبد المجيد وعلم الدين، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات (ص78).

5/2 الرسومات: وتعني استخدام الرسوم البيانية والخرائط من أجل توضيح بعض الأرقام والاحصاءات والمعلومات.

6/2 الأشكال الجرافيكية: ويعني أي رسومات أو تصاميم تتضمن معلومات أو إحصائيات في تناول قضايا الشباب يجعل هذه المعلومات سهلة الفهم لدى القارئ بصورة أسهل وأسرع.

7/2 أخرى: وهي وسائط أخرى غير التي سبق ذكرها.

3. فئة العناصر التفاعلية والخدمات المساعدة:

وهي كافة الأدوات والإمكانات التي تقدمها مواقع الدراسة الى مستخدميها لتسهيل عرض ونشر المواد الإعلامية عبرها، وتندرج تحت هذه الفئة الفئات الفرعية الآتية:

أ. العناصر التفاعلية:

وهي خاصية تفاعلية تسهل عملية النشر والمشاركة للمادة الإعلامية بما يحقق التفاعل والانتشار، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

أ/1 الربط بشبكات التواصل الاجتماعي: ويقصد بها إتاحة المجال للمتصفح بمشاركة المواد الإعلامية الخاصة بقضايا الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، مثل: الفيس بوك وتويتر وغيرها.

أ/2 الربط بتطبيقات الهاتف المحمول: ويقصد بها إتاحة المجال للمتصفح بمشاركة المواد الإعلامية الخاصة بالشباب على تطبيقات الهاتف المحمول مثل: الواتس أب والتلجرام وغيرها.

أ/3 الردود والتعليقات: وهي اتاحة المجال للمتصفح بإبداء الرأي والتعليق على المادة الإعلامية المنشورة.

أ/4 تقييم المادة الإعلامية: وهي خاصية تتيح للمتصفح عملية التقييم ومدى رضاه اتجاه المادة الإعلامية المنشورة.

أ/5 إرسال عبر البريد: وهي إرسال المادة الإعلامية للأصدقاء أو غيرهم عبر البريد.

أ/6 أخرى: وهي عناصر تفاعلية أخرى غير التي سبق ذكرها.

ب. الخدمات المساعدة:

وهي عبارة عن خدمات إلكترونية يقدمها الموقع الإخباري لمساعدة المستخدم في حفظ أو طباعة أو إرسال المادة الإعلامية، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

ب/1 طباعة المادة الإعلامية: وهي إتاحة المجال للمتصفح طباعة المادة الإعلامية والاحتفاظ بها ورقيًا.

ب/2 حفظ المادة الإعلامية: وهي إتاحة المجال للمتصفح حفظ المادة الإعلامية المنشورة على جهاز الحاسوب والعودة إليها دون الحاجة للاتصال بالإنترنت في أي وقت.

ب/3 تكبير وتصغير النص: وهي خدمة يقدمها الموقع لتكبير وتصغير نص المادة الإعلامية المنشورة لتسهيل عملية القراءة للمتصفح بشكل أوضح.

ب/4 نسخ المادة الإعلامية: وهي إتاحة خاصية نسخ المادة الإعلامية المنشورة من عدمه.

ب/5 الاستماع للنص: ويقصد بها إمكانية قراءة نص المادة الإعلامية المنشورة عبر الموقع من خلال نص صوتي تكون خاصة بذوي الإعاقة البصرية أو ضعفاء القراءة.

ب/6 أخرى: وهي خدمات مساعدة أخرى غير التي سبق ذكرها.

ب. المقابلة غير المقننة:

استخدم الباحث إلى جانب أداة تحليل المضمون المقابلات غير المقننة مع مختصين في قضايا الشباب، وهي المقابلات التي تتم بدون الإعداد المسبق للأسئلة بطريقة تفصيلية، وتترك فيها الحرية للمبحوث في الاسترسال في عرض خبراته وأفكاره ووجهات نظره[1]، للاستعانة بالمعلومات التي تم التوصل إليها في إثراء التحليل وتفسير بعض النتائج.

---

(1) حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام (ص200).

تاسعًا/ مجتمع الدراسة وعينتها:

1. مجتمع الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة من جميع المواقع الإخبارية الفلسطينية المرخصة لدى الجهات الإعلامية الرسمية في الضفة الغربية وقطاع غزة، وبلغ عددها (34) موقعًا إخباريًا، تمت الإشارة إليهم سابقًا في الدراسة الاستكشافية.

2. عينة الدراسة:

أ. عينة المواقع:

تتمثل العينة العمدية للدراسة في المواقع الإخبارية الفلسطينية الأربعة: (موقع دنيا الوطن، موقع وكالة معًا، موقع وكالة صفا، موقع وكالة سما الإخبارية).

مبررات اختيار عينة المواقع:

1. **الأكثر تناولًا لقضايا الشباب:** من خلال اطلاع الباحث على المواقع الإخبارية الفلسطينية لاحظ أن هناك اهتمامًا واضحًا من قبل هذه المواقع بتناول موضوعات قضايا الشباب.
2. **سعة الانتشار:** في زيارة لموقع أليكسا المختص بإحصائيات المواقع الإلكترونية ودرجة تفاعل الجمهور معها، لاحظ الباحث حصول المواقع عينة الدراسة على مراتب متقدمة من حيث التفاعل الجماهيري في فلسطين، كما تعد من أكبر المواقع الإخبارية الفلسطينية وتعمل على تحديث صفحاتها بشكل فورى ومنظم[1].
3. **الأرشيف والتبويب:** توفر مواقع الدراسة أرشيف مفتوح يمكن الرجوع إليه وإجراء الدراسة عليه خلال الفترة الزمنية للدراسة بشكل ميسر.
4. **الموقع الجغرافي:** تتوزع مواقع الدراسة في داخل فلسطين ما بين قطاع غزة والضفة الغربية، فالمقر الرئيس لوكالة دنيا الوطن ووكالة معًا في الضفة الغربية، فيما المقر الرئيس لوكالة صفا ووكالة سما الإخبارية في قطاع غزة.

---

(1) موقع أليكسا، تصنيف المواقع (موقع إلكتروني).

التعريف بمواقع الدراسة:

1. موقع دنيا الوطن:

تأسست دنيا الوطن عام 2003م كأول صحيفة إلكترونية فلسطينية تهتم بالشأن الفلسطيني وتواكب الأحداث المحلية والعربية والعالمية، واستطاعت دنيا الوطن منذ نشأتها الوصول إلى الصدارة من خلال تركيزها على القضايا التي تهم القارئ الفلسطيني وإتاحتها مساحة من الرأي والتعبير الحر في وقت تراجعت فيه الصحف الورقية وعجزت وسائل الإعلام الرسمية عن مجاراة اهتمام القارئ[1].

2. موقع وكالة معاً:

هي مؤسسة إعلامية غير ربحية تأسست عام 2002م بهدف تعزيز الإعلام المستقل في فلسطين وإقامة علاقات بين وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية، ومنذ ذلك الحين دأب الموقع على نشر الأخبار على مدار الساعة باللغتين العربية والإنجليزية، ويعد من أكثر المواقع الإلكترونية التي يزورها القراء في الأراضي الفلسطينية إذ يزيد عدد زوار الموقع ثلاثة ملايين شهريًا[2].

3. موقع وكالة صفا:

هي مؤسسة إعلامية فلسطينية تأسست عام 2009م تعنى بنشر الأخبار والأحداث الخاصة الفلسطينية وتغطيتها بشكل مباشر، ولدى وكالة "صفا" فريق عمل يضم نخبة من ذوي الكفاءات العالية الذين يجمعهم الفكر الإبداعي والفهم والخبرة الواسعة في صناعة الإعلام عبر ترسيخ معاني الوحدة الوطنية والحوار والاحترام المتبادل[3].

4. موقع وكالة سما الإخبارية:

هي وكالة أنباء فلسطينية مستقلة انطلق موقعها الإلكتروني إلى فضاءات الشبكة العنكبوتية 2005م وتصدر عن مؤسسة "براق" للإنتاج الإعلامي، وتهتم بالشأنين الفلسطيني والإسرائيلي والشؤون العربية والإسلامية والدولية مستهدفة فتح آفاق جديدة ومتعددة لفهم الظاهرة

---

(1) موقع وكالة دنيا الوطن، عن دنيا الوطن (موقع إلكتروني).

(2) موقع وكالة معًا الإخبارية، حول الموقع (موقع إلكتروني).

(3) موقع وكالة صفا، من نحن (موقع إلكتروني).

الإسرائيلية عبر رؤية تحليلية موضوعية، وتقدم للقارئ والباحث صورة حقيقية وشاملة عن الأوضاع والتفاعلات الإسرائيلية والفلسطينية المختلفة وتشابكاتها وتسلط الأضواء حول أهم القضايا والمتغيرات التي تعصف بالظاهرة الإسرائيلية وتأثيراتها الإقليمية والدولية[1].

ب. العينة الزمنية:

اختار الباحث عينة عمدية لكافة المواد الإعلامية الخاصة بقضايا الشباب المنشورة في مواقع الدراسة، خلال فترة 3 شهور بدأت من 2017/8/1م حتى 2017/10/31م، حيث قام بتحليل مضمون هذه الموضوعات بشكل يومي وبالرجوع إلى الأرشيف من خلال استمارة تحليل المضمون.

عاشرًا/ وحدات التحليل والقياس:

1. وحدات التحليل:

اعتمد الباحث في دراسته على الوحدات الآتية للتحليل:

أ. **وحدة الموضوع (الفكرة):** وهي عبارة عن جملة تتضمن الفكرة التي تدور حولها موضوع التحليل وتتكون عادة من جملة مختصرة تتضمن مجموعة من الأفكار التي يحتوي عليها موضوع التحليل[2]، وهي الموضوعات التي تناولت قضايا الشباب، وفي إطار الوحدة المذكورة استخدم الباحث وحدة الفكرة للتعرف على الموضوعات التي تضمنتها قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

ب. **الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية:** يقصد بها الوحدة الإعلامية المتكاملة التي يقوم الباحث بتحليلها[3]، وهي كافة المواد الإعلامية التي تناولت قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

2. **أسلوب العد والقياس:** هو نظام التسجيل الكمي المنتظم لوحدات المحتوى وفئاته ومتغيراته، ويمكن من خلاله إعادة بناء المحتوى في شكل أرقام تساعد على الوصول إلى نتائج كمية تسهم في التفسير وتحقيق أهداف الدراسة[4]، واستخدم الباحث التكرار كأسلوب للعد والقياس.

---

(1) موقع وكالة سما الإخبارية، من نحن (موقع إلكتروني).

(2) حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام (ص200).

(3) المرجع السابق (ص81).

(4) عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام (ص181).

حادي عشر/ إجراءات الصدق والثبات:

1. إجراءات الصدق:

هدفت إجراءات الصدق إلى التأكد من دقة عملية تحليل المعلومات والبيانات، ولتحقيق الصدق في أداة الدارسة قام الباحث بالإجراءات الآتية:

أ. التعريف الإجرائي الدقيق لفئات تحليل المضمون وتحديدها لضمان عدم وجود أي تداخل أو تضارب فيما بينها.

ب. تحديد وحدات التحليل والقياس التي تتلاءم مع طبيعة الدراسة بما يكفل تحقيق أهدافها وتساؤلاتها.

ت. تم إجراء دراسة قبلية لاستمارة تحليل المضمون على بعض المواد الإعلامية المنشورة في مواقع الدراسة، وبناء على الملاحظات تم التعديل بعض الفئات.

ث. تم عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين والخبراء المختصين بالشأن الصحفي وبقضايا الشباب(*)، لتقرير صلاحيتها وقياس ما هو مستهدف قياسه، وتم إجراء التعديلات عليها في ضوء ما أشار إليه المحكمين وبالتشاور مع المشرف.

***أسماء محكمي استمارة تحليل المضمون:**

1. الأستاذ الدكتور جواد الدلو أستاذ الصحافة والإعلام في الجامعة الإسلامية.
2. الأستاذ الدكتور شريف اللبان أستاذ الصحافة والإعلام في جامعة القاهرة.
3. الأستاذ الدكتور عبد الصبور فاضل أستاذ الصحافة والإعلام في جامعة الأزهر(مصر).
4. الدكتور طلعت عيسى أستاذ الصحافة المشارك في الجامعة الإسلامية.
5. الدكتور ماجد تربان أستاذ الإعلام المشارك في جامعة الأقصى.
6. الدكتور أحمد الترك أستاذ الصحافة المساعد في الجامعة الإسلامية.
7. الدكتور أحمد الشقاقي أستاذ الإعلام المساعد في جامعة الإسراء.
8. الدكتور عمرو أبو جبر أستاذ الإعلام المساعد في جامعة فلسطين.
9. الدكتور محمود خلوف أستاذ الإعلام المساعد في الجامعة الأمريكية (فلسطين).
10. الأستاذ محسن الإفرنجي أستاذ الصحافة المساعد في الجامعة الإسلامية.
11. الأستاذ سامي عكيلة مختص بقضايا الشباب.
12. الأستاذ صابر أبو الكاس ناشط شبابي.

2. إجراءات الثبات:

ويقصد به "التأكد من درجة الاتساق العالية للأداة بما يتيح قياس ما تقيسه من ظواهر بدرجة عالية من الدقة والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع المعلومات نفسها أو في قياس الظاهرات أو المتغيرات نفسها سواء من المبحوثين أنفسهم أو من مبحوثين آخرين وسواء استخدمها باحث واحد أو عدة باحثين في أوقات مختلفة"[1].

ولحساب درجة الثبات لهذه الدراسة قام الباحث بنفسه بإعادة تحليل مضمون عينة محددة من عينة الدراسة بلغ قوامها (70) موضوعًا إعلاميًا، بنسبة (10.9%) من إجمالي عينة الدراسة الأصلية، على النحو التالي (25 موضوع من دنيا الوطن، 20 من وكالة معًا، 15 من وكالة صفا، 10 من وكالة سما) وتم اختيارهم بطريقة العينية العشوائية، وذلك بعد مرور 15 يوم من انتهاء العينة الأصلية التي تم الانتهاء منها في تاريخ (20 نوفمبر 2017م)، وقد تم تطبيق طريقة "هولستي **Holsti**"، لحساب معامل الثبات.

أولًا/ موقع دنيا الوطن:

بلغ عدد القضايا التي خضعت للدراسة (70) قضية، موزعة كما يأتي:

القضايا السياسية (14)، القضايا الاقتصادية (13)، القضايا التعليمية (11)، القضايا الثقافية (9)، القضايا الاجتماعية (8)، القضايا الصحية (5)، القضايا الدينية (4)، القضايا التكنولوجية (3)، القضايا الرياضية (2)، القضايا الأخرى (1).

وفي إعادة الاختبار جاءت أيضًا (70) قضية، موزعة كما يأتي:

القضايا السياسية (13)، القضايا الاقتصادية (14)، القضايا التعليمية (10)، القضايا الثقافية (11)، القضايا الاجتماعية (7)، القضايا الصحية (4)، القضايا الدينية (5)، القضايا التكنولوجية (3)، القضايا الرياضية (2)، القضايا الأخرى (1).

حيث بينت النتائج وجود توافق بين التحليلين في القضايا العشرة بما مجموعه (66) قضية، وبالتعويض عن المعادلة الإحصائية المتعلقة بمعامل التوافق، وهي:

---

(1) حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام (ص309-310).

$$\text{معامل الثبات} = 2\times \frac{\text{عدد الوحدات المتفق عليها}}{\text{مجموع وحدات الترميز}}$$

$$\text{معامل الثبات} = 2\times \frac{66}{70+70} = \frac{132}{140}\times 100\% = 94.3\%$$

وبإتباع الأسلوب نفسه والخطوات ذاتها مع الفئات الأخرى، كانت النتائج كما يلي:

فئة الموضوعات= 91.3**%**، فئة الأساليب الإعلامية المتبعة= 95.2%، فئة مصادر المعلومات= 93.3%، فئة نطاق التغطية الجغرافية= 90**%**، فئة الأشكال الصحفية المستخدمة= 95.4%، فئة دورية تحديث الموقع= 100% ، فئة الوسائط المتعددة= 100%، فئة العناصر التفاعلية= 100%، فئة الخدمات المساعدة= 100%.

$$\text{وهذا يعني أن متوسط معامل الثبات في موقع دنيا الوطن} = \frac{\text{مجموع نسب الثبات في الفئات}}{\text{عددها}}$$

$$= \frac{100+100+100+100+95.4+90+93.3+95.2+91.3+88.5}{10} = 95.3\%$$

ثانيًا/ موقع وكالة معًا:

من خلال اتباع الأسلوب نفسه والخطوات نفسها التي تمت بالموقع السابق، جاء معامل الثبات لفئات التحليل في موقع وكالة معًا على النحو التالي:

فئة القضايا= 90.8%، فئة الموضوعات= 92.1%، فئة الأساليب الإعلامية المتبعة= 97.2%، فئة مصادر المعلومات= 90%، فئة نطاق التغطية الجغرافية= 95.6%، فئة الأشكال الصحفية المستخدمة= 92%، فئة دورية تحديث الموقع= 100%، فئة الوسائط المتعددة= 100%، فئة العناصر التفاعلية= 100%، فئة الخدمات المساعدة= 100%.

$$\text{متوسط الثبات في وكالة معًا} = \frac{100+100+100+100+92+95.6+90+97.2+92.1+90.8}{10} = 95.7\%$$

ثالثًا/ موقع وكالة صفا:

من خلال اتباع الأسلوب نفسه والخطوات نفسها التي تمت بالموقع السابق، جاء معامل الثبات لفئات التحليل في موقع وكالة صفا على النحو التالي:

فئة القضايا= 88%، فئة الموضوعات= 90.5%، فئة الأساليب الإعلامية المتبعة= 92.2%، فئة مصادر المعلومات= 94.1%، فئة نطاق التغطية الجغرافية= 89.9%، فئة الأشكال الصحفية المستخدمة= 93%، فئة دورية تحديث الموقع= 100%، فئة الوسائط المتعددة= 100%، فئة العناصر التفاعلية= 100%، فئة الخدمات المساعدة= 100%.

متوسط الثبات في وكالة صفا= $\frac{100+100+100+100+93+89.9+94.1+92.2+90.5+88}{10}$ =94.7%

رابعًا/ موقع وكالة سما الإخبارية:

من خلال اتباع الأسلوب نفسه والخطوات نفسها التي تمت بالموقع السابق، جاء معامل الثبات لفئات التحليل في موقع وكالة سما على النحو التالي:

فئة القضايا= 91.3%، فئة الموضوعات= 94%، فئة الأساليب الإعلامية المتبعة= 87.8%، فئة مصادر المعلومات= 95.6%، فئة نطاق التغطية الجغرافية= 92.6%، فئة الأشكال الصحفية المستخدمة= 96%، فئة دورية تحديث الموقع= 100%، فئة الوسائط المتعددة= 100%، فئة العناصر التفاعلية= 100%، فئة الخدمات المساعدة= 100%.

متوسط الثبات في وكالة سما= $\frac{100+100+100+100+96+92.6+95.6+87.8+94+91.3}{10}$ =95.7%

متوسط الثبات في موقع الدراسة= $\frac{\text{مجموع نسب الثبات}}{\text{عددها}}$

= $\frac{95.7+94.7+95.7+95.3}{4}$ = 95.3%

أي أن نسبة الثبات بين التحليل الأول وإعادة التحليل في الدراسة بلغت (95.3%)، وهي نسبة مرتفعة في البحوث الإعلامية.

ثاني عشر/ المفاهيم الأساسية للدراسة:

1. **المواقع الإخبارية الفلسطينية:** هي مواقع إخبارية على الإنترنت تطرح نفسها على الجمهور كمشروع إعلامي متكامل، لها هيئة تحرير وشبكة من المراسلين، ولديها سياسة إعلامية خاصة بها تنبثق من رؤية هيئة التحرير، ومنها على سبيل المثال: (موقع دنيا الوطن، موقع وكالة سما الإخبارية، موقع وكالة معًا، موقع وكالة صفا) ويمكن أن تقدم مادتها الإخبارية بأكثر من لغة.
2. **الشباب:** (ويسمى الشاب فتى والشابة فتاة) مصطلح يطلق على مرحلة عمرية هي ذروة القوة والحيوية والنشاط بين جميع مراحل العمر لدى البشر، وتختلف تلك المراحل العمرية لدى بقية الكائنات الأخرى، معدل النضج عند الفرد قد لا يتوافق مع عمرهم الزمني، والأفراد غير الناضجة يمكن أن تتواجد من جميع الأعمار، يطلق على الذكر: شاب، والجمع: شباب أو شبيبة، والأنثى: شابة، والجمع: شابات وشواب، وهم الشباب الذين سنهم وفق قانون الشباب الفلسطيني "ما بين الثامنة عشر والخامسة والثلاثين عام"[(1)].
3. **قضايا الشباب:** هي تلك القضايا التي تخص فئة الشباب وتشغل اهتماماته سواء كانت اقتصادية كالبطالة والفقر، وما يتولد عنها من مشكلات أخرى كالهجرة إلى الخارج، أو اجتماعية كإدمان المخدرات، والتدخين، وتأخر سن الزواج، أو ما يعرف "بالعنوسة"، وزيادة معدلات الطلاق، وانتشار العنف والجريمة، أو سياسية كإقصاء الشباب، وحرمانه من المشاركة السياسية...إلخ.

ثالث عشر/ تقسيم الدراسة:

تنقسم هذه الدراسة إلى أربع فصول، تضمن **الفصل الأول** منها الإطار العام للدراسة ويشمل: أهم الدراسات السابقة، مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها وتساؤلاتها، الإطار النظري للدراسة، نوع الدراسة ومناهجها وأداتيها، إجراءات الصدق والثبات، وحدات التحليل والقياس، المفاهيم الأساسية للدراسة.

---

(1) قانون الشباب الفلسطيني رقم (2) لسنة 2011م، الفصل الأول، تعريفات وأحكام عامة، المادة 1.

أما **الفصل الثاني** فهو بعنوان المواقع الإخبارية الفلسطينية وقضايا الشباب، وتضمن **ثلاث مباحث،** تناول **المبحث الأول** الصحافة الإلكترونية، ونتعرف من خلالها على مفهومها، نشأتها وتطورها، والتعرف على أنواعها، بينما **المبحث الثاني** تناول المواقع الإخبارية الفلسطينية: نشأتها، تطورها، مميزاتها، سماتها، أهدافها، وكذلك أهم معيقات العمل التي تواجهها وسبل تطويرها، أما **المبحث الثالث** يستعرض مفهوم الشباب وخصائصهم، ومن ثم يعرج على أهم القضايا والمشاكل التي يعاني منها الشباب، وكذلك تداعيات الواقع على الشباب، واختتم الفصل بمقترحات لتفعيل قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية.

أما **الفصل الثالث** تناول عرض نتائج الدراسة التحليلية، وتضمن **مبحثين،** تناول **المبحث الأول** السمات العامة لمضمون قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية، في حين **المبحث الثاني** تناول السمات العامة لشكل قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية.

أما **الفصل الرابع** ناقش نتائج الدراسة التحليلية، وتضمن **مبحثين،** تناول **المبحث الأول** مناقشة نتائج السمات العامة لمحتوى معالجة مواقع الدراسة لقضايا الشباب، في حين **المبحث الثاني** تناول مناقشة نتائج السمات العامة لشكل معالجة مواقع الدراسة لقضايا الشباب، **واختتم الفصل** بتوصيات الدراسة.

الفصل الثانـي

المواقع الإخباريـة الفلسطينيـة وقضايا الشباب

الفصل الثاني

المواقع الإخبارية الفلسطينية وقضايا الشباب

تمهيد:

عرفت فلسطين الصحافة الإلكترونية مبكرًا، إذا ما قورنت ببعض الدول العربية الشقيقة، وقد كان ذلك لأسباب من ضمنها توافر الخدمة المتطورة التي تقدمها شركات إسرائيلية كبرى متخصصة في هذا المجال، ومحاولة الفلسطينيين مواكبة دولة الاحتلال الإسرائيلي في استخدامها الشبكة لاعتقادهم بالدور الذي يمكن أن تلعبه الصحافة على الإنترنت في الصراع الإعلامي[1].

وعليه تناول هذا الفصل الإطار المعرفي للدراسة، وذلك من خلال **ثلاث مباحث:**

تناول **المبحث الأول:** الصحافة الإلكترونية، ونتعرف من خلالها على ماهية الصحافة الإلكترونية ومفهومها، ومن ثم التعرف على نشأتها وتطورها، والتعرف على أنواعها، وكذلك التعرف على سماتها وخصائصها.

أما **المبحث الثاني** تناول المواقع الإخبارية الفلسطينية: نشأتها، تطورها، مميزاتها، سماتها، أهدافها، وكذلك أهم معيقات العمل التي تواجهها.

أما **المبحث الثالث** يستعرض مفهوم الشباب وخصائصهم في فلسطين، ومن ثم يعرج على أهم القضايا والمشاكل التي يعاني منها الشباب، بالإضافة الى تداعيات الواقع على الشباب، واختتم الفصل بمقترحات لتفعيل قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية.

---

(1) أبو معلا، معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية للأزمات الداخلية (ص81).

المبحث الأول

الصحافة الإلكترونية

أولًا/ مفهوم الصحافة الإلكترونية:

بداية لا بد من توضيح أن مصطلح الصحافة الإلكترونية هو مصطلح حديث العقد وقد تعددت تعريفات الباحثين وأساتذة الإعلام لهذا المصطلح بسبب اختلاف السمات والوظائف الإعلامية بين أنماطها، وبحسب درجة استفادتها من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل: الأقمار الصناعية، الاتصالات الرقمية، الاتصالات السلكية واللاسلكية، الوسائط المتعددة[1].

ولو حاولنا وضع تعريف للصحافة الإلكترونية فيمكننا القول أنها "نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني، تستخدم فيه الفنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافًا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من تفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني"[2].

وعلى الرغم من الأوجه المتنوعة للصحافة الإلكترونية إلا أنها تحمل قدرًا من الاختلافات في التوجه والانتماء تشكل ظاهرة واحدة يفترض أن تسير وفق مسار أو منهج واحد في العمل بغض النظر عما إذا كان من يقوم بهذا النشاط مؤسسات صحفية أو محررون محترفون وذلك لأن مسارها نابع من طبيعة الإنترنت وما تتيحه هذه الشبكة من إمكانيات[3].

ثانيًا/ نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية:

ظهرت الصحافة الإلكترونية وتطورت نتيجة شبكة الإنترنت العالمية التي جاءت ومزجت بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة تكنولوجيا الحاسبات بما يعرف بالتقنية الرقمية، حيث سيطرت على الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية، وبدأت ترتبط من خلال شبكة الحاسوب بشبكات البث الإعلامي الدولي، ولم تمضِ على ظهور الإنترنت سنوات

---

(1) حمد، مطالعات في الإعلام (ص15).
(2) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص99).
(3) سليمان، الصحافة الإلكترونية (ص12).

حتى امتلأت الشبكة الدولية بمواقع تعتبر نسخًا إلكترونية لصحف ورقية تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية[1].

ونشأت الصحافة الإلكترونية في منتصف عام 1970م عبر تقنية (التليتكست والفيديوتكس) في مؤسستين إعلاميتين بريطانيتين هما القناة الرابعة البريطانية "IBA" وهيئة الإذاعة البريطانية"BBC" لكن لم تلق الاهتمام المطلوب إلا في حلول عام 1980م، حيث بدأ ظهور الصحافة الإلكترونية في شكلها الجديد استجابة للتغيرات التي شهدتها بيئة الاتصال الجماهيري بظهور شبكة الإنترنت، حيث تكون لهذه الشبكة قاعدة كبيرة من الجماهير من جميع فئات المجتمع[2].

وهناك عدد من التجارب للنشر الإلكتروني للصحف، بدأت في حقبة التسعينيات من القرن الماضي، وبرغم عدم القدرة على التحديد الدقيق لتاريخ نشوء أول صحيفة إلكترونية، لكن يمكن القول إن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية هي أول صحيفة إلكترونية في العالم تنشر إلكترونياً بالكامل على شبكة (الإنترنت) عام 1990م.

ثم توالى بعد ذلك إنشاء الصحف الإلكترونية في العالم، وخاصة في أمريكا، ففي عام 1992م أَنشأت "شيكاغو أونلاين" أول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أونلاين[3].

وبحسبِ رأي أكاديميين، فإن موقع الصحافة الإلكترونية الأول على الإنترنت هو موقع "بالو ألتو أونلاين"Palo Alto"، الذي انطلق عام 1993م في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا، ثم ألحق به موقع آخر في 19 يناير 1994م هو "ألتو بالو ويكلى"، لتصبح الصحيفة الأُولى التي تنشر بانتظام على الشبكة[4].

وتعد صحيفة "واشنطن بوست" الأمريكية هي أول صحيفة تنفذ مشروعًا إلكترونيًا صحفيًا على الإنترنت، وكان هذا المشروع بداية لظهور جيل جديد من الصحف الإلكترونية لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته الواسعة في التوزيع عبر دول العالم[5].

---

(1) بخيت، الإنترنت وسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية (ص25).
(2) بال، إيميري، الإرسال المعلوماتي المرئي، وسائط الإعلام الجديدة، الفيديو تكس (ص7).
(3) جاب الله، الهوية الثقافية العربية من خلال الصحف الإلكترونية (ص15).
(4) اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة (ص25).
(5) شفيق، الإعلام الإلكتروني (ص49).

وعربيًا أصدرت أول صحيفة عربية نسختها الإلكترونية عام 1995م، وهي صحيفة "الشرق الأوسط" وتزامن معها إصدار صحيفة "النهار اللبنانية" عام 1996م، وبعدها تعددت المواقع التي تحمل أسماء صحف عربية كثيرة.

وأصدرت نسخ إلكترونية لصحف ليس لها نسخ ورقية أو غير مطبوعة كان أحدها صحيفة "إيلاف" التي صدرت في لندن عام 2007م، كما صدرت في عام 2008م صحيفة إلكترونية عربية في لندن بأربع لغات مختلفة وهي صحيفة "الهدهد"[1].

ويشير بعض المؤرخين والباحثين أن الصحافة الإلكترونية شهدت ازدهارًا كبيرًا بعد الحادي عشر من سبتمبر، الذي استفاق العالم فيه على وقع حدث مهول في أمريكا، إذ استطاعت الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية الإلكترونية أن تنقل بالكلمة والصوت والصورة ذلك الحدث التاريخي بدقة وكفاءة نادرة، بينما تعثرت بعض الصحف والفضائيات التقليدية[2].

ثالثًا/ أنواع مواقع الصحافة الإلكترونية:

اختلفت توصيفات الباحثين لأنواع المواقع الإلكترونية ونتيجة لذلك ظهرت العديد من التصنيفات حيث قسم الباحثون المواقع الإلكترونية وفق عدة اعتبارات مهنية وفنية، وفي هذا السياق يمكن تقسيم المواقع الإلكترونية المنشورة على شبكة الإنترنت إلى عدة أنواع من حيث المحتوى والشكل الذي تقدم به إلى:

1. مواقع تتضمن نسخًا إلكترونية من الصحافة المطبوعة:

وتنقسم إلى نوعين رئيسين، هما[3]:

أ. **الصحف الإلكترونية الكاملة:** وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم)، ويتميز هذا النوع بتقديم الخدمات الإعلامية والصحفية نفسها التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وتقديم خدمات إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها مثل: خدمات البث داخل الصحيفة وخدمات الربط الفوري وأيضًا الوسائط المتعددة النصية والصوتية وغيرها.

---

(1) بخيت، الإنترنت وسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية (ص76).

(2) شفيق، الإعلام الإلكتروني (ص49).

(3) أبو قوطة، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية – الإسرائيلية (ص44).

ب. **النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية:** ونعني بها مواقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل: خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات لها والربط بالمواقع الأخرى.

2. مواقع المؤسسات الإعلامية:

وهي المواقع التابعة لمؤسسات إعلامية مثل: مواقع وكالات الأنباء ومحطات الراديو والتلفزيون، وتعد المواقع امتداد لها وتحتوي على معظم ما ينشر في تلك المؤسسات[1].

3. المواقع الإلكترونية الإخبارية:

وهي مواقع إلكترونية بحتة ليس لها أصل ورقي وهي متخصصة تنشر أخبارًا وتحليلات وتحقيقات أعدت للنشر على الموقع وتحدث المواد على مدار الساعة، ويعمل في هذه المواقع محررون ومراسلون مهنيون يمكن تسميتهم بصحفيي الإنترنت[2].

رابعًا/ سمات وخصائص مواقع الصحافة الإلكترونية:

يمكن إيجاز سمات المواقع الإلكترونية بالآتي:

1. **الفورية:** تعرف الفورية بأنها السرعة في نقل الأخبار وقد وفرت المواقع الإلكترونية إمكانيه النقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات مع قابلية تعديل النصوص في أي وقت[3].
2. **اختراق الحدود:** من أهم ما يميز المواقع الإلكترونية قدرتها على اختراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم بل وبشكل فوري ورخيص التكاليف[4].
3. **قلة التكاليف:** تُعد تكاليف إصدار موقع إلكتروني أقل بكثير من تكاليف إصدار صحيفة ورقية فهي لا تحتاج إلى مباني ضخمة ولا تحتاج إلى مطابع وأوراق أو خطط للتوزيع والتسويق ولا تحتاج كذلك لعدد كبير من الموظفين والمراسلين وأزالت كذلك قيود المساحة التي كانت تكبل الصحف الورقية حتى لا ترتفع التكاليف[5].

---

(1) خضر، الإعلام والإنترنت (ص139).
(2) تربان، الصحافة الإلكترونية الفلسطينية (ص76).
(3) علم الدين، مقدمة في الصحافة الإلكترونية (ص181).
(4) المرجع السابق (ص182).
(5) الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية (ص34).

4. **التفاعلية:** أصبحت في المواقع الإلكترونية عملية رجع الصدى (Feed BacK) ممكنة ومتاحة للجمهور وسريعة في نفس الوقت حيث تتيح للقارئ أن يضع رأيه في المادة الصحفية المنشورة واقتراحاته عبر التعليقات ويسمح للجميع بالاطلاع عليه[1].
5. **الوسائط المتعددة:** تتيح المواقع الإلكترونية استخدام الوسائط المتعددة التي تعتبر طريقة فعالة لجذب الانتباه للمعلومات على الصفحات وهى تعنى التكامل بين أكثر من وسيلة كاستخدام نص مكتوب مع الصوت المسموع مع الصورة الثابتة المتحركة في توصيل الأفكار أو التعليم أو الدعاية أو التسلية[2].
6. **التغطية المباشرة:** إن استخدام الوسائط المتعددة أتاح تقديم خدمة البث الحي والمباشر، فهي تتمتع بنظام يسمح للمستخدم سماع وعرض صوت أو فيديو مستمر على الويب مثل: مؤتمر صحفي أو حدث رياضي[3].
7. **النصوص الفائقة:** وهي البرامج التي تعتمد على عرض المعلومات بطريقة تنظيمية ومرتبة ومسلسلة في شكل نصي هرمي، وتعتمد على الكلمة المكتوبة التي يؤدى النقر عليها إلى الانتقال إلى مواقع معلوماتية فرعية أخرى عبر وصلات "Links" لتمكن القارئ من الدخول والتجول داخل هذه المواقع الأخرى للاستفادة من معلوماتها[4].
8. **إمكانية البحث عن المعلومات:** ويمثل وجود وسيلة البحث عن المعلومات في الموقع عبر محركات البحث أهمية قصوى للحصول على الأخبار والمعلومات المختلفة بسرعة وتجنب عبء تقليب الصفحات الذي يأخذ وقتًا إلى أن تقع عين المستفيد على حاجته[5].
9. **التغطية المتعمقة والشاملة:** تتسم الخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية بالعمق والشمول، وذلك من خلال اتساع المساحة وعدم تحديد سقف للمادة التي يتم تقديمها فهي لا ترتبط بقيد المساحة كالصحف الورقية[6].

---

(1) عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت (ص144).
(2) السيد، الإنترنت وسيلة اتصال جديدة (ص179).
(3) المرجع السابق (ص179).
(4) محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية (ص34).
(5) عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت (ص 146).
(6) السيد، الإنترنت وسيلة اتصال جديدة (ص180).

10. **معرفة عدد الزوار**: توفر المواقع الإلكترونية تقنيه تمكن من التعرف بشكل دقيق على عدد زوار الموقع وبذلك توفر مؤشرات حول عدد القراء، وبعض المعلومات عنهم والمدة التي مكثوها على الموقع كما تمكنها من التواصل معهم بشكل مستمر، وهذا يساعد في تطوير الموقع[1].
11. **الأرشيف**: توفر المواقع الإلكترونية أرشيف إلكتروني فوري سهل الاسترجاع ويمكن البحث فيه بسهولة ويسر ولا يستغرق وقت طويل، ويستطيع المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود إلى مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر أسم الموضوع الذي يريده[2].
12. **حرية الاختيار**: تسمح تقنية المواقع الإلكترونية للقارئ حرية الاختيار فيما يريد أن يتصفح من بين المواد المتنوعة التي يعرضها الموقع، وسيجد حينئذ أحدث الأخبار والمعلومات بعد تحديثها[3].
13. **سهولة الاستخدام**: تعد سهولة التعرض والاستخدام أحد العوامل التي تدفع باتجاه تصاعد استخدام المواقع الإلكترونية فما أن تضغط على عنوان الموقع حتى تتصدر صفحتها الرئيسة شاشة الحاسوب ويبدأ القارئ في التنقل والتجول داخل الموقع بسهولة ويسر مستفيدًا من تقنيات الوسائط المتعددة والنص الفائق[4].

---

(1) سليمان، الصحافة الإلكترونية (ص19).
(2) شفيق، الإعلام الإلكتروني (ص108).
(3) سليمان، الصحافة الإلكترونية (ص20).
(4) شفيق، الإعلام الإلكتروني (ص108).

المبحث الثاني

المواقع الإخبارية الفلسطينية

أولًا/ المواقع الإخبارية الفلسطينية.. نشأتها وتطورها

بدأ التواجد الإعلامي الفلسطيني على شبكة الإنترنت في وقت قريب من بدء وسائل الإعلام العربية في الدخول إلى دائرة النشر الإلكتروني، انسجامًا مع الثورة التكنولوجية التي غزت العالم أجمع، ومواكبة للتقنيات الحديثة التي توفرها شبكة الإنترنت[1].

وحصلت السلطة الفلسطينية في الثاني والعشرين من آذار مارس عام 2000م على الموافقة الحكومية الأمريكية بمنحها كودًا خاصًا على شبكة المعلومات العالمية "PS" على عناوينها وفتح المجال أمام العديد من الهيئات والمؤسسات المختلفة والأفراد من الاشتراك[2].

ومن أبرز المؤسسات الإعلامية السباقة في هذا المجال هي "مؤسسة الأيام للمطبوعات والنشر" في مدينة رام الله والتي تصدر عنها جريدة الأيام اليومية التي بدأ وجودها على الإنترنت منذ شهر تشرين الأول عام 1995م وتسجيلها الرسمي باسمها الحالي في 8 حزيران 1996م لدى شركة "Net Work Solution" وقد اعتمدت "صحيفة القدس" على شبكة الإنترنت عام 1997م وتلاها عدد كبير من الصحف اليومية والأسبوعية، ثم تطور الأمر ليشمل محطات الإذاعة والتلفزيون وغيرها من أشكال الخدمات الإعلامية، وكان "موقع شبكة أمين الإعلامية" الذي انطلق في شهر آذار عام 1996م أول موقع إلكتروني إخباري[3].

واشتدت ذروة الإعلام الإلكتروني الفلسطيني مع بداية انتفاضة الأقصى عام2000م، بظهور العديد من المواقع الإلكترونية الإخبارية، التي لعبت دورًا كبيرًا في خدمة القضية والدفاع عن الحقوق الثابتة للشعب الفلسطيني، فلم يعد تداول الأخبار حكراً على أحد، وأصبح بإمكان من يريد البحث عن الخبر أن يجده خلال دقائق بعد حدوثه[4].

---

(1) تربان، الصحافة الإلكترونية الفلسطينية (ص118).

(2) المرجع السابق (ص168).

(3) أبو وردة، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية على التوجه والانتماء السياسي (ص77).

(4) البريم، معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية للمفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية (ص44).

وبالرغم من الإمكانات المحدودة ونقص الخبرات في مجال النشر الإلكتروني والظروف السياسية والاجتماعية التي يمر بها الشعب الفلسطيني فقد استطاعت هذه الوسائل أن تجد لها موطئ قدم على شبكة الإنترنت بعد أن تأكد للقائمين على هذه الوسائل ما للإنترنت من أهمية في مجال الإعلام وما يمكن أن تلعبه من دور في سبيل التعريف بالقضية الفلسطينية ومعاناه الشعب الفلسطيني[1]، الأمر الذي يجعل الحديث عن أرقام دقيقة لأعداد المواقع الاخبارية الفلسطينية الجديدة على الإنترنت صعبًا إلى حد ما، فلا يوجد تحديد دقيق لعدد المواقع الصحفية الفلسطينية على الإنترنت ولكن برغم صعوبة تحديد عددها إلا أنه من السهولة تحديد المواقع الصحفية والإخبارية الفلسطينية المتميزة[2]، منها على سبيل المثال لا الحصر (موقع دنيا الوطن، وكالة معًا الإخبارية، وكالة صفا للأنباء، وكالة سما الإخبارية... وغيرها).

وتمتاز المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية أنها جميعًا تقدم خدماتها بالمجان وباقتصارها على الأخبار الفلسطينية وفضح السياسات والجرائم الصهيونية على الأرض وإبراز التعاطف الدولي والإقليمي مع القضية الفلسطينية، كما وتضم شبكة الإنترنت مواقع فلسطينية إلكترونية إخبارية وأخرى متخصصة[3].

وهذا ما قد يستفيد منه القائمون على الإعلام والمواقع الإخبارية في خدمة الشعب وقضاياه العادلة، ومنها قضايا الشباب التي تُعد من القضايا المهمة التي يجب على الإعلام الفلسطيني أن يهتم بها ويفرد لها مساحات من التغطية بجانب القضايا المهمة الأخرى.

ثانيًا/ مميزات وسمات المواقع الإخبارية الفلسطينية:

تتميز هذه المواقع بعدة مميزات نابعة من الوضع المحيط بها فالمتتبع لتصاعد الأحداث الفلسطينية يجد نوعًا من الخصوصية تحكم طبيعة العمل في هذه المواقع مقارنة بالمواقع الإلكترونية العربية والأجنبية، ولعل ذلك يعود الى السمة الرئيسية للمواقع الفلسطينية وهي "التأطير الوطني" بمعنى أن المواقع الفلسطينية الإخبارية تسعى إلى الدفاع عن حقوق الشعب الفلسطيني حتى ينال حريته واستقلاله[4].

---

(1) أبو وردة، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية على التوجه والانتماء السياسي (ص ص83-84).

(2) خلوف، استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحافة الإلكترونية لمتابعة الأحداث الجارية والاشباعات المتحققة (ص6).

(3) القرا، دور المواقع الإلكترونية الفلسطينية في نشر ثقافة حقوق الإنسان (ص60).

(4) تربان، الصحافة الإلكترونية الفلسطينية (ص172).

وتتمتع المواقع الإخبارية الفلسطينية بمميزات أهمها[1]:

1. إحاطتها ومتابعتها للأحداث الجارية على الساحة الفلسطينية.
2. استضافتها لشخصيات مسئولة وقيادية للتحاور مع الجمهور ولكن تلك الميزة توجد بشكل محدود جدًا وتبرز في موقع الإعلام والمعلومات.
3. اهتمامها بالشأن الفلسطيني مما يعطيها عنصر الجاذبية بسبب رغبة الجماهير في معرفة آخر التطورات على الساحة الفلسطينية.
4. تعريف الرأي العام العربي والدولي بقضية الشعب الفلسطيني وحقوقه المشروعة في الدفاع عن قضيتيه العادلة.
5. مواجهه الدعاية الإسرائيلية التي يتم ترويجها عبر الماكنة الإعلامية الإسرائيلية.
6. السرعة في تلقي الأخبار العاجلة وتضمين الصور والفيديو مما يدعم مصداقية الخبر.
7. نقل ما يحدث من انتهاكات صهيونية ضد السكان الفلسطينيين إلا أن هذا النقل لا يخرج عن مجرد تسجيل للحدث دون التطرق والتحليل لأبعاده ونتائجه المتعددة.
8. تبني العديد من القضايا التي تهم الشعب الفلسطيني وطرحها من أركان خاصة بها مثل: قضايا الشباب والحصار والأسرى والقدس وغيرها.

ثالثًا/ أهداف المواقع الإخبارية الفلسطينية:

تسعى المواقع الإخبارية الفلسطينية لتحقيق أهدافها من خلال[2]:

1. مواكبة أحداث التقنيات في تكنولوجيا الاتصال.
2. شرح ونقل معاناة الشعب الفلسطيني في الداخل والخارج.
3. فضح الممارسات والانتهاكات الصهيونية بحق الشعب الفلسطيني الأعزل.
4. صناعة الأحداث.
5. توضيح تداعيات الظاهرة الإسرائيلية على الوطن العربي.
6. الوصول إلى أكبر عدد ممكن من القراء المنتشرين في مختلف أقطار العالم.
7. التعريف بتاريخ وحضارة فلسطين والتوعية بإبعادها التاريخية والثقافية والسياسية.
8. التواصل مع العالم الخارجي لحشد التأييد والمواقف الداعمة للقضية الفلسطينية.

---

(1) البريم، معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية للمفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية (ص51).

(2) القرا، دور المواقع الإلكترونية الفلسطينية في نشر ثقافة حقوق الإنسان (ص61).

9. فضح المشروع الصهيوني والمخاطر التي تستهدف القضية الفلسطينية.
10. إبراز معاناه الشعب الفلسطيني تحت الاحتلال الإسرائيلي.
11. دعم المقاومة الفلسطينية إعلاميًا والدفاع عنها.
12. الاستفادة من الإمكانات الإعلامية المتوفرة لصالح القضية الفلسطينية.
13. العمل على تعزيز العلاقة مع المؤسسات الإعلامية.
14. استغلال المواقع في نشر الإعلانات للقارئ.

رابعًا/ معيقات عمل المواقع الإخبارية الفلسطينية:

تواجه المواقع الإخبارية الفلسطينية العديد من المعيقات والمشاكل التي تحكم المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وطبيعة عملها والتي تقف عائقًا أما تطورها وتحقيق أهدافها يمكن إجمالها كالتالي[1]:

1. **مشكلات تقنية:** حيث أن شبكة الاتصالات هي إحدى المعوقات الأساسية كون تزويد الإنترنت في فلسطين لا يتم إلا عبر شركات الإنترنت الإسرائيلية، وهي تحاول دومًا قطعه، وتسبب عائقًا أمام شبكة الإنترنت وتعميمها، إضافة إلى بطء الإنترنت وتصفح المواقع وعدم إلمام الصحفيين بتقنيات الحاسوب والإنترنت.

2. **مشكلات اقتصادية:** وتتمثل في تدني مستوى المعيشة والظروف الاقتصادية الصعبة التي يعيشها الشعب الفلسطيني، مما يقف حجر عثرة في طريق التقدم نحو التكنولوجيا، إضافة إلى عدم وجود التمويل اللازم للمواقع.

3. **مشكلات سياسية:** وتتمثل في الظروف السياسية الراهنة، والتي انعكست على وضع المواقع الإخبارية بإغلاق الطرق، الذي من شأنه أن يحول دون وصول الصحفي إلى مكان عمله، والحصار المفروض، وهذا يؤثر على مستوى المواقع الإخبارية وكذلك انعكاس الوضع السياسي على حياة الصحفيين.

4. **مشكلات حزبية:** حيث ظهرت مواقع صحفية حزبية تتطرق للخبر بحزبية دون مراعاة الموضوعية والدقة وأحيانًا تعمل هذه المواقع على تسيس المعلومات بما يتلاءم مع مصلحتها.

---

(1) تربان، الصحافة الإلكترونية الفلسطينية (ص ص133-134).

5. مشكلة قرصنة المعلومات: وهي مشكلة كبيرة تواجهها المواقع الإخبارية الفلسطينية، ويرى بعض المتخصصين أن الصحف الإلكترونية هي نسخ كربونية عن بعضها البعض، إضافة إلى نقل المعلومات والموضوعات الصحفية من بعض المواقع دون الإشارة إلى المصدر.

6. مشكلات مهنية: وتتمثل في قلة وجود مراسلين متخصصين للمواقع الإخبارية، وكذلك عدم وجود صحفيين إلكترونيين.

7. مشكلة غياب الرقابة: حيث لا توجد في فلسطين جهة مسئولة لمراقبة عمل المواقع الإلكترونية وتكتفي وزارة الاتصال الفلسطينية بفرض الرقابة الإدارية على المواقع الحكومية فقط، كما أن الهيئة الفلسطينية الوطنية لمسميات الإنترنت لا تقوم بأي رقابة رسمية، إلا على المواقع المسجلة ضمن المجال الفلسطيني "PS" فقط وغالبًا ما تكون رقابة فعلية.

المبحث الثالث

قضايا الشباب الفلسطيني

تمهيد:

لا يخفى على كل ذي بصيرة الظروف المعيشية التي يعيشها عامة الناس في فلسطين والشباب خاصة، ولما لمشكلات الشباب من آثار اجتماعية واقتصادية ونفسية غاية في الخطورة، تطال كافة الأفراد وتنهش نسيج الأسرة وتصيب كافة مكونات المجتمع بالفساد والعطب، ما ينذر بحدوث كارثة تهدد المجتمع.

وتحظى فلسطين بوجود شريحة واسعة من الشباب ضمن نسيجها المجتمعي، حيث بلغت نسبة الشباب (15–29) سنة في فلسطين (30%) من إجمالي السكان، يتوزعون بواقع (36%) في الفئة العمرية (15–19) سنة و(64%) في الفئة العمرية (20–29) سنة، وبلغت نسبة الجنس بين الشباب (104) ذكور لكل (100) أنثى، علمًا بأن تقديرات عدد السكان في فلسطين منتصف العام 2017م تشير إلى أن إجمالي عدد السكان بلغ نحو (4.95) مليون حسب بيان الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني[1].

ويستعرض هذا المبحث قضايا الشباب الفلسطيني، ونتعرف من خلاله على مفهوم الشباب وخصائصهم في فلسطين، ومن ثم نعرج على أهم القضايا والمشاكل التي يعاني منها الشباب، وكذلك تداعيات الواقع على الشباب، واختتم المبحث بمقترحات لتفعيل قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية.

---

(1) عوض، أوضاع الشباب في المجتمع الفلسطيني عشية اليوم العالمي للشباب 2017م، موقع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (موقع إلكتروني).

أولًا/ مفهوم الشباب:

اختلف العلماء في تحديد مفهوم الشباب فمنهم من ينظر للشباب على أساس العمر ومنهم من ينظر لمرحلة الشباب على أنها ظاهرة اجتماعية ومنهم من يجدها مجموعة من الظواهر الاجتماعية والنفسية والجسمية والعقلية[1]، فمن الناحية اللغوية يعرف الشباب بأنه: "إدراك سن البلوغ الى سن الرجولة، والشباب هو الحداثة وشباب الشيء أوله كمصطلح وصفي لفترة من العمر التي يكون فيها الفرد غير ناضج انفعاليًا وتكون خبراته في الحياة محدودة ويكون قد اقترب من النضج العقلي والبدني"[2].

إن المفاهيم الاجتماعية ومن ضمنها الشباب ما هي إلا مفاهيم تاريخية تظهر وتختفي حسب حاجة المجتمع لاستخدام أي منها، فهي مفاهيم يتم إنتاجها واستخدامها للتعبير عن ظاهرة محددة في الزمان والمكان، وأن مفهوم الشباب يتسع للعديد من الاتجاهات التالية[3]:

أ. **الاتجاه البيولوجي:** وهذا الاتجاه يؤكد الحتمية البيولوجية باعتبارها مرحلة عمرية أو تطور من أطوار نمو الإنسان الذي يكتمل فيه نضجه العقلي والنفسي والذي يبدأ من سن 15-25، وهناك من يقول من 13-30، وحسب القانون الفلسطيني من سن 15 -29.

ب. **الاتجاه السيكولوجي:** يؤكد هذا الاتجاه أن الشباب مرحلة عمرية تخضع لنمو بيولوجي من جهة ولثقافة المجتمع من جهة أخري بدءًا من سن البلوغ وانتهاء بدخول الفرد إلى عالم الراشدين الكبار حيث تكون قد اكتملت عمليات التطبيع الاجتماعي وهذا التعريف عامل الدمج بين الاشتراكات العمرية والثقافية المكتسبة من المجتمع (الثابت-المتغير).

ت. **الاتجاه الاجتماعي:** ينظر هذا الاتجاه للشباب باعتباره حقيقة اجتماعية وليس ظاهرة بيولوجية فقط بمعني أن هناك مجموعة من السمات والخصائص إذا توفرت في فئة من السكان كانت هذه الفئة شبابًا.

---

(1) المقرئ، المصباح المنير (ص302).
(2) السنهوري، الخدمة الاجتماعية مع الشباب (ص4).
(3) سالم ونهضة، دراسة إعادة اكتشاف الشباب (ص12).

فلسطينيًا لا يزال الجدل دائرًا حول مفهوم الشباب، فوفقًا للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني في مسح الشباب لعام (2016م) فإن مرحلة الشباب هي الفترة العمرية ما بين (15-29) سنة[1]، في حين اعتمد المجلس التشريعي الفلسطيني بدعم وتوجيه من وزارة الشباب والرياضة في قطاع غزة قانون الشباب عام (2011م)، اعتبر أن سن الشباب هو كل من امتد عمره من 18-35 سنة[2]، فيما تعرف الأمم المتحدة وجمعيتها العامة الشباب بأنهم الفئة العمرية التي تقع بين 15-24 عامًا[3].

من الواضح أن إيجاد تعريف موحد للشباب ليست مسألة سهلة وهذا يعود الى جملة من العوامل البيولوجية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تختلف من مجتمع الى آخر والتي تشكل دورًا هامًا في تعريف الشباب، وعدم الاتفاق على تعريف موحد شامل يعود لأسباب كثيرة أهمها: اختلاف الأهداف المنشودة من وضع التعريف، وتباين المفاهيم والأفكار العامة التي يقوم عليها التحليل السيكولوجي والاجتماعي الذي يخدم تلك الأهداف[4].

ثانيًا/ خصائص وسمات الشباب:

إن مرحلة الشباب تتلخص في أنها مرحلة التطلع إلى المستقبل بطموحات عريضة وكبيرة، ومن أهم خصائصها[5]:

1. أن الشباب اجتماعي بطبعه، وهذا يعني الميل الطبيعي للانتماء لمجموعة اجتماعية.
2. أن الشباب طاقة للتغيير والتشكيل.
3. دائما ناقد، ونقده يقوم على أساس أن الواقع يجب أن يتطابق مع تفكيره المثالي.
4. أن الشباب طاقة إنسانية تتميز بالحماسة، الحساسية، الجرأة والاستقلالية، ازدياد مشاعر القلق، المثالية المنزهة عن المصالح والروابط.

---

(1) الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، النتائج الرئيسية لمسح الشباب الفلسطيني 2016 (ص1).

(2) قانون الشباب الفلسطيني رقم (2) لسنة 2011م، الفصل الأول، تعريفات وأحكام عامة، المادة 1.

(3) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، استراتيجية برنامج الأمم المتحدة الإنمائي للمساواة بين الجنسين 2014-2017م (ص9).

(4) رضوان، اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات (ص48).

(5) عبد القادر، دور الشباب في التنمية (ص27).

5. فضول وحب استطلاع فهو يبدو دائم السؤال والاستفسار في محاولة لإدراك ما يدور من حوله والإلمام بأكبر قدر من المعرفة المكتسبة مجتمعيًا.
6. بروز معالم استقلالية الشخصية، والنزوع نحو تأكيد الذات.
7. لا يقبل بالضغط والقهر مهما كانت الجهة التي ترأس هذا الضغط عليه سواء كانت سلطة أو أسرة، وهذا السلوك جزء من العنفوان الداخلي للشباب والاعتداد بالنفس وعدم الامتثال للسلطة كتوجه تقدمي.
8. درجة عالية من الديناميكية والحيوية والمرونة المتسمة بالاندفاع والانطلاق والتحرر والتضحية.
9. بدء التفكير في خيارات الحياة والمستقبل، الزواج، التعليم...إلخ.
10. اضطراب اتزان الشخصية وارتفاع مستوى توترها، حيث تصبح معرضة لانفجارات انفعالية متتالية واختلال علاقاتها الاجتماعية مع الأسرة والأصدقاء وغيرهم.
11. القدرة على الاستجابة للمتغيرات من حوله وسرعة في استيعاب وتقبل الجديد المستحدث وتبنيه والدفاع عنه، وهذه السمات تعكس قناعة الشباب ورغبته في تغيير الواقع الذي وجد فيه.

ثالثًا/ قضايا الشباب:

عندما نبحث في قضايا وإشكاليات الشباب، فإننا نكون قد دخلنا فعليًا في بحث جوهر بنية المجتمع ووضعنا يدنا على مكمن خطورة الأزمات الاجتماعية، لأن بنية المجتمع تتمحور في سياق تطورها الاجتماعي وتنميتها الاقتصادية على فكر وإبداع وجهد ومشاركة فئات الشباب التي تشكل في مجتمعنا الأكثرية[1].

وللشباب قضايا ومشكلات تواجههم نتيجة قلة الخبرة والتسرع في مواجهة المشكلات مما يزيدها تعقيدًا، لذلك فهم يحتاجون من يوجههم ويرعاهم، وفي الماضي كانت الأسرة تقوم بهذا الدور، أما الآن في عصرنا الحاضر فأصبح لوسائل الإعلام دورًا كبير في هذا المجال، لا سيما أنها تستحوذ على اهتمام الغالبية العظمى من الشباب.

وتشير كافة المؤشرات الإحصائية حول واقع الشباب إلى نتائج خطيرة وتنذر بأخطار محدقة تحيط بالمجتمع الفلسطيني الذي يعاني من ويلات الاحتلال بسياساته العدوانية والتي

---

(1) بسيسو، بحث عن قضايا الشباب، موقع دنيا الوطن (موقع إلكتروني).

تستهدف كافة مقومات الحياة، إضافة للانقسام السياسي الداخلي الذي يترك آثار مأساوية على واقع الحياة في المجتمع الفلسطيني وخصوصًا على شريحة الشباب[1].

ونورد هنا العديد من القضايا التي تهم الشباب الفلسطيني:

1. قضية التعليم:

وتعني حق الشباب بالتعليم بكل أنواعه الجامعي والمهني والتقني وخاصة التعليم الذي تتلاءم مخرجاته مع سوق العمل في القطاع العام أو الخاص ومجانية التعليم وتعدد المؤسسات التعليمية[2]، وارتفاع تكاليف التعليم الجامعي يدفع باتجاه اقتصار التعليم على فئة محددة وغياب مكانته عند محدودي الدخل، بالإضافة إلى قله مراكز التدريب المهني التي تفتح أمام الشباب التأهيل للعمل بتخصصات حديثة وتقتصر بالغالب على تخصصات تقليدية لا تلبي حاجة سوق العمل الفلسطيني.

وتنعكس سياسية الحصار الشامل بما في ذلك إغلاق المعابر المخصصة لمرور الأفراد سلبًا على الطلبة الفلسطينيين الملتحقين في جامعات ومعاهد خارج قطاع غزة، مما يهدد مصيرهم التعليمي ويعرضه للخطر، فوفق آخر إحصائية للمعابر2017م تبين أن إغلاق المعابر يعيق أكثر من (3000) طالب في غزة من فرص التعليم في الخارج[3].

وتظهر الإحصاءات لعام 2016م أن (38%) من الشباب في الفئة العمرية (15–29) سنة ملتحقون في التعليم، كما تشير الإحصاءات إلى أن معدلات التسرب الإجمالية الذين تركوا التعليم قبل إنهاء المرحلة التعليمية التي إلتحقوا بها بين الشباب (15–29) سنة في فلسطين قد بلغت (34%)، (42% للذكور و27% للإناث)، وبلغت نسبة التسرب من المرحلة الثانوية في العام الدراسي 2014– 2015م بين الشباب (15–29) سنة في فلسطين (2%)، (2.1% للذكور و1.8% للإناث)[4].

---

(1) أبو ركبة، ورقة حقائق واقع الشباب في المجتمع الفلسطيني، موقع حشد (موقع إلكتروني).

(2) أبو زيد: سعيد، مشكلات اجتماعية عند الشباب والناشئين وكيفية مواجهتها (ص3).

(3) عبد الغفور، دور المصادر في بناء تحيزات التغطية الخبر لحصار غزة (ص137).

(4) عوض، أوضاع الشباب في المجتمع الفلسطيني عشية اليوم العالمي للشباب 2017م، موقع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (موقع إلكتروني).

وتشير الإحصائية أن مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية تخرج سنويًا حوالي (30ألف) خريج لسوق العمل المحدود في القطاع، بينما بلغ عدد المتقدمين لامتحان شهادة الثانوية العامة حوالي (72ألف) طالب وطالبة خلال عام 2017/2016م.

2. قضية الإدمان:

يعاني الشباب الفلسطيني بوصفهم جزءًا من الشعب الفلسطيني الرازح تحت نير الاحتلال الإسرائيلي من قمع حرياتهم ومصادرة حقوقهم ما يؤدي إلى خلق شعور عام بالتوتر والسير نحو المجهول الذي يقود البعض منهم نحو الإدمان على المخدرات للهروب من هذا الواقع القاسي.

ولا أحد يجهل ما للإدمان من آثار مدمرة على الفرد والأسرة والمجتمع لأن المدمن قد يلجأ إلى ارتكاب العديد من الأعمال غير المشروعة والتي لا تتفق مع قيم مجتمعنا الفلسطيني المحافظ للحصول على المادة المخدرة، فالمتعاطي يمارس القتل والسرقة وارتكاب الأفعال المشينة للحصول على جرعاته المخدرة[1].

3. قضية البطالة:

تعرف البطالة بأنها توقف العامل عن العمل مع قدرته عليه لسبب خارج عن إرادته ولا سلطان له عليه، وتتميز البطالة في فلسطين بأنها سافرة وإجبارية، وتعرف منظمة العمل الدولية البطالة بأنها الحالة التي تشمل الأشخاص الذين هم في سن العمل والقادرين عليه والراغبين فيه والباحثين فيه ولا يجدونه[2].

وشهد عام 2017م ارتفاعًا غير مسبوق في معدلات البطالة فبحسب الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني فإن معدل البطالة بين الشباب الفلسطيني (15–29) سنة (40%)، وبلغ معدل البطالة بين الخريجين الشباب (53%) خلال الربع الأول من العام 2017م، (36% للذكور و69% للإناث)[3].

ومن الملفت للنظر أن المؤشرات تقول بارتفاع وزيادة العاطلين عن العمل من الشباب بارتفاع مستوى التحصيل التعليمي.

---

(1) مقال عن الإدمان، موقع الاتحاد العام للاقتصاديين الفلسطينيين (موقع إلكتروني).

(2) قضايا الشباب، موقع وكالة وفا (موقع إلكتروني).

(3) عوض، أوضاع الشباب في المجتمع الفلسطيني عشية اليوم العالمي للشباب 2017م، موقع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (موقع إلكتروني).

ويتحمل الاحتلال الإسرائيلي المسؤولية في تفشي نسبة البطالة بين الشباب وذلك عبر القرارات المباشرة وغير المباشرة التي يتخذها بإغلاق المعابر والحصار وإغلاق المشاريع والمصانع التي تستوعب أعدادًا كبيرة من العمال، بالإضافة لأسباب عدة أولها صغر ومحدودية حجم السوق وعدم قدرتها على مواكبة حجم النمو السكاني من ناحية، وفتوة الهيكل السكاني من ناحية أخرى، وكذلك تداعيات الانقسام الداخلي بين فتح وحماس.

4. قضية الزواج:

إن أكثر القضايا المجتمعية التي تقف حجر عثرة أمام الشباب مسألة الزواج التي ارتبطت ارتباطًا وثيقًا بسوء الأوضاع الاقتصادية بما تفرضه من تبعات ثقيلة على كاهل الشاب الذي ينوي الزواج والتي تضم مصاريف وتكاليف زائدة لمظاهر فارغة لا ضرورة لها ولا طائل منها بل إنها تؤسس لطريق شاق صعب من الديون والتعب والخلاف والتعاسة[1].

وإن قضية غلاء المهور تستحق العمل على محاربتها والوقوف بوجهها لاقترانها بالكثير من العادات السيئة التي ترهق الزوجين وتؤسس لدروب شاقة طويلة، كحفلة الغداء والسهرات الليلية والقاعات الفارهة ومستلزماتها التي تبتلع جهد الشاب وعائلته لسنوات طويلة وقد تكون على حساب حق الفتاة بالحصول على مهر مناسب.

5. قضية الهجرة والاغتراب:

يعاني الشباب الفلسطيني كثيرًا من المشاكل التي يعجز معها عن التأقلم والبقاء في بلده، ما يؤدي إلى تفكيره بالهجرة والاغتراب والبحث عن فرص أفضل للحياة خارج فلسطين، وهي تعتبر قضية خطيرة وآخذه في الاتساع بين جموع الشباب نتيجة لحالة الإحباط التي يعيشها الشباب داخل المجتمع.

وأظهرت نتائج مسح الشباب الفلسطيني 2015م أن حوالي (24%) من الشباب (15–29) سنة في فلسطين لديهم الرغبة للهجرة للخارج، ويبدوا أن الأوضاع السائدة في القطاع لها دور في زيادة نسبة الرغبة في الهجرة للخارج، إذ بلغت نسبة الشباب الذين يرغبون في الهجرة للخارج في قطاع غزة (37%)، مقابل (15%) في الضفة الغربية، كما يلاحظ أن الذكور الشباب

---

(1) قضايا الشباب، موقع وكالة وفا (موقع إلكتروني).

أكثر ميلاً للتفكير في الهجرة للخارج مقارنة بالإناث الشابات إذ بلغت هذه النسبة للذكور (29%) مقابل (18%) لدى الإناث الشابات، أما فيما يتعلق بالهجرة المؤقتة فأظهرت النتائج أن (63%) من الشباب (15–29) سنة الذين يرغبون في الهجرة لا يفكرون بهجرة دائمة، بواقع (73%) في الضفة الغربية، و(56%) في قطاع غزة [1].

ومن العوامل التي تدفع الشباب الفلسطيني إلى الهجرة سياسات الاحتلال التي تستهدف بقاءه في وطنه، وذلك عبر سياسات التضييق على الشباب في كل أمور حياتهم، وكذلك البطالة حيث إن عدم وجود فرص عمل كافية للشباب في فلسطين وعدم استيعاب الكم الهائل من الخريجين يحدو بالعاطلين عن العمل بالتفكير بالهجرة، بالإضافة إلى الغلاء وعدم كفاية الأجور والرواتب لتلبية الحاجات الأساسية يهد همة الشاب ويجعله يسعى إلى الابتعاد عن وطنه بغية تحسين وضعه في دول تعطي العديد من الفرص وتوفر لهم حياة سعيدة[2].

وحول القضايا ذات الأولوية لدى الشباب الفلسطيني، أشارت نتائج مسح الشباب بأن (79%) من الشباب (15–29) سنة يرون أن إنهاء الاحتلال وبناء الدولة هي القضية الرئيسية ذات الأولوية الأولى لدى المجتمع الفلسطيني، وجاءت قضية رفع مستوى المعيشة بالمرتبة الثانية، ومن الملاحظ أن هناك إجماع على تلك الأولويات وعلى مستوى الشباب في الضفة الغربية وقطاع غزة لدى الشباب الذكور والإناث على حد سواء[3].

رابعًا/ تداعيات الواقع على الشباب[4]:

1. فقدان الثقة بالقدرة على التغيير وهو ما يترتب عليه انصراف الشباب إما نحو السلبية أو التطرف أو الإدمان وارتفاع مستويات الجريمة.
2. ارتفاع نسبة المشاكل الاجتماعية ونسب الطلاق مما ينذر بتفكك مجتمعي، وكذلك ارتفاع لوتيرة العنف الأسري وخاصة بين الأزواج الشباب.
3. التفكير بشكل ملحوظ بالهجرة كي يتم فك الارتباط ما بين المواطن والقضية عبر إغراقه بالهموم الذاتية التي تمنعه وتحد من قدرته للبحث عن تقدير الذات وتحقيقها.

---

(1) أبو ركبة، ورقة حقائق واقع الشباب في المجتمع الفلسطيني، موقع حشد (موقع إلكتروني).

(2) قضايا الشباب، موقع وكالة وفا (موقع إلكتروني).

(3) عوض، أوضاع الشباب في المجتمع الفلسطيني عشية اليوم العالمي للشباب 2017م، موقع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (موقع إلكتروني).

(4) أبو ركبة، ورقة حقائق واقع الشباب في المجتمع الفلسطيني، موقع حشد (موقع إلكتروني).

خامساً/ مقترحات لتفعيل قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية:

بعد هذه الإطلالة على ظروف الشباب الفلسطيني، إعلاميًا نسرد عددًا من المقترحات للارتقاء بالمواقع الإخبارية الفلسطينية من أجل تفعيل وتسليط الضوء على قضايا الشباب، وهى:

1. ضرورة أن تعطي المواقع الإخبارية الفلسطينية أهمية لأولويات احتياجات الشباب الفلسطيني وإثراء مساحات إضافية لها[1].
2. تطوير المواقع الإخبارية الفلسطينية من حيث الشكل والمحتوى ليستوعب جميع الأدوات المطبوعة والمصورة بإخراج إلكتروني محترف مع الاستفادة بكافة التقنيات الحديثة.
3. التأهيل العلمي والمهني للكادر الإعلامي العامل في المواقع الإخبارية الفلسطينية من خلال المزيد من الدورات التدريبية وتطوير المضامين والأساليب الإخراجية.
4. تأسيس مواقع إخبارية منظمة تأخذ على عاتقها قيادة الفعل الشبابي.
5. على الشباب الفلسطيني أن يوظف الإعلام الإلكتروني بشكل يخدم قضاياه الشخصية وقضيته الوطنية عمومًا، فوسائل الإعلام مهمة جداً في توصيل مطالب وآمال وتطلعات الشباب إلى أصحاب الشأن والقرار[2].
6. قيام مؤسسات ومراكز إعلامية بتبني قضايا الشباب إعلاميًا.
7. الاهتمام بالبحوث التي تركز على احتياجات والاستفادة من تحليلها ونتائجها والفروق بين متغيراتها لدى القائمين بالاتصال والجهات الحكومية[3].
8. اهتمام أكبر بأساليب طرح المعلومات وقوالب الأخبار والإنتاج والاستفادة من هذه الفنون في طرح قضايا الشباب بشكل فاعل في المواقع.
9. ضرورة تبنى المواقع الإخبارية الفلسطينية لسياسة إعلامية موحدة المعالم فيما يختص بقضايا الشباب.
10. إصدار المزيد من النشرات والمطبوعات التوعوية التي تعالج قضايا الشباب.

---

(1) معروف، مدير مكتب الإعلام الحكومي بغزة، إبراهيم المزيني (اتصال شخصي: بتاريخ 2017/6/2م).
(2) الإفرنجي، مدير فضائية القدس بغزة، إبراهيم المزيني (اتصال شخصي: بتاريخ 2017/6/2م).
(3) أبو هين، مدير وكالة صفا، إبراهيم المزيني (اتصال شخصي: بتاريخ 2017/6/2م).

الفصل الثالث

نتائج الدارسة التحليلية

الفصل الثالث

نتائج الدارسة التحليلية

تمهيد:

يعرض هذا الفصل نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بمعالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب، من خلال استخدام الباحث استمارة تحليل المضمون التي تم إعدادها بناء على أهداف وتساؤلات الدراسة.

وقد طبق الباحث تحليل المضمون على (639) مادة إعلامية، تشمل كافة المواد الإعلامية المتعلقة بقضايا وموضوعات الشباب في المواقع الإخبارية عينة الدراسة، وهي: **(موقع دنيا الوطن، وكالة معًا الإخبارية، وكالة صفا، وكالة سما الإخبارية)**، خلال الفترة الزمنية من (2017/8/1م إلى 2017/10/31م).

وتناول هذا الفصل مبحثين، هما:

المبحث الأول: السمات العامة لمضمون قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية

المبحث الثاني: السمات العامة لشكل قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية

المبحث الأول

السمات العامة لمضمون قضايا وموضوعات الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة

هدف هذا المبحث إلى التعرف على السمات العامة لمحتوى قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية مواقع الدارسة، من خلال معرفة ترتيب أولويات اهتمامها بمعالجة القضايا والموضوعات المرتبطة بالشباب، والأساليب المتبعة في محتواها، ومصادرها الإعلامية، ومجالها الجغرافي، بالإضافة إلى أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة في تناولها المواد الإعلامية.

أولًا/ توزيع المواد الإعلامية التي تم تحليلها على مواقع عينة الدراسة:

يبين الجدول (3.1) تكرارات ونسب توزيع المواد الإعلامية التي تم تحليلها على مواقع عينة الدراسة الأربعة وهي: (موقع دنيا الوطن، وكالة معًا الإخبارية، وكالة صفا، وكالة سما الإخبارية) وكانت النتائج كالآتي:

جدول (3.1): يوضح توزيع المواد الإعلامية التي تم تحليلها على مواقع الدراسة

المواقع الإخبارية	التكرار	النسبة %
موقع دنيا الوطن	290	45.3
وكالة معًا الإخبارية	227	35.5
وكالة صفا للأنباء	66	10.3
وكالة سما الإخبارية	56	8.7
المجموع	639	%100

وفقًا للجدول السابق يتبين ما يأتي:

أن إجمالي المواد الإعلامية التي عالجت قضايا الشباب في مواقع عينة الدراسة بلغت (639) مادة، حيث شملت أعلى نسبة في "**موقع دنيا الوطن**" ب (290) مادة أي ما يعادل (45.3%)، تلتها "**وكالة معًا**" ب (227) مادة بنسبة (35.5%)، بينما وكالة "**صفا**" ب (66)

مادة بنسبة (10.3%)، أما "**وكالة سما الإخبارية**" بلغت (56) مادة بمعدل (8.7%)، من إجمالي المواد الإعلامية التي خضعت للدراسة التحليلية في مواقع الدراسة.

ثانيًا/ ترتيب أولويات اهتمام مواقع الدراسة بمجالات قضايا الشباب:

يبين الجدول (3.2) تكرارات ونسب ترتيب أولويات مجالات قضايا الشباب التي خضعت للدراسة في مواقع الدراسة، وكانت النتائج كالآتي:

جدول (3.2) يوضح ترتيب أولويات اهتمام مواقع الدراسة بمجالات قضايا الشباب

الموقع	دنيا الوطن		وكالة معاً		وكالة صفا		وكالة سما		الاتجاه العام	
مجالات القضايا	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سياسية	102	25.1	79	23.2	20	22.4	22	27.1	223	24.3
اقتصادية	95	23.4	91	26.7	15	16.8	14	17.2	215	23.4
تعليمية	72	17.7	65	19.1	8	8.9	7	8.6	152	16.3
ثقافية	48	11.8	42	12.3	11	12.3	10	12.3	111	12.1
اجتماعية	39	9.6	21	6.1	12	13.4	9	11.1	81	8.8
صحية	9	2.2	15	4.4	7	7.8	5	6.1	36	3.9
دينية	6	1.4	17	5	3	3.3	6	7.4	32	3.4
تكنولوجية	15	3.7	5	1.4	6	6.7	10	3.7	29	3.1
رياضية	16	3.9	3	0.8	5	5.6	4	4.5	28	3
أخرى	3	0.7	2	0.5	2	2.2	1	1.2	8	0.8
المجموع*	405	%100	340	%100	89	%100	81	%100	915	%100

وفقًا للجدول السابق يتبين ما يأتي:

---

*المجموع هنا لا يتساوى مع عدد المواد الإعلامية، لأن كل مادة قد تتناول أكثر من مجال.

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

احتلت "**القضايا السياسية**" المرتبة الأولى من بين كافة القضايا بنسبة (24.3%) بواقع (223) تكراراً، تلتها "**القضايا الاقتصادية**" في المرتبة الثانية بنسبة (23.4%) بواقع (215) تكراراً، ثم جاءت "**القضايا التعليمية**" في المرتبة الثالثة بنسبة (16.3%) بواقع (152) تكراراً، في حين جاءت "**القضايا الثقافية**" في المرتبة الرابعة بنسبة (12.1%) بواقع (111) تكراراً، فيما جاءت "**القضايا الاجتماعية**" في المرتبة الخامسة بنسبة (8.8%) بواقع (81) تكراراً، ثم تلتها "**القضايا الصحية**" في المرتبة السادسة بنسبة (3.9%) بواقع (36) تكراراً، ثم "**القضايا الدينية**" في المرتبة السابعة بنسبة (3.4%) بواقع (32) تكراراً، بينما "**القضايا التكنولوجية**" جاءت في المرتبة الثامنة بنسبة (3.1%) بواقع (29) تكراراً، ثم "**القضايا الرياضية**" في المرتبة التاسعة بنسبة (3%) بواقع (28) تكراراً، أما "**القضايا الأخرى**" في المرتبة العاشرة والأخيرة بنسبة (0.8%) بواقع (10) تكراراً، من إجمالي مجالات قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

2. مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

جاءت "**القضايا السياسية**" بالمرتبة الأولى بنسبة (25.1%) بواقع (102) تكراراً، تلتها "**القضايا الاقتصادية**" بالمرتبة الثانية بنسبة (23.4%) بواقع (95) تكراراً، ثم جاءت "**القضايا التعليمية**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (17.7%) بواقع (72) تكراراً، بينما احتلت "**القضايا الثقافية**" المرتبة الرابعة بنسبة (11.8%) بواقع (48) تكراراً، فيما حصلت "**القضايا الاجتماعية**" المرتبة الخامسة بنسبة (9.6%) بواقع (39) تكراراُ، في حين جاءت "**القضايا الرياضية**" في المرتبة السادسة بنسبة (3.9%) بواقع (16) تكراراً، تلتها "**القضايا التكنولوجية**" في المرتبة السابعة بنسبة (3.7%) بواقع (15) تكراراً، في حين جاءت "**القضايا الصحية**" بالمرتبة الثامنة بنسبة (2.2%) بواقع (9) تكراراً، ثم "**القضايا الدينية**" في المرتبة التاسعة بنسبة (1.4%) بواقع (6) تكراراً، أما "**القضايا الأخرى**" جاءت في المرتبة العاشرة والأخيرة بنسبة (0.7%) بواقع (3) تكراراً، من إجمالي مجالات قضايا الشباب.

ب. وكالة معًا الإخبارية:

تصدرت "**القضايا الاقتصادية**" المرتبة الأولى بنسبة (26.7%) بواقع (91) تكراراً، ثم جاءت "**القضايا السياسية**" بالمرتبة الثانية بنسبة (23.2%) بواقع (79) تكراراً، بينما جاءت "**القضايا التعليمية**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (19.1%) بواقع (65) تكراراً، فيما احتلت "**القضايا**

الثقافية" المرتبة الرابعة بنسبة (12.3%) بواقع (42) تكراراً، فيما حصلت "**القضايا الاجتماعية**" المرتبة الخامسة بنسبة (6.1%) بواقع (21) تكراراُ، في حين جاءت "**القضايا الدينية**" في المرتبة السادسة بنسبة (5%) بواقع (17) تكراراً، ثم "**القضايا الصحية**" في المرتبة السابعة بنسبة (4.4%) بواقع (15) تكراراً، في حين جاءت "**القضايا التكنولوجية**" بالمرتبة الثامنة بنسبة (1.4%) بواقع (5) تكراراً، ثم "**القضايا الرياضية**" في المرتبة التاسعة بنسبة (0.8%) بواقع (3) تكراراً، أما "**القضايا الأخرى**" جاءت في المرتبة العاشرة والأخيرة بنسبة (0.5%) بواقع (2) تكراراً، من إجمالي مجالات قضايا الشباب.

ت. وكالة صفا:

حظيت "**القضايا السياسية**" بالمرتبة الأولى بنسبة (22.4%) بواقع (20) تكراراً، ثم جاءت "**القضايا الاقتصادية**" بالمرتبة الثانية بنسبة (16.8%) بواقع (15) تكراراً، بينما جاءت "**القضايا الاجتماعية**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (13.4%) بواقع (12) تكراراً، فيما احتلت "**القضايا الثقافية**" المرتبة الرابعة بنسبة (12.3%) بواقع (11) تكراراً، فيما حصلت "**القضايا التعليمية**" على المرتبة الخامسة بنسبة (8.9%) بواقع (8) تكراراُ، في حين جاءت "**القضايا الصحية**" في المرتبة السادسة بنسبة (7.8%) بواقع (7) تكراراً، ثم "**القضايا التكنولوجية**" في المرتبة السابعة بنسبة (6.7%) بواقع (6) تكراراً، في حين جاءت "**القضايا الرياضية**" بالمرتبة الثامنة بنسبة (5.6%) بواقع (5) تكراراً، ثم "**القضايا الدينية**" في المرتبة التاسعة بنسبة (3.3%) بواقع (3) تكراراً، أما "**القضايا الأخرى**" جاءت في المرتبة العاشرة والأخيرة بنسبة (2.2%) بواقع (2) تكراراً، من إجمالي مجالات قضايا الشباب.

ث. وكالة سما الإخبارية:

احتلت "**القضايا السياسية**" بالمرتبة الأولى بنسبة (27.1%) بواقع (22) تكراراً، ثم جاءت "**القضايا الاقتصادية**" بالمرتبة الثانية بنسبة (17.2%) بواقع (14) تكراراً، بينما جاءت "**القضايا الثقافية**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (12.3%) بواقع (10) تكراراً، فيما احتلت "**القضايا الاجتماعية**" المرتبة الرابعة بنسبة (11.1%) بواقع (9) تكراراً، فيما حصلت "**القضايا التعليمية**" على المرتبة الخامسة بنسبة (8.6%) بواقع (7) تكراراً، في حين جاءت "**القضايا الدينية**" في المرتبة السادسة بنسبة (7.4%) بواقع (6) تكراراً، ثم "**القضايا الصحية**" في المرتبة السابعة بنسبة (6.1%) بواقع (5) تكراراً، في حين جاءت "**القضايا الرياضية**" بالمرتبة الثامنة بنسبة (4.5%) بواقع (4) تكراراً، ثم "**القضايا التكنولوجية**" في المرتبة التاسعة بنسبة (3.7%) بواقع

(3) تكراراً، أما "**القضايا الأخرى**" جاءت في المرتبة العاشرة والأخيرة بنسبة (1.2%) بواقع (1) تكراراً، من إجمالي مجالات قضايا الشباب.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب ألوياتها "**بالقضايا السياسية**" حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة (25.1%) في موقع "**دنيا الوطن**"، مقابل (22.4%) في "**وكالة صفا**"، بينما "**وكالة سما**" بنسبة (27.1%)، في حين **اختلفت** في "**وكالة معا**" حيث جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (23.2%).

ب. **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب ألوياتها "**بالقضايا الاقتصادية**" حيث احتلت المرتبة الثانية بنسبة (23.4%) في موقع "**دنيا الوطن**"، مقابل (16.8%) في "**وكالة صفا**"، بينما "**وكالة سما**" بنسبة (17.2%)، في حين **اختلفت** في "**وكالة معاً**" حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (26.7%).

ت. **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً**" في ترتيب ألوياتها "**بالقضايا التعليمية**" حيث احتلت المرتبة الثالثة بنسبة (17.7%) في موقع "**دنيا الوطن**"، مقابل (19.1%) في "**وكالة معاً**"، في حين **اختلفت** في "**وكالة صفا**" و"**وكالة سما**" حيث جاءت في المرتبة الخامسة بنسبة (8.9%) في "**وكالة صفا**"، وبنسبة (8.6%) في "**وكالة سما**".

ث. **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً ووكالة صفا**" في ترتيب ألوياتها "**بالقضايا الثقافية**" حيث احتلت المرتبة الرابعة بنسبة (11.8%) في موقع "**دنيا الوطن**"، مقابل (12.3%) في "**وكالة معاً**"، بينما "**وكالة صفا**" بنسبة (12.3%)، في حين **اختلفت** في "**وكالة سما**" حيث جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (12.3%).

ج. **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً**" في ترتيب ألوياتها "**بالقضايا الاجتماعية**" حيث احتلت المرتبة الخامسة بنسبة (9.6%) في موقع "**دنيا الوطن**"، مقابل (6.1%) في "**وكالة معاً**"، في حين **اختلفت** في "**وكالة صفا**" حيث جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (13.4%)، بينما "**وكالة سما**" في المرتبة الرابعة بنسبة (11.1%).

ح. **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة معاً ووكالة سما**" في ترتيب ألوياتها "**بالقضايا الدينية**" حيث احتلت المرتبة السادسة بنسبة (5%) في "**وكالة معاً**"، مقابل (7.4%) في "**وكالة سما**"، في حين **اختلفت** في موقع "**دنيا الوطن**" "**وكالة صفا**" حيث جاءت في المرتبة التاسعة بنسبة (1.4%) لموقع "**دنيا الوطن**"، مقابل (3.3%) "**لوكالة صفا**".

خ. **اتفقت** مواقع الدراسة في "**وكالة معاً ووكالة سما**" في ترتيب ألوياتها "**بالقضايا الصحية**" حيث احتلت المرتبة السابعة بنسبة (7.8%) في موقع "**وكالة معاً**"، مقابل (6.1%) في "**وكالة سما**"، في حين **اختلفت** في موقع "**دنيا الوطن**" حيث جاءت في المرتبة الثامنة بنسبة (4.4%)، و"**وكالة صفا**" جاءت في المرتبة السادسة بنسبة (7.8%).

د. **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب ألوياتها "**بالقضايا الرياضية**" حيث احتلت المرتبة الثامنة بنسبة (5.6%) في "**وكالة صفا**"، بينما "**وكالة سما**" بنسبة (4.5%)، في حين **اختلفت** في موقع "**دنيا الوطن**" حيث جاءت في المرتبة السادسة بنسبة (3.9%)، و"**وكالة معاً**" جاءت في المرتبة التاسعة بنسبة(0.8%).

ذ. **اختلفت** مواقع الدراسة "**وكالة سما ووكالة معاً**" في ترتيب ألوياتها "**بالقضايا التكنولوجية**" حيث احتلت المرتبة التاسعة في "**وكالة سما**" بنسبة (3.7%)، مقابل (1.4%) في "**وكالة معاً**" بالمرتبة الثامنة، في حين **اتفقت** موقع "**دنيا الوطن ووكالة صفا**" حيث جاءت في المرتبة السابعة بنسبة (3.7%) في موقع "**دنيا الوطن**"، مقابل (6.7%) في "**وكالة صفا**".

ر. **اتفقت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب ألوياتها "**بالقضايا الأخرى**" حيث احتلت المرتبة العاشرة بنسبة (0.7%) في موقع "**دنيا الوطن**"، مقابل (0.5%) في "**وكالة معاً**"، في حين "**وكالة صفا**" بنسبة (2.2%)، و"**وكالة سما**" بنسبة (1.2%).

ثالثًا/ الموضوعات الشبابية التي تناولتها مواقع الدراسة:

يوضح الجدول (3.3) تكرارات ونسب موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة من أجل التعرف على ترتيب أولوياتها اتجاه موضوعات الشباب، وكانت النتائج كالآتي:

جدول (3.3) يوضح الموضوعات الشبابية التي تناولتها مواقع الدراسة

الموقع		دنيا الوطن		وكالة معاً		وكالة صفا		وكالة سما		الاتجاه العام	
موضوعات الشباب		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
السياسية	المشاركة السياسية	33	8.1	27	7.9	2	2.2	3	3.7	65	7.1
	المصالحة والانقسام	25	6.1	17	5	7	7.8	9	11.1	58	6.3
	الاحتلال والتخابر	20	4.9	18	5.2	6	6.7	5	6.1	49	5.3
	التحرر الوطني	15	3.7	6	1.7	2	2.2	1	1.2	24	2.6
	الحصار	5	1.2	7	2	2	2.2	2	2.4	16	1.7
	السفر وحرية التنقل	4	0.9	4	1.1	1	1.1	2	2.4	11	1.2
الاجتماعية	العنف والجريمة	23	5.6	7	2	4	4.4	3	3.7	37	4
	الهجرة	11	2.7	9	2.6	4	4.4	2	2.4	26	2.8
	الإدمان	4	0.9	3	0.8	2	2.2	3	3.7	12	1.3
	الزواج	1	0.2	2	0.5	2	2.2	1	1.2	6	0.6
الاقتصادية	البطالة والفقر والعمل	92	22.7	88	25.8	10	11.2	10	12.3	200	21.8
	قروض ومشاريع	2	0.4	3	0.8	2	2.2	4	4.9	11	1.2
	غلاء المعيشة	1	0.2	0	0	3	3.3	0	0	4	0.4
التعليمية	التدريب والتأهيل	28	6.9	31	9.1	2	2.2	0	0	61	6.6
	التعليم الجامعي	14	3.4	8	2.3	2	2.2	4	4.9	28	3
	العمل التطوعي	12	2.9	13	3.8	1	1.1	1	1.2	27	2.9
	التعليم المهني	11	2.7	8	2.3	1	1.1	0	0	20	2.1
	المنح والرسوم	7	1.7	5	1.4	2	2.2	2	2.4	16	1.7

الصحية	الخدمات الصحية	6	1.4	13	3.8	3	3.3	3	3.7	25	2.7
الرياضية	الإحباط والاكتئاب	3	0.7	2	0.5	4	4.4	2	2.4	11	1.2
	مسابقات وأنشطة	13	3.2	2	0.5	2	2.2	3	3.7	20	2.1
	التعصب الرياضي	3	0.7	1	0.2	3	3.3	1	1.2	8	0.8
الدينية	الإنحراف والتطرف	5	1.2	15	4.4	2	2.2	4	4.9	26	2.8
	الإنتحار	1	0.2	2	0.5	1	1.1	2	2.4	6	0.6
الثقافية	الإبداع والابتكار	38	9.3	37	10.8	9	10.1	7	8.6	91	9.9
	التبادل الثقافي	4	0.9	3	0.8	1	1.1	2	2.4	10	1
	أخرى	6	1.4	2	0.5	1	1.1	1	1.2	10	1
تكنولوجية	المخاطر الإلكترونية	15	3.7	5	1.4	6	6.7	3	3.7	29	3.1
موضوعات أخرى		3	0.7	2	0.5	2	2.2	1	1.2	8	0.8
المجموع*		405	%100	340	%100	89	%100	81	%100	915	%100

وفقًا للجدول السابق يتبين ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

تصدرت موضوعات "**البطالة والفقر والعمل**" المرتبة الأولى بنسبة (21.8%) بواقع (200) تكراراً، ثم جاءت موضوعات "**الابداع والابتكار**" بالمرتبة الثانية بنسبة (9.9%) بواقع (91) تكراراً، ثم موضوعات "**المشاركة السياسية**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (7.1%) بواقع (65) تكراراً، بينما موضوعات "**التدريب والتأهيل**" جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (6.6%) بواقع (61) تكراراً، تلتها موضوعات "**المصالحة والانقسام**" بالمرتبة الخامسة بنسبة (6.3%) بواقع (58) تكراراً، ثم موضوعات "**الاحتلال والتخابر**" بالمرتبة السادسة بنسبة (5.3%) بواقع (49) تكراراً،

*المجموع هنا لا يتساوى مع عدد المواد الإعلامية، لأن كل موضوع قد يتناول أكثر من بند.

بينما موضوعات "**العنف والجريمة**" جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (4%) بواقع (37) تكراراً، تلتها موضوعات "**المخاطر والجرائم الإلكترونية**" بالمرتبة الثامنة بنسبة (3.1%) بواقع (29) تكراراً، فيما جاءت موضوعات "**التعليم الجامعي**" بالمرتبة التاسعة بنسبة (3%) بواقع (28) تكراراً، ثم موضوعات "**العمل التطوعي**" بالمرتبة العاشرة بنسبة (2.9%) بواقع (27) تكراراً، فيما تساوت موضوعات "**الانحراف والتطرف**" وموضوعات "**الهجرة**" بالمرتبة الحادية عشر بنسبة (2.8%) بواقع (26) تكراراً لكل موضوع، ثم جاءت موضوعات "**الخدمات الصحية**" بالمرتبة الثانية عشر بنسبة (2.7%) بواقع (25) تكراراً، ثم موضوعات "**التحرر الوطني**" بالمرتبة الثالثة عشر بنسبة (2.6%) بواقع (24) تكراراً، بينما تساوت موضوعات "**التعليم المهني والتقني**" وموضوعات "**مسابقات وأنشطة رياضية**" جاءت بالمرتبة الرابعة عشر بنسبة (2.1%) بواقع (20) تكراراً لكل موضوع، كما تساوت موضوعات "**الحصار**" وموضوعات "**المنح والرسوم الجامعية**" بالمرتبة الخامسة عشر بنسبة (1.7%) بواقع (16) تكراراً لكل موضوع، ثم موضوعات "**الإدمان**" بالمرتبة السادسة عشر بنسبة (1.3) بواقع (12) تكراراً، بينما تساوت موضوعات "**السفر وحرية التنقل**" وموضوعات "**الاحباط والاكتئاب**" وموضوعات "**قروض ومشاريع**" بالمرتبة السابعة عشر بنسبة (1.2%) بواقع (11) تكراراً لكل موضوع، كما تساوت موضوعات "**التبادل الثقافي**" و"**فعاليات ثقافية أخرى**" بالمرتبة الثامنة عشر بنسبة (1%) بواقع (10) تكراراً لكل موضوع، كما تساوت موضوعات "**التعصب وشغب الملاعب**" وموضوعات "**أخرى ومختلفة**" بالمرتبة التاسعة عشر بنسبة (0.8%) بواقع (8) تكراراً لكل موضوع، كما تساوت موضوعات "**الانتحار**" وموضوعات "**الزواج**" بالمرتبة العشرون بنسبة (0.6%) بواقع (6) تكراراً لكل موضوع، أما موضوعات "**غلاء المعيشة**" بالمرتبة الحادية والعشرون والأخيرة بنسبة (0.4%) بواقع (4) تكراراً من إجمالي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

2. على مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

تصدرت موضوعات "**البطالة والفقر والعمل**" المرتبة الأولى بنسبة (22.7%) بواقع (92) تكراراً، ثم جاءت موضوعات "**الابداع والابتكار**" بالمرتبة الثانية بنسبة (9.3%) بواقع (38) تكراراً، ثم موضوعات "**المشاركة السياسية**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (8.1%) بواقع (33) تكراراً، بينما موضوعات "**التدريب والتأهيل**" جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (6.9%) بواقع (28) تكراراً، تصدرت موضوعات "**المصالحة والانقسام**" المرتبة الخامسة بنسبة (6.1%) بواقع (25) تكراراً، ثم جاءت موضوعات "**العنف والجريمة**" بالمرتبة السادسة بنسبة (5.6%) بواقع (23) تكراراً،

ثم موضوعات "**الاحتلال والتخابر**" بالمرتبة السابعة بنسبة (4.9%) بواقع (20) تكراراً، بينما تساوت موضوعات "**التحرر الوطني**" وموضوعات "**الجرائم والمخاطر الإلكترونية**" بالمرتبة الثامنة بنسبة (3.7%) بواقع (15) تكراراً لكل موضوع، فيما جاءت موضوعات "**التعليم الجامعي**" المرتبة التاسعة بنسبة (3.4%) بواقع (14) تكراراً، ثم جاءت موضوعات "**مسابقات وأنشطة رياضية**" بالمرتبة العاشرة بنسبة (3.2%) بواقع (13) تكراراً، ثم موضوعات "**العمل التطوعي**" بالمرتبة الحادية عشر بنسبة (2.9%) بواقع (12) تكراراً، بينما تساوت موضوعات "**الهجرة**" وموضوعات "**التعليم المهني والتقني**" جاءت بالمرتبة الثانية عشر بنسبة (2.7%) بواقع (11) تكراراً لكل موضوع، ثم موضوعات "**المنح والرسوم الجامعية**" المرتبة الثالثة عشرة بنسبة (1.7%) بواقع (7) تكراراً، ثم تساوت موضوعات "**الخدمات الصحية**" وموضوعات "**فعاليات ثقافية أخري**" بالمرتبة الرابعة عشر بنسبة (1.4%) بواقع (6) تكراراً لكل موضوع، ثم تساوت موضوعات "**الانحراف والتطرف**" وموضوعات "**الحصار**" بالمرتبة الخامسة عشر بنسبة (1.2%) بواقع (5) تكراراً لكل موضوع، بينما تساوت موضوعات "**التبادل الثقافي**" وموضوعات "**الادمان**" وموضوعات "**السفر وحرية التنقل**" بالمرتبة السادسة عشر بنسبة (0.9%) بواقع (4) تكراراً لكل موضوع، ثم موضوعات "**الاحباط والاكتئاب**" وموضوعات "**التعصب وشغب الملاعب**" وموضوعات "**أخرى ومختلفة**" المرتبة السابعة عشر بنسبة (0.7%) بواقع (3) تكراراً لكل موضوع، تلتها موضوعات "**قروض ومشاريع**" المرتبة الثامنة عشر بنسبة (0.4%) بواقع (2) تكراراً، ثم تساوت موضوعات "**الانتحار والزواج وغلاء المعيشة**" بالمرتبة التاسعة عشر والأخيرة بنسبة (0.2%) بواقع (1) تكراراً لكل موضوع من إجمالي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

ب. وكالة معًا الإخبارية:

احتلت موضوعات "**البطالة والفقر والعمل**" المرتبة الأولى بنسبة (25.8%) بواقع (88) تكراراً، ثم جاءت موضوعات "**الابداع والابتكار**" بالمرتبة الثانية بنسبة (10.8%) بواقع (37) تكراراً، ثم موضوعات "**التدريب والتأهيل**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (9.1%) بواقع (31) تكراراً، بينما موضوعات "**المشاركة السياسية**" جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (7.9%) بواقع (27) تكراراً، ثم موضوعات "**الاحتلال والتخابر**" المرتبة الخامسة بنسبة (5.2%) بواقع (18) تكراراً، ثم جاءت موضوعات "**المصالحة والانقسام**" بالمرتبة السادسة بنسبة (5%) بواقع (17) تكراراً، تلتها موضوعات "**الانحراف والتطرف**" بالمرتبة السابعة بنسبة (4.4%) بواقع (15) تكراراً، بينما تساوت موضوعات "**العمل التطوعي**" وموضوعات "**الخدمات الصحية**" جاءت

بالمرتبة الثامنة بنسبة (3.8%) بواقع (13) تكراراً لكل موضوع، أما موضوعات "**الهجرة**" بالمرتبة التاسعة بنسبة (2.6%) بواقع (9) تكراراً، ثم تساوت موضوعات "**التعليم الجامعي**" وموضوعات "**التعليم المهني والتقني**" المرتبة العاشرة بنسبة (2.3%) بواقع (8) تكراراً لكل موضوع، ثم تساوت موضوعات "**الحصار**" وموضوعات "**العنف والجريمة**" بالمرتبة الحادية عشر بنسبة (2%) بواقع (7) تكراراً لكل موضوع، ثم موضوعات "**التحرر الوطني**" بالمرتبة الثانية عشر بنسبة (1.7%) بواقع (6) تكراراً لكل موضوع، كما تساوت موضوعات "**المخاطر والجرائم الإلكترونية**" وموضوعات "**المنح والرسوم الجامعية**" جاءت بالمرتبة الثالثة عشر بنسبة (1.4%) بواقع (5) تكراراً لكل موضوع، ثم موضوعات "**السفر وحرية التنقل**" المرتبة الرابعة عشر بنسبة (1.1%) بواقع (4) تكراراً، ثم تساوت موضوعات "**قروض ومشاريع**" وموضوعات "**التبادل الثقافي**" وموضوعات "**الادمان**" بالمرتبة الخامسة عشر بنسبة (0.8%) بواقع (3) تكراراً لكل موضوع، كما تساوت موضوعات "**الزواج**" وموضوعات "**الاحباط والاكتئاب**" وموضوعات "**مسابقات وأنشطة رياضية**" وموضوعات "**الانتحار**" وموضوعات "**فعاليات ثقافية أخرى**" وموضوعات "**أخرى ومختلفة**" بالمرتبة السادسة عشر بنسبة (0.5%) بواقع (2) تكراراً لكل موضوع، بينما موضوعات "**التعصب وشغب الملاعب**" جاءت بالمرتبة السابعة عشر بنسبة (0.2%) بواقع (1) تكراراً، أما موضوعات "**غلاء المعيشة**" بالمرتبة الثامنة عشر والأخيرة بدون تكرارات ونسب من إجمالي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

ت. وكالة صفا:

تصدرت موضوعات "**البطالة والفقر والعمل**" المرتبة الأولى بنسبة (11.2%) بواقع (10) تكراراً، ثم جاءت موضوعات "**الابداع والابتكار**" بالمرتبة الثانية بنسبة (10.1%) بواقع (9) تكراراً، ثم موضوعات "**المصالحة والانقسام**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (7.8%) بواقع (7) تكراراً، بينما تساوت موضوعات "**الاحتلال والتخابر**" وموضوعات "**المخاطر والجرائم الإلكترونية**" بالمرتبة الرابعة بنسبة (6.7) بواقع (6) تكراراً لكل موضوع، ثم تساوت موضوعات "**الاحباط والاكتئاب**" وموضوعات "**الهجرة**" وموضوعات "**العنف والجريمة**" المرتبة الخامسة بنسبة (4.4%) بواقع (4) تكراراً لكل موضوع، كما تساوت موضوعات "**التعصب وشغب الملاعب**" وموضوعات "**الخدمات الصحية**" وموضوعات "**غلاء المعيشة والسكن**" بالمرتبة السادسة بنسبة (3.3%) بواقع (3) تكراراً لكل موضوع، كما تساوت موضوعات "**الانحراف والتطرف**" وموضوعات "**أنشطة وفعاليات رياضية**" وموضوعات "**التدريب والتأهيل**" وموضوعات "**المنح**

والرسوم الجامعية" وموضوعات "**التعليم الجامعي**" وموضوعات "**قروض ومشاريع**" وموضوعات "**الزواج**" وموضوعات "**الإدمان**" وموضوعات "**التحرر الوطني**" وموضوعات "**الحصار**" وموضوعات "**المشاركة السياسية**" وموضوعات "**أخرى ومختلفة**" بالمرتبة السابعة بنسبة (2.2%) بواقع (2) تكراراً لكل موضوع، بينما تساوت موضوعات "**السفر وحرية التنقل**" وموضوعات "**التعليم المهني والتقني**" وموضوعات "**العمل التطوعي**" وموضوعات "**الانتحار**" وموضوعات "**التبادل الثقافي**" وموضوعات "**أخري ثقافية**" جاءت بالمرتبة الثامنة والأخيرة بنسبة (1.1%) بواقع (1) تكراراً لكل موضوع، من إجمالي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

ث. وكالة سما الإخبارية:

حظيت موضوعات "**البطالة والفقر والعمل**" المرتبة الأولى بنسبة (12.3%) بواقع (10) تكراراً، ثم جاءت موضوعات "**المصالحة والانقسام**" بالمرتبة الثانية بنسبة (11.1%) بواقع (9) تكراراً، ثم موضوعات "**الابداع والابتكار**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (8.6%) بواقع (7) تكراراً، تلتها موضوعات "**الاحتلال والتخابر**" بالمرتبة الرابعة بنسبة (6.1%) بواقع (5) تكراراً، ثم تساوت موضوعات "**الانحراف والتطرف**" وموضوعات "**التعليم الجامعي**" وموضوعات "**قروض ومشاريع**" المرتبة الخامسة بنسبة (4.9%) بواقع (4) تكراراً لكل موضوع، كما تساوت موضوعات "**المشاركة السياسية**" وموضوعات "**الإدمان**" وموضوعات "**العنف والجريمة**" موضوعات "**الخدمات الصحية**" وموضوعات "**أنشطة وفعاليات رياضية**" وموضوعات "**المخاطر والجرائم الإلكترونية**" بالمرتبة السادسة بنسبة (3.7%) بواقع (3) تكراراً لكل موضوع، كما تساوت موضوعات "**السفر وحرية التنقل**" وموضوعات "**الحصار**" وموضوعات "**الهجرة**" وموضوعات "**المنح والرسوم الدراسية**" وموضوعات "**الاحباط والاكتئاب**" وموضوعات "**الانتحار**" وموضوعات "**التبادل الثقافي**" بالمرتبة السابعة بنسبة (2.4%) بواقع (2) تكراراً لكل موضوع، بينما تساوت موضوعات "**التحرر الوطني**" وموضوعات "**الزواج**" وموضوعات "**العمل التطوعي**" وموضوعات "**التعصب وشغب الملاعب**" وموضوعات "**أخري ثقافية**" وموضوعات "**أخرى ومختلفة**" جاءت بالمرتبة الثامنة بنسبة (1.2%) بواقع (1) تكراراً لكل موضوع، تلتها موضوعات "**غلاء المعيشة**" وموضوعات "**التعليم المهني والتقني**" وموضوعات "**التدريب والتأهيل**" بالمرتبة التاسعة والأخيرة بدون تكرارات ونسب من إجمالي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. **اتفقت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**البطالة والفقر والعمل**" حيث جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (22.7%) في موقع "**دنيا الوطن**"، مقابل (25.8%) في "**وكالة معا**"، في حين "**وكالة صفا**" بنسبة (11.2%)، أما "**وكالة سما**" بنسبة (12.3%).

ب. **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً ووكالة صفا**" في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**الابداع والابتكار**" حيث جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة (9.3%) في موقع "**دنيا الوطن**"، مقابل (10.8%) في "**وكالة معا**"، أما "**وكالة صفا**" بنسبة (10.1%)، في حين اختلفت في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة (8.6%).

ت. **اتفقت** مواقع الدراسة في "**ووكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**الاحتلال والتخابر**" حيث جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (6.7%) في "**وكالة صفا**"، مقابل (6.1%) في "**وكالة سما**"، في حين **اختلفت** في "**وكالة معاً**" حيث جاءت بالمرتبة الخامسة بنسبة (5.2%)، أما موقع "**دنيا الوطن**" بالمرتبة السابعة بنسبة (4.9%).

ث. **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**العنف والجريمة**" حيث جاءت بالمرتبة السادسة بنسبة (5.6%) في موقع "**دنيا الوطن**"، مقابل (3.7%) في "**وكالة سما**"، في حين **اختلفت** في "**وكالة صفا**" حيث جاءت بالمرتبة الخامسة بنسبة (4.4%)، أما "**وكالة معاً**" بالمرتبة الحادية عشر بنسبة (2%).

ج. **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**الخدمات الصحية**" حيث جاءت بالمرتبة السادسة بنسبة (3.3%) في "**وكالة صفا**"، مقابل (3.7%) في "**وكالة سما**"، في حين **اختلفت** في "**وكالة معاً**" حيث جاءت بالمرتبة الثامنة بنسبة (3.8%)، أما موقع "**دنيا الوطن** " بالمرتبة الرابعة عشر بنسبة (104%).

ح. **اتفقت** مواقع الدراسة في "**وكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**الحصار**" حيث جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (2.2%) في "**وكالة صفا**"، مقابل (2.4%) في "**وكالة سما**"، في حين **اختلفت** في "**وكالة معاً**" حيث جاءت بالمرتبة الحادية عشر بنسبة (2%)، أما موقع "**دنيا الوطن**" بالمرتبة الخامسة عشر بنسبة (1.2%).

خ. **اتفقت** مواقع الدراسة في "**وكالة معاً ووكالة صفا**" في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**الانحراف والتطرف**" حيث جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (4.4%) في "**وكالة معاً**"، مقابل (2.2%) في "**وكالة صفا**"، في حين **اختلفت** في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة الخامسة بنسبة (4.9%)، أما موقع "**دنيا الوطن**" بالمرتبة الخامسة عشر بنسبة (1.2%).

د. **كما اتفقت** مواقع الدراسة في "**ووكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**المنح والرسوم الدراسية**" حيث جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (2.2%) في "**وكالة صفا**"، مقابل (2.4%) في "**وكالة سما**"، في حين **اختلفت** في موقع "**دنيا الوطن ووكالة معاً**" حيث جاءت بالمرتبة الثالثة عشر لكلاهما بنسبة (1.7%) لموقع "**دنيا الوطن**"، وبنسبة (1.4%) "**لوكالة معاً**".

ذ. **اتفقت** مواقع الدراسة في موقع "**دنيا الوطن ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**التحرر الوطني**" حيث جاءت بالمرتبة الثامنة بنسبة (3.7%) في موقع "**دنيا الوطن**"، مقابل (1.2%) في "**وكالة سما**"، في حين **اختلفت** في "**وكالة صفا**" حيث جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (2.2%)، أما "**وكالة معا**" جاءت بالمرتبة الثانية عشر بنسبة(1.7%).

ر. **اتفقت** مواقع الدراسة في "**وكالة معاً ووكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**العمل التطوعي**" حيث جاءت بالمرتبة الثامنة بنسبة (3.8%) في "**وكالة معاً**"، مقابل (1.1%) في "**وكالة صفا**"، مقابل (1.2%) في "**وكالة سما**"، في حين **اختلفت** في موقع "**دنيا الوطن**" حيث جاءت بالمرتبة الحادية عشر بنسبة (2.9%).

ز. **كما اتفقت** مواقع الدراسة في "**وكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**ثقافية أخرى**" حيث جاءت بالمرتبة الثامنة بنسبة (1.1%) في "**وكالة صفا**"، مقابل (1.2%) في "**وكالة سما**"، في حين **اختلفت** في موقع "**دنيا الوطن**" حيث جاءت بالمرتبة الرابعة عشر بنسبة (1.4%)، فيما جاءت بالمرتبة السادسة عشر في "**وكالة معاً**" بنسبة (0.5%).

س. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**الاحباط والاكتئاب**" حيث جاءت بالمرتبة السابعة عشر بنسبة (0.7%) في موقع "**دنيا الوطن**"، مقابل (0.5%) في "**وكالة معاً**" بالمرتبة السادسة عشر، في حين "**وكالة صفا**" جاءت بالمرتبة الخامسة بنسبة (4.4%)، أما "**وكالة سما**" جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (2.4%).

ش. **اختلف** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**المشاركة السياسية**" حيث جاءت بالمرتبة الثالثة في دنيا الوطن بنسبة (8.1%)، بينما في "**وكالة معا**" جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (7.9%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة السابعة بنسبة (2.2%)، أما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة السادسة بنسبة (3.7%).

ص. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**التدريب والتأهيل**" حيث جاءت في موقع" **دنيا الوطن**" بالمرتبة الرابعة بنسبة (6.9%)، فيما جاءت في "**وكالة معا**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (9.1%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة السابعة" بنسبة (2.2%)، بينما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة التاسعة بدون نسب.

ض. كما **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**المصالحة والانقسام**" حيث جاءت في موقع" **دنيا الوطن**" بالمرتبة الخامسة بنسبة (6.1%)، فيما جاءت في "**وكالة معا**" بالمرتبة السادسة بنسبة (5%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة الثالثة" بنسبة (7.8%)، بينما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة (11.1%).

ط. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**السفر وحرية التنقل**" حيث جاءت في موقع" **دنيا الوطن**" بالمرتبة السادسة عشر بنسبة (0.9%)، فيما جاءت في "**وكالة معا**" بالمرتبة الرابعة بنسبة (1.1%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة الثامنة بنسبة (1.1%)، بينما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (2.4%).

ظ. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة **في** ترتيب أولوياتها بموضوعات "**الإدمان**" حيث جاءت في موقع" **دنيا الوطن**" بالمرتبة السادسة عشر بنسبة (0.9%)، فيما جاءت في "**وكالة معا**" بالمرتبة الخامسة عشر بنسبة (0.8%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة السابعة بنسبة (2.2%)، بينما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة السادسة بنسبة (3.7%).

ع. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**الهجرة**" حيث جاءت في موقع" **دنيا الوطن**" بالمرتبة الثانية عشر بنسبة (2.7%)، فيما جاءت في "**وكالة معا**" بالمرتبة التاسعة بنسبة (2.6%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة الخامسة بنسبة (4.4%)، بينما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (2.4%).

غ. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**الزواج**" حيث جاءت في موقع" **دنيا الوطن**" بالمرتبة التاسعة عشر والأخيرة بنسبة (0.2%)، فيما جاءت في "**وكالة معا**" بالمرتبة السادسة عشر بنسبة (0.5%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة السابعة بنسبة (2.2%)، بينما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة الثامنة بنسبة (1.2%).

ف. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**قروض ومشاريع**" حيث جاءت في موقع" **دنيا الوطن**" بالمرتبة الثامنة عشر بنسبة (0.4%)، فيما جاءت في "**وكالة معا**" بالمرتبة الخامسة عشر بنسبة (0.8%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة السابعة بنسبة (2.2%)، بينما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة الخامسة بنسبة (4.9%).

ق. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**التعليم الجامعي**" حيث جاءت في موقع" **دنيا الوطن**" بالمرتبة التاسعة بنسبة (3.4%)، فيما جاءت في "**وكالة معا**" بالمرتبة العاشرة بنسبة (2.3%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة السابعة بنسبة (2.2%)، بينما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة الخامسة بنسبة (4.9%).

ك. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**التعليم المهني والتقني**" حيث جاءت في موقع" **دنيا الوطن**" بالمرتبة الثانية عشر بنسبة (2.7%)، فيما جاءت في "**وكالة معا**" بالمرتبة العاشرة بنسبة (2.3%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة الثامنة بنسبة (1.1)، بينما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بدون نسب.

ل. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**المخاطر والجرائم الإلكترونية**" حيث جاءت في موقع" **دنيا الوطن**" بالمرتبة الثامنة بنسبة (3.7%)، فيما جاءت في "**وكالة معا**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (1.4%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة الرابعة بنسبة (6.7%)، بينما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة السادسة بنسبة (3.7%).

م. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**التبادل الثقافي**" حيث جاءت في موقع" **دنيا الوطن**" بالمرتبة السادسة عشر بنسبة (0.9%)، فيما جاءت في "**وكالة معا**" بالمرتبة الخامسة عشر بنسبة (0.8%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة الثامنة بنسبة (101%)، بينما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (2.4%).

ن. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**مسابقات وأنشطة رياضية**" حيث جاءت في موقع" **دنيا الوطن**" بالمرتبة العاشرة بنسبة (3.2%)، فيما جاءت في "**وكالة معا**" بالمرتبة السادسة عشر بنسبة (0.5%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة السابعة بنسبة (2.2%)، بينما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة السادسة بنسبة (3.7%).

هـ. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**التعصب وشغب الملاعب**" حيث جاءت في موقع" **دنيا الوطن**" بالمرتبة السابعة عشر بنسبة (0.7%)، فيما جاءت في "**وكالة معا**" بالمرتبة السابعة عشر بنسبة (0.2%)، في حين جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة السادسة بنسبة (3.3%)، بينما في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة الثامنة بنسبة (1.2%).

و. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**أخرى ومختلفة**" حيث جاء "**دنيا الوطن**" بالمرتبة السابعة عشر بنسبة (0.7%)، بينما "**وكالة معاً**" في المرتبة السادسة عشر بنسبة (0.5)، في حين "**وكالة صفا**" جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (2.2%)، أما "**وكالة سما**" جاءت بالمرتبة الثامنة بنسبة (1.2%).

ي. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**الانتحار**" حيث جاء "**دنيا الوطن**" بالمرتبة التاسعة عشر والأخيرة بنسبة (0.2%)، بينما "**وكالة معاً**" في المرتبة العاشرة بنسبة (0.5%)، في حين "**وكالة صفا**" جاءت بالمرتبة الثامنة بنسبة (1.1%)، أما "**وكالة سما**" جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (2.4%).

أأ. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها بموضوعات "**غلاء المعيشة**" حيث جاء "**دنيا الوطن**" بالمرتبة التاسعة عشر والأخيرة بنسبة (0.2%)، في حين "**وكالة صفا**" جاءت بالمرتبة السادسة بنسبة (3.3)، أما "**وكالة معاً ووكالة سما**" بدون بنسبة.

رابعًا/ الأساليب الإعلامية المتبعة في طرح قضايا الشباب في مواقع الدراسة:

يوضح الجدول (3.4) تكرارات ونسب الأساليب الإعلامية المتبعة في طرح قضايا الشباب في مواقع الدراسة، وكانت النتائج كالآتي:

جدول (3.4) يوضح الأساليب الإعلامية المتبعة في طرح قضايا الشباب في مواقع الدراسة

الموقع	دنيا الوطن		وكالة معاً		وكالة صفا		وكالة سما		الاتجاه العام	
الأساليب الإعلامية	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سرد المعلومات	129	44.4	98	38.8	32	48.4	23	41	282	42.4
الآراء والمقترحات	40	13.7	48	19	6	9	10	17.8	104	15.6
الإحصائي	28	9.8	31	12.3	7	10.6	6	10.7	72	10.8
طرح الحلول	29	10	28	11.1	7	10.6	5	8.9	69	10.3
التحليلي	26	8.9	19	7.5	8	12.1	9	16	62	9.3
النقدي	15	5.1	16	6.3	2	3	2	3.5	35	5.2
الحقائق	20	6.8	10	3.9	3	4.5	1	1.7	34	5.1
أخرى	3	1	2	0.7	1	1.5	0	0	6	0.9
المجموع	290	%100	*252	%100	66	%100	56	%100	664	%100

وفقًا للجدول السابق يتبين ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

حظي أسلوب "**سرد المعلومات**" بالمرتبة الأولى بنسبة (42.4%) بواقع (282) تكراراً، وتلاه أسلوب "**الآراء والمقترحات**" بالمرتبة الثانية بنسبة (15.6%) بواقع (104) تكراراً، في حين جاء بالمرتبة الثالثة الأسلوب "**الإحصائي**" بنسبة (10.8%) بواقع (72) تكراراً، بينما جاء بالمرتبة الرابعة أسلوب "**طرح الحلول**" بنسبة (10.3%) بواقع (69) تكراراً، ثم جاء الأسلوب "**التحليلي (التناقشي)**"بالمرتبة الخامسة بنسبة (9.3%) بواقع (62) تكراراً، تلاه بالمرتبة السادسة الأسلوب "**النقدي**" بنسبة (5.2%) بواقع (35) تكراراً، ثم أسلوب "**الحقائق**" بالمرتبة السابعة بنسبة (5.1%) بواقع (34) تكراراً، أما "**أساليب أخرى**" جاءت بالمرتبة الثامنة والأخيرة بنسبة (0.9%) بواقع (6) تكراراً من إجمالي الأساليب المتبعة في مواقع الدراسة.

---

*المجموع لا يتساوى مع عدد المواد الإعلامية، لأن المادة الإعلامية في وكالة معا قد تتناول أكثر من أسلوب.

2. على مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

تصدر أسلوب "**سرد المعلومات**" المرتبة الأولى بنسبة (44.4%) بواقع (129) تكراراً، وتلاه أسلوب "**الآراء والمقترحات**" بالمرتبة الثانية بنسبة (13.7%) بواقع (40) تكراراً، في حين جاء بالمرتبة الثالثة أسلوب "**طرح الحلول**" بنسبة (10%) بواقع (29) تكراراً، بينما جاء بالمرتبة الرابعة الأسلوب "**الإحصائي**" بنسبة (9.6%) بواقع (28) تكراراً، ثم جاء الأسلوب "**التحليلي (التناقشي)**" بالمرتبة الخامسة بنسبة (8.9%) بواقع (26) تكراراً، تلاه بالمرتبة السادسة أسلوب "**الحقائق**" بنسبة (6.8%) بواقع (20) تكراراً، ثم الأسلوب "**النقدي**" بالمرتبة السابعة بنسبة (5.1%) بواقع (15) تكراراً، أما "**أساليب أخرى**" جاءت بالمرتبة الثامنة والأخيرة بنسبة (1%) بواقع (3) تكراراً من إجمالي الأساليب المتبعة في مواقع الدراسة.

ب. وكالة معًا الإخبارية:

احتل أسلوب "**سرد المعلومات**" المرتبة الأولى بنسبة (38.8%) بواقع (98) تكراراً، وتلاه أسلوب "**الآراء والمقترحات**" بالمرتبة الثانية بنسبة (19%) بواقع (48) تكراراً، في حين جاء بالمرتبة الثالثة الأسلوب "**الإحصائي**" بنسبة (12.3%) بواقع (31) تكراراً، بينما جاء بالمرتبة الرابعة أسلوب "**طرح الحلول**" بنسبة (11.1%) بواقع (28) تكراراً، ثم جاء الأسلوب "**التحليلي (التناقشي)**" بالمرتبة الخامسة بنسبة (7.5%) بواقع (19) تكراراً، تلاه بالمرتبة السادسة الأسلوب "**النقدي**" بنسبة (6.3%) بواقع (16) تكراراً، ثم أسلوب "**الحقائق**" بالمرتبة السابعة بنسبة (3.9%) بواقع (10) تكراراً، أما "**أساليب أخرى**" جاءت بالمرتبة الثامنة والأخيرة بنسبة (0.7%) بواقع (2) تكراراً من إجمالي الأساليب المتبعة في مواقع الدراسة.

ت. وكالة صفا:

حظي أسلوب "**سرد المعلومات**" المرتبة الأولى بنسبة (48.4%) بواقع (32) تكراراً، وتلاه الأسلوب "**التحليلي (التناقشي)**" بالمرتبة الثانية بنسبة (12.1%) بواقع (8) تكراراً، في حين تساوى أسلوب "**طرح الحلول**" و**الأسلوب** "**الإحصائي**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (10.6%) بواقع (7) تكراراً لكل أسلوب، بينما جاء بالمرتبة الرابعة أسلوب "**الآراء والمقترحات**" بنسبة (9%) بواقع (6) تكراراً، ثم جاء بالمرتبة الخامسة أسلوب "**الحقائق**" بنسبة (4.5%) بواقع (3) تكراراً، تلاه بالمرتبة السادسة الأسلوب "**النقدي**" بنسبة (3%) بواقع (2) تكراراً، أما "**أساليب**

أخرى" جاءت بالمرتبة السابعة والأخيرة بنسبة (1.5%) بواقع (1) تكراراً من إجمالي الأساليب المتبعة في مواقع الدراسة.

ث. وكالة سما الإخبارية:

تصدر أسلوب "**سرد المعلومات**" المرتبة الأولى بنسبة (41%) بواقع (23) تكراراً، وتلاه أسلوب "**الآراء والمقترحات**" بالمرتبة الثانية بنسبة (17.8%) بواقع (10) تكراراً، في حين جاء بالمرتبة الثالثة الأسلوب "**التحليلي (التناقشي)**" بنسبة (16%) بواقع (9) تكراراً، بينما جاء بالمرتبة الرابعة الأسلوب "**الإحصائي**" بنسبة (10.7%) بواقع (6) تكراراً، ثم جاء أسلوب "**طرح الحلول**" بالمرتبة الخامسة بنسبة (8.9%) بواقع (5) تكراراً، تلاه بالمرتبة السادسة الأسلوب "**النقدي**" بنسبة (3.5%) بواقع (2) تكراراً، ثم أسلوب "**الحقائق**" بالمرتبة السابعة بنسبة (1.7%) بواقع (1) تكراراً، أما "**أساليب أخرى**" جاءت بالمرتبة الثامنة والأخيرة بدون بنسبة وتكرارات من إجمالي الأساليب المتبعة في مواقع الدراسة.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. **اتفقت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها في اتباع أسلوب "**سرد المعلومات**" حيث جاء بالمرتبة الأولى في "**دنيا الوطن**" بنسبة (44.4%)، مقابل (38.8%) في "**وكالة معاً**"، بينما في "**وكالة سما**" بنسبة (41%)، أما في "**وكالة صفا**" بنسبة (48.4%).

ب. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها في اتباع أسلوب "**الآراء والمقترحات**" حيث جاء بالمرتبة الثانية في "**دنيا الوطن**" بنسبة (13.7%)، مقابل نسبة (19%) في "**وكالة معاً**"، أما "**وكالة سما**" بنسبة (17.8%)، بينما **اختلف** في "**وكالة صفا**" حيث جاء بالمرتبة الرابعة بنسبة (9%).

ت. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة معاً ووكالة صفا**" في ترتيب أولوياتها في اتباع الأسلوب "**الإحصائي**" حيث جاء بالمرتبة الثالثة بنسبة (12.3%) في "**وكالة معاً**"، مقابل (10.6%) في "**وكالة صفا**"، بينما **اختلف** في "**وكالة سما وموقع دنيا الوطن**" حيث جاء بالمرتبة الرابعة بنسبة (10.7%) "**لوكالة سما**"، مقابل (9.6%) "**لموقع دنيا الوطن**".

ث. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة صفا**" في ترتيب أولوياتها في اتباع أسلوب "**طرح الحلول**" حيث جاء بالمرتبة الثالثة في "**دنيا الوطن**" بنسبة (10%)، مقابل نسبة (10.6%) في "**وكالة صفا**"، بينما **اختلف** في "**وكالة معاً**" حيث جاء بالمرتبة الرابعة بنسبة (11.1%)، أما "**وكالة سما**" جاء بالمرتبة الخامسة بنسبة (8.9%).

ج. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً**" في ترتيب أولوياتها في اتباع الأسلوب "**التحليلي (التناقشي)**" حيث جاء بالمرتبة الخامسة في "**دنيا الوطن**" بنسبة (8.9%)، مقابل نسبة (7.5%) في "**وكالة معاً**"، بينما **اختلف** في "**وكالة صفا**" حيث جاء بالمرتبة الثانية بنسبة (12.1%)، أما "**وكالة سما**" جاء بالمرتبة الثالثة بنسبة (16%).

ح. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة معاً ووكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها في اتباع الأسلوب "**النقدي**" حيث جاء بالمرتبة السادسة في "**وكالة معاً**" بنسبة (6.3%)، مقابل نسبة (3%) في "**وكالة صفا**"، أما "**وكالة سما**" بنسبة (3.5%)، بينما **اختلف** في "**دنيا الوطن**" حيث جاء بالمرتبة السابعة بنسبة (5.1%).

خ. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة معاً ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها في اتباع أسلوب "**الحقائق**" حيث جاء بالمرتبة السابعة في "**وكالة معاً**" بنسبة (3.9%)، مقابل نسبة (1.7%) في "**وكالة سما**"، بينما **اختلف** في "**وكالة صفا**" حيث جاء بالمرتبة الخامسة بنسبة(4.5%)، أما "**دنيا الوطن**" جاء بالمرتبة السابعة بنسبة (6.8%).

د. **اتفقت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها في اتباع أساليب "**أخرى**" حيث جاء بالمرتبة الثامنة والأخيرة جاءت في "**دنيا الوطن**" بنسبة (1%)، مقابل (0.7%) في "**وكالة معاً**"، بينما في "**وكالة صفا**" بنسبة (1.5%)، أما في "**وكالة سما**" جاءت بدون نسب.

خامسًا/ مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في معالجة قضايا الشباب:

يوضح الجدول (3.5) تكرارات ونسب المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تغطيتها لقضايا الشباب، وكانت النتائج كالآتي:

جدول (3:5) يوضح مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في معالجة قضايا الشباب

الموقع		دنيا الوطن		وكالة معاً		وكالة صفا		وكالة سما		الاتجاه العام	
مصادر المعلومات		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مصادر داخلية	مراسل	19	6.5	5	2.2	4	6	2	3.5	30	4.6
مصادر خارجية	وكالات الأنباء – محلية	0	0	0	0	0	0	1	1.7	1	0.1
	وكالات الأنباء – عربية	1	0.3	0	0	0	0	1	1.7	2	0.3
	وكالات الأنباء – دولية	0	0	0	0%	0	0	2	3.5	2	0.3
	الإذاعة والتلفزيون	3	1	0	0%	0	0	1	1.7	4	0.6
	الشبكات الاجتماعية	4	1.3	3	1.3	2	3	2	3.5	11	1.7
دون مصدر (مجهولة)		253	87.2	179	78.8	53	80.3	39	69.6	524	82
كاتب مقال		9	3.1	40	17.6	7	10.6	8	14.2	64	10
أخرى		1	0.3	0	0	0	0	0	0	1	0.1
المجموع		290	%100	227	%100	66	%100	56	%100	639	%100

وفقًا للجدول السابق يتبين ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

تصدرت مصادر "دون مصدر (مجهولة)" المرتبة الأولى بنسبة (82%) بواقع (524) تكراراً، وتلتها مصادر "كاتب مقال" بالمرتبة الثانية بنسبة (10%) بواقع (64) تكراراً، أما في المرتبة الثالثة جاءت مصادر "مراسل" بنسبة (4.6%) بواقع (30) تكراراً، بينما جاءت مصادر "الشبكات الاجتماعية" في المرتبة الرابعة بنسبة (1.7%) بواقع (11) تكراراً، في حين احتلت

تم حذف مصادر المعلومات (المندوب، الصحف والمجلات، مواقع إخبارية، مصادر متعددة) لعدم وجود أي تكرار لها من إجمالي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة التي تم تحليلها.

مصادر "**وكالات الأنباء**" المرتبة الخامسة بنسبة (0.7%) بواقع (5) تكراراً، فيما جاءت مصادر "**الإذاعة والتلفزيون**" بالمرتبة السادسة بنسبة (0.6%) بواقع (4) تكراراً، ثم مصادر "**أخرى**" بالمرتبة الأخيرة بنسبة (0.1%) بواقع (1) تكراراً، أما مصادر "**المندوب وصحف ومجلات ومواقع إخبارية ومصادر مختلفة**" فلم تحظى بأي اهتمام من إجمالي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة.

2. مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

احتلت مصادر "**دون مصدر (مجهولة)**" المرتبة الأولى بنسبة (87.2%) بواقع (524) تكراراً، وتلتها مصادر "**مراسل**" بالمرتبة الثانية بنسبة (6.5%) بواقع (19) تكراراً، أما في المرتبة الثالثة جاءت مصادر "**كاتب مقال**" بنسبة (3.1%) بواقع (9) تكراراً، بينما جاءت مصادر "**الشبكات الاجتماعية**" في المرتبة الرابعة بنسبة (1.3%) بواقع (4) تكراراً، في حين احتلت مصادر "**الإذاعة والتلفزيون**" المرتبة الخامسة بنسبة (1%) بواقع (3) تكراراً، فيما جاءت مصادر "**وكالات الأنباء**" ومصادر "**أخرى**" بالمرتبة الأخيرة بنسبة (0.3%) بواقع (1) تكراراً لكل مصدر، أما مصادر "**المندوب وصحف ومجلات ومواقع إخبارية ومصادر مختلفة**" فلم تحظى بأي اهتمام من إجمالي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة.

ب. وكالة معًا الإخبارية:

حظيت مصادر "**دون مصدر (مجهولة)**" المرتبة الأولى بنسبة (78.8%) بواقع (179) تكراراً، وتلتها مصادر "**كاتب مقال**" بالمرتبة الثانية بنسبة (17.6%) بواقع (40) تكراراً، أما في المرتبة الثالثة جاءت مصادر "**مراسل**" بنسبة (2.2%) بواقع (5) تكراراً، بينما جاءت مصادر "**الشبكات الاجتماعية**" في المرتبة الأخيرة بنسبة (1.3%) بواقع (3) تكراراً، أما مصادر "**المندوب ووكالات الأنباء وصحف ومجلات وإذاعة وتلفزيون ومواقع إخبارية ومصادر مختلفة وأخرى**" فلم تحظى بأي اهتمام من إجمالي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة.

ت. وكالة صفا:

تصدرت مصادر "**بدون مصدر (مجهولة)**" المرتبة الأولى بنسبة (80.3%) بواقع (53) تكراراً، وتلتها مصادر "**كاتب مقال**" بالمرتبة الثانية بنسبة (10.6%) بواقع (7) تكراراً، أما في المرتبة الثالثة جاءت مصادر "**مراسل**" بنسبة (6%) بواقع (4) تكراراً، بينما جاءت مصادر

"**الشبكات الاجتماعية**" في المرتبة الأخيرة بنسبة (3%) بواقع (4) تكراراً، أما مصادر "**المندوب ووكالات الأنباء وصحف ومجلات وإذاعة وتلفزيون ومواقع إخبارية ومصادر مختلفة وأخرى**" فلم تحظى بأي اهتمام من إجمالي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة.

ث. وكالة سما الإخبارية:

احتلت مصادر "**بدون مصدر (مجهولة)**" المرتبة الأولى بنسبة (69.6%) بواقع (39) تكراراً، وتلتها مصادر "**كاتب مقال**" بالمرتبة الثانية بنسبة (14.2%) بواقع (8) تكراراً، أما في المرتبة الثالثة جاءت مصادر "**وكالات الأنباء**" بنسبة (6.9%) بواقع (4) تكراراً، بينما جاءت مصادر "**مراسل**" ومصادر "**الشبكات الاجتماعية**" في المرتبة الرابعة بنسبة (3.5%) بواقع (2) تكراراً لكل مصدر، في حين احتلت مصادر "**الإذاعة والتلفزيون**" المرتبة الأخيرة بنسبة (1.7%) بواقع (1) تكراراً، أما مصادر "**المندوب وصحف ومجلات ومواقع إخبارية ومصادر مختلفة وأخرى**" فلم تحظى بأي اهتمام من إجمالي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. **اتفقت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها في اعتماد مصادر "**بدون مصدر (مجهولة)**" حيث جاءت بالمرتبة الأولى في موقع "**دنيا الوطن**" بنسبة (87.2%)، مقابل نسبة (78.8%) في "**وكالة معاً**"، بينما في "**وكالة صفا**" بنسبة (80.3%)، أما في "**وكالة سما**" بنسبة (69.6%).

ب. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة معاً ووكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها في اعتماد مصادر "**كاتب مقال**" حيث جاء بالمرتبة الثانية في "**وكالة معاً**" بنسبة (17.6%)، مقابل نسبة (10.6%) في "**وكالة صفا**"، أما "**وكالة سما**" بنسبة (14.2%)، بينما **اختلف** في موقع "**دنيا الوطن**" حيث جاء بالمرتبة الثالثة بنسبة (3.1%).

ت. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة معاً ووكالة صفا**" في ترتيب أولوياتها في اعتماد مصادر "**مراسل**" حيث جاء بالمرتبة الثالثة في "**وكالة معاً**" بنسبة (2.2%)، مقابل نسبة (6%) في "**وكالة صفا**"، بينما **اختلف** في موقع "**دنيا الوطن**" حيث جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة(6.5%)، أما "**وكالة سما**" جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (3.5%).

ث. **اتفقت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها في اعتماد مصادر "**الشبكات الاجتماعية**" حيث جاءت بالمرتبة الرابعة في موقع "**دنيا الوطن**" بنسبة (1.3%)، مقابل نسبة (1.3%) في "**وكالة معاً**"، بينما في "**وكالة صفا**" بنسبة (3%)، أما في "**وكالة سما**" بنسبة (3.5%).

ج. كما **اتفقت** مواقع الدراسة موقع "**دنيا الوطن ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها في اعتماد مصادر "**الإذاعة والتلفزيون**" حيث جاء بالمرتبة الخامسة في "**دنيا الوطن**" بنسبة (1%)، مقابل نسبة (1.7%) في "**وكالة سما**"، بينما **اختلف** في "**وكالة معاً ووكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة الأخيرة بدون نسبة.

ح. **اختلفت** مواقع الدراسة موقع "**دنيا الوطن ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها في اعتماد مصادر "**وكالات الأنباء**" حيث جاءت بالمرتبة الثالثة في "**وكالة سما**" بنسبة (6.9%)، مقابل نسبة (0.3%) في "**دنيا الوطن**" بالمرتبة السادسة مع مصادر "**أخرى**"، بينما في "**وكالة معاً ووكالة سما**" جاءت بالمرتبة الأخيرة بدون نسبة.

خ. جميع مواقع الدراسة لم تعتمد قط على (المندوب الصحفي، الصحف والمجلات، مواقع إخبارية، مصادر متعددة) في التغطيةالإعلامية.

سادسًا/ نطاق التغطية الجغرافية للمواد الإعلامية الخاصة بقضايا الشباب في مواقع الدراسة:

يوضح الجدول (3.6) تكرارات ونسب نطاق التغطية الجغرافية للمواد الإعلامية الخاصة بقضايا الشباب في مواقع الدراسة، وكانت النتائج كالآتي:

جدول (3:6) يوضح نطاق التغطية الجغرافية للمواد الإعلامية الخاصة بقضايا الشباب في مواقع الدراسة

الموقع	دنيا الوطن		وكالة معاً		وكالة صفا		وكالة سما		الاتجاه العام	
النطاق الجغرافي	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الضفة الغربية	133	42.3	147	57.6	20	28.5	22	36	322	46
قطاع غزة	130	41.4	80	31.3	32	45.7	26	42.6	268	38.2
القدس المحتلة	23	7.3	11	4.3	5	7.1	3	4.9	42	6
دولي	12	3.8	8	3.1	7	10	6	9.8	33	4.7
عربي	10	3.1	5	1.9	4	5.7	3	4.9	22	3.1
أراضي 48	6	1.9	4	1.5	2	2.8	1	1.6	13	1.8
المجموع*	314	%100	255	%100	70	%100	61	%100	700	%100

وفقًا للجدول السابق يتبين ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

تصدر نطاق "**الضفة الغربية**" المرتبة الأولى بنسبة (46%) بواقع (322) تكراراً، وتلاه نطاق "**قطاع غزة**" بالمرتبة الثانية بنسبة (38.2%) بواقع (268) تكراراً، أما في المرتبة الثالثة جاء نطاق "**القدس المحتلة**" بنسبة (6%) بواقع (42) تكراراً، بينما جاء النطاق "**الدولي**" المرتبة الرابعة بنسبة (4.7%) بواقع (33) تكراراً، ثم النطاق "**العربي**" بالمرتبة الخامسة بنسبة (3.1%) بواقع (22) تكراراً، أما نطاق "**الأراضي المحتلة 48**" بالمرتبة السادسة والأخيرة بنسبة

*المجموع هنا لا يتساوى مع عدد المواد الإعلامية، لأن الموضوع قد يتناول أكثر من نطاق جغرافي.

(1.8%) بواقع (13) تكراراً من إجمالي نطاق التغطية الجغرافية لقضايا الشباب في مواقع الدراسة.

2. مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

حظي نطاق "**الضفة الغربية**" المرتبة الأولى بنسبة (42.3%) بواقع (133) تكراراً، وتلاه نطاق "**قطاع غزة**" بالمرتبة الثانية بنسبة (41.4%) بواقع (130) تكراراً، أما في المرتبة الثالثة جاء نطاق "**القدس المحتلة**" بنسبة (7.3%) بواقع (23) تكراراً، بينما جاء النطاق "**الدولي**" المرتبة الرابعة بنسبة (3.8%) بواقع (12) تكراراً، ثم النطاق "**العربي**" بالمرتبة الخامسة بنسبة (3.1%) بواقع (10) تكراراً، أما نطاق "**الأراضي المحتلة 48**" بالمرتبة السادسة والأخيرة بنسبة (1.9%) بواقع (6) تكراراً من إجمالي نطاق التغطية الجغرافية لقضايا الشباب في مواقع الدراسة.

ب. وكالة معًا الإخبارية:

احتل نطاق "**الضفة الغربية**" المرتبة الأولى بنسبة (57.6%) بواقع (147) تكراراً، وتلاه نطاق "**قطاع غزة**" بالمرتبة الثانية بنسبة (31.3%) بواقع (80) تكراراً، أما في المرتبة الثالثة جاء نطاق "**القدس المحتلة**" بنسبة (4.3%) بواقع (11) تكراراً، بينما جاء النطاق "**الدولي**" المرتبة الرابعة بنسبة (3.1%) بواقع (8) تكراراً، ثم النطاق "**العربي**" بالمرتبة الخامسة بنسبة (1.9%) بواقع (5) تكراراً، أما نطاق "**الأراضي المحتلة 48**" بالمرتبة السادسة والأخيرة بنسبة (1.5%) بواقع (4) تكراراً من إجمالي نطاق التغطية الجغرافية لقضايا الشباب في مواقع الدراسة.

ت. وكالة صفا:

تصدر نطاق "**قطاع غزة**" المرتبة الأولى بنسبة (45.7%) بواقع (32) تكراراً، وتلاه نطاق "**الضفة الغربية**" بالمرتبة الثانية بنسبة (28.5) بواقع (20) تكراراً، أما في المرتبة الثالثة جاء النطاق "**الدولي**" بنسبة (10%) بواقع (7) تكراراً، بينما جاء نطاق "**القدس**" المرتبة الرابعة بنسبة (7.1%) بواقع (5) تكراراً، ثم النطاق "**العربي**" بالمرتبة الخامسة بنسبة (5.7%) بواقع (4) تكراراً، أما نطاق "**الأراضي المحتلة 48**" بالمرتبة السادسة والأخيرة بنسبة (2.8%) بواقع (2) تكراراً من إجمالي نطاق التغطية الجغرافية لقضايا الشباب في مواقع الدراسة.

ث. وكالة سما الإخبارية:

احتل نطاق "**قطاع غزة**" المرتبة الأولى بنسبة (42.6%) بواقع (26) تكراراً، وتلاه نطاق "**الضفة الغربية**" بالمرتبة الثانية بنسبة (36%) بواقع (22) تكراراً، أما في المرتبة الثالثة جاء النطاق "**الدولي**" بنسبة (9.8%) بواقع (6) تكراراً، بينما جاء نطاق "**القدس**" والنطاق "**العربي**" المرتبة الرابعة بنسبة (4.9%) بواقع (3) تكراراً لكل نطاق، أما نطاق "**الأراضي المحتلة 48**" بالمرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة (1.6%) بواقع (1) تكراراً من إجمالي نطاق التغطية الجغرافية لقضايا الشباب في مواقع الدراسة.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً**" في ترتيب أولوياتها في نطاق "**الضفة الغربية**" حيث جاء بالمرتبة الأولي في "**دنيا الوطن**" بنسبة (42.3%)، مقابل نسبة (57.6%) في "**وكالة معاً**"، بينما **اختلف** في "**وكالة صفا ووكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة (28.5%) لوكالة صفا، أما "**وكالة سما**" بنسبة (36%).

ب. **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً**" في ترتيب أولوياتها في نطاق "**قطاع غزة**" حيث جاء بالمرتبة الثانية في "**دنيا الوطن**" بنسبة (41.4%)، مقابل نسبة (31.3%) في "**وكالة معاً**"، بينما **اختلف** في "**وكالة صفا ووكالة**" حيث جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (45.7%) لوكالة صفا، أما "**وكالة سما**" بنسبة (42.6%).

ت. **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً**" في ترتيب أولوياتها في نطاق "**القدس**" حيث جاء بالمرتبة الثالثة في "**دنيا الوطن**" بنسبة (7.3%)، مقابل نسبة (4.3%) في "**وكالة معاً**"، بينما **اختلف** في "**وكالة صفا ووكالة**" حيث جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (7.1%) لوكالة صفا، أما "**وكالة سما**" بنسبة (4.9%).

ث. **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً**" في ترتيب أولوياتها في النطاق "**الدولي**" حيث جاء بالمرتبة الرابعة في "**دنيا الوطن**" بنسبة (3.8%)، مقابل نسبة (3.1%) في "**وكالة معاً**"، بينما **اختلف** في "**وكالة صفا ووكالة**" حيث جاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة(10%) لوكالة صفا، أما "**وكالة سما**" بنسبة (9.8%).

ج. **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً ووكالة صفا**" في ترتيب أولوياتها في النطاق "**العربي**" حيث جاء بالمرتبة الخامسة في "**دنيا الوطن**" بنسبة (3.1%)، مقابل نسبة (1.9%) في "**وكالة معاً**"، أما "**وكالة صفا**" بنسبة (5.7%)، بينما **اختلف** في "**وكالة سما**" حيث جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (4.9%).

ح. **اتفقت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها في نطاق "**الأراضي المحتلة 48**" حيث جاءت بالمرتبة السادسة والأخيرة في موقع "**دنيا الوطن**" بنسبة (1.9%)، مقابل نسبة (1.5%) في "**وكالة معاً**"، بينما في "**وكالة صفا**" بنسبة (2.8%)، أما في "**وكالة سما**" بنسبة (1.6).

المبحث الثاني

السمات العامة لشكل معالجة قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة

هدف هذا المبحث إلى التعرف على السمات العامة لشكل المعالجة الإعلامية لقضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة **(موقع دنيا الوطن، وكالة معًا الإخبارية، وكالة صفا، وكالة سما الإخبارية)**، وذلك من خلال معرفة الأشكال الصحفية والوسائط المتعددة والعناصر التفاعلية والخدمات المساعدة التي عرضتها مواقع الدراسة في نشر قضايا الشباب.

أولًا/ الأشكال الصحفية المستخدمة في معالجة مواقع الدراسة للموضوعات المتصلة بقضايا الشباب:

يوضح الجدول (3.7) تكرارات ونسب الأشكال الصحفية المستخدمة في معالجة مواقع الدراسة للموضوعات المتصلة بقضايا الشباب، وكانت النتائج كالآتي:

جدول (3.7) يوضح الأشكال الصحفية المستخدمة في معالجة مواقع الدراسة لقضايا الشباب

الموقع	دنيا الوطن		وكالة معاً		وكالة صفا		وكالة سما		الاتجاه العام	
الأشكال الصحفية	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الخبر	231	79.6	177	77.9	55	83.3	45	80.3	508	79.4
المقال	9	3.1	40	17.6	7	10.6	8	14.3	64	10
التقرير	46	15.8	10	4.4	4	6	2	3.5	62	9.7
الحديث	3	1	0	0	0	0	1	4	4	0.6
أخرى	1	0.3	0	0	0	0	0	1	1	0.1
المجموع	290	%100	227	%100	66	%100	56	%100	639	%100

تم حذف (التحقيق الصحفي) من الأشكال الصحيفية لعدم وجود أي تكرار له من إجمالي الأشكال الصحفية المستخدمة في مواقع الدراسة التي تم تحليلها.

وفقًا للجدول السابق يتبين ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

تصدر "**الخبر الصحفي**" المرتبة الأولى بنسبة (79.4%) بواقع (508) تكراراً، وتلاه "**المقال الصحفي**" بالمرتبة الثانية بنسبة (10%) بواقع (64) تكراراً، وجاء في المرتبة الثالثة "**التقرير الصحفي**" بنسبة (9.7%) بواقع (62) تكراراً، بينما جاء "**الحديث الصحفي**" بالمرتبة الرابعة بنسبة (0.6%) بواقع (4) تكراراً، في حين جاءت أشكال "**أخرى**" بالمرتبة الأخيرة بنسبة (0.1%) بواقع (1) تكراراً، أما "**التحقيق الصحفي**" فلم يحظى بأي اهتمام من إجمالي الأشكال الصحفية المستخدمة في عرض قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

2. مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

تصدر "**الخبر الصحفي**" المرتبة الأولى بنسبة (79.6%) بواقع (231) تكراراً، وتلاه "**التقرير الصحفي**" بالمرتبة الثانية بنسبة (15.8%) بواقع 46) تكراراً، وجاء في المرتبة الثالثة "**المقال الصحفي**" بنسبة (3.1%) بواقع (9) تكراراً، بينما جاء "**الحديث الصحفي**" بالمرتبة الرابعة بنسبة (1%) بواقع (3) تكراراً، في حين جاءت أشكال "**أخرى**" بالمرتبة الاخيرة بنسبة (0.3%) بواقع (1) تكراراً، أما "**التحقيق الصحفي**" فلم يحظى بأي اهتمام من إجمالي الأشكال الصحفية المستخدمة في عرض قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

ب. وكالة معًا الإخبارية:

حظي "**الخبر الصحفي**" المرتبة الأولى بنسبة (77.9%) بواقع (177) تكراراً، وتلاه "**المقال الصحفي**" بالمرتبة الثانية بنسبة (17.6%) بواقع (40) تكراراً، وجاء في المرتبة الثالثة والأخيرة "**التقرير الصحفي**" بنسبة (4.4%) بواقع (10) تكراراً، بينما "**الحديث الصحفي**" و"**التحقيق الصحفي**" وأشكال "**أخرى**" لم يحظوا بأي اهتمام من إجمالي الأشكال الصحفية المستخدمة في عرض قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

ت. وكالة صفا:

احتل "**الخبر الصحفي**" المرتبة الأولى بنسبة (83.3%) بواقع (55) تكراراً، وتلاه "**المقال الصحفي**" بالمرتبة الثانية بنسبة (10.6%) بواقع (7) تكراراً، وجاء في المرتبة الثالثة والأخيرة "**التقرير الصحفي**" بنسبة (6%) بواقع (4) تكراراً، أما "**الحديث الصحفي**" و"**التحقيق الصحفي**" وأشكال "**أخرى**" فلم يحظوا بأي اهتمام من إجمالي الأشكال الصحفية المستخدمة في عرض قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

ث. وكالة سما الإخبارية:

تصدر "**الخبر الصحفي**" المرتبة الأولى بنسبة (80.3%) بواقع (45) تكراراً، وتلاه "**المقال الصحفي**" بالمرتبة الثانية بنسبة (14.2%) بواقع (8) تكراراً، وجاء في المرتبة الثالثة "**التقرير الصحفي**" بنسبة (3.5%) بواقع (2) تكراراً، بينما جاء "**الحديث الصحفي**" بالمرتبة الرابعة بنسبة (1.7%) بواقع (1) تكراراً، أما "**التحقيق الصحفي**" **و**أشكال "**أخرى**" جاؤوا بالمرتبة الخامسة والأخيرة بدون تكرارات ونسب من إجمالي الأشكال الصحفية المستخدمة في عرض قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. **اتفقت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها في استخدام "**الخبر الصحفي**" حيث جاء بالمرتبة الأولى، فبلغ في "**دنيا الوطن**" بنسبة (79.6%)، مقابل (77.9%) في "**وكالة معاً**"، بينما بلغ في "**وكالة سما**" بنسبة (80.3%)، أما في "**وكالة صفا**" بنسبة (83.3%).

ب. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة معاً ووكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها في استخدام "**المقال الصحفي**" والذي جاء بالمرتبة الثانية، فبلغ في "**وكالة معاً**" بنسبة (17.6%)، مقابل (10.6%) في "**وكالة صفا**"، أما في "**وكالة سما**" بنسبة (14.2%)، بينما **اختلف** في موقع "**دنيا الوطن**" حيث جاء بالمرتبة الثالثة بنسبة (3.1%).

ت. **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة معاً ووكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها في استخدام "**التقرير الصحفي**" والذي جاء بالمرتبة الثالثة، فبلغ في "**وكالة معاً**" بنسبة (4.4%)، مقابل (6%) في "**وكالة صفا**"، أما في "**وكالة سما**" بنسبة (3.5%)، بينما **اختلف** موقع "**دنيا الوطن**" حيث جاء بالمرتبة الثانية بنسبة (15.8%).

ث. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها في استخدام "**الحديث الصحفي**" والذي جاء بالمرتبة الرابعة، فبلغ في موقع "**دنيا الوطن**" بنسبة (1%)، مقابل (1.7%) في "**وكالة سما**"، بينما لم يحظى بأي اهتمام في كل من "**وكالة معاً ووكالة سما**".

ج. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها في استخدام "**أشكال أخرى**" حيث جاء بالمرتبة الخامسة في موقع "**دنيا الوطن**" بنسبة (0.3)، أما في المواقع الأخرى جاء بدون تكرارات ونسب.

ح. جميع مواقع الدراسة لم تعطي أي اهتمام يذكر "**للتحقيق الصحفي**".

ثانيًا/ الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية المنشورة في مواقع الدراسة:

يوضح الجدول (3.8) تكرارات ونسب الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية المنشورة في مواقع الدراسة لإبراز قضايا الشباب، وكانت النتائج كالآتي:

جدول (3.8) يوضح الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية في مواقع الدراسة لإبراز قضايا الشباب

الموقع		دنيا الوطن		وكالة معاً		وكالة صفا		وكالة سما		الاتجاه العام	
الوسائط المتعددة		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصورة	خبرية	76	24.7	80	33.4	31	27.1	25	23.8	212	27.7
	شخصية	33	10.7	44	18.4	8	7	7	6.6	92	12
	توضيحية	20	6.5	38	15.8	18	15.7	8	7.6	84	10.9
	أرشيفية	8	2.6	2	0.8	4	3.5	5	4.7	19	2.4
	المجموع	137	44.5	154	68.4	61	53.3	45	42.7	407	53
	دون صورة	157	51.1	74	30.9	6	5.2	18	17.1	255	33.3
النص المتشعب		0	0	0	0	44	38.5	40	38	84	10.9
الفيديو		13	4.2	1	0.4	3	2.6	2	1.9	19	2.4
المجموع*		307	%100	239	%100	114	%100	105	%100	765	%100

وفقًا للجدول السابق يتبين ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

تصدرت "الصور" المرتبة الأولى بنسبة (53%) بواقع (407) تكراراً، وكانت على الشكل التالي:

---

*المجموع هنا لا يتساوى مع عدد المواد الإعلامية، لأن قد يرافق الموضوع أكثر من بند من الوسائط المتعددة.

تم حذف (الصوت، الأشكال الجرافيكية، الرسومات، أخرى) من الوسائط المتعددة لعدم وجود أي تكرارت لها من إجمالي الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية في مواقع الدراسة التي تم تحليلها.

حظيت "**الصورة الخبرية**" المرتبة الأولى بنسبة (27.7%) بواقع (212) تكراراً، ثم "**الصور الشخصية**" بالمرتبة الثانية بنسبة (12%) بواقع (92) تكراراً، وجاء في المرتبة الثالثة "**الصور التوضيحية**" بنسبة (10.9%) بواقع (84) تكراراً، أما "**الصور الأرشيفية**" جاءت بالمرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (2.4%) بواقع (19) تكراراً.

وتلاها "**بدون صورة**" بالمرتبة الثانية بنسبة (33.3%) بواقع (255) تكراراً، ثم "**النص المتشعب**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (10.9%) بواقع (84) تكراراً، وجاء في المرتبة الرابعة "**الفيديو**" بنسبة (2.8%) بواقع (19) تكراراً، أما باقي الوسائط **(الصوت والأشكال الجرافيكية والرسومات وأخرى)** لم يحظوا بأي اهتمام من إجمالي الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية في مواقع الدراسة.

1. مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

تصدرت "**بدون صورة**" المرتبة الأولى بنسبة (51.13%) بواقع (157) تكراراً، تلاها "**الصور**" بالمرتبة الثانية بنسبة (44.5%) بواقع (137) تكراراً، وكانت على الشكل التالي:

حظيت "**الصورة الخبرية**" المرتبة الأولى بنسبة (24.7%) بواقع (76) تكراراً، ثم "**الصور الشخصية**" بالمرتبة الثانية بنسبة (10.7%) بواقع (33) تكراراً، وجاء في المرتبة الثالثة "**الصور التوضيحية**" بنسبة(6.5%) بواقع (20) تكراراً، أما "**الصور الأرشيفية**" جاءت بالمرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (2.6%) بواقع (8) تكراراً.

ثم "**الفيديو**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (4.2%) بواقع (13) تكراراً، أما باقي الوسائط **(النص المتشعب والصوت والأشكال الجرافيكية والرسومات وأخرى)** لم يحظوا بأي اهتمام من إجمالي الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية في مواقع الدراسة.

ب. وكالة معًا الإخبارية:

تصدرت "**الصور**" المرتبة الأولى بنسبة (68.4%) بواقع (154) تكراراً، وكانت على الشكل التالي:

حظيت "**الصورة الخبرية**" المرتبة الأولى بنسبة (33.4%) بواقع (80) تكراراً، ثم "**الصور الشخصية**" بالمرتبة الثانية بنسبة (18.4%) بواقع (44) تكراراً، وجاء في المرتبة الثالثة "**الصور التوضيحية**" بنسبة (15.8%) بواقع (38) تكراراً، أما "**الصور الأرشيفية**" جاءت بالمرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (0.8%) بواقع (2) تكراراً.

وتلاها "**بدون صورة**" بالمرتبة الثانية بنسبة (30.9%) بواقع (74) تكراراً، ثم "**الفيديو**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (0.4%) بواقع (1) تكراراً، أما باقي الوسائط (**االنص المتشعب والصوت والأشكال الجرافيكية والرسومات وأخرى**) لم يحظوا بأي اهتمام من إجمالي الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية في مواقع الدراسة.

ت. وكالة صفا:

تصدرت "**الصور**" المرتبة الأولى بنسبة (53.3%) بواقع (61) تكراراً، وكانت على الشكل التالي:

حظيت "**الصورة الخبرية**" المرتبة الأولى بنسبة (27.1%) بواقع (31) تكراراً، ثم "**الصور التوضيحية**" بالمرتبة الثانية بنسبة (15.7%) بواقع (18) تكراراً، وجاء في المرتبة الثالثة "**الصور الشخصية**" بنسبة (7%) بواقع (8) تكراراً، أما "**الصور الأرشيفية**" جاءت بالمرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (3.5%) بواقع (4) تكراراً.

وتلاها "**النص المتشعب**" بالمرتبة الثانية بنسبة (38.5%) بواقع (44) تكراراً، ثم "**بدون صورة**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (5.2%) بواقع (6) تكراراً، وجاء في المرتبة الرابعة "**الفيديو**" بنسبة (2.6%) بواقع (3) تكراراً، أما باقي الوسائط (**الصوت والأشكال الجرافيكية والرسومات وأخرى**) لم يحظوا بأي اهتمام من إجمالي الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية في مواقع الدراسة.

ث. وكالة سما الإخبارية:

تصدرت "**الصور**" المرتبة الأولى بنسبة (42.7%) بواقع (45) تكراراً، وكانت على الشكل التالي:

حظيت "**الصورة الخبرية**" المرتبة الأولى بنسبة (23.8%) بواقع (25) تكراراً، ثم "**الصور التوضيحية**" بالمرتبة الثانية بنسبة (7.6%) بواقع (8) تكراراً، وجاء في المرتبة الثالثة "**الصور الشخصية**" بنسبة (6.6%) بواقع (7) تكراراً، أما "**الصور الأرشيفية**" جاءت بالمرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (4.7%) بواقع (5) تكراراً.

وتلاها "**النص المتشعب**" بالمرتبة الثانية بنسبة (35%) بواقع (40) تكراراً، ثم "**بدون صورة**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (17.1%) بواقع (18) تكراراً، وجاء في المرتبة الرابعة "**الفيديو**" بنسبة (1.9%) بواقع (2) تكراراً، أما باقي الوسائط (**الصوت والأشكال الجرافيكية والرسومات وأخرى**) لم يحظوا بأي اهتمام من إجمالي الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية في مواقع الدراسة.

أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة معاً ووكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها في اعتماد "**الصور**" والذي جاءت بالمرتبة الأولى، فبلغ في "**وكالة معاً**" بنسبة (68.4%)، بينما "**وكالة صفا**" بنسبة (53.3%)، مقابل (42.7%) في "**وكالة سما**"، بينما **اختلف** في موقع "**دنيا الوطن**" حيث جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة (44.5%).

ب. كما **اتفقت** جميع مواقع الدراسة "**موقع دنيا الوطن ووكالة معاً ووكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها في اعتماد "**الصور الخبرية**" والذي جاءت بالمرتبة الأولى من فئة الصور، فبلغ في موقع "**دنيا الوطن**" بنسبة (24.7%)، في حين جاءت في "**وكالة معاً**" بنسبة (33.4%)، بينما "**وكالة صفا**" بنسبة (27.1%)، مقابل (23.8%) في "**وكالة سما**".

ت. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن وكالة معاً**" في ترتيب أولوياتها في اعتماد "**الصور الشخصية**" والذي جاءت بالمرتبة الثانية من فئة الصور، فبلغت في موقع "**دنيا الوطن** بنسبة (10.7%)، بينما "**وكالة معاً**" بنسبة (18.4%)، بينما **اختلف** في "**وكالة صفا ووكالة سما**" حيث جاءت في "**وكالة صفا**" بالمرتبة الثالثة بنسبة (7%). مقابل (6.6%) في "**وكالة سما**".

ث. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً**" في ترتيب أولوياتها في اعتماد "**الصور التوضيحية**" والذي جاءت بالمرتبة الثالثة من فئة الصور، فبلغت في "**دنيا الوطن**" بنسبة (6.5%)، بينما "**وكالة معاً**" بنسبة (15.8%)، في حين **اختلف** في "**وكالة صفا**" حيث جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة (15.7%)، فيما جاءت في "**وكالة سما**" بالمرتبة الرابعة بنسبة (7.6%).

ج. **اتفقت** جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها في اعتماد "**الصور الأرشيفية**" حيث جاءت بالمرتبة الرابعة والأخيرة من فئة الصور، فبلغ في موقع "**دنيا الوطن**" بنسبة (2.6%)، مقابل (0.8%) في "**وكالة معاً**"، بينما بلغ في "**وكالة صفا**" بنسبة (3.5%)، أما في "**وكالة سما**" بنسبة (4.7%).

ح. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها في اعتماد "**بدون صور**" حيث جاءت بالمرتبة الثانية، فبلغت في "**وكالة صفا**" بنسبة (5.2%)، بينما "**وكالة سما**" بنسبة (17.1%)، بينما **اختلف** في موقع "**دنيا الوطن**" حيث جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (51.1%)، فيما جاءت في "**وكالة معاً**" بالمرتبة الثانية بنسبة (30.9%).

خ. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة صفا ووكالة سما**" في ترتيب أولوياتها باعتماد "**النص المتشعب**" حيث جاء بالمرتبة الثانية، فبلغ في موقع "**وكالة صفا**" بنسبة (38.5%)، مقابل (38%) في "**وكالة سما**"، فيما **اختلف** في موقع "**دنيا الوطن ووكالة معاً**" حيث لم يحظى بأي اهتمام.

د. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً**" في ترتيب أولوياتها باعتماد "**الفيديو**" حيث جاء بالمرتبة الثالثة، فبلغ في موقع "**دنيا الوطن**" بنسبة (4.2%)، مقابل (0.4%) في "**وكالة معاً**"، فيما **اختلف** في "**وكالة صفا ووكالة سما**" حيث جاء بالمرتبة الرابعة بنسبة (2.6%) "**لوكالة صفا**"، وبنسبة (1.9%) "**لوكالة سما**".

ثالثًا/ العناصر التفاعلية والخدمات المساعدة التي قدمتها مواقع الدراسة في عرض قضايا الشباب:

(أ) العناصر التفاعلية المرافقة للمادة الإعلامية:

يوضح الجدول (3.9) العناصر التفاعلية التي قدمتها مواقع الدراسة في عرض قضايا الشباب، وكانت النتائج كالآتي:

جدول (3.9) يوضح العناصر التفاعلية التي قدمتها مواقع الدراسة لعرض قضايا الشباب

الموقع / العناصر التفاعلية	دنيا الوطن	وكالة معاً	وكالة صفا	وكالة سما
الربط بالشبكات الاجتماعية	متاح	غير متاح	متاح	متاح
تقييم الموضوع	متاح	غير متاح	غير متاح	غير متاح
ردود وتعليقات	غير متاح	غير متاح	متاح	متاح
أخرى	غير متاح	غير متاح	متاح	متاح
إرسال الموضوع	غير متاح	غير متاح	متاح	غير متاح
الربط بتطبيقات الهاتف	غير متاح	غير متاح	غير متاح	متاح

وفقًا للجدول السابق يتبين ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

أتاحت مواقع الدراسة العناصر التفاعلية التالية في عرض قضايا الشباب "**الربط بالشبكات الاجتماعية** و**تقييم الموضوع** و**ردود وتعليقات** و**أخرى** و**إرسال الموضوع** و**الربط بالهاتف المحمول**، أما "**استطلاع الرأي**" لم يحظى بأي اهتمام من إجمالي العناصر التفاعلية.

2. مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

أتاحت العناصر "**الربط بالشبكات الاجتماعية**" و"**تقييم الموضوع**" بينما عناصر "**الربط بالهاتف المحمول**" و"**ردود وتعليقات**" و"**إرسال الموضوع**" و"**استطلاع الرأي**" و"**أخرى**" لم يحظوا بأي اهتمام.

ب. وكالة معًا الإخبارية:

لم تحظى جميع العناصر بأي اهتمام.

ت. وكالة صفا:

أتاحت العناصر "**الربط بالشبكات الاجتماعية**" و"**ردود وتعليقات**" و"**إرسال الموضوع**" و"**أخرى**"، بينما عناصر "**الربط بالهاتف المحمول**" و"**استطلاع الرأي**" و"**تقييم الموضوع**" لم يحظوا بأي اهتمام.

ث. وكالة سما:

أتاحت العناصر "**الربط بالشبكات الاجتماعية**" و"**الربط بالهاتف المحمول**" و"**ردود وتعليقات**" و"**أخرى**"، بينما عناصر "**إرسال لصديق**" و"**استطلاع الرأي**" و"**تقييم الموضوع**" لم يحظوا باي اهتمام.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. **اتفقت** مواقع الدراسة موقع "**دنيا الوطن ووكالة صفا ووكالة سما**" في استخدام "**الربط بالشبكات الاجتماعية**"، بينما **اختلفت** في "**وكالة معاً**" حيث لم تحظى بها.

ب. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة صفا ووكالة سما**" في استخدام "**الردود والتعليقات**"، بينما لم تحظى بها "**دنيا الوطن وكالة معاً**".

ت. كما **اتفقت** مواقع الدراسة "**وكالة صفا ووكالة سما**" في استخدام "**عناصر أخرى**"، بينما لم تحظى بها "**دنيا الوطن ووكالة معاً**".

ث. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في استخدام "**الربط بالهاتف المحمول**"، حيث حظيت بها "**وكالة سما**"، بينما لم تحظى بها المواقع الأخرى.

ج. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في استخدام "**إرسال الموضوع**"، حيث حظيت بها "**وكالة صفا**" بينما لم تحظى بها المواقع الأخرى.

ح. **اختلفت** جميع مواقع الدراسة في استخدام "**تقييم الموضوع**"، حيث حظيت بها "**دنيا الوطن**" بينما لم تحظى بها المواقع الأخرى.

(ب) الخدمات المساعدة المرافقة للمادة الإعلامية:

يوضح الجدول (3.10) الخدمات المساعدة التي قدمتها مواقع الدراسة في نشر قضايا الشباب، وكانت النتائج كالآتي:

جدول (3.10) يوضح الخدمات المساعدة التي قدمتها مواقع الدراسة في نشر قضايا الشباب

الموقع / الخدمات المساعدة	دنيا الوطن	وكالة معاً	وكالة صفا	وكالة سما
طباعة الموضوع	متاح	متاح	متاح	غير متاح
الاستماع للنص	متاح	غير متاح	غير متاح	غير متاح
تكبير وتصغير الموضوع	غير متاح	غير متاح	متاح	غير متاح

وفقًا للجدول السابق يتبين ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

أتاحت مواقع الدراسة الخدمات المساعدة التالية التي قدمتها في نشر قضايا الشباب "**طباعة الموضوع** و**الاستماع للنص** و**تكبير وتصغير الموضوع**"، أما **(حفظ الموضع ونسخ الموضوع وأخرى)** لم يحظوا بأي اهتمام من إجمالي الخدمات المساعدة التي قدمتها مواقع الدراسة في نشر قضايا الشباب.

2. مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

أتاحت الخدمات المساعدة "**طباعة الموضوع**" و"**الاستماع للنص**"، بينما **الخدمات المساعدة الأخرى** لم يحظوا بأي اهتمام.

ب. وكالة معًا الإخبارية:

أتاحت الخدمات المساعدة "**طباعة الموضوع**"، بينما **الخدمات المساعدة الأخرى** لم يحظوا بأي اهتمام.

ت. وكالة صفا:

أتاحت الخدمات المساعدة "**طباعة الموضوع**" و"**تكبير وتصغير النص**"، بينما **الخدمات المساعدة الأخرى** لم يحظوا بأي اهتمام.

ث. وكالة سما:

لم تحظى بأي اهتمام من الخدمات المساعدة في نشر قضايا الشباب.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. **اتفقت** مواقع الدراسة "**دنيا الوطن ووكالة معاً ووكالة صفا**" في استخدام "**طباعة الموضوع**، بينما **اختلفت** في "**وكالة سما**" حيث لم تحظى بها.

ب. **اختلفت** مواقع الدراسة في استخدام "**تكبير وتصغير الموضوع**" حيث جاءت في "**وكالة صفا**"، بينما لم تحظى بها المواقع الأخرى.

ت. **كما اختلفت** مواقع الدراسة في استخدام "**الاستماع للنص**" حيث جاءت في موقع "**دنيا الوطن**"، بينما لم تحظى بها المواقع الأخرى.

ث. لم تحظى الخدمات المساعدة "**حفظ الموضوع ونسخ الموضوع وأخرى**" بأي اهتمام في جميع مواقع الدراسة.

الفصل الرابع

مناقشة نتائج الدراسة التحليلية والتوصيات

الفصل الرابع

مناقشة نتائج الدراسة التحليلية والتوصيات

تمهيد:

تناول هذا الفصل مناقشة نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بتحليل المضمون وتفسيرها، وتقديم التوصيات، سعيًا لتقويم معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب.

وتضمن هذا الفصل ثلاث مباحث، وهي:

المبحث الأول: مناقشة نتائج السمات العامة لمحتوى معالجة مواقع الدراسة لقضايا الشباب

المبحث الثاني: مناقشة نتائج السمات العامة لشكل معالجة مواقع الدراسة لقضايا الشباب

المبحث الثالث: التوصيات

المبحث الأول

مناقشة نتائج السمات العامة لمحتوى معالجة مواقع الدراسة لقضايا الشباب

يسعى هذا المبحث إلى مناقشة وتفسير نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بالسمات العامة لمحتوى معالجة مواقع الدراسة لقضايا الشباب.

أولًا/ مناقشة نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بمجالات قضايا الشباب التي اهتمت بها مواقع الدراسة:

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية مدى اهتمام مواقع الدراسة **بالقضايا السياسية** حيث حظيت بالمرتبة الأولى بنسبة (24.3%)، وهي بالتأكيد نتيجة طبيعية ومتوقعه وقد عملت مواقع الدارسة على إبرازها وتناولها بعمق نظرًا لطبيعة الأوضاع التي يعيشها المجتمع الفلسطيني ومدى تأثيرها على الشباب كالمشاركة السياسية ومشاكل الانقسام الداخلي وتحقيق المصالحة بين أطياف المجتمع الفلسطيني والاحتلال الإسرائيلي وممارساته العدوانية وإعاقته لحرية التنقل والسفر، وكذلك الحصار المفروض على قطاع غزة منذ أكثر من 10 سنوات مما فاقمت كافة الأوضاع، كل هذا يجعل من القضايا السياسية محط اهتمام لدى مواقع الدراسة.

وتتفق تقدم القضايا السياسية على القضايا الأخرى مع دراسة سعيد أبو معلا التي كانت من نتائجها "سجل الاهتمام بالقضايا السياسية على حساب القصايا الأخرى"[1]، كما اتفقت مع دراسة إبراهيم نجيب "أن القضايا السياسية احتلت المرتبة الأولى في كلتا الإذاعتين بنسبة (43%)[2]، كذلك اتفقت مع دراسة فاطمة السروجي حيث "جاءت القضايا السياسية في مقدمة اهتمامات الصحف الإلكترونية بنسبة (34%)، يليها الاقتصادية بنسبة (13%)"[3].

وعلى الرغم من الاهتمام بالقضايا السياسية إلا أن **القضايا الاقتصادية** جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة (23.4%)، وهي نسبة متقاربة جدًا تعكس مدى اهتمام مواقع الدراسة بهذا المجال، وهي انعكاس لواقع سياسي أليم وأوضاع اقتصادية صعبة يعيشها المجتمع الفلسطيني خاصة الشباب، مما أدت إلى ارتفاع نسب البطالة والفقر وانعدام فرص العمل بين أوساط الشباب، وكذلك ارتفاع مستوى المعيشة وقلة دخل الفرد وانعدام فرص النجاح للمشاريع الريادية.

---

(1) أبو معلا، معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية للأزمات الداخلية (ص 133).
(2) نجيب، قضايا الشباب كما تعكسها المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة (ص112).
(3) السروجي، الصحافة الإلكترونية وترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية (ص150).

ويتفق تقدم القضايا الاقتصادية في المرتبة الثانية مع دراسة عمرو أبو جبر التي كانت من نتائجها "تساوت قضايا الشباب الاقتصادية والسياسية في الترتيب الثاني"[1]، كذلك اتفقت مع دراسة فاطمة السروجي حيث "جاءت القضايا السياسية في مقدمة اهتمامات الصحف الإلكترونية بنسبة (34%)، يليها الاقتصادية بنسبة (13%)"[2].

تلا ذلك **القضايا التعليمية** بالمرتبة الثالثة بنسبة (16.3%)، ويعتبر الباحث أنها نسبة مقبولة لأن المجتمع الفلسطيني من أكثر المجتمعات تعلمًا رغم الاحتلال وممارساته بحق التعليم، ولاسيما الوعي الكبير لدى الشباب الفلسطيني وإيمانه بأهمية العلم سواء من خلال الالتحاق بالتعليم الجامعي أو التعليم المهني.

أما **القضايا الثقافية** فقد جاءت بنسبة (12.1%)، وتعتبر نسبة مرتفعة من بين القضايا لأن المجتمع الفلسطيني مجتمع مثقف ومتعلم رغم الظروف القاسية وقله الإمكانيات والموارد إلا أن الشباب الفلسطيني استطاع أن يبدع ويبتكر في مختلف المجالات، والانفتاح نحو العالم الخارجي لمواكبة التطور والابداع، وإن دل ذلك إنما يدل على قوة الإرادة لدى الشباب، وفي هذا الصدد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة عمرو أبو جبر التي كانت من نتائجها "أن القضايا الثقافية جاءت في الترتيب الأول بنسبة (24%)"[3].

تلتها **القضايا الاجتماعية** بنسبة (8.8%)، ومن الطبيعي أن تحظى على سلم ترتيب اهتمام مواقع الدراسة لأن المجتمع الفلسطيني يعاني من مشاكل كبيرة على رأسها الفقر الذي ألقى بطلاله على النواحي الاجتماعية، لذلك ركزت مواقع الدراسة على موضوعات الإدمان والمخدرات حيث يلجأ الشباب إليها هربًا من الواقع المرير الذي يمرون به مما تنعكس على سلوكياتهم في ارتكاب العنف والجرائم، ناهيك عن ارتفاع تكاليف الزواج وتفكير بعض الشباب في الهجرة الى الخارج نظرًا لانعدام الحلول في الأفق لمشاكلهم وقضاياهم.

ويلاحظ من مخرجات الدراسة التحليلية ضعف الاهتمام بالقضايا **الصحية والدينية والتكنولوجية والرياضية** في مواقع الدراسة نتيجة الأحداث السياسية في المجتمع الفلسطيني،

---

(1) أبو جبر، معالجة القنوات التلفزيونية الفلسطينية لقضايا الشباب ودورها في تشكيل ومعارف الجمهور واتجاهاته نحوها (ص154).

(2) السروجي، الصحافة الإلكترونية وترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية (ص150).

(3) أبو جبر، معالجة القنوات التلفزيونية الفلسطينية لقضايا الشباب ودورها في تشكيل ومعارف الجمهور واتجاهاته نحوها (ص154).

حيث طغت تلك القضايا على الساحة الفلسطينية لأنها تشكل أحداثًا يومية أثرت بدورها على القضايا الشبابية الأخرى، فأصبحت المواقع الإخبارية الفلسطينية تركز على قضايا محورية تهم الشباب، مثل: محور الشباب في مجال التحرر الوطني والمشاركة السياسية على حساب قضاياهم الأخرى مثل: الاحباط والاكتئاب والانتحار والجرائم الإلكترونية وغيرها، لأنها في النهاية معنية بتحشيد جمهور كبير من الشباب يهتم بقضايا تفيده وتؤكد مصلحته.

ثانيًا/ مناقشة نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بالموضوعات الشبابية التي أولتها مواقع الدراسة أهميتها:

بينت نتائج الدراسة التحليلية عن اهتمام مواقع الدراسة في معالجة موضوعات قضايا الشباب حيث تفاوتت نسب هذه الموضوعات بنسب بسيطة ومتقاربة ما عدا موضوعات "**البطالة والفقر والعمل**" حيث حازت على المرتبة الأولى بنسبة مرتفعة بلغت (21.8%)، فمن الطبيعي أن تكون من أكثر المواضيع نسبة بفعل الاحتلال والحصار والانقسام وما واكبة من تطورات أضرت بالمجتمع الفلسطيني وخاصة الشباب.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة إبراهيم نجيب التي كانت من نتائجها "أن قضايا البطالة تصدرت قوائم القضايا الاقتصادية بنسبة (55%)"[(1)].

تلا ذلك موضوعات "**الابداع والابتكار**" بفارق بعيد بنسبة (9.9%)، وهي نتيجة منطقية نتيجة ظروف الشباب التي ولدت لديهم روحة الابداع والابتكار والعمل على صقل مواهبهم وتنميتها.

فيما موضوعات "**المشاركة السياسية**" جاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة (7.1%)، وهذه نتيجة منطقية نتيجة الأحداث السياسية للقضية والمجتمع الفلسطيني والعمل على مشاركة الشباب في صنع واتخاذ القرار السياسي، وكذلك ضرورة المطالبة بتوفير حرية الرأي والتعبير التي كفلتها كافة القوانين والتشريعات.

في حين موضوعات "التدريب والتأهيل" جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (6.6%)، وهي تعد من النسب المرتفعة حيث تسعى كافة المؤسسات والمراكز على استقطاب الشباب بعد تخرجهم من الجامعة أو أثناء دارستهم على تدريبهم وصقل مهاراتهم وتأهيلهم لسوق العمل.

---

(1) نجيب، قضايا الشباب كما تعكسها المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة (ص113).

أما موضوعات "**المصالحة والانقسام**" جاءت بالمرتبة الخامسة بنسبة (6.3%)، ثم بفارق قليل، تلتها موضوعات "**الاحتلال والتخابر**" بالمرتبة السادسة بنسبة (5.3%).

ويعتقد الباحث أن هذه النسبة تظهر اهتمام مواقع الدراسة في تناول موضوعات المصالحة والانقسام نتيجة تزامن المدة الزمنية للدراسة مع لقاءات المصالحة ومحاولات إنهاء الانقسام، لأن تحقيق المصالحة تعني إنهاء لمشاكل الشباب وتحسين أوضاعهم في كافة الأصعدة، أما موضوعات الاحتلال والتخابر تعتبر نتيجة طبيعة كون الشعب الفلسطيني قابع تحت نير الاحتلال وممارساته العدوانية اتجاه الشعب الفلسطيني ومحاولاته العمل على إسقاط الشباب في وحل التخابر بكل الأساليب والوسائل.

تلا ذلك موضوعات "**العنف والجريمة**" جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (4%)، وتعتبر هذه النسبة قليلية من بين القضايا، حيث تناولت مدى تأثير الظروف على الشباب في ارتكاب الجرائم وممارسة العنف الأسري.

وجاءت موضوعات "**المخاطر والجرائم الإلكترونية**" بالمرتبة الثامنة بنسبة (3.1%)، حيث بينت مواقع الدراسة مدى أهمية هذه القضية خوفًا من وقوع الشباب في عمليات الابتزاز الإلكتروني نتيجة الاستخدام السيء لهذه الوسائل والعمل على رفع مستوى التوعية عند الشباب من المخاطر الإلكترونية التي قد تلحق الأذى والضرر بهم.

أما موضوعات "**التعليم الجامعي**" فجاءت بالمرتبة التاسعة بنسبة (3%)، تلتها موضوعات "**العمل التطوعي**" بالمرتبة العاشرة بنسبة (2.9%)، وهنا تتقارب النسبة بشكل كبير نظرًا لارتباط التعليم الجامعي بعملية العمل التطوعي بعد التخرج، وهي نتيجة طبيعية ومترتبة على بعضها حيث يقبل الشباب على التعليم لاستكمال الدراسة الجامعية وعندها قد يواجه الشاب عده مشاكل في عملية اختيار التخصص المناسب لذلك حازت على نسبة مقبولة من نسب قضايا الشباب.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة محمد العوض التي كانت من نتائجها "أن استكمال الدراسة الاجتماعية والعمل أهم القضايا التي تشغل بال الشباب"[1].

---

(1) العوض، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي (ص144).

فيما تساوت موضوعات "**الانحراف والتطرف**" وموضوعات "**الهجرة**" بالمرتبة الحادية عشر بنسبة (2.8%)، وتعتبر موضوعات التطرف والانحراف نتيجة التعصب الديني عند الشباب وظهور الجماعات المتشددة التي تحاول أن تحدث اختراق في توجهات ومعتقدات الشباب، أما موضوعات الهجرة فهي نتيجة منطقية لضباب وضح الرؤية والمستقبل المجهول الذي ينتظر الشباب لسوء الأوضاع في كافة مناحيها، لذلك قد يلجأ الشباب في التفكير بالخروج الى دول أخرى لتحقيق أماله وتطلعاته التي عجز عن تحقيها في بلده.

ثم جاءت موضوعات "**الخدمات الصحية**" بالمرتبة الثانية عشر بنسبة (2.7%)، ثم موضوعات "**التحرر الوطني**" بالمرتبة الثالثة عشر بنسبة (2.6%)، وهنا تعتبر نسبة متقاربة بشكل كبير حيث تعتبر الخدمات الصحية المقدمة للشباب ضرورة لا بد منها، أما موضوعات التحرر الوطني المقاومة تعتبر من القضايا المحورية التي تهم الشباب فأصبحت المواقع الإخبارية الفلسطينية تركز عليها.

بينما تساوت موضوعات "**التعليم المهني والتقني**" وموضوعات "**أنشطة وفعاليات رياضية**" بالمرتبة الرابعة عشر بنسبة (2.1%) حيث تعبر هذه النسبة متوسطة نوعاً ما، حيث أصبح الإقبال نحو التعليم المهني والتقني عند الشباب بشكل لافت نتيجة سوق العمل، أما موضوعات الأنشطة الرياضية فهي تحظى باهتمام الشباب من خلال تنفيذ المسابقات وتنظيم الأحداث الرياضية.

كما تساوت موضوعات "**الحصار**" وموضوعات "**المنح والرسوم الجامعية**" بالمرتبة الخامسة عشر بنسبة (1.7%)، وتعتبر موضوعات الحصار نسبة ضئيلة وكان من المفترض أن تولى مواقع الدراسة أهمية أكبر لأنها تعتبر من الأحداث والقضايا اليومية التي تهم الشباب، لكن يبدو أن الانقسام حل محلها فأصبحت تعلق كل المشاكل على الانقسام الفلسطيني وأغفلنا الحصار الذي هو أساس لكل المشاكل.

بخصوص موضوعات المنح الدراسية سواء الداخلية أو الخارجية والرسوم الجامعية فهي موضوعات ذات أهمية لدي الشباب يسعى من أجل الحصول عليها والعمل على مصادر توفيرها بشتى الطرق والوسائل، ويرى الباحث أنها نسبة ضعيفة في تناول مواقع الدراسة.

وكشفت الدراسة ضعف الاهتمام بالموضوعات التالية "**الإدمان**" بالمرتبة السادسة عشر بنسبة (1.3%)، بينما تساوت موضوعات "**السفر وحرية التنقل**" وموضوعات "**الاحباط والاكتئاب**" وموضوعات "**قروض ومشاريع**" بالمرتبة السابعة عشر بنسبة (1.2%)، كما تساوت موضوعات "**التبادل الثقافي**" و"**فعاليات ثقافية أخرى**" بالمرتبة الثامنة عشر بنسبة (1%)، كما تساوت موضوعات "**التعصب وشغب الملاعب**" بنسبة (0.8%)، كما تساوت موضوعات "**الانتحار**" وموضوعات "**الزواج**" بالمرتبة العشرون بنسبة (0.6%)، أما موضوعات "**غلاء المعيشة**" بالمرتبة الحادية والعشرون والأخيرة بنسبة (0.4%).

ويعتقد الباحث أن ضعف الاهتمام بتلك القضايا يأتي لأولويات موضوعات أخرى تناولتها مواقع الدراسة، ومن الملاحظ أيضًا أن معالجة تلك القضايا الشبابية لا تأخذ حيزًا في مواقع الدراسة ومتأخرة في أجندتها وتغيب عن المعالجة الإعلامية الحقيقية ولا يتم طرحها إلا عند إثارتها ولا تأخذ النصيب الوافر من التغطية وهو ما يجعل التغطية الإعلامية لها آنية أو موسمية وسرعان ما يتم الانشغال عن هذه الموضوعات.

ويتفق ذلك مع دراسة غسان محيسن التي كان من نتائجها "ساهمت المواقع الرياضية بدور محدود في الحد من ظاهرة التعصب وشغب الملاعب"[1]، فيما تختلف مع دراسة علاونة ونجادات التي كان من ضمن نتائجها "أن الصحف الأردنية اليومية تولي قضية الرياضة أهمية أكثر من غيرها"[2].

ثالثًا/ مناقشة نتائج الدراسة التحليلية المتعلقة بالأساليب الإعلامية المتبعة في طرح قضايا الشباب في مواقع الدراسة:

بينت نتائج الدراسة التحليلية تنوع مواقع الدراسة في اتباع الأساليب الإعلامية، لكنها أولت هذه الأساليب نحو أسلوب سرد المعلومات، حيث تصدر المرتبة الأولى وبدرجة كبيرة من بين الأساليب الأخرى بنسبة (42%)، كما اتفقت جميع مواقع الدراسة في أولوية هذا الأسلوب، ويرجع ذلك لاعتماد مواقع الدراسة على الطابع الخبري في نقل المعلومات أكثر من الطابع التفسيري وغيره.

---

(1) محيسن، معالجة المواقع الإلكترونية الرياضية العربية لمظاهر التعصب الرياضية (ص91).

(2) علاونة ونجادات، قضايا الشباب في الصحف الأردنية اليومية من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك (ص32).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة إسراء الشريف التي كانت من نتائجها "تصدر أسلوب سرد المعلومات بنسبة (62.7%)"[1].

وتلاه أسلوب "**الآراء والمقترحات**" بالمرتبة الثانية بنسبة (15.6%)، وهذه نتيجة توافر التفاعلية في مواقع الدراسة والتي تهتم بالآراء والمقترحات المقدمة.

في حين جاء بالمرتبة الثالثة الأسلوب "**الإحصائي**" بنسبة (10.8%)، وتعد نسبة ضئيلة نظرًا للدلالات والأرقام التي تشير إليها موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

بينما جاء بالمرتبة الرابعة أسلوب "**طرح الحلول**" بنسبة (10.3%)، وهي نسب ظهرت بشكل واضح في موقع دنيا الوطن ووكالة معًا، في حين جاءت بنسب ضئيلة في باقي المواقع.

ثم جاء الأسلوب "**التحليلي (التناقشي)**"بالمرتبة الخامسة بنسبة (9.3%) وهي نسبة ضعيفة نظرًا لتركيزها على الطابع الخبري أكثر من التحليلي التفسيري، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سعيد أبو معلا والتي كانت من نتائجها "قلة أساليب المعالجة التي تعتمد على النقاش وإثارة القضايا والتحليل والتفسير"[2].

تلاه بالمرتبة السادسة الأسلوب "**النقدي**" بنسبة (5.2%)، وهي تعتمد على الانتقادات الموجهة لسياسة أو أشخاص معينة، وتعتبر نسبة ضئيلة جدًا.

ثم أسلوب "**الحقائق**" بالمرتبة السابعة بنسبة (5.1%)، وهي نتيجة ضعيفة لعدم وجود الأدلة والبراهين التي ترافق الموضوع، وقلة اعتمادها على التقارير الإخبارية.

رابعًا/ مناقشة نتائج الدراسة التحليلية لمصادر المعلومات التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في معالجة قضايا الشباب:

بينت الدراسة التحليلية ضعف اهتمام مواقع الدراسة بالافصاح عن المصدر الإعلامي في موضوعات الشباب حيث تصدرت الموضوعات "**مجهولة المصدر**" المرتبة الأولى بنسبة (82%).

---

(1) الشريف، معالجة المواقع الفلسطينية الإلكترونية الإخبارية لحصار غزة (ص142).

(2) أبو معلا، معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية للأزمات الداخلية (ص133).

ويرى الباحث هنا استخدام المصادر المجهولة ظاهرة موجودة في المواقع الإخبارية الفلسطينية، ولا بد من وضعها في إطار سياسة تحريرية تحكمها وتحد من إمكانية تهديدها لمصداقية المادة، ومما لاشك فيه أن ذكر مصادر المادة الإعلامية في الموقع يكسب مصداقية وبناء ثقة أكثر مع القراء، ولعل مقولة "ما يميز الخبر الصحفي عن الإشاعة هو المصدر" تعطي صورة واضحة عن أهمية ذكر المصادر في الأخبار وعدم تجهيلها.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سعيد أبو معلا التي كانت من نتائجها "أن المواقع الإلكترونية شهدت ضعفًا فيما يتعلق بمصادر المواد الخبرية ولا تقتضي كتابة اسم المصدر"[1].

وتلتها مصادر "**كاتب مقال**" بالمرتبة الثانية بنسبة (10%) وهي نسبة مرتفعة ويلاحظ تقدم على المصادر الأخرى وخاصة في وكالة معًا التي تولى اهتمامًا لهذا المصدر، حيث تعطي المساحة الكافية لإبراز أراء الكتاب والمختصين والمسؤولين وإعطاء منبر لهم ضمن موضوعات محددة تختارها، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ممدوح شتلة التي كان من نتائجها "استكتاب الصحف مجموعة من الكتاب والخبراء للكتابة حول قضايا الشباب"[2].

وتوضح الدراسة التحليلية ضعف اهتمام مواقع الدراسة بمصادر "**مراسل**" حيث جاء بنسبة (4.6%)، وهي نسبة ضعيفة كونه مصدرًا صحفيًا أساسيًا للمصادر الصحفية.

ويرى الباحث أسباب ذلك أن العديد من المواقع الإخبارية باتت تعتمد على مراسلين غير مؤهلين لأنها تحتاج فقط المعلومة، خاصة وأن أغلبهم يعمل دون مقابل ولذلك يجب إعادة النظر في تأهيل وتكوين المراسلين قبل التحاقهم بمختلف مجالات الإعلام، لأن المراسل الصحفي اليوم هو الشريان الحقيقي وهو صحفي ميداني لأي مؤسسة إعلامية.

وكشفت الدراسة ضعف اهتمام مواقع الدراسة بمصادر "**الشبكات الاجتماعية**" حيث جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة (1.7%)، وكذلك الحال في مصادر "**وكالات الأنباء**" ومصادر "**الإذاعة والتلفزيون**" ومصادر "**المندوب وصحف ومجلات ومواقع إخبارية**".

---

(1) أبو معلا، معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية للأزمات الداخلية (ص134).

(2) شتلة، معالجة الصحافة الإقليمية لبعض قضايا الشباب المصري (ص112).

ويرى الباحث أن هناك ضعف في اهتمام مواقع الدراسة في تنوع مصادر المادة الإعلامية، ويؤكد أن تنوع المصادر عند اختيارها الحل الأكثر واقعية في الخروج من معضلة نشر الحقائق أو المعلومات الموجهة، فالموقع الذي يتحلى بثقافة الموضوعية يكون عليه اختيار المصادر الملائمة للحدث الذي ينقل عنه بغض النظر عن إتاحة الوصول إليه وتكون لديه القدرة على تعدد مصادره وتنويعها على اختلاف جوانب القضية أو الحدث محل التناول.

خامسًا/ مناقشة نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بنطاق التغطية الجغرافية لقضايا الشباب:

بينت الدراسة تصدر نطاق "**الضفة الغربية**" المرتبة الأولى بنسبة (46%)، وتلاه نطاق "**قطاع غزة**" بالمرتبة الثانية بنسبة (38.2%)، ويلاحظ هنا أن هناك تقاربًا بين النطاقين وهو أمر طبيعي باعتبارهم نطاقًا جغرافيًا فلسطينيًا لما يعيشه الشباب من أوضاع، فقضايا الشباب تتعدد من دولة لأخرى لذلك نجد أن من واجب الإعلام المحلي نقل همومهم وقضاياهم.

ويمكن تفسير بروز نطاق الضفة الغربية في موقع دنيا الوطن ووكالة معًا بسبب مركزهما فيها، وتهتم بنقل عن ما يصدر من الحكومة والرئاسة، وكذلك بروز نطاق قطاع غزة في موقعي صفا وسما لأنهما يصدران من غزة.

في المقابل بينت الدراسة ضعف نطاق التغطية لنطاقات "**القدس المحتلة**" حيث جاء في المرتبة الثالثة بنسبة ضعيفة (6%)، والنطاق "**الدولي**" جاء بالمرتبة الرابعة بنسبة (4.7%)، ثم النطاق "**العربي**" بالمرتبة الخامسة بنسبة (3.1%)، أما نطاق "**الأراضي المحتلة 48**" بالمرتبة السادسة بنسبة (1.8%).

المبحث الثاني

مناقشة نتائج السمات العامة لشكل معالجة مواقع الدراسة لقضايا الشباب

يسعى هذا المبحث إلى مناقشة نتائج الدراسة التحليلية المتعقلة بالسمات العامة لشكل معالجة مواقع الدراسة لقضايا الشباب.

أولًا/ مناقشة الدراسة التحليلية للأشكال الصحفية المستخدمة في معالجة مواقع الدراسة للموضوعات المتصلة بقضايا الشباب:

أوضحت نتائج الدراسة التحليلية تصدر "**الخبر الصحفي**" المرتبة الأولى بنسبة (79.4%)، من بين الأشكال الصحفية المستخدمة في مواقع الدراسة، يرى الباحث أن القارئ في الواقع يميل الى الأخبار القصيرة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سليم البريم التي كان من نتائجها "تصدر فن الخبر بنسبة (74%) على حساب الفنون الأخرى"[(1)]، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة إياد الأطرش حيث كانت من نتائجه "أن التقرير الإخباري جاء في مقدمة الفنون الصحفية المستخدمة في عرض واقع الأقباط في مصر بنسبة (41%)"[(2)].

أما "**المقال الصحفي**" بالمرتبة الثانية بنسبة (10%)، وهي نسبة مرتفعة ويلاحظ تقدم على الأشكال الأخرى وخاصة في وكالة معًا التي تولى اهتماماً لهذا الشكل، حيث تعطي المساحة الكافية لإبراز أراء الكتاب والمختصين والمسؤولين وإعطاء منبر لهم ضمن موضوعات محددة تختارها، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ممدوح شتلة التي جاءت من نتائجها "نوعت الصحف الإقليمية في فنون التحرير إلا أنها اعتمدت بشكل أكبر على الخبر والمقال"[(3)].

وجاء في المرتبة الثالثة "**التقرير الصحفي**" بنسبة (9.7%)، وهو يعتبر نسبة ضعيفة في مواقع الدراسة، لأنه يعتبر مهارة يحتاج إلى فن وعدد من الصحفيين للقيام به.

بينما جاء "**الحديث الصحفي**" بالمرتبة الرابعة بنسبة (0.6%)، أما "**التحقيق الصحفي**" فلم يحظى بأي اهتمام، وهذا يعتبر ضعفًا كبيرًا في مواقع الدراسة الذي من الأصل أن تستخدم التحقيقات لمعالجة ظاهرة البطالة والفقر وأن تقدم تفسيرًا وحلولًا لكافة قضايا الشباب.

---

(1) البريم، معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية للمفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية (195).
(2) الأطرش، معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر (ص134).
(3) شتلة، معالجة الصحافة الإقليمية لبعض قضايا الشباب المصري (ص112).

ثانيًا/ الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية المنشورة في مواقع الدراسة لإبراز قضايا الشباب:

تصدرت "الصور" المرتبة الأولى بنسبة (53%)، وكانت على الشكل التالي:

حظيت "الصور الخبرية" المرتبة الأولى بنسبة (27.3%)، ثم "الصور الشخصية" المرتبة الثانية بنسبة (12%)، وجاء في المرتبة الثالثة "الصور التوضيحية" بنسبة (10.9)، أما "الصور الأرشيفية" جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (2.4%).

ويرى الباحث أن حصول الصور على هذه النتيجة المتوسطة أمرًا غير منطقيًا وكان لابد من مضاعفة الاهتمام النابع من أن الصورة جزءًا لا يمكن الاستغناء عنها في المواد الإعلامية، كما أن الإعلام الجديد يركز على الصور بشكل كبير لأن الصورة تعطي دلالة أكثر من مليون كلمة.

ثم جاءت بدون صور في المرتبة الثانية بنسبة (33.3%) وهي نسبة كبيرة مما يعطي دلالة بضعف تناول المواقع للصور خلال المادة الإعلامية المنشورة ولا بد من إعطاء المزيد من الأهمية للصور المرافقة، نظراً لأهميتها في التأكيد على المصداقية والموضوعية.

وتلاها "النص المتشعب" بالمرتبة الثالثة بنسبة (10.9%)، وهي نسبة ضعيفة وهذا يشكل نفطة ضعف في مواقع الدراسة.

وجاء في المرتبة الرابعة "الفيديو" بنسبة (2.4%)، وهي نسبة ضعيفة جداً، حيث يرى الباحث أن عملية الفيديو تحتاج الى توفير كادر إعلامي متخصص، وهذا ما تفتقده بعض المواقع، حيث يعتبر الفيديو من الأدوات الهامة في نقل الأحداث ويعزز المصداقية ولا بد من الاستثمار في هذا الجانب.

أما باقي الوسائط (الصوت والأشكال الجرافيكية والرسومات وأخرى) لم تحظى بأي اهتمام من إجمالي الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية في مواقع الدراسة.

ثالثًا/ العناصر التفاعلية والخدمات المساعدة التي قدمتها مواقع الدراسة في عرض قضايا الشباب:

(أ) العناصر التفاعلية المرافقة للمادة الإعلامية:

أتاحت مواقع الدراسة "الربط بالشبكات الاجتماعية"، ويشير الباحث إلى حرص مواقع الدراسة بربط موضوعاتها بشبكات التواصل يعود بالإقبال الكبير عليها من قبل الجمهور، وبالتالي يمكن من خلالها الوصول إليهم بشكل أكبر.

وكذلك "تقييم الموضوع"، وهي خاصية تتيح للقارئ مدى رضاه عن طبيعة ومحتوى الموضوع، وهذا ما تهتم به وكالة صفا ووكالة سما.

كما وأتاحت "ردود وتعليقات" و"أخرى" و"إرسال الموضوع" و"الربط بالهاتف المحمول"، أما "استطلاع الرأي" فلم يحظى بأي اهتمام.

ويرى الباحث أن مواقع الدراسة لا تهتم بشكل كبير في العناصر التفاعلية المتوفرة على الإنترنت، وهذا يتفق مع دراسة سليم البريم التي كان من نتائجها "أن المواقع الإلكترونية الفلسطينية تعاني ضعفًا شديدًا في استثمار التقنيات الإلكترونية التي تتيحها شبكة الإنترنت"[1].

(ب) الخدمات المساعدة المرافقة للمادة الإعلامية:

أتاحت مواقع الدراسة "طباعة الموضوع" ويبين الباحث اهتمام مواقع الدراسة في هذه الخدمة لمساعدة القارئ في إمكانية طباعة الموضوع والاطلاع عليه ورقيًا.

كما وأتاحت "الاستماع للنص"، وهي خدمة تنفرد فيها دنيا الوطن عن طريق قراءة النص بالصوت وهي تخدم من خلالها ضعفاء القراءة وذوى الإعاقة البصرية.

وكذلك أتاحت "تكبير وتصغير الموضوع"، أما (حفظ الموضع ونسخ الموضوع وأخرى) لم يحظوا بأي اهتمام يذكر.

---

(1) البريم، معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية للمفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية (ص200).

ويرى الباحث عدم اهتمام مواقع الدراسة في الخدمات المساعدة التي توفرها التقنيات الحديثة للاتصال، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة غسان محسن التي كان من نتائجها "استخدمت المواقع الإلكترونية الرياضية الخدمات المتاحة لديها لجذب القراء"[1]، ودراسة إياد الأطرش التي كان من نتائجها "تمكن مواقع الدراسة الجزيرة والعربية نت من توظيف إمكانيات النشر الإلكتروني في عرض قضايا الأقباط في مصر"[2].

(1) محيسن، معالجة المواقع الإلكترونية الرياضية العربية لمظاهر التعصب الرياضية (ص91).

(2) الأطرش، معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر (ص136).

المبحث الثالث

توصيات الدراسة

تضمن هذا المبحث التوصيات التي انبثقت عن النتائج التي توصلت إليها الدراسة التحليلية الخاصة بتحليل المضمون لقضايا الشباب في مواقع الدراسة، حيث نسرد عددًا من التوصيات للارتقاء بالمواقع الإخبارية الفلسطينية من أجل تفعيل وتسليط الضوء على قضايا الشباب، وهى:

1. ضرورة أن تعطي المواقع الإخبارية الفلسطينية مزيدًا من الأهمية لأولويات قضايا الشباب الفلسطيني عند معالجة واقع الشباب، وإفراد مساحات إضافية في مواقعها كميًا ونوعيًا، وبشكل يراعي خصوصية كل مجال وليس التركيز بمجالات محددة على حساب مجالات أخرى.
2. ضرورة التنوع في الأساليب المتبعة لطرح موضوعات الشباب بشكل فاعل وعدم الاقتصار على أسلوب سرد المعلومات.
3. يجب تحديد المصدر الإعلامي للمعلومات وعدم الاعتماد على المصادر المجهولة مع ضرورة التنوع في المصادر الإعلامية والاعتماد على المصادر الخاصة حرصًا على صدق الخبر وتعاطيه مع واقع الحدث بصدق ودقة وموضوعيه.
4. ضرورة منح نطاق القدس المحتلة مزيد من الاهتمام بوصفها منطقة جغرافية لا تقل أهمية عن الضفة والقطاع، مع إضافة المزيد من الاهتمام على النطاق العربي والدولي وال48.
5. ضرورة التنوع في استخدام الأشكال الصحفية وخاصة التحقيق الصحفي لما له من أهمية في الفنون الصحفية ولما يكشف عن أبعاد أخرى للخبر حيث يعتبر أكثر عمقًا، وزيادة التركيز على التقارير الموسعة بدلًا من الأخبار المختصرة حتى يلم القارئ بكافة تفاصيل الأحداث.
6. ضرورة إرفاق الصور مع المادة الإعلامية وخاصة الصور الخبرية لتوضيح الخبر، حيث أن الصورة قادرة على ترسيخ المصداقية لدى القارئ.
7. التركيز بصورة أكبر على الوسائط المتعددة خصوصًا ملفات الفيديو والنص المتشعب واستخدام الرسومات والفلاش وأشكال الجرافيك لوضع المتصفح في قلب الحدث.
8. استثمار كافة العناصر التفاعلية والخدمات المساعدة والاستفادة من كافة التقنيات الإلكترونية الحديثة التي تتيحها شبكة الإنترنت وتفعيلها نحو عرض وتقديم قضايا الشباب.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

أولًا/ المصادر والمراجع العربية:

إبراهيم، إسماعيل.(2000م). *فن التحرير الصحفيين النظرية والتطبيق*.ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

الأحمدي، طالب. (2006م). استطلاع آراء الطلبة الجامعيين في معالجة الصحافة اليومية السعودية لقضايا الشباب: دراسة تقويمية. *مجلة جامعة النجاح لأبحاث العلوم الإنسانية*. 20، (1). ص 36- 78.

الأطرش، إياد. (2012م). *معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر: دراسة تحليلية مقارنة*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.

بخيت، السيد. (2010م). *الإنترنت وسيلة اتصال جديدة*. ط1. الإمارات: دار الكتاب الجامعي.

بن ورقة، نادية. (2015م). دور وسائل الإعلام العمومية الجزائرية في تناول قضايا الشباب: دراسة ميدانية. *الحوار المتمدن*، (5004).

بسيسو، معتز. *بحث في قضايا الشباب*. تاريخ الاطلاع: 2 يونيو 2017م. الموقع: https://www.alwatanvoice.com

بال، فرنسيس. ايميري، جيرار. (2001م). *الإرسال المعلوماتي المرئي أو التلفزيوني، وسائط الإعلام الجديدة، الفيديو تكس*. ط.1. لبنان: عويدات للنشر والطباعة.

برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (2016م). *استراتيجية برنامج الأمم المتحدة الإنمائي للمساواة بين الجنسين 2014-2017م*.

البريم، سليم. (2016م). *معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية للمفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية: دراسة تحليلية*. (رسالة ماجستير غير منشورة). معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.

تربان، ماجد. (2007م). *الصحافة الإلكترونية الفلسطينية. (رسالة دكتوراه غير منشورة)*. معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.

أبو جبر، عمرو. (2015م). *معالجة القنوات التلفزيونية الفلسطينية لقضايا الشباب ودورها في تشكيل ومعارف الجمهور واتجاهاته نحوها*. (رسالة دكتوراه غير منشورة). معهد البحوث للدراسات العربية، القاهرة.

جراد، منال. (2013م). *معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لحركتي فتح وحماس لأزمة الانقسام الفلسطيني: دراسة تحليلية مقارنة*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.

جبريل، ريم. (2015م). *دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيب أولويات الشباب الجامعي نحو قضايا الأسرى: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة*. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2016م). *كتاب فلسطين الإحصائي السنوي 2016م، رقم 16*. رام الله: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.

حجاب، محمد. (2010م). *نظريات الاتصال*. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

حسين، سمير. (2006م). *دراسات في مناهج البحث العلمي – بحوث الإعلام*. ط3. القاهرة: عالم الكتب.

حمادة، بسيوني. (2008م). *دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام*. ط1. القاهرة: دار عالم الكتب.

حسونة، رجاء. (2012م). *المعالجة الصحفية لقضايا العلاقات الفلسطينية الإسرائيلية في المواقع الإلكترونية للصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية*. (رسالة ماجستير غير منشورة). معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.

حمد، خضر. (1987م). *مطالعات في الإعلام*. (د.ط).السعودية: مكتبة الطالب الجامعي.

خضر، محمود. (2012م). *الإعلام والإنترنت*. ط1. عمان: دار البداية ناشرون وموزعون.

خلوف، محمود. (2006م). *استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحافة الإلكترونية لمتابعة الأحداث الجارية والاشباعات المتحققة*. (رسالة ماجستير غير منشورة) معهد البحوث والدراسات الإعلامية، القاهرة.

الديلمي، عبد الرزاق. (2011م). *قضايا إعلامية معاصرة*. ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

الدليمي، عبد الرزاق (2011م). *الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية*. ط2. القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

أبو ركبة. منتصر. *ورقة حقائق واقع الشباب في المجتمع الفلسطيني*. تاريخ الاطلاع: 3 يونيو 2017م. الموقع: (https://paltimes.ps).

رضوان، سائد. (2016م). *اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات*. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

أبو زيد، فاروق. (2010م). *فن الكتابة الصحفية*. ط5. القاهرة: عالم الكتب.

أبو ستة، نورة. (2007م). *معالجة الصحف المصرية لقضية الانتماء الحزبي للشباب وموقفهم منها: دراسة تطبيقية*. (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة عين شمس، القاهرة.

سكيك، هشام. (2014م). *دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية: دراسة تحليلية وميدانية*. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

سليمان، زيد. (2011م). *الصحافة الإلكترونية*. ط1. عمان: دار السلام للنشر والتوزيع.

سالم، وليد. ونهضة، يونس. (1999م). *دراسة إعادة اكتشاف الشباب*. الأردن: كتيب دون دار نشر.

السروجي، فاطمة. (2014م). *الصحافة الإلكترونية وترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية: دراسة تحليلية وميدانية*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عين شمس.، القاهرة.

السنهوري، أحمد. وآخرون. (1994م). *الخدمة الاجتماعية مع الشباب*. ط1. القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الشاعر، فاطمة. (2016م). *معالجة المواقع الإخبارية لانتخابات الرئاسة المصرية بعد ثورة 25 يناير واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة المنصورة، القاهرة.

شاهين، دعاء. (2015م). *معالجة الصحافة الإلكترونية لصور المعارضة في المجتمع المصري وانعكاسها على اتجاهات الشباب الجامعي: نحوها تطبيقية*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بنها، مصر.

شفيق، حسين. (2005م). *الإعلام الإلكتروني*. (د.ط). القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.

شتلة، ممدوح. (2006م). *معالجة الصحافة الإقليمية لبعض قضايا الشباب المصري: دراسة تحليلية*. (رسالة ماجستير غير منشور). جامعة طنطا، مصر.

الشريف، إسراء. (2017). *معالجة المواقع الفلسطينية الإلكترونية الإخبارية لحصار غزة: دراسة تحليلية مقارنة*. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

الشويحي، إسراء. (2016م). *معالجة المواقع الإلكترونية للقوى السياسية الفاعلة في مصر للقضايا السياسية بعد 30 يونيو 2013م: دراسة تحليلية*. (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة المنصورة، مصر.

أبو عيشة، فيصل. (2011م). *الإعلام الإلكتروني*. (د.ط). عمّان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

عبد الغفور، ياسر. (2015م) *دور المصادر في بناء تحيزات التغطية الخبرية حول حصار غزة*. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

عبد الحميد، محمد. (2004م). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. ط2. القاهرة: عالم الكتب.

عبد الحميد، محمد. (2004م). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*. ط3. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع.

عبد الحميد، محمد. (1983م). *تحليل المحتوى في بحوث الإعلام*. (د.ط). جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع.

عبد الحميد، محمد. (2007م). *الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت*. ط1. القاهرة: عالم الكتب.

عبد المجيد، ليلى. وعلم الدين، محمود. (2004م).(د.ط). *فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات*. القاهرة: دار السحاب.

عبد القادر، محمد. (1998م). *دور الشباب في التنمية*. ط1. الإسكندرية: منشاة المعارف.

على، أميرة. (2014م). *الشباب وقضايا الزواج والأسرة في مواقع الإنترنت: دراسة ميدانية*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عين شمس، القاهرة.

علاونة، حاتم. نجادات، علي. (2011م). قضايا الشباب في الصحف الأردنية اليومية من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك: دراسة ميدانية. *المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية*. الجامعة الأردنية. 4. (2). ص 159- 179.

علم الدين، محمود. (2008م). *مقدمة في الصحافة الإلكترونية*. ط2. القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.

عوض الله، غازي. (1996م). *الأسس الفنية للحديث الصحفي*. ط1. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتب.

عوض، علا. *أوضاع الشباب في المجتمع الفلسطيني عشية اليوم العالمي للشباب 2017م*، تاريخ الاطلاع: 3 يونيو 2017م. الموقع: (http://www.pcbs.gov.ps).

العوض، محمد. (2013م). *مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي: دراسة تطبيقية*. (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة الخرطوم، الخرطوم.

أبو قوطة، محمود (2015م). *اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية – الإسرائيلية*. الجامعة الإسلامية، غزة.

القرا، إياد. (2010م). *دور المواقع الإلكترونية الفلسطينية في نشر ثقافة حقوق الإنسان*. (رسالة ماجستير غير منشورة). معهد البحوث والدراسات الإعلامية والعربية، القاهرة

قانون الشباب الفلسطيني رقم (2) لسنة 2011م، *الفصل الأول، تعريفات وأحكام عامة، المادة (1).*

كتاكت، هالة. (2013م). *معالجة الصحف الإلكترونية لقضايا الشباب الاجتماعية في ضوء نظرية ترتيب الأولويات: دراسة تطبيقية مقارنة*. (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة طنطا، مصر.

أبو ليلة، أيمن. (2016م). *اعتماد شباب محافظات غزة على المواقع الفلسطينية الإلكترونية في تنمية وعيهم الأمني: دراسة ميدانية*. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

اللبان، شريف. (2001م). *تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة*. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر.

لبد، محمد. (2014م). *اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو دور المواقع الإلكترونية في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا المحلية: دراسة ميدانية*، (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

أبو معلا، سعيد. (2006م). *معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية للأزمات الداخلية: دراسة تحليلية مقارنة*. (رسالة ماجستير غير منشورة). معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة

محيسن، غسان. (2015م). *معالجة المواقع الإلكترونية الرياضية العربية لمظاهر التعصب الرياضية: دراسة تحليلية*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.

محمد، منار. (2011م). *تصميم مواقع الصحف الإلكترونية*. ط1. مصر: دار العالم العربي.

المشاقبة، بسام. (2011م). *نظريات الإعلام*. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

المقرئ، أحمد. (1987م) *المصباح المنير*. م1. لبنان: مكتبة لبنان.

المنصور، محمد. (2012م) *تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين*. (رسالة ماجستير غير منشورة). مجلس كلية الآداب والتربية / الأكاديمية العربية، الدانمارك.

موقع دنيا الوطن. (2003م). *تواصل معنا*. تاريخ الاطلاع 21 فبراير 2017م، الموقع https://www.alwatanvoice.com

موقع وكالة معاً الإخبارية. (2002م). *حول الموقع*. تاريخ الاطلاع 21 فبراير 2017م، الموقع http://www.maannews.net

موقع وكالة صفا. (2009م). *من نحن*. تاريخ الاطلاع 21 فبراير 2017م، الموقع http://safa.ps

موقع وكالة سما. (2005م). *من نحن*. تاريخ الاطلاع 21 فبراير 2017م، الموقع http://samanews.ps

موقع أليكسا. (1996م). *تصنيف المواقع*. تاريخ الاطلاع 2017/2/21م، الموقع http://www.alexa.com/siteinfo/

موقع وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا. (1998م). *قضايا الشباب*. تاريخ الاطلاع 1 يونيو 2017م، الموقع http://www.wafa.ps

موقع الاتحاد العام للاقتصادين الفلسطينيين. (2000م). *مقال عن الإدمان*. تاريخ الاطلاع 3 يونيو 2017م. الموقع: http://www.gupe.plo.ps

نجيب، إبراهيم. (2016م). *قضايا الشباب كما تعكسها المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة: دراسة تحليلية وميدانية*، (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عين شمس، القاهرة.

أبو وردة، أمين. (2008م). *أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية، نابلس.

ولد جاب الله، سعد. (2006م). *الهوية الثقافية العربية من خلال الصحف الإلكترونية*. (رسالة الماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.

ثانيًا/ المصادر والمراجع الأجنبية:

Sorin, N (2007). Media Coverage of Youth in The 2004 Presidential Primaries and Election. *A Conference Paper Presented at*. National Communication Association. 34 Pages.

الملاحق

ملحق رقم (1)

استمارة تحليل المضمون

التاريخ 2017/9/12م

الدكتور/ حفظه الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع/ تحكيم استمارة تحليل مضمون

يسعدني أن أتقدم لحضرتكم بالشكر والتقدير لجهودكم الكبيرة في تطوير البحث العلمي، وتوجيه الباحثين، ويشرفني أن أضع بين أياديكم استمارة تحليل المضمون التي سيعمل الباحث على تطبيقها في الدراسة التحليلية، لنيل درجة الماجستير في الصحافة من الجامعة الإسلامية، تحت عنوان: "**معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب: دراسة تحليلية مقارنة**".

راجيًا من حضرتكم الموافقة على تحكيمها، وتقديم النصح والفائدة، سعيًا لتحسين الدراسة وتجويدها.

مع جزيل الشكر ووافر الاحترام

الباحث **المشرف**

إبراهيم فتحي المزيني د. حسن محمد أبو حشيش

مرفق:

- مشكلة وأهداف وتساؤلات الدراسة.
- التعريفات الإجرائية لفئات استمارة تحليل المضمون

استمارة تحليل المضمون

أولًا: فئات تحليل المضمون (ماذا قيل؟)

اسم الموقع الإخباري: ..... **استمارة رقم (.....)**

التاريخ	المسلسل	(أ) فئات تحليل المضمون (ماذا قيل؟)															
		1. فئة القضايا والموضوعات الشبابية															
		1. قضايا سياسية						2. قضايا اجتماعية						3. قضايا اقتصادية			
		المشاركة السياسية	الاحتلال	المصالحة	الانقسام الداخلي	الحصار	التخابر	التحرر الوطني (المقاومة)	الإدمان	الهجرة	العنف والجريمة	الزواج	السفر	حرية التنقل	البطالة والفقر	العمل	غلاء المعيشة	قروض ومشاريع

استمارة تحليل المضمون

أولًا: فئات تحليل المضمون (ماذا قيل؟)

اسم الموقع الإخباري: ..... **استمارة رقم (.....)**

التاريخ	المسلسل	(أ) فئات تحليل المضمون (ماذا قيل ؟)																	
		1. فئة القضايا والموضوعات الشبابية																	
		4. قضايا تعليمية							5. قضايا صحية		6. قضايا رياضية		7. قضايا دينية		8. قضايا فكرية وثقافية			9. قضايا تكنولوجية	10. قضايا وموضوعات أخرى
		التعليم الجامعي	التعليمي المهني والتقني	التخصصات	المنح والابتعاث	الرسوم الجامعية	التدريب والتطوع	أساليب التدريس	الخدمات الصحية المقدمة	الإحباط والاكتئاب	التعصب والشغب الكروي	مسابقات وأنشطة	الانحراف والتطرف	الانتحار	الإبداع والابتكار	التبادل الثقافي	أنشطة وفعاليات		

استمارة تحليل المضمون

أولًا: فئات تحليل المضمون (ماذا قيل؟)

اسم الموقع الإخباري: ..... **استمارة رقم (.....)**

التاريخ	المسلسل	(أ) فئات تحليل المضمون (ماذا قيل؟)																												
		2. فئة الأساليب الإعلامية							3. فئة مصادر المعلومات														4. فئة النطاق الجغرافي						
									مصادر داخلية		مصادر خارجية																			
		أسلوب الحقائق	الأسلوب الإحصائي	أسلوب سرد المعلومات	الأسلوب النقدي	أسلوب الآراء والمقترحات	الأسلوب التحليلي (التناقشي)	أسلوب طرح الحلول	أخرى	مراسل	مندوب	دولية	عربية	محلية	وكالات الأنباء	الصحف والمجلات	الإذاعة والتلفزيون	شبكة الإنترنت الشبكة الاجتماعية	مواقع إخبارية	مصادر مختلفة	دون مصدر (مجهولة)	أخرى	قطاع غزة	الضفة الغربية	القدس المحتلة	الأراضي المحتلة عام 1948	العربي	الدولي

استمارة تحليل المضمون

ثانيًا: فئات تحليل الشكل (كيف قيل؟)

اسم الموقع الإخباري: ..... **استمارة رقم (.....)**

التاريخ	المسلسل	(ب) فئات تحليل الشكل (كيف قيل؟)															
		1. فئة الأشكال الصحفية						2. فئة الوسائط المتعددة									
		الخبر الصحفي	التقرير الصحفي	التحقيق الصحفي	الحديث الصحفي	المقال الصحفي	أخرى	الصور					الفيديو	الصوت	النص المتشعب	الأشكال الجرافيكية	رسومات	أخرى
								خبرية	توضيحية	أرشيفية	شخصية	بدون						

استمارة تحليل المضمون

ثانيًا: فئات تحليل الشكل (كيف قيل؟)

اسم الموقع الإخباري: ..... **استمارة رقم (.....)**

التاريخ	المسلسل	(ب) فئات تحليل الشكل (كيف قيل؟)											
		3. العناصر التفاعلية والخدمات المساعدة المرافقة للمادة الإعلامية											
		أ. فئة العناصر التفاعلية							ب. فئة الخدمات المساعدة				
		الربط بالشبكات الاجتماعية	الربط بتطبيقات الهاتف المحمول	ردود وتعليقات	إرسال الموضوع بالبريد	استطلاع الرأي	تقييم الموضوع	أخرى	تكبير وتصغير الموضوع	طباعة الموضوع	حفظ الموضوع	نسخ الموضوع	الاستماع للنص	أخرى