

The Islamic University–Gaza  
Research and Postgraduate Affairs  
Faculty of Arts  
Master of Journalism



الجامعة الإسلامية- غزة  
شئون البحث العلمي والدراسات العليا  
كلية الآداب  
ماجستير صحافة

اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول  
كمصدر للأخبار وقت الأزمات  
"دراسة ميدانية"

**Palestinian Youth Dependency on Mobile Phone  
Journalism as a News Source During Crises  
"A Field Study"**

إعداد الباحث

سائد سعيد محمد رضوان

إشراف

الدكتور/ طلعت عبد الحميد عيسى

قُدِّمَ هَذَا الْبَحْثُ اسْتِكْمَالاً لِمَتَطَلِبَاتِ الْحُصُولِ عَلَى دَرَجَةِ الْمَاجِسْتِيرِ  
فِي الصَّحَافَةِ، بِكَلِيَةِ الْآدَابِ فِي الْجَامِعَةِ الْإِسْلَامِيَةِ بِغَزَّةِ

ديسمبر/2016م - ربيع الأول/1438هـ

# إقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول

كمصدر للأخبار وقت الأزمات

"دراسة ميدانية"

**Palestinian Youth Dependency on Mobile Phone  
Journalism as a News Source During Crises**

"A Field 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:	سائد سعيد محمد رضوان	اسم الطالب:
Signature:		التوقيع:
:Date	2016/12/ 10	التاريخ:



## نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة شئون البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث/ سائد سعيد محمد رضوان لنيل درجة الماجستير في كلية الآداب/ قسم الصحافة، وموضوعها:

### اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات دراسة ميدانية

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم السبت 11 ربيع الأول 1438هـ، الموافق 2016/12/10م الساعة العاشرة صباحاً بمبنى القدس، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

..... ..... .....	مشرفاً و رئيساً مناقشاً داخلياً مناقشاً خارجياً	د. طلعت عبد الحميد عيسى د. أمين منصور وافي د. نعيم فيصل المصري
-------------------------	---	--

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 ،،،



نائب الرئيس لشئون البحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. عبد الرؤوف علي المناعمة

## ملخص الرسالة باللغة العربية

تهدف الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، وأسباب هذا الاعتماد، ودوافعه، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد الشباب الفلسطيني على هذا النوع الجديد من الصحافة بأنواعها، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدم فيها المنهج المسحي، وفي إطاره تم توظيف أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات بأداة المقابلة الشخصية، وأداة صحيفة الاستقصاء، التي تم توزيعها إلكترونياً على عينة عشوائية بسيطة قوامها (383) مفردة من الشباب الفلسطيني في كافة محافظات الوطن، خلال الفترة من تاريخ 2016/6/15م حتى تاريخ 2016/7/2م، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1. يعتمد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول بنسبة 77.8% في أوقات الأزمات، بينما يثق في الأخبار المتلقاه عبر صحافة الهاتف المحمول أوقات الأزمات بنسبة 72.2%.
2. تصدرت تطبيقات التواصل الاجتماعي أنواع صحافة الهاتف المحمول التي اعتمد عليها الشباب الفلسطيني في متابعة أحداث انتفاضة القدس بنسبة 88.2%، تلاها متصفحات المحمول، ومن ثم التطبيقات الإخبارية، فالتطبيقات الصوتية والمرئية.
3. حصد تطبيق قناة الأقصى المرتبة الأولى في التطبيقات الإخبارية لمتابعة أحداث أنتفاضة القدس عبر الهاتف المحمول، بينما حصل الفيسبوك على المرتبة الأولى في تطبيقات التواصل الاجتماعي، فيما حصل اليوتيوب على المرتبة الأولى للتطبيقات الصوتية والمرئية، والجيمل الأول بين التطبيقات البريدية.

4. فضل المبحوثون الأخبار السريعة، ثم التفاعل على الأوسمة (الهاشتاقات) بين الأشكال الصحفية لمتابعة أحداث انتفاضة القدس عبر الهاتف المحمول.

وبناء على هذه النتائج، خلصت الدراسة إلى عدة توصيات أهمها:

1. زيادة التطبيقات والحسابات الفلسطينية على الهواتف الذكية وخاصة من المؤسسات الإعلامية والوكالات والمواقع الإخبارية الرسمية.
2. إجراء أبحاث ودراسات خاصة بصحافة الهاتف المحمول وإضافة مساق لتعليمها للطلاب، وعمل دورات تدريبية للصحفيين ونشطاء الإعلام الجديد.
3. التزام الصحفيين والنشطاء الإعلاميين بالدقة والموضوعية في نقل الأخبار عبر منصات وتطبيقات الهواتف المحمولة وخاصة أوقات الأزمات، لرفع مستوى ثقة الجمهور بها.

## **Abstract**

The study aims to identify the extent of the Palestinian young people's dependence on the mobile phone journalism as a source of news at times of crises, and the causes, motives and the cognitive, emotional and behavioral impacts of Palestinian young people's dependence on the different new types of this journalism. The study adopted descriptive approach using the survey method which employed the surveying of the population of information media. The data collection tools were the personal interview, and a survey card which was electronically distributed to a simple random sample of (383) of the Palestinian young people in all governorates of the country during the period from 15/06/2016 to 02/07/2016. The study revealed different findings, the most important of which are as follows:

1. Respondents depend on the mobile phone journalism by (77.8%) at times of crises, while (72.2%) of them trust the news received via mobile phone journalism at times of crises.
2. The social networking applications were ranked first of all types of the mobile phone journalism that the Palestinian young people relied on to follow up events of the Jerusalem Intifada with a percentage of (88.2), followed by mobile browsers, then the news applications, and finally the audio and video applications.
3. Al-Aqsa Channel mobile application was ranked first of all types of the mobile phone journalism that the Palestinian young people relied on to follow up events of the Jerusalem Intifada. On the other hand, Facebook application was ranked first in social media applications, Youtube was ranked first in audio and video applications, and finally Google mail (gmail) was ranked first in email applications.
4. Respondents prefer breaking news followed by interaction via twitter hashtags of all types of journalism used to follow up events of the Jerusalem Intifada via mobile phones.

Based on these findings, the study concluded with a number of recommendations including:

1. Increasing the applications and Palestinian accounts on the smart phones, especially by the media institutions, agencies and official news websites.
2. Conducting research and studies related to mobile phone journalism and incorporating a course to instruct students in mobile phone journalism, and Executing specialized training courses for Journalists and new media activists.
3. Journalists and media activists committed themselves to accuracy and objectivity in news reporting across platforms and applications of mobile phones, especially at times of crises, to raise the level of public trust in it.

﴿نَرْفَعُ دَرَجَاتٍ مِّنْ نَّسَاءٍ ۖ قُلْ﴾

﴿وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ﴾

[يوسف:76]

## الإهداء

إلى اللذين قال الله فيهما: "وَقُلْ لَّهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا"<sup>(1)</sup>.

إلى من امتهنت الحب والحنان... التي طالما كانت دعواتها عنوان دربي... يا من لم أر الأمل

إلا بعينيها... أُمِّي الغالية.

إلى من كان له قدم السبق في البذل ولم ينتظر العطاء... يا من روضت الصعاب من أجلي...

يا من أحمل اسمه بكل فخر... أَبِي العزيز.

إلى من عشت معهم طفولتي... إلى الذين كانوا سنداً لي بعد الله...

أخواني وأخواتي (سامي، سامح، سامية، محمد، صفية).

إلى من تحملت وصبرت شهور طوال... التي حمدت على خلو الحياة وصبرت على مرها...

زوجتي الحبيبة.

إلى من أسأله أن يكونوا فتية آمنوا بربهم... يا من أطمح أن يحققوا الغاية التي خلّقوا من

أجلها... يا قطعة من كبدي... أبنائي أسامة، لمى، ومسلمة.

إلى من مضى على علاقتنا عقد من الزمن... زملائي في شبكة الأقصى وخاصة زملائي في

مرئية الأقصى.

إلى من أحيوا الأمل للمجد وعزّ الإسلام القادم.. يا من كتبتم بالدماء تاريخ عزّ وافتخار... يا

من زرعتم أرضنا ورداً وشمساً وانتصار...

للسهداء أجمعين.. خاصة شهداء #انتفاضة\_القدس الميامين.

إلى الشموع التي تحرق سني عمرها لتتير لنا الطريق... يا من تأبون الذل والانكسار...

يا من أدقتم العدو كأس المرار... الأسود الرابضة خلف القضبان.

إلى من غيبهم القدر أن يشاركوني فرحتي... إلى روح زوجة خالي أم أحمد... إلى أصدقائي

الذين ما غابوا عني إلا بالجسد... عبد الكريم عبد الله، وفيصل الملفوح.

إلى كل من له فضل عليّ.

إليهم جميعاً أهدي ثمرة بحثي هذا، داعياً المولى عز وجل أن يجعل ذلك في ميزان حسناتي،

وأن ينفع به المسلمين إنه جواد كريم.

(1) [الإسراء: 23].

## شكرٌ وتقديرٌ

انطلاقاً من قوله تعالى: "رَبِّ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدِيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَصْلِحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي إِنِّي تُبْتُ إِلَيْكَ وَإِيَّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ"<sup>(2)</sup>.

سبحانك اللهم ما حمدناك حق حمدك ..سبحانك ما شكرناك حق شكرك.. الحمد لله أقصى مبلغ الحمد.. والشكر لله من قبل ومن بعد..

اللهم لك الحمد ولك الشكر حتى ترضى ولك الحمد ولك الشكر عند الرضى ولك الحمد ولك الشكر دائماً وأبداً على نعمتك، أن وفقنتي لأتم هذا العمل المتواضع الذي أسألك فيه أن تتقبله مني وأن يكون في ميزان حسناتي.

ولا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير والفضل والامتنان لمشرفي الدكتور الفاضل: **طلعت عبد الحميد عيسى**، الذي قدم لي نموذجاً متفرداً في الإثراء العلمي والمتابعة الدقيقة لكل خطواتي في إعداد الرسالة، ولا يسعني إلا أن أدعو الله أن يجزيه عني خير الجزاء وأن يمهده الله بالصحة والعافية ليتواصل عطاؤه الإنساني والعلمي بلا حدود، والشكر موصول للدكتور.... والدكتور..... لمناقشتي هذا البحث.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير لجميع أساتذتي بالجامعة الإسلامية كل باسمه ولقبه، الذين ساهموا في مسيرة دراستي في مرحلة الماجستير.

وكذلك شكرى لكل من مد يد العون والمساعدة وأخص منهم الإحصائي الأستاذ **جهاد عكاشة**، والمدقق اللغوي **محمد حمادة**، وكذلك الأساتذة محكمي صحيفة الاستقصاء، الذين أثروا الدراسة بملاحظاتهم العلمية القيمة، والأستاذ **أحمد الخطيب**، لمساعدتي في توزيع الأستبانة في الضفة الغربية.

أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل زملائي في الدفعة الثالثة من برنامج ماجستير الصحافة بالجامعة الإسلامية، لهم مني جميعاً كل المحبة والتقدير.

وأخيراً أشكر من لا توفيهم كل كلمات الشكر لأصحاب الفضل بعد الله عز وجل (**أمي وأبي وزوجتي وأخواني وأخواتي**) الذين شجعوني، ودعموني، وكل من ساعدني في إتمام هذا البحث ممن لم يتسع المقام لذكرهم.

الباحث/ **سائد سعيد رضوان**

[2] [النمل:19]



## فهرس المحتويات

أ.....	إقرار
ب.....	ملخص الرسالة باللغة العربية
ت.....	Abstract
ج.....	الإهداء
ح.....	شكر وتقدير
ر.....	فهرس الجداول
س.....	فهرس الأشكال والرسومات التوضيحية
1.....	مقدمة الدراسة:
4.....	أولاً: أهم الدراسات السابقة:
5.....	المحور الأول: الدراسات الخاصة بالشباب والإعلام الجديد:
15.....	المحور الثاني: الدراسات الخاصة بالإعلام الجديد وقت الأزمات:
21.....	المحور الثالث: الدراسات الخاصة بالمحمول كوسيط إعلامي:
27.....	ثانياً: التعليق على الدراسات السابقة:
29.....	الاستفادة من الدراسات السابقة:
29.....	الاستدلال على المشكلة:
31.....	ثالثاً: مشكلة الدراسة:
31.....	رابعاً: أهمية الدراسة:
31.....	خامساً: أهداف الدراسة:
32.....	سادساً: تساؤلات الدراسة:
33.....	سابعاً: فروض الدراسة:
34.....	ثامناً: الإطار النظري للدراسة:
34.....	الفكرة الأساسية للنظرية :
35.....	فروض نظرية الاعتماد:
36.....	تطبيقات النظرية في الدراسة:
37.....	تاسعاً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:
37.....	نوع الدراسة:

37	منهج الدراسة:
38	أداتي الدراسة:
<b>38</b>	<b>عاشراً: مجتمع الدراسة وعينتها:</b>
38	مجتمع الدراسة:
38	عينة الدراسة:
<b>40</b>	<b>حادي عشر: إجراءات الصدق والثبات:</b>
40	صدق الاستبانة:
43	ثبات فقرات الاستبانة:
<b>44</b>	<b>ثاني عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة:</b>
<b>45</b>	<b>ثالث عشر: تقسيم الدراسة:</b>
<b>46</b>	<b>الفصل الثاني: الإعلام الجديد والشباب وقت الأزمات:</b>
<b>48</b>	<b>المبحث الأول: الشباب والإعلام الجديد:</b>
48	أولاً: تعريف الشباب:
49	ثانياً: خصائص الشباب وسماتهم:
51	ثالثاً: الشباب في فلسطين:
52	رابعاً: الجيل الثاني للإنترنت ويب (Web 2.0):
53	خامساً: تعريف الإعلام الجديد:
55	سادساً: خصائص الإعلام الجديد وسماته:
56	سابعاً: فوائد الإعلام الجديد:
57	ثامناً: أهداف الإعلام الجديد:
58	تاسعاً: وسائل الإعلام الجديد وأقسامه:
59	عاشراً: الشباب والإعلام الجديد:
<b>61</b>	<b>المبحث الثاني: الإعلام والأزمات:</b>
61	أولاً: مفهوم الأزمات:
62	ثانياً: أنواع الأزمات:
63	ثالثاً: الأزمات في فلسطين:
64	رابعاً: الإعلام وقت الأزمات:

67	خامساً: الإعلام الجديد وقت الأزمات:
69	سادساً: انتفاضة القدس:
72	سابعاً: الإعلام الجديد وانتفاضة القدس:
<b>78</b>	<b>المبحث الثالث: صحافة الهاتف المحمول</b>
78	أولاً: الهاتف المحمول المفهوم، النشأة، والتطور:
85	ثانياً: ويب المحمول:
87	ثالثاً: صحافة الهاتف المحمول مفهومها، وتطورها:
92	رابعاً: خصائص صحافة الهاتف المحمول:
96	خامساً: صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار:
98	سادساً: أنواع صحافة الهاتف المحمول:
<b>102</b>	<b>الفصل الثالث: اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات</b>
<b>104</b>	<b>المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها</b>
104	أولاً: أنماط متابعة صحافة الهاتف المحمول:
107	ثانياً: الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس:
124	ثالثاً: التأثيرات المترتبة على الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول:
128	رابعاً: المشاكل والمقترحات وأسباب عدم الاعتماد:
<b>131</b>	<b>المبحث الثاني: اختبار فروض الدراسة الميدانية</b>
131	أولاً: الفرضية الأولى:
132	ثانياً: الفرضية الثانية:
133	ثالثاً: الفرضية الثالثة:
134	رابعاً: الفرضية الرابعة:
<b>140</b>	<b>المبحث الثالث: خلاصة نتائج الدراسة وتوصياتها</b>
140	أولاً: النتائج العامة للدراسة:
143	ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة:
144	ثالثاً: توصيات الدراسة:
145	المصادر والمراجع:
160	الملاحق:

## فهرس الجداول

- جدول (1 . 1): الخصائص والسماات الشخصية لعينة الدراسة ..... 40
- جدول (1 . 5): صدق الاتساق الداخلي لجميع التأثيرات المترتبة على الاعتماد ..... 42
- جدول (1 . 6): معامل الثبات (طريقة التجزئة النصفية) و كرونباخ ألفا ..... 43
- جدول (3 . 1): درجة استخدام المبحوثين للهاتف المحمول للحصول على الأخبار ..... 104
- جدول (3 . 2): عدد ساعات متابعة المبحوثين للأخبار عبر صحافة الهاتف المحمول يومياً ..... 104
- جدول (3 . 3): الفترات التي يفضلها المبحوثون لمتابعة الأخبار عبر الهاتف المحمول ..... 105
- جدول (3 . 4): أسباب تفضيل المبحوثين لصحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار ..... 106
- جدول (3 . 5): الوسائل الإعلامية التي اعتمد عليها المبحوثون كمصدر للأخبار ..... 107
- جدول (3 . 6): اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار ..... 108
- جدول (3 . 7): درجة اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول ..... 108
- جدول (3 . 8): أسباب اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول ..... 109
- جدول (3 . 9): دوافع اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول ..... 110
- جدول (3 . 10): درجة اعتماد المبحوثين على أنواع صحافة الهاتف المحمول ..... 111
- جدول (3 . 11): أهم الموضوعات الإخبارية التي يتابعها المبحوثون عبر صحافة الهاتف المحمول ..... 113
- جدول (3 . 12): الأشكال الصحفية التي يفضل المبحوثون متابعتها عبر صحافة الهاتف المحمول ..... 114
- جدول (3 . 13): درجة ثقة المبحوثين بالأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول ..... 115
- جدول (3 . 14): درجة تفاعل المبحوثين مع الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول ..... 116
- جدول (3 . 15): آلية مشاركة المبحوثين وتفاعلهم عبر الهاتف المحمول ..... 116
- جدول (3 . 16): التطبيقات الإخبارية التي يعتمد المبحوثون عليها كمصدر للأخبار ..... 117
- جدول (3 . 17): تطبيقات التواصل الاجتماعي التي يعتمد المبحوثون عليها كمصدر للأخبار ..... 118
- جدول (3 . 18): التطبيقات البريدية التي يعتمد المبحوثون عليها كمصدر للأخبار ..... 120
- جدول (3 . 19): تطبيقات الصور والصوت والفيديو التي يعتمد المبحوثون عليها كمصدر للأخبار ..... 121
- جدول (3 . 20): أسباب استخدام المبحوثين لمتصفحات المحمول ..... 121
- جدول (3 . 21): نوع رسائل ال S.M.S التي تلقاها المبحوثون في متابعة الأخبار ..... 122

- جدول (22 . 3): التأثيرات المعرفية المترتبة على الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول ..... 124
- جدول (23 . 3): التأثيرات الوجدانية المترتبة عن الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول ..... 125
- جدول (24 . 3): التأثيرات السلوكية المترتبة عن الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول ..... 126
- جدول (25 . 3): درجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد ..... 127
- جدول (26 . 3): أهم المشاكل التي تعاني منها صحافة الهاتف المحمول ..... 128
- جدول (27 . 3): أهم مقترحات المبحوثين لتطوير صحافة الهاتف المحمول ..... 129
- جدول (28 . 3): أسباب عدم اعتماد بعض المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول ..... 130
- جدول (3.1): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس ..... 130
- جدول (29 . 3): العلاقة بين درجة الاعتماد والتأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد ..... 131
- جدول (30 . 3): العلاقة بين درجة الاعتماد ودرجة الثقة في الأخبار المتلقاة ..... 132
- جدول (31 . 3): العلاقة بين درجة الثقة في الأخبار المتلقاة ودرجة تفاعلهم مع هذه الأخبار ..... 133
- جدول (32 . 3): الفروق بين درجة الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول وفقاً للجنس ..... 134
- جدول (33 . 3): الفروق بين درجة الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول وفقاً للمستوى التعليمي ..... 135
- جدول (34 . 3): الفروق بين درجة الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول وفقاً للعمر ..... 137
- جدول (35 . 3): الفروق بين درجة الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول وفقاً للمحافظة ..... 138

## فهرس الأشكال والرسومات التوضيحية

شكل (3.1): أعداد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين لعام 2015م ..... 119

## مقدمة الدراسة:

مع التطور التكنولوجي الكبير في عالم الاتصالات أصبح بإمكان المتلقي اليوم من استطلاع ما يريده، إضافة إلى المشاركة في صناعة الخبر والمحتوى ونشره وتعديله، هكذا هو الإعلام الجديد، بمفهومه العصري الذي بات وسيلة إعلامية يمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور، وتعدد الأشكال والوسائط والنماذج ويعتمد بشكل خاص على الإنترنت بميزاته المتعددة، وعلى تحويل وسائل الإعلام التقليدية إلى وسائل إعلام إلكترونية.

ويعد استخدام الهاتف المحمول أسرع التقنيات نمواً في العالم بأسره فنحو (4.77) مليار مستخدم بمعدل (63%) من سكان العالم يمكنهم الوصول إلى هاتف محمول<sup>(1)</sup>، ولم تكن فلسطين بمعزل عن تطور هذه التقنيات، فإن نسبة استخدام الهواتف الذكية في فلسطين الأولى عربياً حتى منتصف عام (2016)م بنسبة (57%)، منهم نسبة (73%) من الشباب في الفئة العمرية ما بين (18-34) سنة<sup>(2)</sup>.

ويأتي توجه المجتمعات بكافة شرائحها نحو صحافة الهاتف المحمول كنوع من أنواع الإعلام الجديد الذي أصبح يلبي رغبات واحتياجات هذه الشرائح مع اختلاف توجهاتهم ومستوياتهم التعليمية والاجتماعية وخاصة الشباب الذي يمثل النسبة الأكبر من المستخدمين لمنصات الإعلام الجديد بعد أن أتاح لهم هذا النوع الجديد من الصحافة بصناعة وإنتاج المحتوى الإعلامي بكل تفاصيله، وأن يكونوا قوة فاعلة في إدارة العملية الإتصالية والتأثير فيها. أصبحت صحافة الهاتف المحمول متطورة بعد أن كانت مقتصرة على الرسائل النصية، فقد شكّلت قناة إعلامية مستقلة، وبذلك فرضت صحافة الهاتف المحمول واقعاً مختلفاً تماماً، إذ أنها لا تعد تطوراً لوسائل الإعلام الأخرى فحسب، إنما هي وسيلة احتوت كل ما سبقها من وسائل.

إن الحاجة إلى الاطلاع على الوسائل الإعلامية تزداد عادة في وقت الأزمات، حينما يصبح هناك ضعف في الاتصال والتواصل الشخصي بين أفراد المجتمع مع بعضهم البعض، وتأتي وسائل الإعلام الجديد المتنوعة ملبية لرغبات التواصل الفردي والمجتمعي في أي مجتمع

(1) GSMA, The Mobile Economy 2016 (p6).

(2) Poushter, Smartphone Ownership and Internet Usage Continues to Climb in Emerging Economies, (p14).

في ظل وجود الأزمات، حيث انه كلما تعمقت الأزمة أكثر زادة عملية الاعتماد على وسائل الإعلام، وبذلك يرتفع الترحيب والاستجابة لأهداف ومضمون الرسالة الإعلامية أكثر. وبحكم طبيعة عمل الباحث في الحقل الإعلامي وضمن مؤسسة عملت لتغطية معظم الأزمات الفلسطينية، اتضح له ازدياد اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول نظراً لما يتوفر في هذا النوع الجديد من خصائص وإمكانيات.

ومع اندلاع انتفاضة القدس في أكتوبر 2015م بدا واضحاً أن المعركة الإعلامية لا تقل أهمية عن المعركة العسكرية، فقد مارس الإعلام الجديد بكافة أشكاله دوراً بارزاً خلال انتفاضة القدس، فمنذ اللحظة الأولى للانتفاضة، أدى الإعلام الجديد دور الموجه لشباب الانتفاضة، حيث أنّ الدور الأبرز للمنصات والتطبيقات الإلكترونية كان لمقاطع الفيديو التي تم تصويرها لأحداث الانتفاضة، وثم تناقلها بواسطة تطبيقات الهواتف المحمولة، والتي عملت على دحض كافة الافتراءات التي يروجها الاحتلال.

واستشعاراً من الباحث بأهمية دراسة صحافة الهاتف المحمول ودورها وقت الازمات كانت هذه الدراسة للتعرف على مدى اعتماد فئة الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول، كمصدر للأخبار وقت الأزمات متمثلة في أزمة انتفاضة القدس.



# الفصل الأول

## الإطار العام للدراسة

## الفصل الأول

### الإطار العام للدراسة

#### تمهيد:

يتضمن 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 وتسؤلاتها وفروضها، كما يتضمن هذا الفصل الإطار النظري للدراسة، ثم نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها، كما يعرض مجتمع الدراسة وعينتها، فإجراءات الصدق والثبات، يختم الفصل بعرض للمفاهيم الأساسية للدراسة وتقسيمات الدراسة كاملة.

#### أولاً: 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 بياناتها، تهدف الدراسات السابقة إلى إبراز ما تم نشره حول موضوع الرسالة في الأدبيات والمراجع المحلية والعالمية والنتائج التي تم التوصل إليها، واختار أهم تلك الدراسات للاستفادة منها في إعداد هذه الدراسة، وقام الباحث بتقسيم الدراسات السابقة إلى المحاور الآتية:

**المحور الأول: الدراسات الخاصة بالشبكات الإجتماعية والشباب**

**المحور الثاني: الدراسات الخاصة بالشبكات الإجتماعية والأزمات**

**المحور الثالث: الدراسات الخاصة بالمحمول كوسيط إعلامي**

## المحور الأول: الدراسات الخاصة بالشباب والشبكات الإجتماعية:

1- دراسة بعنوان: "اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات: دراسة ميدانية<sup>(1)</sup>:"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات على عينة من طلبة الجامعات في العاصمة الأردنية عمّان بلغت (470) مفردة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج كان من أهمها:

- أ- جاء الفيسبوك في مقدمة هذه الشبكات التي يستخدمها الطلبة وبما نسبته 98%.
- ب- جاءت في المرتبة الأولى شبكات التواصل الاجتماعي في تزويد الطلبة بالأخبار والمعلومات بنسبة 48%، تلاها "الشبكات الإخبارية الإلكترونية" بنسبة 30%.
- ج- جاء دافع الحصول على آخر الأخبار والمعلومات بالمرتبة الأولى لدوافع اعتماد الطلبة على شبكات التواصل الاجتماعي.

2- دراسة بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة السياسية لدى الشباب المصري: دراسة ميدانية<sup>(2)</sup>:"

هدفت الدراسة إلى معرفة المعلومات السياسية التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر ويوتيوب) وعلاقتها بتشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب المصري، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات على عينة من الشباب المصري بلغت (621) مفردة تتراوح أعمارهم بين (18-40 سنة)، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج كان من أهمها:

- أ- ما يقرب من ثلثي عينة الدراسة من الشباب حريص على الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي تقريبًا.

---

(1) أبو سويلم، اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات: : دراسة ميدانية.

(2) بقطر، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة السياسية لدى الشباب المصري.

- ب- جاء في مقدمة أسباب استخدام الشباب عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي أن بها معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتلفاز.
- ج- جاء في مقدمة دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي كل من دافعي أن مواقع التواصل تدفعني للتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم على الموضوعات السياسية، ووسيلة للتفاعل مع الآخرين.
- د- أغلب الشباب عينة الدراسة كان حريصاً بدرجة متوسطة على متابعة القضايا السياسية من خلال هذه المواقع.

### 3- دراسة بعنوان: "عشوائية المعلومات وعلاقتها بمصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب: دراسة ميدانية<sup>(1)</sup>:"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب على الشبكات الاجتماعية الافتراضية وتلبيتها لاحتياجاتهم المعرفية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء أداة لجمع البيانات على عينة من الشباب المصري بأسلوب العينة المتاحة وهي مكونة من (100) مفردة من طلاب جامعة المنيا معززا صحيفة الاستقصاء بمقابلة معمقة لمجموعة نقاش مع طلاب قسم الإعلام، اشتملت على (15) طالبا، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج كان من أهمها:

- أ- ساعد سهولة استخدام الشبكات الاجتماعية عبر واجهات بسيطة ومن خلال وسائط مختلفة كالحاسبات والهواتف وغيرها على كثرة اعتماد الشباب على هذه الشبكات في تداول المعلومات.
- ب- اعتماد الشباب على الشبكات الاجتماعية بمعدلات مرتفعة، وتعدد أغراض استخدامها سواء في متابعة الأحداث الجارية، أو التسلية والترفيه، وتبادل الصور والفيديوهات.
- ج- اعتبار عدم التعامل مع المعلومات التي يتم الحصول عليها على أنها حقائق أو مسلمات، من سبل مواجهة عشوائية المعلومات عبر الشبكات الاجتماعية.

---

(1) عبد القوى، أبو العلا، عشوائية المعلومات وعلاقتها بمصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب.

#### 4- دراسة بعنوان: "استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية"<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة وما دوافع طلبة الجامعات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومدى الثقة بمعلوماتها، وتدرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث المنهج المسحي من خلال مسح جمهور وسائل الإعلام معتمداً على نظرية الاستخدامات والإشباع، وصحيفة الاستقصاء كأداة رئيسة لجمع البيانات من المبحوثين، والمقابلة كأداة ثانوية، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (390) مفردة موزعين على طلبة الجامعات الفلسطينية النظامية بقطاع غزة وهي (الجامعة الإسلامية والأزهر والأقصى)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

أ- يستخدم 90% من المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي، و الفيس بوك هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً بنسبة 95% من العينة، تلاه اليوتيوب بنسبة 59.4%، ثم جوجل بلص بنسبة 28.8%، ثم التويتر بنسبة 27.1%.

ب- تصدر دافع التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج سبب استخدام شبكات التواصل، تلاه دافع الحصول على المعلومات واكتساب خبرات، ثم دافع التسلية.

ج- تصدرت الموضوعات الترفيهية أبرز الموضوعات التي يطالعها المبحوثون، تلاها الموضوعات الاجتماعية، ثم الموضوعات الثقافية.

د- مستوى الثقة بشبكات التواصل الاجتماعي تأتي بدرجة متوسطة، وأن شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على متابعة وسائل الإعلام الأخرى.

#### 5- دراسة بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية"<sup>(2)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني، والكشف عن جوانب مهمة في علاقة مواقع التواصل الاجتماعي

(1) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة.

(2) العقاد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني.

بالمشاركة السياسية للشباب الفلسطيني وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الاستبيان كأداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة الميدانية والتي تمثلت في عينة عشوائية منتظمة قوامها (382) مفردة من طلبة كلٍ من (الجامعة الإسلامية، وجامعة الأزهر، وجامعة الأقصى، وجامعة القدس المفتوحة)، واستندت على ثلاثة مداخل نظرية (مدخل الإعلام الجديد وآفاق التواصل الاجتماعي، ونموذج الحضور الاجتماعي، ومدخل المجال العام)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

أ- وجود إقبال كبير في أوساط الشباب الفلسطيني الجامعي الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت تصل نسبتهم إلى 95%.

ب- يبلغ متوسط أوقات استخدام غالبية الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي من ساعتين فأكثر يومياً، بينما أوضح ما نسبتهم 81.31% من هؤلاء الشباب عدم وجود فترات محددة في اليوم الواحد لاستخدامهم مواقع التواصل.

ج- لم يبد الشباب الفلسطيني ثقتهم الكبيرة فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي، بينما هناك من الشباب من قال إن هذه المواقع قادرة على التغيير السياسي، وإنها تعبر عن الواقع بصدق.

د- تصدرت الدوافع النفعية المرتبة الأولى في استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي من حيث دافع التزويد بالمعلومات المختلفة.

6- دراسة بعنوان: "ممارسات الشباب الجامعي للمواطنة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجاً: دراسة ميدانية<sup>(1)</sup>":

هدفت الدراسة إلى التعرف على أشكال وطرق ممارسة الشباب الجامعي للمواطنة الرقمية ودور الفيسبوك في تبني الشباب الجامعي لسلوكيات جيدة مرتبطة بحقوق وواجبات المواطنة والانتماء للوطن، وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج الوصفي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات على عينة عمدية من الشباب الجامعي من جامعة أم البواقي بلغت (70) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

---

(1) تقنية، ممارسات الشباب الجامعي للمواطنة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجاً دراسة ميدانية تحليلية.

- أ- يستخدم أغلب الشباب الفيسبوك دائماً بنسبة 81.42% ويقضون ثلاث ساعات فأكثر يومياً في استخدام الفيسبوك بنسبة 65.71%.
- ب- يستخدم أغلب المبحوثين الفيسبوك للتواصل الاجتماعي بنسبة 41.13%.
- ج- يشارك أغلب المبحوثين بأرائهم السياسية على صفحاتهم الخاصة من خلال الفيسبوك بنسبة 94.28%.

## 7- دراسة بعنوان: "دور الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري: دراسة تحليلية ميدانية"<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد في مصر، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي، و استمارة (تحليل المضمون) كأداة لجمع البيانات حيث طبقت على صفحتي (كلنا خالد سعيد، 25 يناير يوم الثورة على التعذيب والفقر والفساد والبطالة) في فترة امتدت من (يناير 2013م حتى مارس 2013م)، كما عززت الدراسة الميدانية بصحيفة الاستقصاء تم تطبيقها على عينة عمدية من الشباب الجامعي مستخدمي الفيسبوك قوامها (355) مفردة مأخوذة من عينة عشوائية قوامها (400) مفردة تتراوح أعمارهم بين (18-21 سنة) من كليات جامعة (الزقازيق، المنصورة، القاهرة، عين شمس)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- أ- جاء الفيسبوك في مقدمة مصادر معرفة أفراد العينة للحصول على المعلومات حول قضايا الفساد في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ب- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على الفيسبوك وحصولهم على المعلومات حول قضايا الفساد في مصر.
- ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في درجة الوعي بقضايا الفساد في مصر من خلال الاعتماد على الفيسبوك لصالح أفراد العينة الذكور.

(1)حسانين، دور الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري.

د- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في درجة معرفتهم بقضايا الفساد في مصر باختلاف درجة كثافة التعرض لتلك القضايا عبر الفيسبوك لصالح أفراد العينة كثيفي التعرض.

#### 8- دراسة بعنوان: "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية"<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على معلومات عن القضايا السياسية واكتسابهم بعض القيم السياسية، وهي دراسة وصفية استخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات بتطبيقها على عينة عمدية من الشباب المصري مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قوامها (366) مفردة مأخوذة من عينة عشوائية قوامها (400) مفردة تتراوح أعمارهم بين (18-21 سنة)، وقد استخدم الباحث نظرية الاعتماد، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

أ- توجد علاقة بين زيادة اعتماد الشباب المصري في الحصول على المعلومات عن القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية.

ب- هناك علاقة بين درجة اهتمام الشباب المصري بقراءة الأخبار السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية.

ج- توجد علاقة بين اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية على قيمهم السياسية.

#### 9- دراسة بعنوان: "دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة: دراسة ميدانية"<sup>(2)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، وتدرج هذه الدراسة في

(1) رفاعي، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية.

(2) جمعة، دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة.



إطار البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات من عينة عشوائية قوامها (311) طالباً وطالبة من الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

أ- كانت الدوافع الأكاديمية السبب الرئيس وراء استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي، يليها الدوافع النفسية، وتلتها الدوافع، ثم الدوافع الاقتصادية في المرتبة الأخيرة.

- ب- الفيس بوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل الشباب الفلسطيني الجامعي، حيث حصل على المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (72.3%).
- ج- لا يوجد فروق في دوافع استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى للجنس، ما عدا الدوافع السياسية فكانت الفروق لصالح الذكور.
- د- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى للمتغيرات التالية: (نوع الكلية، والمستوى الأكاديمي، والمعدل التراكمي، ومكان السكن).

## 10- دراسة بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية: دراسة ميدانية"<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة للتعرف على النقاط المهمة والمؤثرة في شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالدور التنموي للشباب الفلسطيني ومسئوليته المجتمعية تجاه قضاياها، وهي دراسة وصفية اعتمدت على المنهج المسحي، و صحيفة الاستقصاء على عينة حصرية غير احتمالية قوامها (410) مفردة من الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس الشريف، لم يستخدم الباحث أي نظرية، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها ما يلي:

أ- زادت مشاركة ما نسبته 96.6% من المبحوثين نحو القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

(1) حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية.

ب- يثق المبحوثون بدرجة متوسطة بالمعلومات المقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 60.5% ويتقون بدرجة قليلة وكبيرة بنفس النسبة 20.2%.

ج- أكثر الفوائد العائدة على المبحوثين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي الحصول على الأخبار ثم يليها التواصل مع الآخرين، ثم قضاء وقت الفراغ، ثم تكوين صداقات.

## 11- دراسة بعنوان: "استخدامات طلاب الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية: دراسة ميدانية"<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة للتعرف على استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية، ومدى نجاحهم في استغلال هذه الشبكات في إيصال الحقائق والمعلومات السليمة حول القضية الفلسطينية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية وتستخدم المنهج المسحي من خلال أسلوب مسح الجمهور، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات حيث طبقت على عينة عشوائية بسيطة قوامها 300 مفردة من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، وتم توزيعها على عينة من طلاب الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

أ- أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً بشكل عام من قبل المبحوثين كان موقع الفيسبوك، يليه بفارق كبير بقية الوسائل وعلى رأسها تويتر، ثم ماي سبيس ثم بقية المواقع.

ب- أهم أسباب عدم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية، أنهم يستخدمونها في التواصل مع أصدقائهم في موضوعات اجتماعية فقط، وعدم معرفتهم بكيفية استخدامها في التوعية بالقضية الفلسطينية، ثم عدم الاعتقاد بوجود فائدة من استخدامها في ذلك.

ج- تحققت التوعية بالقضية الفلسطينية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظر الجمهور حول القضية الفلسطينية، ثم زيادة التأييد للقضية الفلسطينية، ثم انضمام الجمهور لجهود التعريف بالقضية، ثم مشاركتهم في فعاليات.

(1) عيسى، استخدامات طلاب الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية.

**12- دراسة بعنوان: "استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى: دراسة ميدانية(1)":**

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الطلبة الجامعيين الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي ، وأثر ذلك على متابعتهم لوسائل الإعلام الأخرى، بالإضافة إلى التعرف على الآثار السلبية والإيجابية لاستخدام الطلبة لهذه المواقع، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، فيما كانت نظريتها الاستخدامات والإشباع، ومجتمع الدراسة كان عبارة عن طلبة الكليات الفلسطينية في محافظات قطاع غزة، بعينة طبقية عشوائية بلغ قوامها (500) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- أ- يستخدم 52.2 % من المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تصل إلى ساعتين يومياً.
- ب- أدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت إلى انخفاض التعامل مع وسائل الإعلام الأخرى بدرجات متفاوتة.
- ج- تكمن أهم سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تغذية الأزمات السياسية وتهيئة الفرصة لعمليات الاستقطاب من قبل الآخرين، وزيادة الاحتقان وتعميق الخلافات.

**13- دراسة بعنوان: "استكشاف أسباب استخدام الشباب لموقع (ماي سبيس وفيسبوك) في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع(2)":**

هدفت الدراسة للتعرف على استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقعي ( ماي سبيس وفيسبوك) وقد اعتمد الباحث في دراسته الاستطلاعية على أداة مجموعات المناقشة المركزية على عينة تمثلت ب (50) مفردة من طلبة جامعة كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

---

(1) المصري، استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى: دراسة ميدانية.  
(2) Urista, Explaining Why Young Adults Use MySpace And Facebook Through Uses and Gratifications Theory.

- أ- تمثلت أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي للموقعين في أنها وسيلة اتصال فعالة في الاتصال بالآخرين، وأنها وسيلة اتصال سهلة ومريحة في الاتصال بالأهل والأصدقاء.
- ب- يقبل الشباب على الاشتراك في الموقعين لاكتشاف العالم المحيط بهم بدافع الفضول ، وجعلهم أكثر شعبية وجاذبية في عيون الآخرين، وكذلك سهولة تشكيل وتعزيز العلاقات مع الآخرين من خلال إقامة اتصال فعال معهم.
- ج- يرى المشاركون في مناقشات المجموعات المركزة أن وجود الانفتاح والتحرر والشفافية جعل هذه المواقع أكثر شعبية.
- د- أفاد المشاركون بأنهم حصلوا على الكثير من المعلومات الشخصية عن الأعضاء بدون معرفتهم.

#### 14- دراسة بعنوان: "الإعلام الجديد: السياسة الجديدة للتعلم الفعال ودراسة استخدامات مواقع الشبكات في المشاركة السياسية: دراسة ميدانية(1)":

- هدفت الدراسة للكشف عن دور استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية في زيادة فاعلية التعلم السياسي والمعرفة والمشاركة السياسية لدى الشباب، وقد أجريت الدراسة على عينة متاحة من طلاب جامعة متشجن بأمريكا قوامها (625) مفردة، تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 25 عاماً، كما أجريت أربع جلسات لمجموعات النقاش المستهدفة يتراوح عدد الطلاب في كل مجموعة من 5 إلى 11 طالباً، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:
- أ- يفضل الطلاب متابعة الأخبار التلفزيونية، والصحف أكثر من وسائل الاتصال الحديثة للحصول على المعلومات السياسية.
- ب- يشارك بعض الطلاب في الموضوعات والقضايا الخاصة بالانتخابات في مواقع الشبكات الاجتماعية، كما لاحظ الطلاب تفاعل أصدقائهم مع المرشحين السياسيين في تلك المواقع.
- ج- من أكثر الأنشطة السياسية التي قام بها الطلاب في مواقع الشبكات الاجتماعية، تأييد ودعم قضية سياسية بنسبة 35.4%، أو الاشتراك في مسابقات تتضمن معلومات سياسية بنسبة 33.5%.

---

(1) Hayes, New Media: New Political Learning Efficacy And The Examination of Uses of Network Sites Political Engagement.

د- توجد علاقة طردية بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لأغراض سياسية ومعدلات المعرفة، والمشاركة السياسية وفاعلية التعلم السياسي لدى طلاب الجامعة.

### المحور الثاني: الدراسات الخاصة بالشبكات الإجتماعية وقت الأزمات:

15. دراسة بعنوان: "اعتماد النخبة السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر

للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م: دراسة ميدانية<sup>(1)</sup>:"

هدفت الدراسة للتعرف على مدى اعتماد النخبة السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014، ومعرفة مدى المتابعة لها والأسباب المرتبطة بهذه المتابعة، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة للدراسة، على عينة حصصية قوامها (164) مفردة من النخبة السياسية الفلسطينية في قطاع غزة، فيما كانت نظريتها الاعتماد على وسائل الإعلام، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

أ- اعتمد المبحوثون بدرجة عالية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان بنسبة 40.2% بينما اعتمادهم في الأوقات العادية كمصدر للمعلومات بدرجة منخفضة بنسبة 4.9%.

ب- جاء الفيسبوك في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات أثناء العدوان، بعدها تويتر، وتلاها اليوتيوب.

ج- جاءت الأخبار الخاصة بالعدوان في مقدمة أشكال المواد الإخبارية التي يفضل المبحوثون متابعتها على شبكات التواصل الاجتماعي.

د- يثق المبحوثون بدرجة متوسطة بتناول شبكات التواصل الاجتماعي للمعلومات المتعلقة بالعدوان.

---

(1) بريخ، اعتماد النخبة السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة 2014.

16- دراسة بعنوان: "شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الأمن المجتمعي: دراسة ميدانية(1)":

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي بالمملكة العربية السعودية، والبحث عن كيفية ضبط شبكات التواصل الاجتماعي في الأزمات الأمنية، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وبعض الأساليب الإحصائية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات طبقت على عينة طبقية عشوائية قوامها (240) مفردة من العاملين في هيئة الاتصالات، والعاملين في مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية (وحدة الإنترنت)، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

أ- يوجد تأثير فاعل لشبكات التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي بالمملكة العربية السعودية.

ب- يكون ضبط شبكات التواصل الاجتماعي تقنياً عن طريق وضع البرمجيات التي تحمل المضمون الأخلاقي وتنتشره.

ج- اتضح أن ضبط شبكات التواصل قانونياً يكون عن نشر القوانين والتشريعات الضابطة ضمن شبكات التواصل الاجتماعي.

د- ضبط شبكات التواصل اجتماعياً في أوقات الأزمات يكون عن طريق توعية الشباب من مرتادي مواقع التواصل بالقيم والأخلاق الإسلامية.

17- دراسة بعنوان: "اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م: دراسة ميدانية(2)":

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات ممثلة بأزمة العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة للدراسة، على عينة طبقية عشوائية قوامها (400) مفردة من طلبة الجامعات الرئيسية في قطاع

(1) المطيري، شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الأمن المجتمعي.

(2) خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م.

غزة (الأقصى، الإسلامية، الأزهر)، فيما كانت نظريتها الاعتماد على وسائل الإعلام، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- أ- جاء الفيسبوك في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها طلبة الجامعات الفلسطينية للحصول على المعلومات أثناء العدوان، ثم تويتر، تلاه جوجل بلس.
- ب- تصدرت شبكات التواصل الاجتماعي المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة أحداث العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014 م.
- ج- يثق طلبة الجامعات الفلسطينية بالمعلومات التي تم الحصول عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان على غزة عام 2014م بدرجة متوسطة بنسبة 41%.
- د- ترجع ثقة المبحوثين في المعلومات التي حصلوا عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان، إلى أنها تربط الأحداث بالصوت والصورة، والسرعة في نقل الأخبار.

**18- دراسة بعنوان: "اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر بعد 30 يونيو 2013م (مواقع التواصل الاجتماعي نموذجًا): دراسة ميدانية<sup>(1)</sup>:"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر بعد 30 يونيو 2013م بالتطبيق على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بالضوابط المهنية والأخلاقية عند تغطية الأحداث الأمنية في مصر، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وذلك بالتطبيق على عينة من النخبة المصرية "السياسية والإعلامية والأكاديمية"، باستخدام صحيفة الاستبيان التي تم تطبيقها على (125) مفردة من النخبة المصرية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

---

(1) الداغر، اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر بعد 30 يونيو 2013 م -مواقع التواصل الاجتماعي نموذجًا-.

- أ- دعم التغطية الإعلامية بالوسائط المتعددة عند تناول موضوعات الأزمات الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة أسباب تفضيل النخبة مقارنة بالوسائل الأخرى، ثم جاءت التغطية المنتظمة للأحداث و إمكانية التفاعل مع الحدث بالمعلومات والصور ومقاطع الفيديو.
- ب- ثقة النخبة المصرية في المعلومات المتاحة عن الأحداث والأزمات الأمنية المثارة في الإعلام التقليدي تأخذ حيزاً من الثقة أكبر من تطبيقات الإعلام الجديد.
- ج- اتجاهات النخبة المصرية حول المعايير الأخلاقية والمهنية عند تغطية الأزمة الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت سلبية في مجملها.

## 19- دراسة بعنوان: "اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات"<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات، والكشف عن أسباب ودوافع هذا الاعتماد، ورصد أهم الأزمات التي يهتم بها الشباب الفلسطيني ويتابعها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، و صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات التي تم تطبيقها على (220) مفردة من الشباب في قطاع غزة، تتراوح أعمارهم ما بين 19 إلى 35 عاماً، معزراً صحيفة الاستقصاء بمقابلة مع مجموعات مركزة من (طلاب الجامعات، نشطاء ومدونين من الشباب الفلسطيني، الأطر الطلابية) اشتملت كل مجموعة من (6-12) مفردة، فيما كانت نظريتها الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

أ- يعتمد الشباب الفلسطيني بدرجة متوسطة على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول الأزمات المختلفة بنسبة 39.3%، كما يعتمدون عليها بدرجة كبيرة بنسبة 30.3%.

ب- جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني، ثم جاءت الصحف الإلكترونية.

---

(1) برغوث، اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات.



ج- تصدر الفيسبوك قائمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني بنسبة 93.8%، بينما حل اليوتيوب في المرتبة الثانية بنسبة 31.5%.

**20- دراسة بعنوان: "الشبكات الاجتماعية وإدارة الأزمات: دور صفحات الجيش والشرطة في إدارة أزمة ما بعد 30 يونيو: دراسة ميدانية(1)":**

هدفت الدراسة إلى التعرف على معرفة الدور الذي لعبته صفحات الجيش والشرطة على الفيسبوك لإدارة الأزمة التي تلت الثورة المصرية الثانية في 30 من يونيو 2013، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات التي طُبقت على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من المقيمين في مدينة القاهرة، بالتطبيق على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أ- اتضح أن النسبة الأكبر من المبحوثين يستخدمون الفيسبوك بمعدلات مرتفعة، وذلك بنسبة 71.7% من المبحوثين عينة الدراسة.

ب- جاء استخدام الفيسبوك في الترتيب الأول للحصول على معلومات عما يجري من أحداث وآخر المستجدات.

ج- يُعد الحصول على معلومات عما يجري من أحداث وآخر مستجدات الأحداث أكثر أسباب ودوافع التعرض لصفحات الجيش والشرطة.

**21- دراسة بعنوان "استخدامات الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام أثناء الأزمات السياسية الطارئة: دراسة ميدانية(2)":**

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام أثناء الأزمات الطارئة، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء أداة لجمع البيانات باتباع أسلوب العينة المتاحة أو الملائمة ويقوم هذا

---

(1) الجندي، الشبكات الاجتماعية وإدارة الأزمات: دور صفحات الجيش والشرطة في إدارة أزمة ما بعد 30 يونيو.

(2) السيد و علي، استخدامات الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام أثناء الأزمات السياسية الطارئة - أزمة الدستور المصري نموذجاً.

الأسلوب على اختيار الأفراد الذين يمكن الوصول إليهم وتطبيق الاستقصاء عليهم، بحيث يمثلون مجتمع الدراسة، وقد بلغت هذه العينة (100 مفردة) من النخبة المصرية مقسمة بالتساوي بين النخبة الإعلامية والأكاديمية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

أ- مساهمة الشبكات الاجتماعية في زيادة معرفة النخبة المصرية حول الأزمات المصرية.  
ب- كشفت الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون المواقع الاجتماعية من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً.

ج- أهم دوافع استخدام النخبة لمواقع التواصل الاجتماعي أن الشبكات الاجتماعية مصدر مهم للمعلومات عن القضايا المختلفة، ثم مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية واستخدامها لتبادل ومشاركة وتكوين رأي عام نحو القضايا السياسية والاجتماعية.

## 22-دراسة بعنوان: "استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير

المصرية والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية<sup>(1)</sup>:"

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت للمشاركة الإلكترونية في إطلاق ثورة 25 يناير المصرية ومعرفة الإشباع المتحققة لديهم نتيجة هذا الاستخدام، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمد الباحث على المنهج المسحي، و صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات وطبقت على (400) مفردة من الشباب الجامعي المصري موزعة على أربع جامعات (طنطا- الأزهر - 6 أكتوبر- الأمريكية)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

أ- ارتفاع معدل استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية حيث إن النسبة الأكبر يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل دائم بنسبة بلغت 56% منهم، وأغلبهم يتعرضون لها بشكل يومي.  
ب- جاء موقع الفيسبوك أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً بين الشباب الجامعي عينة الدراسة للمشاركة الإلكترونية في إطلاق الثورة.

ج- جاءت الموضوعات السياسية كأكثر الموضوعات التي يفضل الشباب عينة الدراسة مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية.

---

(1) خليل، استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير المصرية والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية.

د- كشفت أن معظم الشباب الجامعي شاركوا مشاركة إلكترونية في إطلاق الثورة، حيث بلغت نسبة من شاركوا بشكل دائم 51.8%، ونسبة 38.8% منهم شاركوا فيها أحياناً.

### المحور الثالث: الدراسات الخاصة بالمحمول كوسيط إعلامي:

#### **23- دراسة بعنوان "استخدامات الإعلام الجديد وانعكاساته على الصحف الورقية اليومية في الأردن - صحافة الموبايل-(1)"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على انعكاسات صحافة الهاتف المحمول على الصحف الورقية وكيفية استخدام الصحفيين الأردنيين صحافة المحمول "الهواتف الذكية"، ودوافع تعرضهم لها، والتعرف على ميزات وانعكاساتها من وجهة نظرهم، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، حيث يتكون مجتمع الدراسة من الصحافيين العاملين في مجال التحرير الإخباري في عدد من المؤسسات الإعلامية في الأردن، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- احتل الإعلام الجديد -صحافة المحمول- المرتبة الأولى كأفضل وسيلة للحصول على الأخبار من قبل الصحافيين.

ب- دوافع الصحافيين للتعرض للإعلام الجديد -صحافة المحمول- كانت دوافع نفعية تمثلت بدافع مهني بالمرتبة الأولى، حيث يستخدم يومياً لمتابعة الأخبار ونشرها وتحديثها.

ج- أثر الإعلام الجديد سلباً على اللغة العربية وعلى أنماط سلوك المستخدم، وعلى دخل الصحف الورقية في الأردن.

#### **24- دراسة بعنوان "استخدام الهواتف المحمولة في الحصول على الأخبار المحلية في دول مجلس التعاون الخليجي من وجهة نظر طلاب الجامعات(2)"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام الشباب العربي في دول مجلس التعاون الخليجي للحصول على الأخبار والمعلومات حول مجتمعاتهم بواسطة أجهزتهم المحمولة، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدم فيها المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع

(1) الربحاني، استخدامات الإعلام الجديد وانعكاساته على الصحف الورقية اليومية في الأردن - صحافة الموبايل-.

(2) Ziani, Elareshi and Gunter, The Use of Mobile Phone and the Internet in Obtaining Local News in GCC Regions: University Students.

البيانات وطبقت على عينة قوامها (1221) مفردة من طلاب دول مجلس التعاون الخليجي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أ- يتابع 83.2% من الذكور الأخبار المحلية على الهواتف المحمولة، في حين 16.8% من الإناث فقط هم من يتابعن الأخبار المحلية عبر الهواتف المحمولة.
- ب- تفاعل 98% من الطلاب بالنشر للأخبار المحلية على تويتر، و90% بالنشر عبر البريد الإلكتروني، و63% بالنشر على الفيسبوك.

## 25-دراسة بعنوان "دور الهاتف المحمول في الحياة اليومية للشباب"<sup>(1)</sup>

- هدفت الدراسة إلى اكتشاف ميول الشباب حول استخدام الهواتف المحمولة في الحياة اليومية للاتصال وإشباع حاجتهم من المعلومات، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدم فيها المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات وطبقت على عينة عمدية قوامها (793) مفردة من طلاب 8 جامعات في 4 دول و3 قارات يملكون 52 جنسية أعمارهم ما بين 18-23 سنة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:
- أ- استخدم 37% من الطلاب الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية، و33% استخدم الرسائل النصية، و21% استخدم التطبيقات البريدية، و20% استخدم التصفح.
- ب- تفاعل 58% مع محتوى الهواتف المحمولة بمشاركة المحتوى، و20% بالنشر، و19% بالتعليق على المحتوى.
- ج- الاعتماد على الهواتف المحمولة بالدرجة الأولى للتواصل والترابط الاجتماعي، ومن ثم للحصول على المعلومات.

## 26-دراسة بعنوان: "تأثير تجربة المستخدم في صناعة أخبار المحمول من خلال الهواتف الذكية"<sup>(2)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الصحفيين و القراء في تغيير ممارسات صنع الأخبار وطرق نشرها عبر الأجهزة المحمولة، وفاعلية صناعة الأخبار عبر المحمول والنتائج

(1) Mihailidis, Exploring the role of mobile phones in the daily life of young people.

(2) Väättäjä, Framing the User Experience in Mobile News making with Smartphones.

الملموسة على استهلاكها من قبل الجمهور، و لفهم شامل لتجربة مستخدمي الهواتف الذكية في صناعة أخبار المحمول من وجهة نظر الصحفيين والمستخدمين، اشتملت هذه الرسالة على اثنتي عشرة دراسة من دراسات الحالة كانت سبعة منها مركزة على خدمات صناعة الأخبار عبر المحمول من المستخدمين، ودراستان مركزتان على مشاركة القارئ في صناعة الخبر، وبقية الدراسات ركزت على الاستخدام المهني للأخبار، حيث شارك في الدراسات أكثر من مئة من طلاب الصحافة الذين يمتلكون خبرة في العمل الصحفي، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- أ- سهل صناعة أخبار الفيديو خصائص الجوال (صغر حجمه، خفة وزنه، سهولة استخدامه)، سرعة نشر الفيديو أو نقله من موقع الحدث لموقع العمل.
- ب- أكثر ما ساعد في إعداد التقارير الإخبارية بالمحمول تسجيله لمعلومات دقيقة عن الزمان والمكان والحدث، سهولة التثبيت من صحة المواد، القدرة على رسم خريطة المتلقين عند النشر.
- ج- أكثر ما يعيق نشر المحتوى الإخباري هي الموثوقية، السرعة، عدم ملائمة المحتوى للمحمول أحياناً، وعدم توفير الشبكات لتقديم ورفع المواد بطريقة مجدية عبر أنظمة المحمول.

## 27- دراسة بعنوان: "مدى استخدام الجمهور الفلسطيني للخدمات الإعلامية التي يقدمها الهاتف النقال: دراسة ميدانية"<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الجمهور الفلسطيني للهاتف النقال، والكشف عن مستوى النشاط والتفاعل والمشاركة من قبل الجمهور الفلسطيني للخدمات الإعلامية التي يقدمها الهاتف النقال، ومدى قدرة الجمهور الفلسطيني على استثمار الهاتف النقال لشبكة الإنترنت، وتوضيح الأسباب التي تقف عائقاً أمام الجمهور الفلسطيني لعدم استخدام الإنترنت عبر الجوال، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات على عينة من الجمهور الفلسطيني بلغت (412) مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- أ- يمتلك الجمهور الفلسطيني أجهزة الهاتف المحمول من النوع الذكي بنسبة 53.9%.

(1) المصري، مدى استخدام الجمهور الفلسطيني للخدمات الإعلامية التي يقدمها الهاتف النقال.

- ب- نسبة المستخدمين للجوال في الدخول إلى الإنترنت بلغت 56.8% ، وإن أكثر استخدامات الدخول إلى الشبكات الاجتماعية من خلال الإنترنت عبر الجوال.
- ج- يتابع الجمهور الفلسطيني بكثافة المواد السياسية والإخبارية خلال استخدامهم لشبكة الإنترنت عبر الجوال .
- د- نسبة 75.3% من المبحوثين غير المستخدمين للإنترنت عبر الجوال لديهم رغبة في استخدام الإنترنت عبر الجوال.

## 28-دراسة بعنوان: "دور أجهزة الهواتف المحمولة ومحتوى الصحافة التقليدية في تكوين مرجع معلوماتي للمستخدم"<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى معرفة دور أجهزة الهاتف المحمول في تكوين حصيلة المعلومات لدى المستخدمين، بالإضافة إلى مقارنة هذا الدور بدور الصحافة التقليدية، ومعرفة أيهما التي يعتمد عليها المستخدم في الحصول على المعلومات وتعمل على أن تكون مرجعاً له، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وأداة المقابلة لعينة مكونة من (498) مبحوثاً، ممن يستخدمون الهواتف المحمولة المتصلة بالإنترنت، بالتطبيق على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أ- يعتمد المبحوثون بشكل كبير على الهاتف المحمول في القراءة، يليها الكمبيوتر ومن ثم التلفزيون وتليها الصحف المطبوعة.
- ب- يثق المبحوثون بشكل أكبر في الصحافة التقليدية لتكوين مرجع معلوماتي عن الأحداث.
- ج- يستخدم المبحوثون الهاتف المحمول لتلقي الأخبار بشكل أكبر من الصحافة التقليدية، ويعتمدون بالدرجة الأولى على المواقع الإلكترونية التابعة للصحف لتلقي المعلومات.
- د- تعد الصحافة التقليدية مصدر المعلومات لجميع الأخبار المنقولة عبر الهواتف المحمولة، وبذلك تكون الصحافة الجديدة مكملتها للصحافة التقليدية.

---

(1) Wolf, Schnauber, The Role of Mobile Devices and Traditional Journalism's Content Within the User's Information Repertoire.

## 29-دراسة بعنوان: "نظرة عامة على الصحافة في عصر إعلام الهواتف المحمولة"<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية إنتاج الأخبار في عصر إعلام الهواتف المحمولة، وقام الباحث بجمع وتحليل للدراسات التي تناولت الإعلام المعاصر، والتي ربطت الإعلام بالهواتف المحمولة، وتعد الدراسة الوصفية التي استخدمت المنهج التاريخي والمنهج المسحي، واستمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- إن تطبيقات الهواتف المحمولة باتت مصدراً مهماً للأخبار، بسبب وجود الهواتف المحمولة دائماً لدى المستخدم، ولأن الأخبار سريعة ولحظية فبات الهاتف المحمول وسيلة نقل سريعة لهذه الأخبار.

ب- ضرورة إيجاد الوسائل التي تضمن الحصول على الأخبار من خلال تطبيقات الهواتف المحمولة بشكل أدق وأسرع وفي الوقت المناسب.

ج- جلبت تطبيقات الهواتف المحمولة المزيد من المعلومات للصحفيين الذين باتوا يصلون للأخبار بطريقة أسرع من خلال تواصلهم مع المواطنين في مناطق الأحداث بشكل أسهل وأسرع.

د- زادت تطبيقات الهواتف المحمولة من إمكانية إيصال الأخبار لجمهور أكبر وزيادة التفاعل مع هذه الأخبار.

## 30-دراسة بعنوان: "أخبار الهاتف المحمول، التصميم وتوصية وخبرة المستخدمين"<sup>(2)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعريف بدور تطبيقات الهواتف المحمولة في استخدام نظام التوصية من أجل تصفية محتوى المعلومات وكذلك ربط المواضيع المتشابهة من حيث المحتوى، وانحصر البحث على دراسة تطبيقات الأخبار على الهواتف المحمولة، وتنتمي الدراسة للدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج دراسات العلاقات المتبادلة، وقام بجمع البيانات من خلال أخذ حالات مستخدمة من تطبيقات الأخبار التجارية وغير التجارية للهواتف النقالة، ودراسة تطبيقات تصمم وتحدث مع نظام التوصية في مجال الصحف الإخبارية النرويجية، كما أن الدراسة

(1)Oscar, A Review and Model of Journalism in an Age of Mobile Media.

(2)Robin, Mobile News, Design, User Exsperience and Recommendation.

ناقشت أهمية تلك التطبيقات مع كل من الإعلاميين والباحثين، وكانت أبرز نتائج الدراسة هي التالي:

أ- انتشار تطبيقات الأخبار وخاصة لدى الشركات الكبرى التي قامت بإنشاء تطبيقات الأخبار على الهواتف المحمولة، وإن أغلب تطبيقات الأخبار وخاصة تلك التي تتبع للشركات الكبرى كانت مجانية.

ب- معظم تطبيقات أخبار الهواتف المحمولة متشابهة من حيث التصميم والعرض، ولكن ما يميز تطبيقات الأخبار هو أنها تعمل في ظل وجود (نظام التوصية) والتي يستخدم فيها تقنيات التخصيص والتصفية التي تعتبر من التكنولوجيا الأساسية لتطبيقات الأخبار التي باتت منتشرة.

### 31- دراسة بعنوان "مستقبل المحتوى الإخباري للمحمول"<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعريف على اتجاهات المستخدمين في استهلاك المحتوى الإخباري عبر المحمول، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي، والمقابلة عبر الهاتف كأداة لجمع البيانات، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (9513) مفردة من الولايات المتحدة الأمريكية أعمارهم فوق 18 سنة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- يستخدم 41.1% الأجهزة الذكية، و20.2% يستخدم أجهزة الهواتف العادية، و21.1% الأجهزة اللوحية، و17% يستخدمون القارئات الذكية.

ب- يستخدم 77% الهاتف كمصدر للأخبار، و47% يستخدمون المطبوعات كمصدر للأخبار.

ج- يتابع 19% اشتراكات مدفوعة في الخدمات الإخبارية للمحمول، يتابع 31% أخبار المحمول دون اشتراك للمواقع.

د- يستخدم 61% المتصفحات فقط للمتابعة الإخبارية عبر المحمول، و28% يستخدمون التطبيقات فقط للمتابعة الإخبارية، و16% يستخدمون الاثنين معاً.

---

(1) Rosenstiel, The Future of Mobile News.



### 32- دراسة بعنوان "الهاتف المحمول كوسيط إعلامي"<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الهاتف المحمول في اليمن كوسيلة إعلامية لنشر واستقبال وتبادل رسائل إعلامية ذات صبغة جماعية في اليمن، وتحديد أهم الخصائص والسمات السائدة لهذا الاستخدام، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي، وصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات وطبقت على عينة قوامها (170) مفردة من الإعلاميين اليمنيين بمختلف الوسائل الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية والإلكترونية، في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- أشار 25.8% أن اشتراكهم بالخدمات الإخبارية عبر الهاتف المحمول قد زاد من حرصهم على التعرض لنفس الوسيلة الإعلامية، و31.2% من المبحوثين بعدم تأثر تعرضهم.

ب- تصدرت قائمة مصادر المعلومات رسائل SMS عبر الهاتف المحمول بنسبة 68.3%، والصحف بالمرتبة الثانية بنسبة 61%، والفضائيات بالترتيب الثالث بنسبة 57.3%.

### ثانياً: التعليق على الدراسات السابقة:

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

أ- **من حيث الموضوع:** تختلف هذه الدراسة عن جميع الدراسات السابقة في الموضوع حيث أنها تبحث في الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول وهو ما لم تطرحه أي من الدراسات العربية التي تم تناولها، في حين تختلف في أنها درست اعتماد الشباب وقت الأزمات وهو ما لم تتناوله أي دراسة أجنبية وإن كانت تتناول صحافة المحمول ولكن من جوانب أخرى.

ب. **من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم:** جميع الدراسات تنتمي للدراسات الوصفية كما هذه الدراسة، وتعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي، و يتشابه ذلك مع أغلب الدراسات السابقة حيث استخدمت المنهج المسحي بشقيه، باستثناء دراسة (Haugen، 2013م) التي استخدمت دراسات العلاقات المتبادلة، ودراسة (Oscar، 2013) التي استخدمت المنهجين التاريخي والمسحي معاً.

(1) الزلب، مطهر، "الهاتف المحمول كوسيط إعلامي".

ج- من حيث الأدوات المستخدمة :يستخدم الباحث في دراسته أداة صحيفة الاستقصاء، وقد اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على نفس الأداة، وبعضها عزز أداة الاستقصاء بأخرى كالمقابلة المعمقة مثل دراسة (عبد القوي، أبو العلا، 2014م)، أو التعزيز بأداة مجموعات النقاش مثل دراسة (برغوث، 2014م)، ودراسة (Rebecca، 2009م)، في حين استخدمت عدد من الدراسات أداة تحليل المضمون مثل دراسة (حسانين، 2014م)، ودراسة (Haugen، 2013م) أما دراسة (Urista، 2009م) فقد اكتفت باستخدام أداة مجموعات النقاش المركزة.

د- من حيث النظرية المستخدمة : يستخدم الباحث في دراسته نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وقد اعتمدت عليها عددٌ من الدراسات مثل: دراسة (رفاعي، 2014م)، ودراسة (خاطر، 2015م)، ودراسة (برغوث، 2014م)، ودراسة (الجندي، 2014م)، ودراسة (Patricia، Lynn، Debora، Schnauber، Wolf، 2014م)، في حين استخدمت دراسة (Patricia، Lynn، Debora، 2014م) مع هذه النظرية أيضاً نظرية انتشار المتحدثات، فيما استخدمت كلا من دراسة (جمعة، 2013م)، ودراسة (أبو صلاح، 2014م)، ودراسة (المصري، 2011م)، ودراسة (Urista، 2009م)، ودراسة (Wenhong، 2014م)، ودراسة (الزلب، 2012م) نظرية الاستخدامات والإشباع.

هـ- من حيث مجتمع الدراسة والعينة : أغلب الدراسات السابقة أجريت على الشباب وهو نفس مجتمع الدراسة الحالية، ماعدا دراسة (الرحباني، 2016م)، ودراسة (الزلب، 2012م) كان المجتمع من الإعلاميين، أجريت الدراسة على الشباب الفلسطيني كما هو حاصل في هذه الدراسات وهي: دراسة (خاطر، 2015م)، ودراسة (بربخ، 2015م)، ودراسة (أبو صلاح، 2014م)، ودراسة (المصري، 2014م، 2011م)، ودراسة (برغوث، 2014م)، ودراسة (العقاد، 2014م)، ودراسة (جمعة، 2013م)، ودراسة (حمودة، 2013م)، ودراسة (عيسى، 2012م).

كانت بعض الدراسات قد أجرت دراستها على الشباب من جنسيات أخرى كالمصرية وهي: دراسة (بقطر، 2015م)، ودراسة (عبد القوي، أبو العلا، 2014م)، ودراسة (رفاعي، 2014م)، ودراسة (الجندي، 2014م)، ودراسة (حسانين، 2014م)، ودراسة (خليل، 2012م)، بينما أجريت دراسة (قنيفة، 2014م) على الشباب من الجنسية الجزائرية، فيما أجريت كلا من دراسة (Urista، 2009م)، ودراسة (Rebecca، 2009م)، على الشباب الأمريكي، وأجريت كلا

من دراسة (Ziani، 2015م)، ودراسة (Mihailidis، 2014م)، على شباب من جنسيات متعددة.

كانت أغلب الدراسات المستخدمة أداة صحيفة الاستقصاء عيناتها تتراوح ما بين 100 إلى 700 مفردة وكان ذلك يعتمد على المجتمع الذي أجريت فيه الدراسة باستثناء دراسة (Wenhong، 2014م) حيث أن المجتمع كبير جدا بلغ 2260 مفردة، ودراسة (قنيفة، 2014م) كان مجتمع الدراسة صغير وبلغ 70 مفردة فقط.

### الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفاد الباحث من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة في جوانب مختلفة وهي كالآتي:
1. التعرف على موضوع الدراسة بشكل أفضل، ووضع التصور العام للدراسة، وإضافة أبعاد جديدة لإجراء الدراسة.
  2. صياغة دقيقة للمشكلة وتحديد الأهداف التي تسعى لتحقيقها الدراسة.
  3. صياغة تساؤلات وفروض الدراسة بشكل علمي لتحقيق أهداف الدراسة.
  4. رصد أهم الجوانب المنهجية، والتعرف على المناهج والأدوات المستخدمة والاختيار الأمثل لمنهج وأداة الدراسة.
  5. ساهمت في تحديد مجتمع الدراسة وعينتها المناسبة.
  6. المساعدة في تحليل نتائج الدراسة وإثبات الفروض، ومقارنة النتائج بنتائج الدراسات السابقة.
  7. ساعدت في تحديد المصادر التي يمكن أن يلجأ إليها الباحث للاستفادة منها في الدراسة.

### الاستدلال على المشكلة:

استدل الباحث على المشكلة من خلال ملاحظة انتشار المحمول لدى الشباب الفلسطيني واستخدامهم المتزايد له في معرفة الأخبار، مما يقتضي التعرف على مدى اعتمادهم على المحمول وخاصة وقت الأزمات، وقد أجرى الباحث دراسة استكشافية على عينة عشوائية بسيطة من الشباب الفلسطيني في قطاع غزة عن طريق استمارة استقصاء إلكترونية حيث تم

تعبئتها من 22 مبحوث، وذلك في الفترة ما بين 2015/11/1 - 2015/11/9، وكانت أهم نتائج هذه الدراسة كالاتي:

أ- يمتلك ما نسبته 78.5% من المبحوثين هواتف ذكية، وهذه نسبة عالية جداً، فيما يمتلك 14.3% أجهزة لوحية، 75% منهم إناث.

ب- يستخدم المبحوثون صحافة الهاتف المحمول للحصول على الأخبار في الأوقات العادية بدرجة عالية بنسبة 38.7%، وبدرجة عالية جداً بنسبة 30.4%، وبدرجة متوسطة بنسبة 26.9%.

ج- يفضل 68% من المبحوثين متابعة صحافة الهاتف المحمول في الأوقات العادية في المنزل بنسبة 69.7%، ويليه مكان العمل بنسبة 18.7%، وهم لا يتابعون صحافة الهاتف المحمول في أوقات محددة بنسبة 34%، والفترة المسائية بنسبة 27%، وكان من أبرز الأسباب لهذا التفضيل سهولة الاستخدام يليه سبب اشتغالها للوسائط المتعددة.

د- اعتمد المبحوثون على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م بنسبة 53.8%، وبدرجة ثقة عالية بنسبة 69%، وبدرجة عالية جداً ومتوسط بنسبة متساوية 15.5%، كان السبب الأبرز عند من لا يعتمد على صحافة الهاتف المحمول، اعتماده على وسائل أخرى بنسبة 75%، وكان النصيب الأكبر للإذاعات بنسبة 40.6%، ومن ثم المواقع على الإنترنت والقنوات التلفزيونية بنسبة 18.6% لكل منهما.

هـ- أكثر أنواع صحافة الهاتف المحمول متابعة لدى المبحوثين هي تطبيقات التواصل الاجتماعي وبدرجة عالية جداً، وكان أعلاها متابعة تطبيق الفيسبوك يليه تويتر وواتس أب، يليه النوع الثاني وهي التطبيقات الإخبارية وبدرجة عالية حيث كان لتطبيق الجزيرة الإخباري أعلى نسبة متابعة يليه كلاً من تطبيقَي الأقصى وغزة الآن، أما أنواع صحافة الهاتف المحمول الأخرى وهي خدمات ال S.M.S، وال M.M.S، والتصفح عبر المحمول، والتطبيقات الصوتية والمرئية فكان نسبة المتابعة لها بدرجة متوسطة.

و- تفاعل المبحوثون مع صحافة الهاتف المحمول أثناء العدوان على غزة عام 2014م بدرجة عالية بنسبة 50%، وبدرجة عالية جداً بنسبة 41.6%، وكان النشر أبرز طرق التفاعل بنسبة 30.8%، يليه التعليقات بنسبة 26.9%.

ز- أكد المبحوثون أن المشكلة الأبرز لصحافة الهاتف المحمول هي استخدامها كوسيلة لترويج الإشاعات ويليها مشكلة ضعف الثقة بالأخبار المنشورة من خلالها، ولذلك كانت أهم المقترحات هي الاهتمام بالدقة والموضوعية في الأخبار المنشورة عبر صحافة الهاتف المحمول، وكان من المقترحات أيضا التوعية الأمنية نحو استخدام صحيح لهذه الوسيلة الجديدة، و توفير شبكات انترنت لكافة المناطق في فلسطين.

### ثالثاً: مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، وأسباب هذا الاعتماد، ودوافعه، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد الشباب الفلسطيني على هذا النوع الجديد من الصحافة بأنواعها، ومدى ثقتهم في هذه الصحافة.

### رابعاً: أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من خلال تناولها لاستخدام واعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات وذلك لما يلي:

1. أنها من الدراسات الأولى في الصحافة والإعلام التي تتناول انتفاضة القدس.
2. الدور الكبير للشباب في المجتمع الفلسطيني مما يزيد من أهمية دراسة علاقتهم بوسائل الاتصال الحديثة وخاصة وقت الأزمات.
3. الدراسة تتطرق لموضوع حديث في الدراسات الإعلامية العربية والفلسطينية ومحاولة استكشاف ماهية صحافة الهاتف المحمول لأنها تمثل صحافة المستقبل.
4. أهمية التعرف على دور صحافة الهاتف المحمول في تقديم الأخبار للشباب خاصة وقت الأزمات في فلسطين.

### خامساً: أهداف الدراسة:

تتحدد أهداف الدراسة في ما يلي:

1. التعرف على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في الأوقات العادية وأوقات الأزمات.
2. التعرف على أسباب اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، وأسباب عدم اعتمادهم عليها.
3. الكشف عن أنواع صحافة الهاتف المحمول التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني كمصدر للأخبار وقت الأزمات وأهم الخدمات التي تقدمها.
4. معرفة أهم الموضوعات الإخبارية، والأشكال الصحفية التي يتابعها الشباب الفلسطيني عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات.
5. التعرف على مدى ثقة الشباب الفلسطيني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات.
6. التعرف على مدى مشاركة وتفاعل الشباب الفلسطيني مع الموضوعات الإخبارية التي يتابعها عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات، وطبيعة هذه المشاركة.
7. رصد أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة للشباب الفلسطيني نتيجة اعتماده على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات.
8. التعرف على المشاكل التي تواجه الشباب الفلسطيني في استخدام المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات ومقترحاتهم للتغلب على هذه المشاكل.

#### سادساً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في الأوقات العادية وأوقات الأزمات؟
- 2- ما أسباب اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات؟
- 3- ما أنواع صحافة الهاتف المحمول التي يعتمد الشباب الفلسطيني عليها كمصدر للأخبار وقت الأزمات؟

- 4- ما الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الفلسطيني في صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات؟
- 5- ما الأشكال الصحفية التي يفضل متابعتها الشباب الفلسطيني في صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات؟
- 6- ما مدى ثقة الشباب الفلسطيني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات؟
- 7- ما مدى مشاركة وتفاعل الشباب الفلسطيني مع الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها في صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات؟
- 8- ما طبيعة مشاركة وتفاعل الشباب الفلسطيني مع الموضوعات الإخبارية التي يتابعها في صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات؟
- 9- ما الخدمات الإخبارية (خدمات الـ S.M.S والـ M.M.S، وخدمات التصفح عبر المحمول) التي يتابعها الشباب الفلسطيني في صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات؟
- 10- ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات؟
- 11- ما المشاكل التي تواجه الشباب الفلسطيني أثناء حصولهم على الأخبار عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات؟
- 12- ما اقتراحات الشباب الفلسطيني لتطوير دور صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات؟
- 13- ما أسباب عدم اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات؟

### سابعاً: فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول في وقت الأزمات، ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات، ودرجة الثقة في الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات.
3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الشباب الفلسطيني في الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات، ودرجة تفاعلهم مع هذه الأخبار.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لديهم.

### ثامناً: الإطار النظري للدراسة:

في ضوء أهداف هذه الدراسة، وأبعاد المشكلة أمكن تحديد الإطار النظري للدراسة الذي يخدم تحقيق مجموعة الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها وكذلك دراسة الأبعاد المختلفة للمشكلة البحثية، حيث تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث يختلف الشباب الفلسطيني في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة للاختلاف في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية، وتعد كثافة علاقة اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الاتصال بمثابة مقياس لأهداف الفرد التي يسعى لتحقيقها، وتختلف الكثافة وفقاً لاختلاف أهداف الأفراد واختلاف الجماعات والأنظمة البيئية والاجتماعية والاتصالية التي يمر بها، وكذلك نتيجة لاختلاف فئات هذا الجمهور واختلاف ثقافته.

#### 1- الفكرة الأساسية للنظرية :

يمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي:  
إن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع<sup>(1)</sup>.

(1) المزاهرة، نظريات الاتصال، (ص208).



وتكمن قوة وسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد في سيطرة وسائل الإعلام على مصادر المعلومات التي يحقق من خلالها الفرد أهدافه الرئيسية وهذه الأهداف يمكن أن تتسع وتتنوع كلما زاد المجتمع تعقيداً<sup>(1)</sup>.

وبحسب النظرية، فإن هناك عدداً من الأهداف يسعى الأفراد لتحقيقها من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام وهي على الشكل التالي:

- أ- **الفهم:** وهي تشمل الفهم الذاتي والفهم الاجتماعي، بما يشمل فهم القيم والمعتقدات والعادات الاجتماعية التي تسهم في خبرة الفرد الشخصية، إضافة إلى فهم وظائف المجتمع.
- ب- **التوجيه:** وتشمل توجيه سلوكي وتفاعلي. وتعني اتخاذ السلوكيات الملائمة مع قيم المجتمع، أو اكتساب مهارات التفاعل مع المجتمع.
- ج- **التسلية:** سواء كانت فردية، أو اجتماعية مع الآخرين.

## 2- فروض نظرية الاعتماد:

تتصدر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظريات التأثير الإعلامي في الدراسات التي تتعلق بالآزمات ولا شك أن الفرضيات الرئيسة لهذه النظرية تقدم تفسيراً علمياً قوياً لمناسبة تطبيقها على إعلام الآزمات إذ تفترض هذه النظرية مجموعة من الفروض تأتي في طليعتها<sup>(2)</sup>:

1. تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيزداد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام في المجتمع، وحسب هذه الفرضية سيتم تطبيق الدراسة على أزمة انتفاضة القدس.
2. يعد النظام الإعلامي مهماً للمجتمع وتزداد درجة اعتماد الجمهور عليه في حالة إشباعه لحاجاته. لهذا الفرض تم دراسة صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات.
3. يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الأهداف والحاجات الفردية. بمعنى أن الشباب مصادرهم في الحصول على المعلومات بقرقيات سريعة من خلال تطويع التكنولوجيا الحديثة (المحمول) والتي ليست متاحة لكل الناس.

(1) عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ص236).

(2) القليني، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الآزمات: دراسة حالة على حادث الأقصر، (ص35).

إن التراكم المعرفي في مجال إعلام الأزمات قد أسهم في بلورة أطر نظرية تستفيد منها الحكومات والمجتمعات في التعامل مع الأزمة ومحاولة تجاوزها، وأن إعلام الأزمات لا بد أن يتعامل مع الأزمة من خلال مراحل ثلاث هي (1) :

1. مرحلة نشر المعلومات ويكون ذلك في بداية الأزمة ليواكب الإعلام رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة واستجلاء الموقف عن الأزمة ذاتها وآثارها وأبعادها.

2. مرحلة تفسير المعلومات أي أن تقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة والبحث في جذورها وأسبابها ومقارنتها بأزمات أخرى مماثلة وهنا تفصح وسائل الإعلام المجال أمام كل من يساعد على بيان الحقيقة وتوضيحها للرأي العام سواء من المسؤولين وصانعي القرار أم من النخب والمتقنين وأهل الاختصاص.

3. المرحلة الوقائية وهي مرحلة ما بعد الأزمة وانحسارها حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها المختلفة بل يجب أن تتخطى الوظيفة الإعلامية هذا الهدف لتقدم للرأي العام طرق الوقاية المناسبة والأسلوب الأفضل في التعامل مع أزمات مشابهة.

### 3- تطبيقات النظرية في الدراسة:

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أفضل النظريات التي تمكن الباحث من دراسة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، وذلك للمبررات الآتية:

أ- تفيد النظرية في التعرف على تأثير عملية الاعتماد ذاتها على اتجاهات الأفراد تبعاً للمتغيرات الديموغرافية الخاصة بالشباب الفلسطيني، وهي: النوع، والسن، والمستوى التعليمي.

ب- المساعدة على التعرف على نوع وحجم التأثيرات الناتجة على اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، وقد تكون هذه التأثيرات معرفية أو سلوكية أو وجدانية، حيث يختلف حجمها تبعاً للمتغيرات الديموغرافية المختلفة للمبجوثين، وهو ما تسعى الدراسة إلى معرفته.

ج- تفيد في التعرف على الأسباب التي تزيد من اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات.

(1) مصطفى، دور الإعلام في الأزمات الدولية، (ص43).

د- اهتمام مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام بالأبعاد الاجتماعية والخصائص النفسية والمواقع والأدوار الاجتماعية للأفراد أثناء العملية الاتصالية، ومدى تأثيرها على درجة ومستوى الاعتماد على وسائل الإعلام، وهي عناصر أساسية لا يمكن تجاهلها عند دراسة الشباب الفلسطيني.

ه- تفيد في التعرف على دوافع المبحوثين في اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، وعلاقة هذه الدوافع بحجم اعتمادهم على هذا النوع من الصحافة كمصدر للأخبار وخاصة وقت الأزمات.

و- تفيد في التعرف على العلاقة بين الدوافع المتنوعة، وبين التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الواقعة على الجمهور، بسبب الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول.

ز- يفيد مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام في تحديد الوزن النسبي للدور الذي تقوم به صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات.

## تاسعاً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

### 1. نوع الدراسة:

تتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره<sup>(1)</sup>، ولا تقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها<sup>(2)</sup>.

### 2. منهج الدراسة:

اعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح الإعلامي الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية ويعد جهداً علمياً منظماً يساعد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والملاحظات

(1) عمر، البحث العلمي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه، (ص95).

(2) عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (ص153).

عنها<sup>(1)</sup>، واستخدم الباحث في إطار منهج المسح الإعلامي أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، المتمثل في الشباب الفلسطيني للوقوف على اعتمادهم على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات.

### 3. أدوات الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة :

- أ- صحيفة الاستقصاء: وهي أحد الأساليب المستخدمة في جمع بيانات أولية من العينة المختارة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة سلفاً للتعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين أو الدوافع والعوامل المؤثرة فيهم<sup>(2)</sup>، وذلك لمعرفة مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات.
- ب- المقابلة المقننة: قام الباحث بإجراء المقابلة المقننة مع عدد من مشرفي ومسؤولي الحسابات وتطبيقات الهواتف، وكذلك بعض الخبراء في برمجة هذه التطبيقات للتعرف على وجهة نظرهم في مدى فاعليتها وطبيعة متابعتها، ومناقشة بعض نتائج الدراسة الميدانية.

### عاشراً: مجتمع الدراسة وعينتها:

#### 1- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الفلسطيني الذين يقعون في الفئة العمرية من 18 إلى 35 عام في فلسطين وقد تم اختيار الشباب نظراً لأهمية هذه الفئة وتأثيرها في المجتمع وأنها الأكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية، حيث أظهر العدد التقديري للشباب الفلسطيني حتى منتصف العام 2015م أنهم يصلون إلى نحو مليون و710 ألف نسمة وفقاً للجهاز المركزي للإحصاء لعام 2015م<sup>(3)</sup>.

#### 2- عينة الدراسة:

نظراً لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع أفراد المجتمع فإنه تم اختيار العينة العشوائية البسيطة، لكونها تحقق لجميع وحدات المعاينة بالمجتمع نفس الفرصة في الاختيار أو الظهور،

(1) حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، (ص127).

(2) حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، 2006م، (ص178).

(3) الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، كتاب فلسطين الإحصائي السنوي 2015، (ص57).

وهذا النوع من العينات لا يتيح فقط لكل فرد في المجتمع فرصة متساوية للظهور في العينة بل يتيح أيضاً لكل مجموعة من مجموعاته نفس الفرصة<sup>(1)</sup>، وقد تم تحديد عدد أفراد العينة المطلوبة بتطبيق معادلة هيربرت اركن، حيث تم اختيار هذه الطريقة كون أن المجتمع كبير، ومن خلال تطبيق المعادلة تم تحديد عينة الدراسة الإجمالية بـ 383 مفردة وفق ما يوضحه الجدول الآتي:

1710000	حجم المجتمع N	
383.8869	إذاً حجم العينة =	
0.05	1.96	0.02551
	0.5	0.000651
$n = \frac{p(1-p)}{(SE \div t) + [p(1-p) \div N]}$		معادلة هيربرت اركن
N	حجم المجتمع	
t	الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95 وتساوي 1.96	
SE	نسبة الخطأ وتساوي 0.05	
p	نسبة توفر الخاصية والمحايدة = 0.50	

وقام الباحث بتوزيع رابط الاستبانة الإلكترونية للمجموعات الشبابية عبر تطبيقات المحمول المختلفة وفق العينة العشوائية البسيطة، واستجاب عدد 520 مفردة وتم استبعاد 137 استبانة للأسباب التالية:

1. استبعاد 69 استبانة أعمارهم فوق 35 عاماً.
2. استبعاد آخر 35 استبانة من محافظات غزة لوصول عدد أكبر من محافظات القطاع.
3. استبعاد 29 استبانة لوجود تناقض في الاجابات.
4. استبعاد 5 استبانات لوجود أخطاء برمجية في التفرغ.

والجدول التالي يبين الخصائص والسمات الشخصية لعينة الدراسة كما يلي:

(1) العبد ، عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، (ص147).

جدول (1 . 1): الخصائص السمات الشخصية لعينة الدراسة

النوع	ك	%
ذكر	168	43.9
أنثى	215	56.1
<b>المجموع</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>
العمر	ك	%
أقل من 22 سنة	116	30.3
من 22 الى أقل من 26 سنة	151	39.4
من 26 الى أقل من 30 سنة	59	15.4
من 30 الى أقل من 35 سنة	57	14.9
<b>المجموع</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>
محافظات الوطن	ك	%
محافظات قطاع غزة	194	50.7
محافظات الضفة الغربية والقدس	189	49.3
<b>المجموع</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>
المستوى التعليمي	ك	%
ثانوية فأقل	41	10.7
دبلوم متوسط	45	11.7
بكالوريوس	252	65.8
ماجستير	39	10.2
دكتوراه	6	1.6
<b>المجموع</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>

### حادي عشر: إجراءات الصدق والثبات:

يقصد بصدق وثبات الاستبانة التحقق من صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبانة)، وذلك

على النحو التالي:

#### 1- صدق الاستبانة:

يقصد بالصدق شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من

ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها، كما

يقصد بالصدق أن أداة القياس تقيس ما وضعت لقياسه ولا تقيس شيئاً آخر، وتعد الدراسة

صادقة إذا حددت مدى صلاحية درجاتها، ومن أجل التحقق من صدق أداة الدراسة، أجرى الباحث اختبار الصدق الظاهري.

#### أ- صدق المحكمين "الصدق الظاهري":

حيث قام الباحث بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين بلغ عددهم (11) محكماً، مختصين في مجال الصحافة والإعلام والإحصاء ونشطاء في مجال الإعلام الجديد أصحاب حسابات وتطبيقات فاعلة للهواتف المحمولة، والذين قاموا بدورهم بتقديم النصح والإرشاد وتعديل وحذف ما يلزم من فقرات الاستبانة.

وقد طلب الباحث من المحكمين إبداء آرائهم في مدى ملاءمة العبارات لقياس ما وضعت لأجله، ومدى وضوح صياغة العبارات ومدى مناسبة كل عبارة للمحور الذي ينتمي إليه، ومدى كفاية العبارات لتغطية كل محور من محاور متغيرات الدراسة الأساسية، هذا بالإضافة إلى اقتراح ما يروونه مناسباً وضرورياً من تعديل صياغة العبارات أو حذفها، أو إضافة عبارات جديدة لأداة الدراسة، وكذلك إبداء آرائهم فيما يتعلق بالبيانات الأولية (الخصائص الشخصية والوظيفية المطلوبة من المبحوثين)، والاستبانة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية.

وتركزت توجيهات المحكمين على انتقاد طول الاستبانة حيث كانت تحتوي على بعض العبارات المتكررة، كما أن بعض المحكمين نصحو بضرورة تقليص بعض العبارات من بعض المحاور، وإضافة بعض العبارات إلى محاور أخرى (\*).

\* الأساتذة المحكمين للاستبانة (حسب الترتيب الأبجدي):

1. د. أمين وافي، أستاذ الإعلام المساعد بالجامعة الإسلامية - غزة.
2. د. أحمد عرابي الترك، أستاذ الإعلام المساعد بالجامعة الإسلامية - غزة.
3. أ. جهاد عكاشة، رئيس قسم الإحصاء بوزارة الصحة - غزة.
4. د. حسام الدين مرزوقي، خبير تطبيقات الهواتف الذكية، وأستاذ الإعلام المساعد بجامعة قلمة - الجزائر.
5. أ. خالد الأحمد، حائز على جائزة أفضل مدرب عربي للمنصات الإلكترونية 2015، مدير الإعلام الرقمي شركة "زين الأردن".
6. أ. خالد صافي، خبير ومتخصص في الإعلام الجديد - غزة.
7. أ. عمار محمد، مستشار ومدرب الإعلام الرقمي - قطر.
8. د. ماجد تريان، أستاذ الإعلام المشارك بجامعة الأقصى - غزة.
9. أ. محمد أبو القمبز، خبير ومتخصص في الإعلام الجديد - غزة.
10. أ. محمد بريخ، مدرس الإحصاء التطبيقي بقسم الاقتصاد بالجامعة الإسلامية - غزة.
11. د. نعيم المصري، أستاذ الإعلام المساعد بكلية فلسطين التقنية - دير البلح .

## ب- صدق المقياس:

### صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي، مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، حيث تم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة على عينة الدراسة، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور التابعة له على النحو التالي:

جدول (5 . 1): صدق الاتساق الداخلي لجميع التأثيرات المترتبة على الاعتماد على صحافة الهاتف

المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس

المحاور	عدد الفقرات	معامل الارتباط	الدلالة
المحور الأول - التأثيرات المعرفية	6	0.921	0.001
المحور الثاني - التأثيرات الوجدانية	6	0.787	0.001
المحور الثالث - التأثيرات السلوكية	7	0.790	0.001

تبين نتائج الجدول السابق معاملات الارتباط بين كل محور من محاور التأثيرات المترتبة على الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس والمعدل الكلي للمحاور، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن القيمة الاحتمالية لكل فقرة أقل من (0.05).

## ج- المعاملات الإحصائية:

تم استخراج بيانات الاستبانة الإلكترونية ليتم معالجتها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS)، حيث اعتمد الباحث على عدة معاملات إحصائية لرصد العلاقات بين متغيرات الدراسة بما يتناسب مع أهدافها والفروض التي تسعى للتحقق منها، وفيما يلي مجموعة الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

1. التكرارات والنسب المئوية.
2. حساب الأوزان النسبية.
3. اختبار ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة Cronbach's Alpha.



4. حساب معامل الارتباط بيرسون للثبات لقياس درجة الارتباط بين المتغيرات الكمية Pearson Correlation Coefficient.

5. اختبار مربع كاي لاختبار العلاقة بين المتغيرات الوصفية Chi Square.

## 2- ثبات فقرات الاستبانة:

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبانة أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى يعني الاستقرار في نتائج الاستبانة وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على الأفراد عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، وللتحقق من ثبات استبانة الدراسة أجريت خطوات الثبات على العينة نفسها بطريقتين هما: التجزئة النصفية ومعامل ألفا كرونباخ.

جدول (6 . 1): يوضح معامل الثبات (طريقة التجزئة النصفية) و كرونباخ ألفا

المجالات	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا	سبيرمان براون
المحور الأول - التأثيرات المعرفية	6	0.778	0.804
المحور الثاني - التأثيرات الوجدانية	6	0.787	0.848
المحور الثالث - التأثيرات السلوكية	7	0.761	0.794
<b>الإجمالي</b>	<b>19</b>	<b>0.891</b>	<b>0.837</b>

ويستخلص الباحث من نتائج اختبائي الصدق والثبات أن أداة الدراسة (الاستبانة) صادقة في قياس ما وضعت لقياسه، كما أنها ثابتة بدرجة عالية جداً، ما يؤهلها لتكون أداة قياس مناسبة وفاعلة لهذه الدراسة ويمكن تطبيقها بثقة، وبذلك تكون الاستبانة في صورتها النهائية.

## ثاني عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة:

1. **صحافة الهاتف المحمول:** هو شكل ناشئ من الإعلام الجديد للرواية الصحفية تستخدم فيها الأجهزة المحمولة مع شبكة اتصالات وذلك لتحرير الأخبار وتلقيها وجمعها وتوزيعها من المجتمع وله<sup>(1)</sup>.
2. **صحافة الهاتف المحمول إجرائياً:** توصيل الأخبار وإنتاجها باستخدام الأجهزة المحمولة (محمول عادي، أجهزة هواتف ذكية، حواسيب لوحية) سواء عبر شبكات الاتصالات من رسائل نصية أو مصورة عبر الشريحة أو بواسطة شبكات الإنترنت من متصفحات المحمول أو عبر التطبيقات المحملة (إخبارية، تواصل اجتماعي، بريدية، صورة وصوت وفيديو).
3. **الشباب:** هم ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة عمرية تعقب مرحلة المراهقة، وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة، تميل معظم المجتمعات إلى تحديد بداية مرحلة الشباب ونهايتها وفقاً لعدد من المعايير والمحكمات<sup>(2)</sup>.
4. **الشباب الفلسطيني:** تعتمد هذه الدراسة كما اعتمد المجلس التشريعي الفلسطيني بدعم وتوجيه من وزارة الشباب والرياضة في قطاع غزة قانون الشباب عام 2011م، أن الشباب الفلسطيني هم أفراد المجتمع الفلسطيني الذين يقعون في الفئة العمرية من 18 إلى 35 عام<sup>(3)</sup>.
5. **الأزمة:** هي نتيجة نهائية لتراكم مجموعة من التأثيرات أو حدوث خلل مفاجئ يؤثر على المقومات الرئيسية للنظام، وتشكل تهديداً صريحاً وواضحاً لبقاء المنظمة أو النظام نفسه، وعلى ذلك يكون توقيت حاسم في حياة المستهدفين بها سواء كانوا أفراد أو جماعات أو منظمة<sup>(4)</sup>.

---

(1) Richardson, *Mobile Journalism: A Model for the Future, Diverse Issues in Higher Education*.

(2) محمد، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، (ص20).

(3) قانون الشباب الفلسطيني رقم (2) لسنة 2011م، المادة1.

(4) هلال، مهارات إدارة الأزمة، (ص9).

### ثالث عشر: تقسيم الدراسة:

تنقسم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول، خُصص الفصل الأول منها للإطار العام للدراسة، ويتضمن، أهم الدراسات السابقة، التعليق على الدراسات السابقة، مشكلة الدراسة، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، تساؤلات الدراسة، فروض الدراسة، الإطار النظري للدراسة، نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها، إجراءات الصدق والثبات، المفاهيم الأساسية للدراسة.

أما الفصل الثاني فهو بعنوان: الشباب و الإعلام الجديد وقت الأزمات، يتضمّن ثلاثة مباحث، يتناول المبحث الأول الشباب والإعلام الجديد، ويتطرق المبحث الثاني إلى الإعلام والأزمات وخاصة الإعلام الجديد، أما المبحث الثالث فيتحدث عن صحافة الهاتف المحمول: المفهوم والنشأة وأنواعها، وخصائصها، ودورها في وقت الأزمات.

أما الفصل الثالث فيناقش نتائج الدراسة الميدانية واختبار فروض الدراسة ويختم الفصل بتوصيات الدراسة ومقترحاتها.

## الفصل الثاني

### الإعلام الجديد والشباب وقت الأزمات

## تمهيد:

يعرض هذا الفصل الإطار المعرفي للدراسة، وذلك من خلال ثلاث مباحث يتناول **المبحث الأول:** الشباب والإعلام الجديد، ونتعرف من خلاله على تعريف الشباب وخصائصهم وخاصة الشباب في فلسطين، ومن ثم التعرف الجيل الثاني للإنترنت، وماذا أحدثت من تطورات على الإعلام الجديد، والتعرف على خصائص الإعلام الجديد وسماته، وفوائده وأهدافه، وكذلك التعرف على وسائل الإعلام الجديد وأقسامه، ويختم المبحث بمعرفة علاقة الإعلام الجديد بالشباب.

أما **المبحث الثاني:** فيتناول الإعلام والأزمات، يبدأ بالتعرف على مفهوم الأزمات وأنواعها، ومن ثم نعرض على الأزمات في فلسطين، كما ونتعرف على مهام وأنواع الممارسة الإعلامية وقت الأزمات، وخاصة الإعلام الجديد، ومن ثم التركيز على الأزمة التي تتناولها الدراسة وهي انتفاضة القدس، وما كان للإعلام الجديد من دور في هذه الأزمة.

وجاء **المبحث الثالث** بعنوان صحافة الهاتف المحمول، ومن خلاله تم التعرف على الهاتف المحمول من حيث المفهوم والنشأة والتطور، ومن ثم التعرّيج على ويب المحمول للتمهيد للدخول في مفهوم صحافة الهاتف المحمول وتطورها، مروراً بخصائص صحافة الهاتف المحمول، والتعرف على صحافة الهاتف المحمول كمصدر إخباري، ونختم المبحث الثالث بأنواع صحافة الهاتف المحمول.

## المبحث الأول: الشباب والإعلام الجديد

### أولاً: تعريف الشباب:

يمر الإنسان في حياته بمراحل مختلفة، تتكون من حلقات متصلة تنقله في مسيرة حياته الدنيا، وقد نبه القرآن الكريم إلى هذه المراحل بقوله تعالى: "هُوَ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ تُرَابٍ ثُمَّ مِنْ نُطْفَةٍ ثُمَّ مِنْ عَلَقَةٍ ثُمَّ يُخْرِجُكُمْ طِفْلاً ثُمَّ لِتَبْلُغُوا أَشُدَّكُمْ ثُمَّ لِتَكُونُوا شُيُوخًا وَمِنْكُمْ مَنْ يُتَوَفَّى مِنْ قَبْلٍ<sup>(1)</sup> وَلِتَبْلُغُوا أَجْلاً مُسَمًّى وَلَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ"<sup>(1)</sup>، وقد أشار القرآن الكريم إلى مرحلة الشباب هنا بأنها مرحلة بلوغ الأشد، أي فترة تكامل القوة.

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<sup>(2)</sup>، فمن الناحية اللغوية يعرف **المعجم الوسيط** الشباب بأنه: "إدراك سن البلوغ إلى سن الرجولة، والشباب هو الحداثة، وشباب الشيء أوله، وكمصطلح وصفي لفترة من العمر التي يكون فيها الفرد غير ناضج انفعالياً، وتكون خبراته في الحياة محدودة، ويكون قد اقترب من النضج العقلي والبدني"<sup>(3)</sup>.

من الواضح أن إيجاد تعريف موحد للشباب ليست مسألة سهلة، وهذا يعود إلى جملة من العوامل البيولوجية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، التي تختلف من مجتمع إلى آخر، والتي تلعب دوراً هاماً 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<sup>(4)</sup>.

وفي إطار تعريف الشباب يقترح برنامج الأمم المتحدة الإنمائي التركيز بالدرجة الأولى على الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين (15) و(24) عاماً، كما يقترح توسيع فئة الشباب هذه

(1) [غافر: 67].

(2) المقري، المصباح المنير (ص302).

(3) السنهوري، الخدمة الاجتماعية مع الشباب (ص4).

(4) عثمان، دور الشباب في عملية التغيير المجتمعي (موقع إلكتروني).

لشمل الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين (25) و (30) عاماً وحتى تخطي ذلك وصولاً إلى (35) عاماً، مستنداً إلى الحقائق السياقية والتوجيهات بشأن السياسة الإقليمية والوطنية المتعلقة بالشباب<sup>(1)</sup>.

فلسطينياً لا يزال الجدل دائراً حول مفهوم الشباب، فوفقاً للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني في مسح الشباب لعام (2015)م فإن مرحلة الشباب هي الفترة العمرية ما بين (15-29) سنة<sup>(2)</sup>، في حين اعتمد المجلس التشريعي الفلسطيني بدعم وتوجيه من وزارة الشباب والرياضة بغزة قانون الشباب عام (2011)م بأن مرحلة الشباب هي الفترة العمرية الواقعة ما بين (18 - 35) سنة<sup>(3)</sup>، وقد اعتمد الباحث تعريف الشباب بحسب قانون الشباب لعام (2011)م.

فالشباب نتاج لأوضاع اجتماعية وحضارية معينة وليس حالة فيزيولوجية أو نفسية كما يتصورها البعض، فهم ظاهرة بيولوجية موجودة فعلاً في كل مجتمع، ولكن الشباب كونه ظاهرة اجتماعية مرتبط أصلاً بالشروط الخاصة لكل مجتمع<sup>(4)</sup>، فالسمات والخصائص الموجودة فعلاً في هذه المرحلة ليست مجرد صفات ثابتة، بل هي أيضاً منتوجات اجتماعية تصاغ بحسب عوامل متداخلة، كالعادات وأنماط العيش والأنظمة والثقافية السائدة التي تختلف باختلاف البلدان وتتنوع من مجتمع إلى آخر<sup>(5)</sup>.

### ثانياً: خصائص الشباب وسماتهم:

وجد الباحث أنه من المهم التعرف على خصائص وسمات هذه المرحلة من العمر التي تعتبر الأهم في حياة الإنسان، حيث يكون فيها أكثر قدرة على العطاء و خدمة المجتمع، وأهم هذه الخصائص التي تميز هذه المرحلة عن غيرها من مراحل العمر ما يلي<sup>(6)</sup>:

- (1) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، إستراتيجية برنامج الأمم المتحدة الإنمائي للمساواة بين الجنسي 2014-2017 (ص9).
- (2) الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، النتائج الرئيسية لمسح الشباب الفلسطيني 2015 (ص1).
- (3) قانون الشباب الفلسطيني رقم (2) لسنة 2011 م، المادة1.
- (4) شكاره، مشكلات الشباب العربي واقعها وأساليب علاجها (ص160).
- (5) بشوش، ملامح الشبيبة العربية في الخطاب العلمي العربي (ص13).
- (6) وكالة الأنباء الفلسطينية وفا، دور الشباب في عملية التغيير المجتمعي (موقع إلكتروني).

1. الإيجابية والفضول وحب الاستطلاع: حيث يمتلك فيها الشاب عقلية إيجابية فعالة تمكنه من التحكم في بيئته الاجتماعية، فهو يبدو دائم السؤال والاستفسار في محاولة لإدراك ما يدور من حوله، والإلمام بأكبر قدر من المعرفة المكتسبة مجتمعياً، والأخذ بالأساليب التكنولوجية الحديثة.
2. بروز معالم استقلالية الشخصية في التفكير، والنزوع نحو تأكيد الذات.
3. ناقدٌ دائماً. ونقده يقوم على أساس أن الواقع يجب أن يتطابق مع تفكيره المثالي.
4. 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.
5. يمتلك درجة عالية من الديناميكية والحيوية والمرونة؛ لأن فترة الشباب تكون قائمة بين مرحلتين هما: مرحلة الإعداد الاجتماعي والنفسي، ومرحلة القيام بدور مؤثر وفعال في بناء المجتمع، وهي فترة عادة ما تكون حساسة لكل جديد؛ نظراً لطبيعة التكوين الفسيولوجي، والوضع الاجتماعي للشخصية الشابة الناضجة دائماً للتغيير<sup>(1)</sup>.
6. قدرته على الاستجابة للمتغيرات من حوله وسرعة في استيعاب وتقبل الجديد المستحدث وتبنيه والدفاع عنه.
7. تتسم مرحلة الشباب بالنضج الاجتماعي والطموح، والتطلع لمستقبل أفضل يخطط له ويسعى إلى تحقيقه.
8. تتميز مرحلة الشباب بوجود ثقافة خاصة تميز كل جيل عن سابقه، وهي الثقافة التي تشير إلى مجموعة من التوجهات القيمية، والأساليب السلوكية التي تتجسد في أنظمة وعلاقات اجتماعية، وتتبلور حول حاجات الشباب ووضعهم في المجتمع، وإحساسه بمشكلاته. ويعتقد الباحث أن هذه السمات تعكس قناعة الشباب ورغبته في تغيير الواقع الذي وجد فيه وإن لم يشارك في صنعه، كما وأنه من الضروري مراعاة هذه الخصائص من قبل الباحثين من أجل تحقيق أكبر قدر من الفائدة، فمعرفة طبيعة الفئة المستهدفة شرط رئيس لنجاح أي بحث علمي وإعطاء نتائج أكثر دقة.

---

(1) ليلة، قضايا ومشكلات التخلف في العالم العربي (307).



### ثالثاً: الشباب في فلسطين:

بلغ العدد التقديري للسكان في فلسطين حتى منتصف عام (2016)م حوالي (4.81) مليون نسمة، منهم (2.45) مليون من الذكور، و(2.36) مليون من الإناث، في حين بلغ العدد التقديري لسكان الضفة الغربية حوالي (2.93) مليون نسمة، بينما العدد التقديري لسكان قطاع غزة لنفس العام بحوالي (1.88) مليون نسمة<sup>(1)</sup>، ويظهر التركيب العمري للسكان الفلسطينيين في فلسطين أنه مجتمع فتي، إذ قدرت نسبة الأفراد في الفئة العمرية من (19 -34) سنة في فلسطين 25.2% حتى منتصف العام (2015)م، بواقع 49.7% من الإناث و50.3% من الذكور<sup>(2)</sup>.

فإذا نُظر إلى هذه الشريحة الواسعة من أبناء الشعب الفلسطيني، تجد أنها الأهم على الإطلاق، فقد لعب الشباب دوراً ريادياً في صنع التاريخ الفلسطيني بمراحله المختلفة، وأكسبته البيئة الخاصة التي عاش فيها تحت ظل الاحتلال الإسرائيلي طبيعة مختلفة، جعلت منه بطلاً ومثالاً يحتذى به في أماكن كثيرة في العالم، فقد حمل الشباب الفلسطيني على كاهله مسؤولية إشعال الثورات، وقيادة دفعة المقاومة من أجل التحرير، فقد برز دوره في عام (1987)م عندما قاد الأطفال الفلسطينيون والشباب الفلسطيني الانتفاضة الأولى، وكانت مساهمة الشباب الفلسطيني في حركة المقاومة مكثفة وبارزة، ومستمرة على نحو غير عادي<sup>(3)</sup>.

بهذا يكون الشاب الفلسطيني اليوم قد اكتسب سمات خاصة، وطبيعة حياة مختلفة إثر كل المتغيرات والتناقضات التي عاشها ولازال يعيشها، خاصة السياسية منها، فالاحتلال الإسرائيلي وظروفه القاسية ألفت بظلالها على شخصية الشباب الفلسطيني، وأثرت في طرق تفكيرهم، كما أثرت النزاعات السياسية الداخلية، واختلاف أيديولوجيات الأحزاب الفلسطينية على طبيعة التفاعل مع القضية للشباب.

(1) الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، بياناً صحفياً عشية اليوم العالمي للسكان (موقع إلكتروني).

(2) الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، كتاب فلسطين الإحصائي السنوي 2015م (ص58).

(3) Barber, Family Relations and Palestinian Youth Functioning (P 14).

## رابعاً: الجيل الثاني للإنترنت ويب (Web 2.0):

تعتبر الشبكات الاجتماعية (web2.0) هي التطور الطبيعي لشبكة الإنترنت ؛ حيث إن شبكة الإنترنت في بادئ الأمر اعتمدت على العلاقات الفردية بين الفرد والشبكة من نقل ملفات وتراسل بيانات وغير ذلك، ولكن بتطور التكنولوجيا تطورت شبكة الإنترنت ، بحيث أصبحت العلاقة ثنائية، فأصبح بإمكان أكثر من فرد التعامل والتفاعل مع الشبكة من حيث نقل البيانات والصور والملفات وغير ذلك، وبالتالي خلق هذا التطور نوعاً من التفاعلية والمشاركة الاجتماعية الإلكترونية، والتي مكنت من خلق حياة اجتماعية كاملة من خلال شبكة الإنترنت (1).

وظهر مفهوم الويب 2.0 الذي غير من دور المتلقي في تعامله مع أدوات الجيل الأول من منتديات، أو لوحات نقاش أو بريد الكتروني، وغيرها من الأدوات إلى صانع للمحتوى الإلكتروني عن طريق استخدام عدد من الأدوات منها (الويكي)، (المدونات)، وخدمة بث الوسائل، وقنوات اليوتيوب، وغيرها من الأدوات التي سهلت للجمهور معها نشر المحتوى بسهولة دون الحاجة إلى فريق عمل من مصممي برامج الوسائط المتعددة، فضلاً عن المشاركة الفعلية للجمهور في التعقيب، والحوار، والمناقشة، والتفاعل (2)، لذا فالموقع يكون خدمة وليس منتج، وتقوم (الويب 2.0) على مبدأ الوثوق في المستخدمين، واعتبارهم مساعدين للتطوير، لذا فالمبدأ الذي تعمل في ضوءه هذه الأدوات هو تعاون لا تحكم؛ أي تعاون في نشر المعلومات الخاصة بالموقع لا تتحكم فيها، وتحصرها لنفسك فهذه تقنية تبنى على أساس التعاون من خدمات المعلومات (3).

### التغييرات التي أحدثها (الويب 2.0):

بالإمكان ملاحظة التغيير الهائل الذي أحدثه هذا المفهوم فيما بعد، من خلال عشرات المجالات الجديدة التي نمت وترعرعت بتبنيها الإنترنت بالمفهوم الجديد (الويب 2.0)، والمبني على تفاعل المشاركين ومشاركتهم للمحتوى وبل اتجاه صناعة المحتوى الذي أصبح سائداً لدى الكثير من الشركات والمؤسسات كمجالات التعليم والإعلام والصحافة وعالم التكنولوجيا (4).

(1) جرار، الفيسبوك والشباب العربي (ص43)

(2) Carton, Sean. Web 2.0: What Is It Really? (p8)

(3) عماشة، الجيل الثاني من خدمات الإنترنت : مدخل إلى دراسة الويب 2.0.

(4) حلالة، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور (ص10).

ولعل أبرز ما أحدثته هذه التقنية أمران رئيسيان وهما (1):

1. **دعم الاتصال:** تقوم تطبيقات (الويب 2.0) بجعل الاتصال أسهل في مجتمع الإنترنت، فهي تصل بين المواقع بعضها ببعض، وتجمع الأفراد في شبكات اجتماعية.
2. **إعطاء الأولوية للمستخدمين:** من أهم التغييرات التي أحدثتها تطبيقات الويب (2.0) أنها جعلت لمستخدم الإنترنت دور كبير في إضافة المحتوى، وبالنظر إلى بعض التطبيقات نجد أن المستخدم هو المحرر الأساسي لهذه التطبيقات، وهو المسئول الأول عن محتواها، بينما قبل ذلك كانت إضافة المحتوى قاصرة على أصحاب المواقع والجهات الناشرة للمواقع.

### خامساً: تعريف الإعلام الجديد:

يعد مصطلح الإعلام الجديد أحد المصطلحات والمفاهيم الإعلامية، حديثة العهد، التي راجت في ظل شيوع العديد من المصطلحات والمفاهيم، التي تعبر عن طبيعة الإعلام الممارس من خلال تقنيات الاتصال الرقمية هائلة التطور، كالصحافة الإلكترونية، والإعلام الإلكتروني، والإعلام الرقمي، والإعلام البديل، وصحافة المواطن.

وتتعدد مداخل النظر في مفهوم الإعلام الجديد وتطور وسائله في سياقات تاريخية وتكنولوجية مختلفة، فيرى كل من (ديفيس وأوين) انطلاقته من خلال مجموعة الأشكال الإعلامية الجديدة التي غيرت نموذج الإعلام التقليدي، كبرامج الحوار التلفزيوني (توك شو)، والبرامج الحية<sup>(2)</sup>. وهناك من نظر إلى الإعلام الجديد ضمن حالتين: جديد مقابل قديم، تماماً كما يوحي التعبير، بين مرحلة ما قبل الإنترنت وما بعدها<sup>(3)</sup>.

الواقع أن مصطلح (الإعلام الجديد) ليس جديداً للغاية، وليس وليد اللحظة، فكما أشار (دينس مكويل) أن مصطلح (الإعلام الجديد) كان يطلق منذ ستينيات القرن العشرين على عدد من التقنيات الاتصالية الجديدة في ذلك الوقت مثل الأقمار الصناعية وتلفزيون (الكابل)، وكان المصطلح يتسع مع ظهور تقنيات جديدة ليشمل ما يستجد من وسائل اتصال حديثة<sup>(4)</sup>.

---

(1) O'Reilly, What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software

(2) صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات (ص29).

(3) شفيق، الإعلام الجديد، الإعلام البديل (ص52).

(4) الحلوة، الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام (ص3).

تتعدد تعريفات الإعلام الجديد، وفق مقاربات تربط بين الإعلام والإنترنت والرقمية، وانطلاقاً من مداخل فهمه، فإن الباحث يسرد مجموعة من تلك التعريفات الأجنبية والعربية: يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة".

ويُعرّف بأنه: الإعلام الذي تولّد من التزاوج ما بين تكنولوجيايات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد، ويأخذ هذا الاسم باعتبار أنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات<sup>(1)</sup>.

ويعرفه جونز (Jones) الذي يقرّ أولاً بعدم وجود إجابة وافية وقاطعة عن السؤال: ما هو الإعلام الجديد؟ ويبني إجاباته على أن هذا الإعلام هو في مرحلة نشوء. "الإعلام الجديد هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني أصبح ممكناً باستخدام الكمبيوتر، كمقابل للإعلام القديم الذي يشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو - إلى حد ما وغيرها من الوسائل الساكنة"<sup>(2)</sup>.

ويرى حسنين شفيق أن الإعلام الجديد يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يُبث أو يُنشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون وذلك بفعل التطور التكنولوجي في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية<sup>(3)</sup>.

ويرى عبد الرازق الدليمي أن الإعلام الجديد هو الذي نشأ عبر الإنترنت وخلق عالماً صحفياً جديداً تحول معه القراء إلى كتاب، وأصبح فيه العامة محررين ومصورين، وينافس هذا الميدان وسائل الإعلام التقليدية من صحف ورقية وإذاعة وتلفزيون بجسارة بالغة، وفيما تتسم الصحافة الإلكترونية بالسرعة والآنية تفنّد إلى التوثيق مما يؤثر على مصداقيتها<sup>(4)</sup>.

ووفق جملة هذه التعريفات الأولية يمكن أن نخلص إلى شبه اتفاق بأن فكرة الجدة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص

(1) شفيق، مرجع سبق ذكره، (ص 56).

(2) صادق، مرجع سبق ذكره، (ص 32).

(3) شفيق، مرجع سبق ذكره، (ص 52).

(4) الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية (ص 80).

التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص وهما تأتیان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية<sup>(1)</sup>.

ويرى الباحث أن تعدد تعريف الإعلام الجديد يرجع إلى كونه مفهوماً حديثاً نسبياً ومتطوراً في نفس الوقت، غير أن ما يجمع بين التعريفات اتفاتها على أنه الإعلام القائم على التزاوج بين تطور تقنيات الاتصال والإنترنت مع التطور في مجال الحاسوب والأجهزة المحمولة.

#### سادساً: خصائص الإعلام الجديد وسماته:

الإعلام الجديد يتشابه مع الإعلام القديم في بعض جوانبه، إلا أنه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن إيجازها بما يأتي<sup>(2)</sup>:

1. **التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي.**
2. **التفاعلية:** وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية.
3. **تفتيت الاتصال:** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.
4. **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.
5. **الحركية:** تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدميها.
6. **الكونية:** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة.

(1) الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين (ص20).

(2) سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات (ص448).

كما أن الإعلام الجديد هو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة، ويمكن تحديد أبرز خصائص هذا الإعلام الجديد وهي<sup>(1)</sup>:

1. التفاعل بين المصدر والمتلقي فهو يتيح فرصة التعليق والنقد.
2. تحوّل المتلقي إلى ناشر يستطيع أن ينشر ما يريد.
3. إعلام متعدد الوسائط: حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه.
4. اندماجه مع مخرجات الإعلام التقليدي واستيعابه لها.
5. سهولة الاستخدام فهو متاح للجميع وفي متناول أيديهم عبر أجهزة الحاسوب (الشخصية- اللوحية) أو أجهزة الهاتف المحمول.

#### سابعاً: فوائد الإعلام الجديد:

من الواضح إن الإعلام الجديد يعني نقلة جديدة وشاملة في صناعة الإعلام، ومثل هذه النقلات الثورية تكون محملة بالعديد من النتائج الإيجابية التي يستفيد منها المجتمع وصانع الإعلام والجمهور والقطاع الاقتصادي كذلك، فإن الفوائد عديدة وكثيرة وأهم هذه الفوائد هي:<sup>(2)</sup>.

- 1- زيادة عدد المستفيدين من المحتوى الإعلامي: وذلك للمرونة التي توفرها وسائل الإعلام الجديدة من حيث إمكانية الوصول إلي المحتوى بشكل دائم وسهولة الرجوع إليه كذلك.
- 2- خلق فرص عمل جديدة، فالإعلام الجيد يخلق فرص جديدة للمبرمجين وأصحاب خبرات الحاسوب والتصميم الجرافيكي، وغير هذا من أصحاب الأقسام المميزة والأفكار الإبداعية التي لا تتسع لها مؤسسات الإعلام القديم، هنا لا بد من الاعتراف بأن بعض الوظائف ستختفي مع تراجع الإعلام القديم، لكن هذا لا يعني ارتفاع مستوى البطالة لأن الإعلام الجديد يخلق فرص عمل كثيرة جداً يماثل فيها الإعلام القديم ويرى كثير من المراقبين بأن ما يخلقه من فرص أكثر مما يقضى عليه من وظائف.
- 3- التنافس الشديد في الإعلام الجديد يؤدي بالضرورة إلى تطور وسائل الإعلام القديم وكذلك محتوى وأسلوب الإعلام الجديد.

(1) الغامدي، التوافق والتآفر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني (ص12).

(2) عواد، مدخل إلى الإعلام الجديد (ص28).

- 4- المحتوى: فالتنافس الشديد بين مؤسسات الإعلام الجديد سيجعلها مضطرة لخلق محتوى أفضل وأكثر تميزاً وتوفيه بوسائل مختلفة مرنة من أجل البقاء والنجاح في هذه المنافسة.
- 5- التكلفة الأقل على المستخدم وعلى الصانع: فمع عصر الحصرات في الإعلام القديم والدفع مقابل قراءة الصحيفة أو المجلة أصبح بالإمكان الحصول على كثير من ذات الخدمات من حيث القيمة والمحتوى مجاناً دون دفع فلس واحد في مؤسسات الإعلام الجديد.
- 6- تخطي حواجز اللغة: فمع ما تتيحه بعض الشركات في الإعلام الجديد من أدوات متميزة كالمترجم الفوري أصبح بالإمكان التعامل مع موقع إنترنت مثلاً بلغات لا تعرفها عبر ترجمتها إلى لغات تستطيع القراءة بها.
- 7- خلق منبر جديد للتعبير عن الرأي والحرية الشخصية، وتعد هذه النقطة من أهم ما يجب الانتباه له خاصة في الدول ذات سقف الحرية غير المرتفع.

#### ثامناً: أهداف الإعلام الجديد:

يبدو الحديث عن أهداف الإعلام الجديد شائكاً في ظل غياب الحديث عن الموضوع في الأدبيات الإعلامية التي ناقشت الموضوع، وفي ظل عدم الاتفاق الكامل على مفهومه، وتطوره الديناميكي، الذي يجعل أهدافه العامة والخاصة متجددة ومتغيرة، فعندما صمم (مارك زوكربيرج) موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، كان لديه هدف واضح يتمثل في تصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم؛ ولذلك اقتضت عضوية الموقع في البداية على طلبة جامعة (هارفرد)، ثم توسع ليشمل جامعات أخرى، ثم طلبة الثانوية وسرعان ما حقق نجاحاً سريعاً في وقت قصير شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول للموقع ثم فتح أبوابه للجميع، مع تقديم خدمات جديدة لزواره، ليدخل في تعاقدات مع معلنين يسعون للاستفادة من قاعدته الجماهيرية<sup>(1)</sup>.

تأخذ أهداف الإعلام الجديد أبعاداً متعددة، ويمكن تحديد هذه الأبعاد كما يلي:

(1) عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك (ص204-206).

1. **أهداف المؤسسين:** ويقصد بذلك هم الشركات والجهات التي تعمل على تطوير آليات وأدوات الإعلام الجديد والخدمات التي تقدم عبره، لأغراض منفعية مادية متعلقة بالربح المادي، دون إغفال الأهداف الأخرى المتعلقة بالاستقطاب والهيمنة.
2. **أهداف المستخدمين:** وتتنوع الأهداف بتنوع هؤلاء بين جهات وشخصيات تملك مواقع وصفحات وبين مستخدمين عبارة عن متصفحين ومتابعين، ويمكن إجمال بعضها على النحو التالي:

أ- الترويج للسياسات والبرامج والأفكار والمعتقدات.

ب- التسويق بمفاهيمه المتعددة وضمنها التسويق السياسي.

ت- الربح المالي من خلال سوق الإعلانات.

ث- إشباع الرغبات بالتواصل الاجتماعي.

ج- التسلية والترفيه.

### تاسعاً: وسائل الإعلام الجديد وأقسامه:

تعددت وسائل الإعلام الجديد وأدواته، وهي تزداد تنوعاً ونموً وتداخلًا مع مرور الوقت، ومن هذه الوسائل<sup>(1)</sup>:

المحطات التلفزيونية التفاعلية، والكابل الرقمي، والصحافة الإلكترونية، ومنتديات الحوار، والمدونات، والمواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، وغيرها. بالإضافة إلى الأجهزة المحمولة التي تنقل الإذاعات الرقمية، والبلث التلفزيوني التفاعلي، ومواقع الإنترنت، والموسيقى، ومقاطع الفيديو، والمتاجرة بالأسهم، والأحوال الجوية، وحركة الطيران، والخرائط الرقمية، ومجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة، وأصبحت تدمج أغلب الوسائل في وسيلة واحدة سهلة التعامل.

استناداً إلى ما سبق ذكره يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى أربعة أقسام على النحو التالي<sup>(2)</sup>:

(1) الشميمري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام (ص186).

(2) صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات (ص31).



1. الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها: وهو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبوقه، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها.
2. نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفاز: التي أضيفت إليها ميزات جديدة من التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
3. الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر: ويتم تداول هذا النوع بوسائل، إما شبكياً، أو بوسائل الحفظ المختلفة، مثل الاسطوانات الضوئية، وما يشبهها، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.
4. الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة: بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف. وهو أيضاً ينمو بسرعة، وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة، ومنها أجهزة الهاتف والحواشيب اللوحية والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.

#### عاشراً: الشباب والإعلام الجديد:

يتميز الشباب باطلاعهم على كل ما هو جديد في عالم التكنولوجيا، وهذا لمسايرة كل التقنيات الجديدة في مجال الاتصال والتكنولوجيا مثل اقتناء الهواتف النقالة الرقمية وكذلك متابعة المواقع الجديدة على الإنترنت والتطبيقات الخاصة بها، وهذه المسايرة الرقمية تجعل الشباب في تفاعل دائم ومستمر لآخر الصيحات الإعلامية التكنولوجية.

ويظهر من خلال هذا المؤشر أن العلاقة بين الشباب والإعلام هي علاقة متميزة بنوع من التبعية، وهذا من خلال ارتباط الشباب بمعرفة أي تقنية إعلامية أو أي تطبيق على الإنترنت بغية استخدامه لاحقاً لمسايرة الموضة الإعلامية، وهذا لالتحاق بالركب المتطور تكنولوجياً، ونقصد هنا الدول المنتجة لهذه التقنيات والتطبيقات<sup>(1)</sup>.

فالشباب أكثر ارتباطاً من غيره بأي تكنولوجيا جديدة، بحثاً عن الإثارة والمغامرة، وهم أكثر ميلاً إلى التقبل التلقائي لكل ما هو جديد، مختلفاً عن كبير السن المرتبط بتجارب لا يود المساس بها أو تعديلها فضلاً عن تغييرها، ويجد الشباب إثارة في كل ما هو مستجد، فهو بطبعه عنصر تجديد وتغيير، وعادة ما يكون أول ما يتبنى التكنولوجيات الجديدة، وقد أشارت

---

(1) منصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين (ص218).

بعض دراسات التأثير في علوم الإعلام والاتصال أن الشباب هم أسرع الفئات تقبلاً للجديد وأكثرها تأثراً بها من الآخرين، لذا فإن الفئات الشبابية في مقدمة مستخدمي التطبيقات الجديدة لتكنولوجيا الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي<sup>(1)</sup>.

يرجع الإقبال الشديد من فئة الشباب على التكنولوجيا أنهم وجدوا فيها قدرة كبيرة على التعبير عن آرائهم وحبهم للتغيير والتعبير عن مواهبهم وخبراتهم وقدراتهم في كافة مناحي الحياة الاجتماعية قبل السياسية، ولأنهم فئة مؤثرة في المجتمع أرادوا من خلال تكوين شبكات ممتدة على هذه المواقع أن يثبتوا لأنفسهم ولمن حولهم أنهم قادرون على التغيير، وقد كانت هناك محطات فارقة أثبت الشباب وجهات نظرهم وبرهنوا على قوة تأثيرهم.

يشير هذا التتبع الإعلامي من قبل الشباب لكافة أشكال التكنولوجيا الإعلامية أنه لا يرتبط فقط بالتقنية في حد ذاتها، إنما يحاول نسبياً تخطي عتبة التطور الرقمي إلى التطور في المحتوى وهو المنحى التصاعدي في نشر الأخبار والتفاعل معها سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية من قبل الشباب<sup>(2)</sup>.

ويأتي الشباب والمراهقون في صدارة الفئات التي تستخدم الإعلام الجديد، حيث أشارت الإحصائيات في فلسطين أن نسبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين تمثل نسبة (37%) وتقدر بـ (2.4) مليون مستخدم<sup>(3)</sup>، وأن الفئة العمرية (18-34) سنة تمثل نسبة (66%) من المستخدمين<sup>(4)</sup>.

ويرى الباحث أنه من الممكن للشباب الاستفادة من هذه التطورات التكنولوجية والتقنيات والمنصات إذا أحسنوا استغلالها وواكبوا تطورها، لذلك على الشباب الفلسطيني أن يتقن استخدام هذه التقنيات بمضمونها لا بسطحيتها، فينبغي ألا يقتصر وعي الشباب الفلسطيني على التلقي من المنصات الإلكترونية أو استهلاك أدوات الإعلام الجديد بل يمتد البحث عن كيفية تطويع هذه المنصات والأدوات في الإنتاج الإعلامي والترويج الأمثل حتى ينشر رسالته وزيادة التفاعل الأمثل لبلورة الوعي لخدمة القضايا الوطنية، وكي يستطيع إيصال قضيته للعالم بشكل جيد ويحقق مطالبه بصورة فعالة.

(1) بودهمان، موقع الكتروني: <https://goo.gl/8Sntfb>

(2) منصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين (ص 218).

(3) كونسبتس، تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين 2015م (ص 8).

(4) المرجع السابق، ص 11.

## المبحث الثاني:

### الإعلام والأزمات

#### أولاً: مفهوم الأزمات:

تأثرت المفاهيم التي أعطاها العلماء والمتخصصون للأزمة تبعاً للأرضية الفلسفية والتخصصية التي يقف عليها العالم أو المتخصص؛ ذلك أن مصطلح الأزمة يقف على خط التماس بين العلوم المختلفة، ومن هنا تأتي صعوبة وضع مفهوم شامل لمعنى الأزمة؛ نظراً لخصوصية المنظور الذي ينظر له كل علم من هذه العلوم إلى مدلول الأزمة.

ومن هذا المنطلق قد خضع مصطلح الأزمة للعديد من التعريفات، وتباينت داخل التخصص الواحد ضيقاً واتساعاً، تعارضاً واتفاقاً، وضوحاً وإبهاماً<sup>(1)</sup>.

هناك تعريف شامل للأزمة يقول: أن الأزمة نتيجة نهائية لتراكم مجموعة من التأثيرات أو حدوث خلل مفاجئ يؤثر على المقومات الرئيسية للنظام، وتشكل تهديداً صريحاً وواضحاً لبقاء المنظمة أو النظام نفسه، وبناء على ذلك فالأزمة هي توقيت حاسم في حياة المستهدفين بها سواء كانوا أفراداً أو جماعات أو منظمة، فتفقد الأساليب والمعايير المعمول بها قدرتها على العمل بالشكل المتعارف عليه من قبل؛ ويؤدي تتابع الأحداث إلى اختلاط الأسباب، بالنتائج مما يفقد الفرد وصانع القرار القدرة على السيطرة على الأمور<sup>(2)</sup>.

ولقد عرّفت الأزمة من المنظور الاجتماعي بأنها توقف الأحداث المنظمة والمتوقعة واضطراب العادات والعرف، مما يستلزم التغيير السريع لإعادة التوازن ولتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة.

أما الأزمة من المنظور السياسي فتعني حالة أو مشكلة، تأخذ بأبعاد النظام السياسي وتستدعي اتخاذ قرار لمواجهة التحدي الذي تمثله، لكن الاستجابة الروتينية المؤسسية لهذه التحديات تكون غير كافية، فتتحول المشكلة إلى أزمة تتطلب تجديدات حكومية ومؤسسية إذا ما أرادت النخبة عدم التضحية بمركزها<sup>(3)</sup>.

(1) العطار، المدخل الاجتماعي لدراسة الأزمات بين التصورات النظرية والتطبيقات العملية (ص34).

(2) هلال، مهارات إدارة الأزمة (ص9).

(3) عليوة، إدارة الأزمات والكوارث حلول علمية أساليب وقائية (ص5).

بينما هناك اتجاه آخر يرى أن الأزمة هي: موقف ينتج عن تغيرات بيئية ويخرج عن إطار العمل المعتاد، وتتضمن قدراً من الخطورة والتهديد والمفاجأة، إن لم يكن في الحدوث؛ فهو في التوقيت، ويتطلب استخدام أساليب إدارية مبتكرة وسرعة ودقة في رد الفعل، ويفرز آثاراً مستقبلية تحمل في طياتها فرصاً للتحسن والتعلم<sup>(1)</sup>.  
ومن خلال ما تقدم من تعريفات للأزمة يلاحظ أنه يكاد يكون هناك اتفاق على أنها تتسم بأربعة عوامل أساسية وهي<sup>(2)</sup>:

1. **المفاجأة:** ومن هنا فلها وقع الصدمة.
2. **التهديد:** أي أنها تمثل تهديداً مباشراً للقيم والحاجات.
3. **السرعة:** إذ تتولد عنها سلسلة من المواقف المتجددة الحادة.
4. **الغموض:** إذ إن عوامل المفاجأة والتهديد والسرعة لا تسمح غالباً بتدراك جميع العوامل المتشابكة في المواقف المتلاحقة.

ثانياً: أنواع الأزمات<sup>(3)</sup>:

1. **أزمات طبيعية:** وتشمل كل الأزمات التي لا يكون للإرادة البشرية علاقة بها، فإثارة عوامل ظهور الأزمة وتطورها، ويدخل في هذا الإطار الأزمات والكوارث الطبيعية، مثل: الزلازل والبراكين والفيضانات وغيرها.
2. **أزمات غير طبيعية:** وهي الأزمات التي يكون للعنصر البشري علاقة في إثارة الأزمة وتطورها، ويدخل في هذا الإطار كل من:  
أ- الأزمات الصناعية والاقتصادية داخل المؤسسات والمنظمات والهيئات ذات النشاط المرتبط بالصناعة والتجارة.  
ب- أزمات بيئية: وهي الخاصة بتعامل الإنسان مع عناصر البيئة المحيطة بما يخل من التوازن الطبيعي لهذه العناصر، وينتج عن ذلك بعض الأزمات.

(1) شريف، إدارة الأزمات في قطاع الغزل والنسيج (ص 35).

(2) نعيم، دور الموارد البشرية في إدارة الأزمات (ص 242).

(3) مصطفى، الإعلام والأزمات المعاصرة (ص 38).

ج- أزمات اجتماعية: وهي الأزمات التي تنشأ من عملية التغيير والحراك الاجتماعي وتطور القوى الاجتماعية والنظم المحركة للأحداث.

د- الأزمات السياسية: مثل الصراعات والحروب والعنف والإرهاب ذي البعد السياسي.

هـ- الحوادث التي يكون للعنصر البشري دخل في وقوعها إما الأعطال فنية أو لأخطاء بشرية، مثل حوادث الطرق والمواصلات.

### ثالثاً: الأزمات في فلسطين:

تتعدد أنواع الأزمات في فلسطين ما بين أزمات طبيعية طارئة، وأزمات مفتعلة، وأزمات ناتجة عن الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية، وقد تختلف مسميات تلك الأزمات، إلا أن هناك نتيجة واحدة ومؤكدة لا خلاف بشأنها، وهي أن تلك الأزمات تسهم بشكل أو بآخر في تعقيد الحياة اليومية للمواطن الفلسطيني إلى الدرجة التي أصبحت فيها حياته مزيجاً من الأزمات والهموم المتراكمة، ويمكن تقسيم الأزمات الفلسطينية حسب نوعها على النحو التالي:

1. أزمات اقتصادية: الحصار، نقص الإمدادات الأساسية (الوقود- الأغذية- الأدوية- مواد البناء-.... إلخ)،

2. أزمات إنسانية: معبر رفح، انقطاع التيار الكهربائي، نقص الأدوية.

3. أزمات بيئية: المنخفض الجوي (إلكسا)، فتح مياه الصرف الصحي، المياه الجوفية.

4. أزمات سياسية: الانقسام، الاحتلال، تقسيم المسجد الأقصى، الاعتقال السياسي.

5. أزمات أمنية: الحروب، الاجتياح المتكررة لمدن الضفة، الاستيطان.

يعتقد الباحث أنه يمكن أن تكون الأزمات مركبة بحيث تكون الأزمة ذات طابع معين، وينبثق عنها عدة أزمات أخرى، أو أن تكون أزمة في أكثر من مجال في نفس الوقت، ومثال على ذلك الحروب الثلاثة على القطاع فهي بالدرجة الأولى أزمة عسكرية وتولد منها أزمات بيئية وسياسية واقتصادية وإنسانية.

كما يمكن ردّ الأزمات الفلسطينية لسببين أساسيين وهما: الاحتلال في المرتبة الأولى، والانقسام في المرتبة الثانية، حيث يعتبر الاحتلال سبباً رئيسياً ومباشراً لمعظم الأزمات الفلسطينية، وآخرها أزمة الحصار المفروض على قطاع غزة منذ ما يزيد على 10 سنوات، حيث

يعاني سكان قطاع غزة من نقص في كافة الموارد الأساسية والاحتياجات الإنسانية تخللها ثلاث حروب، وأزمة انتفاضة القدس حيث الاجتياح المتكررة لمدن الضفة والإعدامات الميدانية للشباب الفلسطيني والتضييق المستمر لانتقالات المواطنين وهدم المنازل وتشريد أهلها.

#### رابعاً: الإعلام وقت الأزمات:

تعد الأزمات مادة خصبة وثرية لوسائل الإعلام، وتحظى بتغطية على نطاق واسع، وذلك لأن الحاجة إلى المعلومات متأصلة بعمق النفس البشرية، ويتوقف إعلامياً نوع الأزمة على نوعية وطبيعة وحجم وموقف الدولة منها، وطبيعة النظام السائد والجمهور المستهدف خاصة في مواجهة أزمة على مستوى دولي<sup>(1)</sup>، كما تبرز اهتمام الرأي العام بوسائل الإعلام واللجوء إليها للحصول على المعلومات والتحليلات والتعليقات، فينجم عن الأزمة الاستخدام المكثف لوسائل الإعلام وكذلك الإقبال الكبير على استهلاكها<sup>(2)</sup>.

وتتصاعد درجات ومستويات اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات في حالة وقوع أزمة، وتتزايد هذه العلاقة بوضوح في ظل ظروف عدم الاستقرار الاجتماعي والتغيرات الاجتماعية والصراع والتهديد بأنواعه المختلفة وخاصة في حالة الأزمات الأمنية، ويلجأ الأفراد في هذه الحالة لوسائل الإعلام في محاولة لخلق معان ثابتة للأحداث وإيجاد التفسير المناسب لها<sup>(3)</sup>، وهذا ما يجعل البعد الإعلامي لأية أزمة مهم ومحوري واستراتيجي، ولذا يجب أن يكون أداء الإعلام في أوقات الأزمات على درجة عالية من الأهمية والحساسية، لأن وسائل الإعلام هي التي توفر المعلومات والتحليلات والتعليقات والآراء ووجهات النظر عن الأزمة للجمهور حتى يأخذ موقفه من الأزمة وبذلك يبلور رأيه حولها سلباً وإيجاباً.

تعتمد هذه الأزمات في إدارتها على وسائل الإعلام كأحد مكونات إستراتيجية مواجهة الأزمة، وقد وُضعت مجموعة ضوابط لدور الإعلام في إدارة الأزمات منها<sup>(4)</sup>:

1- الاهتمام بالتصريحات السياسية والرسمية التي تساعد على تشكيل الرأي العام تجاه الأزمة.

(1) الشافعي، إستراتيجية إدارة الأزمات والكوارث (ص 217).

(2) خضور، الإعلام والأزمات (ص 67).

(3) القليني، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات، دراسة حالة على حادث الأقصر الإرهابي.

(4) مصطفى، الإعلام والأزمات المعاصرة (ص 29).

2- الاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء عمليات الإنذار والإغاثة.  
3- القدرة على التعامل بموضوعية وضبط النفس مع أجهزة الرأي العام.  
4- سرعة نشر الحقائق اللازمة لخلق مناخ صحي، يحتوي آثار الأزمة ويعمل على تخفيف حدتها.

5- إمداد الرأي العام بالحقائق التفصيلية.

6- فورية نقل الأزمة من موقعه بالعمق والشمول الذي يساعد على فهم أبعاد الأزمة وتصوراتها و آثارها المختلفة .

7- يجب أن تكون وسائل الإعلام هي الرابط بين صانعي القرار في الأزمة والمسؤولين عن التعامل معها وبين الرأي العام.

8- سرعة وصول أجهزة الإعلام إلى موقع الأحداث وإجراء الحوارات مع الشهود والمسؤولين والمفكرين، لربط المعلومات بعضها ببعض، ومساعدة الرأي العام على تكوين رأي تجاه الأزمة. ويحظى الإعلام بمظاهره المختلفة المرئية والمسموعة والمكتوبة بأهمية كبيرة وتأثير فاعل في الأزمات وإدارتها، وهو في الوقت نفسه أداة من أدوات تجهيزات إدارة الأزمات ويمارس الإعلام خلال الأزمة مهام مزدوجة<sup>(1)</sup>:

المهمة الأولى - إخبارية: وتستهدف تغطية الأزمة ومتابعة تطوراتها المختلفة والتعريف بنتائجها بهدف صياغة وعي داخل الدولة يشمل الرأي العام والمؤسسات والإدارات والأجهزة التنفيذية المختصة بهدف تفعيل هذه الجهات للتصدي للأزمة بقوة وتطبيقها .

المهمة الثانية - توجيهية: وتستهدف تأمين الدعم اللازم من الدول والقوى المعنية بالأزمة والمهتمة بها، والإعلام الجيد هو الإعلام القادر على إثارة اهتمام جميع الجهات السابقة وغيرها بالأزمة، من خلال تزويدهم المستمر بالأخبار والحقائق والمعلومات والبيانات اللازمة عن الأزمة وتطوراتها وتداعياتها المختلفة التي يجب أن يتم إعدادها وفق الاعتبارات التالية:

1. أن تكون مستجيبة للأهداف المحددة.

2. أن تشمل محتوى ومضمون يحققان الفائدة منها.

3. تقديم المعلومات في الزمان المناسب.

(1) شهود، إدارة الأزمات والإدارة بالأزمة (ص198).

4. تقديم معلومات وآراء وأفكار وتنبؤات محددة تشكل داعماً للدولة في تعاملها مع الأزمة.
5. يجب أن يشارك في هذه العملية باحثون ومختصون من ذوي المعرفة الواسعة بالأزمة وتطوراتها.

ويستهدف الإعلام في نهاية المطاف جذب الانتباه للأزمة وإثارة الاهتمام بها وصياغة وعي مناسب يرسخ تصرفات وسلوك محدد يساعد في التعامل مع الأزمة ويمكن القائد من التعامل الفاعل معها وتطبيق نتائجها السلبية وتحقيق الأهداف.

وتبرز ثلاثة من أنواع الممارسات الإعلامية خلال وجود الأزمات وهي (1):

1- **الإعلام الناقل:** وهو الذي ينقل ما يرد إليه من المصادر العسكرية والسياسية كما هو، وفي هذه الحالة فإن المصدر سواء كان عسكرياً أم سياسياً يصبغ التصريحات والبيانات والمعلومات وفق ما يخدم مصالحه رؤاه وأهدافه، وهنا يكون الإعلام ضحية التلاعب والاستغلال والابتزاز خاصة إذا وضعت قيود وشروط على الإعلاميين ومراسلي الحرب للتحرك والتنقل بحرية .

2- **الإعلام الراصد أو الواصف:** في هذه الحالة يقوم الإعلام برصد ووصف ومتابعة الأحداث وتطوراتها كما هي في الواقع، وقد يحدث التوظيف السياسي للتغطية الإعلامية لحماية حقوق الإنسان والديمقراطية .... الخ

3- **إعلام الرأي:** يتجاوز في الإعلام في هذه الحالة مرحلة النقل والرصد والوصف إلى مرحلة التحلل والتعليق وقراءة الحدث وفق خلفية محددة ووجهة نظر يؤمن بها، فالإعلام في هذه الحالة يعمل على تأكيد رأياً أو اتجاهاً معيناً، وفي هذه الحالة كذلك قد ينحاز الصحفي بطريقة أو بأخرى لطرف أو آخر في الحرب حسب معطيات عديدة من أهمها خلفية الصحفي نفسه، والخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية والأيدولوجية التي يؤمن بها الصحفي، إلى غير ذلك من العوامل الذاتية والموضوعية.

يقوم الإعلام بدور مهم في كل مرحلة من مراحل الأزمة، بداية من كونه آلية تلتقط المؤشرات والبوادر الأولى للأزمة وتلفت الانتباه إليها، إلى كونها وسيلة أساسية للتواصل مع الجمهور في وقت انفجار الأزمة، وكونه الوسيلة التي تنقل المعلومات وتعرف الناس بما يحدث، ونهاية إلى

---

(1) مصطفى، إعلام الأزمات (ص.16).



كونه من يجمل الدروس المستفادة في مرحلة انحسار الأزمة مسلطاً الضوء على أوجه القصور أو التميز، والتأثيرات المختلفة التي نتجت عن هذا الاعتماد، حيث يقوم الإعلام بثلاث وظائف رئيسية وهي<sup>(1)</sup>:

1. **مرحلة ما قبل الأزمة:** يؤدي الإعلام دوراً مهماً في توعية الجمهور بالإجراءات التي تتبع لسلامتهم عند وقوع الأزمة أو الكارثة.
2. **مرحلة الأزمة:** للإعلام دور أكثر أهمية وهي عرض الحقائق بالأسلوب الإعلامي الذي يجعل المضامين تطمئن الجمهور، وتقلل درجة الخوف لديهم.
3. **مرحلة ما بعد الأزمة:** وهي مرحلة التقييم، فالإعلام يقوم بدراسة ما قام به، والتركيز على الجوانب، ومعالجة السلبيات.

#### خامساً: الإعلام الجديد وقت الأزمات:

يؤدي الإعلام الجديد دوراً أساسياً خلال الأزمات داخل المجتمعات المختلفة، ويعتمد أفراد المجتمع على أدواته في متابعة مراحل الأزمة، كما تؤدي دوراً رئيسياً في بناء تصورات أفراد المجتمع تجاه الأزمة، ويعود ذلك إلى قدرتها على تقديم المعارف والمعلومات والآراء التي تشكل أساس المعرفة بالأحداث المختلفة، إضافة إلى مقدرتها على تفسير وشرح وتحليل وتقييم الأحداث، والتعليق عليها<sup>(2)</sup>.

قبل سنوات قليلة، وبالمصادفة وبدون إجراء بحوث أو تجارب على استخدام وسائل الإعلام الجديد في إدارة الأزمات، اكتشف الناس العاديون ثم خبراء الإعلام الإمكانيات الهائلة للهواتف المحمولة ومواقع التواصل الاجتماعي والمنصات المحمولة وغيرها في إدارة الأزمات والكوارث<sup>(3)</sup>.

وكثيراً ما تعتمد وسائل الإعلام التقليدية على شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات وتعتبر قضية احتجاز الرهائن في مدينة (مومباي) في الهند عام(2008)م من أوائل الأزمات

---

(1) الضبع، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام لاكتساب المعلومات عن أزمة أنفلونزا الطيور (ص145).

(2) قتلوني، ثورات الفيسبوك: مستقبل التواصل الاجتماعي في التغيير (ص99).

(3) شومان، الإعلام الجديد وإدارة الأزمات، (موقع إلكتروني).

التي استخدمت فيها الإعلام الجديد، وخاصة صحافة الهاتف المحمول لإدارتها وحلها، حيث قام الرهائن المحتجزون بإرسال تغريدات وصور من موقع الحدث عبر هواتفهم النقالة من خلال شبكة (تويتر) و(فليكر) ونقلت معظم وكالات الأنباء والمواقع الإخبارية صور مباشرة من موقع الحدث معتمدة في ذلك على الصور التي شاركها الرهائن على حساباتهم في شبكات التواصل الاجتماعي<sup>(1)</sup>.

استخدمت تلك الأدوات في طلب الاستغاثة، وتبادل الأخبار والمعلومات والآراء، وتقديم المساعدة ودعم الروح المعنوية، في المقابل أريكت وسائل الإعلام الجديد الجهات الرسمية المختصة، وخلقت ضغوطاً من نوع جديد بشأن فوضى المعلومات غير الرسمية، ونشر الشائعات، وأحياناً الفرع والخوف بين المواطنين، وهي إشكاليات تتطلب التوصل إلى حلول وإجراءات كفيلة بتعظيم الإيجابيات، والحد من السلبيات، إضافة إلى إعادة النظر في استراتيجيات وخطط إدارة الأزمات المتبعة، والتي يتدرب عليها القائمون على إدارة الأزمات وخبراء العلاقات العامة<sup>(2)</sup>.

ويقترح محمد شومان لحل إشكاليات الإعلام الجديد في إدارة الأزمات التالي<sup>(3)</sup>:

1. القاعدة الأساسية في ظل الإعلام الجديد هي أن مشاركة الجمهور هي المعيار الجديد في إدارة الأزمات، حيث نضمن التفاعلية وتبادل الأدوار الاتصالية.
2. يعتمد كثير من المواطنين على وسائل الإعلام الجديد أثناء الأزمات، لأنهم يشعرون بأن المعلومات المقدمة إليهم من خلال وسائل الإعلام التقليدية متحفظة وبطيئة وغير دقيقة.
3. لم يعد مقبولاً في ظل الإعلام الجديد استمرار نموذج الاتصال الرأسي من أعلى لأسفل، ويفرض الواقع الحالي الاستماع، والمشاركة، وسرعة إعلان الحقائق، فالانطباع الأول هو الذي يدوم، ويؤثر في استقبالنا للأحداث، وفهمنا لما حدث، وكيف حدث، وما يمكن أن يحدث في المستقبل، والإشكالية أن وسائل الإعلام الجديد هي الأسرع دائماً في أثناء الأزمات والكوارث،

---

(1) Marleen Bakx Studentnr, The Role Of Social Media In Crisis Communication From A Democratic perspective, Unpublished Master's Thesis, (p22).

(2) شومان، الإعلام الجديد وإدارة الأزمات، (موقع إلكتروني).

(3) المرجع السابق، (موقع إلكتروني).

- لأن الهواتف الذكية حولت كل مواطن إلى صحفي لذلك لابد للسلطات والهيئات من رد الفعل السريع، والتفاعل مع الجمهور، وإشراكه منذ اللحظة الأولى للأزمة.
4. امتلاك أدوات الإعلام الاجتماعي، وتدريب العاملين عليها قبل وقوع حالات طارئة أو أزمات، ولابد من تحديد مواقع الإنترنت التي تنطق باسم الهيئة، أو السلطة المختصة، وتحديد الحسابات التي ستستخدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
5. إشراك الجمهور في مراحل الأزمة المختلفة ومعرفة اهتماماته والاستجابة له، وطلب المساعدة منه، وذلك من خلال عقد شراكات وتفاعلات مع نشطاء الإنترنت والمدونين، والإبقاء على علاقات طيبة وإيجابية معهم قبل وبعد وأثناء الأزمة.
6. الدخول في حوارات سريعة ومتواصلة مع المواطن، ويتوقع المواطن أن يتم الرد على أسئلته من قبل السلطات. وقد تنشأ أسئلة كثيرة من خلال الحوار؛ لذلك لابد من توفير وصلات لتوفير المعلومات والخدمات، مع التحلي بأكبر قدر من الدقة والانضباط، ويمكن إعداد رسائل قياسية قصيرة على أن يتكرر إرسالها عبر وسائل الإعلام الاجتماعي.
7. تتحول ساحات الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد أحياناً إلى ساحات لإطلاق الشائعات، من هنا فإن الرد على الشائعات يقلل الأضرار التي تلحق بالسلطات والهيئات، ويحمي سمعتها، والثابت أن إدارة السمعة كانت واحدة من أهم الأسباب لاستخدام الشركات والحكومات وسائل الإعلام الجديد والقديم، لأنها توفر مجموعة متنوعة من الطرق للتعامل مباشرة مع الجمهور.

#### سادساً: انتفاضة القدس:

تدرك إسرائيل حساسية القدس ومكانتها عند المسلمين؛ ولهذا فقد عملت بنفس طویل لتهدئها، والسيطرة عليها بعد احتلال القدس عام (1967م) قامت بداية بتوحيد شطريها، وإعلانها عاصمة سياسية ودينية لها، وبدأت بتغيير ملامحها الإسلامية وتوسيع الاستيطان فيها، وغزتها باليهود المتدينين الذين يضمرون سوء والحقد للعرب والمسلمين، وبدأت عمليات حفر مكثفة تحت الأقصى والبلدة القديمة في محاولة بائسة لإثبات أي صلة لهم بها، فرغم عمليات التزوير والتحريف والتشويه الواسع للتاريخ، إلا أن القدس كانت دوماً تكشف عورتهم وضعف باطلهم، ومع كل عملية تنقيب جديدة كانت القدس تقصح عن أصالتها وإسلاميتها، ورغم ذلك

بقي العقل اليهودي التوراتي مصمماً على تجريد القدس من عروبته وماضيها عبر تحريف الحقائق وتزييف بعض القطع الأثرية على أنها من بقايا هيكل سليمان معلنين عدائهم لكل الحقائق العلمية والتاريخية الثابتة<sup>(1)</sup>.

تتعرض هذه المدينة للتهويد المبيت، والالتهام المدبر، ويتعرض المسجد الأقصى للخطر المؤكد، بما يقع تحته وحوله من حفريات مستمرة، تهدف في النهاية إلى إزالته، وإقامة هيكل اليهود المزعوم على أنقاضه، والهدف واضح وصريح، والخطة معلومة، والعمل معلن، اتفق عليه اليهود جميعاً، أياً كان انتمائهم واتجاههم متدينين كانوا أم علمانيين، من حزب (الليكود) الصريح المتعجرف، أم من حزب (العمل) المناور المراوغ<sup>(2)</sup>.

وباتت قضية القدس تمثل الحدث الأهم والأبرز في حياة العرب والمسلمين، جراء ما تتعرض له من اعتداءات وانتهاكات على مرأى ومسمع العالم أجمع، ومع كل فشل وإخفاق كانت المؤسسة الأمنية والسياسية في إسرائيل تمنع في نسج خيوط المؤامرة وتقتنص الفرص وتسارع في التهويد، وقد شعرت في الأشهر الأخيرة التي سبقت انتفاضة القدس أن فرصتها الذهبية قد أصبحت مواتية في ظل ذلك الواقع العربي المرير، وقد ظنت أن للمسلمين من المشاكل ما يشغلهم عن قبلتهم الأولى ويجعلهم ينصرفون وراء قوتهم وهمومهم، وقد غرّها السبات العميق الخادع الذي تعيشه الضفة من خلال إنشاء جيل نما وترعرع لا يعرف عن المقاومة شيء ولم يتح له ممارسة أي نشاط وطني<sup>(3)</sup>.

فقامت في ظل كل هذه الظروف القاهرة بإجراءات جديدة وسريعة لفرض محاولة جديدة وأمر واقع فقام الجانب الإسرائيلي بعدد من الخطوات تجاه المسجد الأقصى في شهر سبتمبر (2015)، ففي (9) سبتمبر، صدر عن وزير الدفاع الإسرائيلي قرار بحظر مصاطب العلم والرباط في الأقصى، وفي (14) سبتمبر اقتحم وزير الزراعة الإسرائيلي (أوري آريل) المسجد الأقصى بصحبة أربعين إسرائيلياً، واقتحمت وحدات خاصة وعناصر المستعربين باحات المسجد، وفي (17) سبتمبر، قام عشرات من شبينة حزب (الليكود) الحزب الحاكم باقتحام

(1) اسماعيل، القدس كاشفة العورات (ص5).

(2) القرضاوي، القدس قضية كل مسلم (ص3).

(3) اسماعيل، القدس كاشفة العورات (ص5).

المسجد الأقصى معتمدين على غطرسة القوة وسطوتهم الأمنية، ولكن تبقى القدس كاشفة العورات، فهب الرجال والنساء الصغار والكبار لنجدة الأقصى وكشف عورة وهوان كل الإجراءات الأمنية، واستطاع أنصار وأحرار وأبطال الأقصى أن يثبتوا أن المجتمع الصهيوني وأسطورته الأمنية هشة<sup>(1)</sup>.

لقد شكل حرق عائلة دوايشة على يد المستوطنين حالة من الاستياء والغضب الشعبي العام لدى الشعب الفلسطيني، وأخذت الأصوات تتعالى بضرورة الانتقام من المستوطنين، هذا إلى جانب ما يتعرض له المسجد الأقصى من انتهاكات يومية على يد المستوطنين بهدف العمل على تقسيمه زمنياً ومكانياً برعاية من الحكومة الصهيونية، بهدف تغير الوضع القائم في المسجد الأقصى مستغلة بذلك حالة الضعف الذي تمر فيها الأمة، وأخذت الصورة تصل وهم يؤدون شعائرهم الدينية في ساحات الأقصى و يعتدون على المرابطات والمرابطون ويقومون باقتحام المسجد نفسه ويدمرون ممتلكاته ويلقون القنابل بداخله<sup>(2)</sup>.

اندلعت انتفاضة فلسطينية جديدة ضد الاحتلال الصهيوني، في (1) تشرين الأول (2015)م، أطلق عليها لاحقاً (انتفاضة القدس) وهي الانتفاضة الفلسطينية الكبرى الثالثة خلال الفترة الزمنية ما بين (1987) - (2015)، وبدأت هذه الانتفاضة، بعملية عسكرية قرب مستوطنة (ايتمار) الإسرائيلية شرق نابلس، قتل فيها ضابط احتياط كبير في جيش الاحتلال الصهيوني وزوجته<sup>(3)</sup>، وجاءت عملية (ايتمار) لكي تعبر عن الرغبة الشعبية في الانتقام والرفض لكل ما يجري وشكلت في نفس الوقت باعث ومحفز للشباب لأخذ زمام المبادرة والبدء بتنفيذ عمليات بطولية بما يتوفر لديهم من أدوات بسيطة<sup>(4)</sup>.

ويرى محمد شاهين أن انتفاضة القدس انطلقت بقيام الشهيد مهند الحلبي بتاريخ (2015/10/03)م بعمليته البطولية ليفجر انتفاضة السكاكين، فكانت بداية لسلسلة مواجهات قادها الشباب الفلسطيني فأحدثت مفاجآت للمنظومة الأمنية الإسرائيلية، ولعل أهم ما في انتفاضة القدس أن الشباب هم جوهر الانتفاضة، فبعد فشل الاحتلال الإسرائيلي في عملية كي

(1) الرجوب، تسلسل زمني للتوتر في القدس والضفة الغربية، (موقع إلكتروني).

(2) منصور، انتفاضة القدس تنهي شهرها الثالث (ص6).

(3) علاونه، انتفاضة القدس .. بين النظرية والتطبيق، (موقع إلكتروني).

(4) منصور، انتفاضة القدس تنهي شهرها الثالث (ص6).

الوعي للشباب الفلسطيني لإبعاده عن حقوقه الوطنية بنيل استقلاله وتحرير أرضه، من هنا أعلن الشباب الفلسطيني كفره بكل اتفاقيات السلام الوهمي<sup>(1)</sup>.

أوقفت الانتفاضة مخطط تهويد الأقصى وتقسيمه زمانياً ومكانياً، كما نجحت في ردع المستوطنين ومنعتهم من التماذي في عربيتهم على المواطنين العزل، وأشعلت جذوة المقاومة لدى الشباب والذي أريد له أن يعيش بعيداً عن قضيته ومقدساته حتى يعيش في متاهات أخرى<sup>(2)</sup>.

الحديث عن الانتفاضة هو حديث عن فعل شعبي خالص، لا يخضع لقواعد السياسة المحكومة بسقوف محددة، ولا يستجيب لقيودها، أو يقبل باشتراطاتها، وهو الأمر الذي يميز الحراك الشعبي ويمنحه قوة استثنائية، وفي المقابل تبقى الجهود الشعبية عرضة للاستثمار والتجبير من قبل المستويات السياسية، كظاهرة واضحة رافقت تجربة الكفاح الفلسطيني منذ عقود طويلة، وغالباً ما يرضى الساسة بمكاسب أقل بكثير من التضحيات المبذولة، وبذلك يتم التأسيس لحالة من الجفاء بين المستويين الرسمي والشعبي المتباينين تاريخياً<sup>(3)</sup>.

### سابعاً: الإعلام الجديد وانتفاضة القدس:

لقد أصبح من المعروف التأثير الذي يحدثه الإعلام الجديد فيما يتعلق بحشد الرأي العام وتشكيله، وبخاصة في الآونة الأخيرة، فكان لزاماً علينا أن نستغل ما يتيح الإعلام الجديد من مساحة حرة وواسعة، تصل لكافة الشعوب في تفعيل القضايا الوطنية الفلسطينية، وإيصالها بصورتها الحقيقية للرأي العام العالمي، وبما أن الإعلام بين "فلسطين والاحتلال" أصبح معركة فعلينا الانتصار بها، ولأننا في عهد يقوده الأجيال إلكترونياً فعلينا تفعيل القضية الفلسطينية وإبراز قضية القدس إعلامياً من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الإلكترونية بمختلقها، فنحن كما نؤمن أننا نمتلك قضية عادلة بامتياز علينا إبرازها بامتياز عربياً ودولياً<sup>(4)</sup>.

(1) شاهين، انتفاضة القدس إرادة شعب، (موقع إلكتروني).

(2) منصور، انتفاضة القدس تنهي شهرها الثالث (ص7).

(3) معاذ، الانتفاضة الفلسطينية نبض الشعب وضابط البوصلة، (ص2).

(4) بخيت، نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي.

كانت في السابق صور الانتفاضة وأخبارها تصل العالم الخارجي عن طريق وكالات الأنباء العالمية، أما في الانتفاضة الثانية كانت الجماهير تعتمد على محطات التلفزة والإذاعات المحلية التي لعبت دوراً في التوجيه والتوعية وأحياناً التحشيد، وكان مراسلو القنوات الفضائية وشاشاتها الوسيلة الأمثل لنقل صور الانتفاضة ووقائعها<sup>(1)</sup>، ولكن ما يميز انتفاضة القدس عن غيرها كونها انطلقت واستمرت دون أن يكون هناك قيادة تقودها وتضبط إيقاعها، وبدلاً من ذلك لعبت مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد دور المحرض والموجه لشباب الانتفاضة، فكانت العمليات الفردية والمبادرة الشخصية هي الأساس على حساب دور التنظيم السياسي، وإن كان في ذلك مؤشر على ضعف دور التنظيمات على قيادة المرحلة إلا أنه في نفس الوقت كان له دور إيجابي في عدم قدرة جهاز الشاباك على التنبؤ بالعمليات قبل حصولها مما خلق حالة من الإرباك لدى أجهزة الأمن الصهيوني.

يمارس الاحتلال الإسرائيلي كافة أساليب الخداع والتضليل والتزييف والرقابة كعادته في طمس الحقيقة وعالمها، ولكن ظهور الإعلام الجديد المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي، اخترق النشطاء الفلسطينيون القاعدة التي حصنها الاحتلال من خلال تغير الصورة النمطية السلبية التي كان يرسمها أمام العالم الخارجي<sup>(2)</sup>.

إن لوسائل التواصل الاجتماعي الدور الأساسي في انطلاق شرارة الانتفاضة ومواصلتها، حيث أصبحت بديلاً عن الأحزاب السياسية التقليدية من ناحية التعبئة المعنوية والثورية في الوصول للجماهير، وباتت الوسيلة الرئيسية في إيصال المعلومات والدعوات والحشد نحو مناطق التماس مع الاحتلال والحض على مواصلة مقاومة الاحتلال.

لقد انتقلت الانتفاضة إلى المساحة الافتراضية ومواقع التواصل الاجتماعي كما أعلن عن انطلاقها الشهيد مهند الحلبي على صفحته الزرقاء فكان آخر ما كتبه "حسب ما أرى فإن الانتفاضة الثالثة قد انطلقت" (انظر ملحق رقم 1)، كما ونشر الشهيد رائد جرادات صورة الشهيدة دانيا ارشيد وهي مدرجة بدمائها وكتب عليها "أتخيلها أختك" (انظر ملحق رقم 1)، وكانت عبارة "صباحكم نصر بإذن الله"، آخر ما كتبه الشهيد أمجد السكري صباح يوم

(1) جرادات، وسائل التواصل الاجتماعي الوجه الآخر لانتفاضة القدس، (موقع إلكتروني).

(2) منصور، انتفاضة القدس تنهي شهرها الثالث (ص6).

عمليته على حاجز (بيت ايل) العسكري (انظر ملحق رقم 1)، وبذات الطريقة أيضاً كتب الشهداء بهاء عليان وحسين أبو غوش وأشرفت القطناني وعدي مسالمة وآخرون من شهداء انتفاضة القدس؛ ليحولوا العالم الافتراضي إلى خطوة أولى نحو المقاومة والمواجهة<sup>(1)</sup>.

في الضفة انتفض الشاب والشيخ والمرأة والرجل والطفل، أما غزة كان لانتفاضة القدس نهجاً جديداً، فبرغم الحواجز التي تمكنت من غزة ومنعت أهلها من الانتفاض في وجه الاحتلال الإسرائيلي لصد جرائمه بحق المسجد الأقصى والمقدسات، لم تتمكن من الفضاء الإلكتروني الذي أتاح لها أن تكون عوناً وسنداً للضفة عبر الكلمات التي انطلقت كالرصاصة في وجه المحتل، فمن هاشتاق #انتفاضة\_القدس انطلقت شعلة الانتفاضة ولكن ليست كسابقاتها فقد اختلفت بمضمونها وطريقتها، واتخذت من الأجهزة الصغيرة والكلمات التي تحمل بين طياتها المعاني النضالية الكفاحية ميلاداً لها<sup>(2)</sup>.

وفي مواقع التواصل الاجتماعي وفي (تويتر) على وجه الخصوص تم إنشاء وسم (هاشتاغ) بهذا الاسم، وأرقت إليه مئات الصور مع هذه العبارة أو مع قبضات مرفوعة إلى السماء.

اعتمدت القنوات التلفزيونية العربية أيضاً هذا الشعار وخصّصت فقرات بثّ مطوّلة ويومية من أجل المسجد الأقصى، وتبادل الفلسطينيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي نصائح للقائمين بالانتفاضة حول التعامل مع المستعربين والعملاء وتقادي تعقب قوات الاحتلال، وذلك تحت وسم #احمي\_ظهرك<sup>(3)</sup>.

كما أن هناك جيش من النشطاء ليس فقط في فلسطين بل بكل أقطار العالم يتفاعل مع #انتفاضة\_القدس ويساند الشباب النائر بالتصدي للاحتلال وقطعان المستوطنين، وهذا ما يؤرق الكيان الصهيوني وأجهزته الأمنية التي تدفع بكل ما أوتى من قوة بعشرات الحسابات المزورة التي يديرها عناصر المخابرات الصهيونية بالداخل وبالخارج، من أجل تشييط همم الشباب وإخماد جذوة الانتفاضة<sup>(4)</sup>.

(2) جردات، وسائل التواصل الاجتماعي الوجه الآخر لانتفاضة القدس، (موقع إلكتروني).

(2) أبو كرش، انتفاضة القدس ثورة يقودها -جيل التسعين- بطريقة مختلفة، (موقع إلكتروني).

(3) الجزيرة نت، #احمي\_ظهرك.. نصائح لتقادي أذرع الاحتلال الإسرائيلي، (موقع إلكتروني).

(4) المجد الأمني، كيف تخدم مواقع التواصل الاجتماعي انتفاضة القدس؟، (موقع إلكتروني).



في المقابل مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلية مغرقة هي أيضا بوفرة من خطاب الكراهية والتهديدات ضد الفلسطينيين والعرب وتهديدات بمقاطعة المصالح التي يملكها العرب في داخل إسرائيل وشعارات وهاشاقات محرّضة على القتل للفلسطينيين.

بدأ الاحتلال في الحرب الإلكترونية كضالّ في جزيرة يسمع أصواتاً دون أن يرى جسداً، لهذا يخشاها، فلا يمكن لطائرات (أف 16) المعدّلة، ولا الجيل الرابع من (الميركافاه) أن يقصف كل أجهزة الحاسوب، جبهة جديدة يبدو أن موازين القوى تميل فيها لصالح الفلسطينيين، ولأول مرة منذ عقود طويلة<sup>(1)</sup>، حيث تشهد مواقع التواصل الاجتماعي نشاطات متعددة منها ما يوثق جرائم الاحتلال وينشرها للعالم ومنها ما يحفز الشباب الثائر على الثورة ومواجهة غطرسة المحتل وتجاوزاته بحق القدس وأهلها، وقتل الفلسطينيين العزل بدم بارد<sup>(2)</sup>.

ورغم أن أجهزة البثّ لا تنشر مقاطع الفيديو القاسية، ولكن سلسلة من مقاطع الفيديو الأخرى، التي تم تصويرها في نفس وقت حصول العمليات في الأيام الأخيرة، يتم بثّها دون توقّف ويتم تناقلها بواسطة الهواتف الذكية، يوثّق المواطنون الذين يتواجدون في المكان بالجهاز المحمول وينشرون تصويرهم، وتصل التغطية أيضاً لوسائل الإعلام فوراً.

لم يكن رئيس الحكومة الصهيونية (بنيامين نتنياهو) يمارس هوايته في التمثيل، حين راح يصرخ ويتهم مواقع التواصل الاجتماعي، ويصف دورها بـ "إثارة موجة العنف الفلسطيني"؛ أي انتفاضة القدس، وكان متوتراً جداً حين قال "قوى التطرف تعبر عن ذاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديداً فيسبوك"، وأعضاء حزبه الليكود، يهزون رؤوسهم موافقين<sup>(3)</sup>، وبالنظر لردود الاحتلال الإسرائيلي حول أثر الإعلام الجديد في إشعال ((انتفاضة القدس))؛ فقد أقامت أجهزة المخابرات الإسرائيلية قسم متخصص أسمته وحدة (ساير) لمراقبة ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي باللغة العربية؛ بما في ذلك أنشأت المخابرات الإسرائيلية (5000) حساب "فيسبوك" عربي كلها تحمل أسماء إناث، ومكتوبة باللغة العربية ولديهم أرقام جوالات فلسطينية، لمراقبته ولتصل إلى معلومات وبيانات في محاولة منها في الكشف عن عمليات تنفذ ضدهم،

(1) الحاج، انتفاضة القدس تفتح جبهة مواقع التواصل الاجتماعي، (موقع إلكتروني).

(2) المجد الأمني، كيف تخدم مواقع التواصل الاجتماعي انتفاضة القدس؟، (موقع إلكتروني).

(3) الحاج، انتفاضة القدس تفتح جبهة مواقع التواصل الاجتماعي، (موقع إلكتروني).

فيما تعرض العديد من حسابات النشطاء الفلسطينيين لـ(هاكرز) إسرائيلي، فيما تعرض آخرون لضغوطات الإداريين في مواقع التواصل الاجتماعي وحذف العديد من منشوراتهم وتهديدات بخلق الصفحات؛ بذريعة أنها محرضة ضد الإرهاب<sup>(1)</sup>.

ويمكن تلخيص دور شبكات التواصل الاجتماعي خلال انتفاضة القدس بما يلي<sup>(2)</sup>:

1- كسر الصورة النمطية السلبية التي تكونت لدى الغرب في فلسطين: وهذا تابع لطبيعة شبكات التواصل الاجتماعي التي لا تخضع لمقاص الرقيب والسياسية الإعلامية كما هو في الحال لدى الوسائل الإعلامية التقليدية مما ساهم في إبراز الحقيقة الصادقة أمام المجتمع الدولي وغيرت الصورة الذهنية النمطية السلبية التي تكونت لدى الغرب عن الفلسطينيين وقضيتهم .

2- كشفت ووضحت أسباب اندلاع انتفاضة القدس: بالتركيز على الاعتداءات الإسرائيلية المتكررة .

3- فندت الرواية الإسرائيلية الكاذبة: من خلال كشف زيف وخداع وتضليل الاحتلال الإسرائيلية الذي ساهم النشطاء في توضيحه لرأي العام الدولي عبر التغريدات والصور والرسوم ومقاطع الفيديو التي انتشرت عبر التواصل الاجتماعي.

4- مكنت العالم من متابعة أحداث الانتفاضة باستخدام كافة عناصر ومفردات لغة الصوت والصورة.

5- اهتمام وسائل الإعلام الغربية بالقضية الفلسطينية ووضعها على سلم أولويات أجنات وسائل الإعلام الغربية.

6- أدت إلى انهيار المعنوية الإسرائيلية من خلال المقاطع التي تبين مدى ضعف الجندي الإسرائيلي أمام السكين والحجر الذي يمثله المواطن الفلسطيني ذو العزيمة والإصرار والتمسك بحقه في وطنه وأرضه.

7- ساهمت في الحفاظ على الجبهة الداخلية الفلسطينية متماسكة وتجاوزت الانقسام البغيض.

8- أبرزت شجاعة وصمود وتحدي الشعب الفلسطيني ورفضه للاحتلال الإسرائيلي.

(1) أبو كرش، انتفاضة القدس ثورة يقودها -جيل التسعين- بطريقة مختلفة، (موقع إلكتروني).

(2) المصري، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم انتفاضة القدس.

- 9- أظهر ضعف وجبن ووهن المستوطن والجندي الإسرائيلي.
- 10- وجّهت إرشادات وتعليمات ونصائح للشباب المنتفض كيفية طعن مستوطن أو جندي، وتسميم السكن والتقليل من أثار الغاز المسيل للدموع الذي تطلقه قوات الاحتلال.
- 11- نشرت مقاطع فيديو تظهر بوضوح كيف أعدمت قوات الاحتلال النساء والأطفال والشباب الفلسطيني بدم بارد.

## المبحث الثالث:

### صحافة الهاتف المحمول

أولاً: الهاتف المحمول المفهوم، النشأة، والتطور:

لقد استمر الإنسان في السعي وباستمرار إلى الاتصال الفوري عبر المسافات البعيدة، فكلما تطورت البشرية وتعقدت أساليب الحياة زادت الحاجة إلى الاتصال والتواصل بين المجتمعات، وقد شهدت السنوات الماضية تطور متسارع في وسائل الاتصال في توازٍ مع ما يشهده العالم من ثورة في تقنيات الاتصال والمعلومات، وصاحب ذلك حاجة متزايدة لمزيد من التيسير في استخدام الأجهزة الاتصالية بما يحقق الاستفادة القصوى في ظل ثورة متجددة الموارد على مدار الساعة، تم فيه مزج تقنية المعلومات مع تقنية الاتصال في بوتقة واحدة تشكلها الحاسبات الإلكترونية<sup>(1)</sup>.

يعرف الهاتف المحمول في المنطقة العربية بالهاتف النقال أو (التلفون) المحمول أو الهاتف الخليوي أو الموبايل، والهاتف بشكل عام وسيلة اتصال بين الناس، يمكن بواسطتها تسهيل قضاء حاجات وتحقيق تبادل بين الناس يمكن بدون استعمال الهاتف أن تستغرق وقتاً طويلاً يتطلب قطع مسافات واستهلاك أو قات وجهود كبيرة، وبالتالي فالهاتف وسيلة تقريب بين الناس وتوثيق للعلاقات والروابط بينهم، وللهااتف الجوال بين أنواع الهواتف ميزات خاصة، حيث يعتبر تطوراً مهماً في وسائل الاتصال والتواصل الاجتماعي، فقد أصبح بإمكان أي إنسان مهما بلغت ثقافته أو درجة تعليمه أن يستعمل الهاتف أينما كان، ويتواصل بإجراء الحديث أو بإرسال رسائل قصيرة مع أي كان في أي زمان ومن أي مكان، دون أن يضطر إلى الذهاب إلى موقع تلفون في محل أو بيت أو أي تلفون عمومي، بل أصبح بفضل انتشار استعمال الهاتف المحمول<sup>(2)</sup>.

الهاتف المحمول أو النقال أو الخليوي وهو (أداة اتصال لاسلكية تعمل خلال شبكة من أبراج البث موزعة لتغطي مساحة معينة، ثم تترايط عبر خطوط ثابتة أو أقمار

(1) سعد محمد، اثر استخدام تقنية المعلومات في تطور الصحفي تطبيقاً على الهواتف الذكية، (موقع إلكتروني).

(2) هلال، جرائم الهاتف المحمول وطرق مكافحتها والتحليل الجنائي التقني لإظهار الرسائل والمكالمات والصور المحذوفة (ص7).

صناعية) مع تطور هذه الأجهزة أصبحت أكثر من مجرد وسيلة اتصال صوتي فهي حاسوب محمول كفي (بحجم الكف) وبسبب تنافس مشغلي شبكات الاتصالات انخفضت تكلفة المكالمات وتبادل البيانات لتسع فئات أكثر من المجتمع، وتوسعت الهواتف النقالة في مناطق نائية لذا فقد تزايد عدد مستخدمي هذه الأجهزة باستمرار ليحل محل أجهزة الاتصال الثابتة(1).

ظهرت أجهزة الهواتف المحمولة التي توفر لحاملها الحركة والقدرة على الاتصال في منتصف الثمانينيات من القرن الماضي، وتعتبر هذه المرحلة هي البداية الحقيقية لانتشار الهاتف الخليوي، ولا سيما بريطانيا والدول الآسيوية خاصة اليابان(2).

كان أول جوال تم استخدامه عام (1973)م بواسطة شركة (موتورولا) وكان يزن أكثر من (1) كيلوجرام يتم شحنه لمدة (10) ساعات، وخلال عشر سنوات تم تطوير النسخة الأولى واستطاعت شركة (موتورولا) عام (1983) بيع أول جوال بثمن (4000\$)، وفي عام (1990)م ظهرت شركة (نوكيا) لتحدث ثورة في الهاتف المحمول حيث حسنت الشكل وقللت الوزن والسعر وأدخلت تحسينات في سعة البطارية ومدة الشحن(3).

يعد النمو الذي حدث في قطاع الهاتف المحمول عام (1990)م واحداً من أهم النجاحات التي حدثت في صناعة الاتصالات حيث وصل عدد مستخدمي الهاتف المحمول في ذلك العام إلى (293) مليون مستخدم(4).

وفي عام (2002)م كان طفرة في عالم الجوال حيث دخلت شركة (سامسونج) كمنافس قوي لشركة (نوكيا) وتطويرها لأول شاشة ملونة للجوال، ففي عام (2007) مع تزايد الطلب على استخدام الإنترنت يطلق (ستيف جوبز) مدير شركة (أبل) نهاية عصر الهواتف العادية، ويبدأ عصر جديد من الهواتف الذكية التي تتميز بالكثير من التطبيقات وسرعة الإنترنت، وفي عام (2008)م ومع تزايد الطلب الكبير على هاتف (الآيفون) وخوف (جوجل) من تحكم شركة (أبل) في الإنترنت قامت شركة جوجل بشراء نظام (أندرويد) وجعلته مفتوح المصدر لجميع

(1) ويكيبيديا، الهاتف المحمول (موقع إلكتروني).

(2) الرحباني. الإعلام الرقمي -الإلكتروني-، (ص95،94).

(3) ويكيبيديا، تاريخ الجوال (موقع إلكتروني).

(4) Paltridge, "Mobile Phone Pricing Structured and Trends, (p14).

شركات الهواتف المحمولة<sup>(1)</sup>، وبالفعل سيطرت شركة (جوجل) بنظام (أندرويد) على أنظمة الجوال حتى منتصف عام (2016) حيث تستحوذ على أكثر من (85.2%) من سوق الهاتف الذكية<sup>(2)</sup>.

**الهاتف الذكي:** لم يتم الاتفاق بين الشركات المصنعة للجوال على تعريف موحد للهاتف الذكي، إلا أن التعريف الأصح والأكثر قبولاً اليوم أنه الجوال الذي يعمل على أحد أنظمة التشغيل التالي: (ويندوز فون)، أو (لينوكس) أو مشتقاتهما، يعتبر نظام تشغيل (آبل آي) أو (إس أي فون) و(غوغل أندرويد) و(نوكيا) أنظمة مطورة عن (اللينوكس)، وقد اعتبرت الجوال العاملة على أحد هذه الأنظمة جوالاً ذكياً؛ لأنها في الغالب ما تتوفر فيها جميع الشروط السابقة<sup>(3)</sup>.

في البداية لا بد أن نعرض لأهم أجيال الهاتف المحمول ليمكننا أن نتعرف على أهم المراحل التي مر بها حتى تحول من مجرد وسيط اتصالي إلى وسيلة اتصال وإعلام، يمكنها أن تقف على قدم وساق، بل وتتقدم وسائل الإعلام الأخرى التي باتت تنعت بكلمة " تقليدية " بالنظر إلى ما وصل إليه الهاتف المحمول من تقدم، وهي كالاتي<sup>(4)</sup>:

### 1. الجيل الأول للهاتف المحمول:

ظهر الجيل الأول من الاتصالات اللاسلكية في الثمانينيات من القرن الماضي (1982م)، واعتمد على الاتصال التماثلي حيث نقل ذبذبات الصوت فقط بالنظام التماثلي كالتالي تستخدم في الاتصالات التليفزيونية والتليفونية الثابتة<sup>(5)</sup>.

### 2. الجيل الثاني من الهاتف المحمول:

ظهر في 1994 الجيل الثاني من الهاتف المحمول وقامت هذه التكنولوجيا علي إشارات معطيات رقمية منخفضة المجال تسمح بإرسال بيانات محدودة مثل الرسائل النصية القصيرة (S.M.S) والرسائل المصورة (M.M.S)، وبدأ نظام تشفير البيانات.

---

(1) ويكيبيديا، تاريخ الجوال (موقع إلكتروني).

(2) Richter, The Smartphone Platform War Is Over, (Web Site)

(3) سعد محمد، اثر استخدام تقنية المعلومات في تطور الصحفي تطبيقاً على الهواتف الذكية، (موقع إلكتروني).

(4) بلال، الجيل الخامس للهاتف النقال G5؟، (موقع إلكتروني).

(5) قطب، الجيل الرابع للهاتف المحمول الخصائص والإضافات، (موقع إلكتروني).

### 3. الجيل الثالث من الهاتف المحمول:

في عام (1999) ظهر الجيل الثالث من الهاتف المحمول، وهو الجيل الأحدث في تقنيات الهواتف المحمولة الذي يتيح التواصل بطرق متقدمة وبسرعات عالية تفوق ما كان متوفراً في الجيلين الأول والثاني، أعطت للناس القدرة على إجراء المكالمات الهاتفية، إرسال الرسائل، وتصفح الإنترنت بسرعات عالية وصلت تقريباً إلى أكثر من (40) ميغابت في الثانية.

### 4. الجيل الرابع للهاتف المحمول:

بدأ استخدام الجيل الرابع في شهر سبتمبر (2010م) حيث تم تحسين سرعة الاتصال التي أصبحت بأضعاف كثيرة قادرة على رفع وتحميل ملفات كبيرة بدون أية مشاكل وسرعة تحميل الفيديوهات تصل إلى (50) ميغابايت في الثانية.

### 5. الجيل الخامس للهاتف المحمول:

من المنتظر أن يبدأ العمل في نظام شبكات الجيل الخامس في عام (2020م) ستمكن الناس من تحميل فيديو ثلاثي الأبعاد، وكذلك فيديو بدقة عالية، وستسمح لدخول مئات الأجهزة المتصلة مع بعضها البعض إلى شبكة الإنترنت . ونقل بيانات بسرعات تصل إلى (1) غيغابت في الثانية لكن مع الأخذ بعين الاعتبار عدة أمور تؤثر على هذه السرعة مثل المباني.

شهد استخدام الهواتف المحمولة تطوراً مذهلاً على مر الزمن وسيظل يشهد المزيد بخطى دائمة التسارع، فالكثير من أجهزة الهاتف المحمول، ولاسيما في بلدان العالم النامية تُسمى هواتف أساسية، وتعتمد على المواصفات القياسية للجيل الثاني من النظام العالمي للاتصالات المتنقلة الذي تم استحداثه في عام (1991م)، ويوفر هذا النظام عدداً من الخدمات المختلفة المدمجة في صلب النظام القياسي نفسه، غير أن هذه الخدمات ينبغي أن تُسمى خدمات شبكة لا تطبيقات، وتم إدخال الأجهزة القادرة على الدخول على الإنترنت، أو "الهواتف العادية" التي يقتصر عملها على استخدام التطبيقات المدمجة ضمن نظام تشغيلها الأساسي دون غيرها، مع بدء إطلاق خدمات البيانات عبر شبكات الهاتف المحمول في أوائل العقد الأول من الألفية الجديدة، وتدعم هذه الهواتف نقل رسائل الصور وتنزيل الموسيقى، وعادةً ما تحتوي على كاميرا مدمجة<sup>(1)</sup>.

(1) البنك الدولي للإنشاء والتعمير، تعظيم الاستفادة من الهاتف المحمول 2012م (ص5-6).

شهدت صناعة المعلومات والاتصالات في ظل انتشار التكنولوجيا الرقمية تطوراً وتوسعاً ملحوظاً في قطاع الهواتف المحمولة، وما صاحبه من تغيرات اجتماعية واقتصادية ناجمة عن التبني الواسع الانتشار لاتصالات الهواتف المحمولة، فقد أصبح الهاتف المحمول أكثر من وسيلة اتصال أو امتداد للخطوط الأرضية، وإنما أصبح وسيلة لوسائط إعلامية متعددة بشكل جيد، فقد اتضح من بعض الدراسات أن مستخدمي الهاتف لا يريدونه فقط لإجراء اتصالات وإنما أيضاً للاستفادة من الوسائط الإعلامية المتعددة الملحقة به<sup>(1)</sup>.

لقد أصبح اليوم الهاتف النقال بديلاً لأجهزة الكمبيوتر الشخصية المكتبية أو أجهزة الكمبيوتر المحمولة المتنقلة، لأنها هي الأخرى أجهزة متعددة الوسائط وقادرة على نقل الصورة والصوت والرسائل النصية والصور والنغمات وغيرها، وأكثر من ذلك نجد أن فعالية المحمول المتعدد الوسائط عندما يتوحد الحجم والوزن الصغير المتناقص والحاجة القليلة للطاقة والتمن الرخيص مقارنة بأجهزة الكمبيوتر بالإضافة إلى بساطة وسهولة الاستعمال<sup>(2)</sup>.

#### من ميزات الهاتف النقال:

1. توفره في كل مكان وبأي وقت بشكل عام.
2. إمكانية إجراء مكالمات فيديو (صوت وصورة).
3. تقليل التكلفة والجهد وتوفير الوقت حيث انه يقلل من التحركات اللازمة للشخص لإتمام أمور عمله.
4. يساعد على التواصل الاجتماعي خصوصاً مع ظهور برامج الاتصال المجانية.

**ومن سلبياته:** بعض الأضرار الصحية التي يسببها كوجع الرأس بسبب الإشعاعات التي يطلقها، وسيلة اتصال في كل مكان وبأي وقت فهذه ايجابية وسلبية حيث لا مجال للراحة والابتعاد عن العمل بوجوده، عدم توفر الخدمة للاتصال في بعض المناطق خصوصاً باستخدام نظام اتصال الأبراج وليس الأقمار الصناعية، ارتفاع تكلفة استخدام نظام الاتصال بالأقمار الصناعية، إضافة عبء مادي جديد على التزامات الشخص<sup>(3)</sup>.

(1) عثمان، إدراك الجمهور والقائم بالاتصال لوسائل الاتصال الحديثة بالتطبيق على الخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول.

(2) جنيفير، المراهق والهاتف النقال التمثل والاستخدامات.

(3) الجمال، ما هو الهاتف المحمول، (موقع إلكتروني).



يعد استخدام الهاتف المحمول أسرع التقنيات نمواً في العالم بأسره فنحو (4.77)مليار مستخدم بمعدل(63)% من سكان العالم يمكنهم الوصول إلى هاتف محمول<sup>(1)</sup>، وفي فلسطين تبين الإحصائيات أن نسبة (73)% من أفراد المجتمع يمتلكون هواتف محمولة، منهم (77.5)% في الضفة الغربية، و(67.2)% في قطاع غزة<sup>(2)</sup>، حيث تبين الإحصاءات أن عدد المشتركين في خدمة الهاتف المحمول الفلسطيني للشركات الفلسطينية (شركة جوال، وشركة الوطنية موبايل) حتى نهاية العام (2015)، في كافة الأراضي الفلسطينية بلغ (3.55) مليون مشترك، لتقدم شركة جوال خدماتها لأكثر من (2.85) مليون مشترك في الضفة الغربية وقطاع غزة<sup>(3)</sup>.

ووصل عدد مشتركي الوطنية موبايل إلى أكثر من (701) ألف مشترك في الضفة الغربية فقط<sup>(4)</sup>، كما تشير الإحصائيات إلى أن (97.8)% من الأسر الفلسطينية تمتلك هواتف محمولة حتى نهاية عام (2014)م، حوالي (51)% من هذه الأسر يمتلكون هواتف ذكية<sup>(5)</sup>، وفي مسح أجراه مركز بيو للأبحاث في منتصف عام (2016)م أظهرت النتائج أن فلسطين الأولى عربياً في استخدام الهواتف الذكية بنسبة (57)%، وكان نسبة (73)% منهم من الشباب في الفئة العمرية ما بين (18-34)سنة<sup>(6)</sup>.

بما أننا نتكلم عن الوضع القائم في مجال الاتصالات في فلسطين، قمنا بالبحث عن أبحاث تكلمت عن هذا الموضوع، وجدنا بعضهم حاول تحليل المشكلة الناتجة عن الاحتلال الإسرائيلي، وكذلك تكلموا عن وضع قطاع تقنية المعلومات في فلسطين تناولوا في أبحاثهم أثر الاحتلال الإسرائيلي على الأراضي الفلسطينية، اتفاقيات أوسلو، من خلال وضع العديد من العراقيل للحصول على تكنولوجيا من دول العالم وتحكمهم بترددات الطيف الخاصة بفلسطين<sup>(7)</sup>،

---

(1) GSMA, The Mobile Economy 2016 (p6).

(2) المركز الفلسطيني للإحصاء المركزي، المسح الأسري لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات 2014 (ص54).

(3) شركة جوال، (موقع إلكتروني).

(4) شركة الوطنية موبايل، التقرير الربع سنوي، (موقع إلكتروني).

(5) المركز الفلسطيني للإحصاء المركزي، المسح الأسري لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات 2014 (ص36).

(6) Poushter, Smartphone Ownership and Internet Usage Continues to Climb in Emerging Economies, (p14).

(7) بحور، الوصول إلى المعلومات في الأراضي الفلسطينية المحتلة (ص171-173).

فبالرغم من التزامات إسرائيل بموجب القانون الدولي، فإنها تعوق تنمية قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الفلسطيني بشدة، ولا سيما بتقييد الاستعادة من الطيف الكهرومغناطيسي وقعت شركة الوطنية موبايل، المشغل الثاني للاتصالات المتنقلة في فلسطين، اتفاقية ترخيصها مع وزارة الاتصالات الفلسطينية وتكنولوجيا المعلومات في (2007م)، ومع ذلك لم تبدأ الوطنية العمل إلا بعد ذلك بعامين عندما وافقت إسرائيل على إطلاق الترددات، ولكن إسرائيل أطلقت الترددات لشركة الوطنية فقط في الضفة الغربية وليس في قطاع غزة<sup>(1)</sup>.

وفي شهر تشرين ثاني/ أكتوبر من عام (2009م) انطلقت شركة الوطنية للاتصالات للعمل في السوق الفلسطيني؛ ما أوجد حالة من المنافسة بين شركتي "جوال" و"الوطنية"<sup>(2)</sup>، ولا تزال إسرائيل لغاية الآن ترفض إتاحة ترددات إضافية ضمن نطاق الجيل الثاني للمشغلين الفلسطينيين، ناهيك عن إطلاق الترددات المطلوبة لأنظمة وخدمات الجيلين الثالث والرابع.

لقد تسبب حظر الوصول إلى هذه الخدمات على مدى عقود في إعاقة الشركات الفلسطينية وتخلفها تكنولوجياً. فترددات الجيل الثاني المتاحة لا توفر خدمات عالية الجودة ولا سيما خدمات البيانات على الهواتف الذكية الحديثة، وهو ما يريده المستخدم الفلسطيني، وهكذا فإن تطبيقات من قبيل نظام تحديد المواقع العالمي (جي بي أس) وخدمة (باي بال) وغيرها من تطبيقات الهاتف المحمول التي يعتبرها المستخدمون في بلدان أخرى من المسلمات غير متاحة للمستخدم الفلسطيني على شبكة المشغلين الفلسطينيين، فيضطر مجتمع الأعمال والمستخدمون الآخرون للبحث عن هذه الخدمات لدى مزودي الإنترنت الإسرائيليين<sup>(3)</sup>.

تعتمد البنية التحتية في غزة اعتماداً كلياً على إسرائيل. فكابلات الألياف الضوئية الوحيد الذي يربط غزة بالعالم يوجد في إسرائيل. وبالتالي فإن جميع المكالمات تمر حتماً عبر إسرائيل. وهكذا باتت البنية التحتية للاتصالات في غزة فضاءً للمراقبة والسيطرة<sup>(4)</sup>.

---

(1) عرفة، بحور وعبد الله، قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (موقع إلكتروني).

(2) وكالة الأنباء الفلسطينية، الهاتف الخليوي (موقع إلكتروني).

(3) عرفة، بحور وعبد الله، قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (موقع إلكتروني).

(4) Tawil, Digital Occupation: Gaza's High-tech enclosure (p.31).

## ثانياً: ويب المحمول:

الجيل الثالث للإنترنت ويب(3.0):ظهر هذا المصطلح للمرة الأولى في عام (2006)م في مقال منشور بأحد مدونات الخبراء الناشطين في مساحة الإنترنت (لجيفري زيلدمان) في معرض تقديم رؤية نقدية للنقاشات المثارة حول ويب (2.0) والتقنيات المرتبطة بها، حيث ذكر أنها طريقة جديدة لبناء تطبيقات الحاسوب، وأنه يرى أن ويب (3.0) عبارة عن مجموعة من التطبيقات المدمجة في إطار واحد، حاملة مجموعة من الخصائص المتمثلة في الصغر النسبي لحجم هذه التطبيقات، إلى جانب القدرة على تنصيبها وتشغيلها في أي بيئة إلكترونية، كالحاسوب أو الهاتف الجوال أو المساعدات الشخصية الرقمية، وتكون في الوقت نفسه سريعة جداً وقابلة للتكيف وفق رغبة مشغلها، معتمدة في توزيعها وتسويقها كمنتج على زيادة الوعي بها والانتشار من خلال ترابط الشبكات المختلفة الموجودة على الإنترنت (1).

وتعد نقطة التحول الرئيسية لدعم الاتصال والربط بين تقنيات الإنترنت وتقنيات عالم المحمول ومنتجات الذكاء الصناعي، وتلك ليست سوى خطوة باتجاه تعظيم قدرة التطبيقات الحاسوبية المختلفة ومنتجات الذكاء الصناعي على الوصول للمحتوى بالغ الوفرة على الإنترنت، والذي تصل وفرته لدرجة السيولة التي تعوق سهولة الوصول لمحتوى ذي خصائص نوعية هذا بالإضافة لما في ذلك من إمكانيات تسويقية عالية(2).

تقليدياً كان الوصول إلى شبكة الإنترنت عبر خدمات الهاتف الثابت، ومع ذلك أصبح الويب أكثر ولوجاً عبر الأجهزة المحمولة واللاسلكية، ففي عام (2008)م تم تحقيق قفزة نوعية حين تم الانتقال من الثابت إلى الإنترنت المحمول، عبر استخدام الهاتف المحمول لأول مرة، متجاوزا الحاسوب المكتبي.

---

(1) Malinka &Tatyana, Web 2.0 And Web 3.0 Environments: Possibilities For Authoring And Knowledge Representation (p.15).

(2) بن زايد، تنظيم واسترجاع المعلومات على الشبكة العنكبوتية بين هيمنة محركات البحث وفعاليات تقنية الفلوكسونومي (ص113).

"ويب المحمول"، "ويب الجوال"، "ويب موبايل": هي مصطلحات تشير إلى استخدام التطبيقات المتصلة بالإنترنت ، أو الوصول استناداً إلى مستعرض للإنترنت من جهاز محمول، مثل الهاتف الذكي، أو جهاز الكمبيوتر اللوحي، متصلاً بشبكة لاسلكية<sup>(1)</sup>.

الموبايل إنترنت: يشير إلى الوصول إلى الإنترنت من جهاز محمول، مثل الهواتف الذكية أو المحمول عن طريق قدرات متكاملة أو عن طريق جهاز مستقل (مثل مودم أو بطاقة محول)<sup>(2)</sup>. وقد ظهرت الاستفادة من ويب المحمول في عام (2006)م بظهور الجيل الثالث من الهواتف المحمولة التي تعمل على نقل مواد مرئية بدرجة عالية من النقاوة وبالتالي يمكن استخدامه يوميا يسجل ويحرر ويدون الأحداث والقصص اليومية، وأيضا القدرة على استقبال البث التلفزيوني بالإضافة إلى أن الجيل الثالث مكن مستخدميهم من الاتصال بشكل أسرع مع شبكة الإنترنت ، والتي سهلت من إرسال وإجراء المعاملات البنكية والتسوق وخدمات تنزيل المواد السمعية والبصرية<sup>(3)</sup>.

ويتم التمييز بين تطبيقات ويب المحمول والتطبيقات الأصلية للمحمول لتصبح واضحة بشكل متزايد، كما تتيح متصفحات الجوال الولوج مباشرة إلى الأجهزة من الأجهزة النقالة - بما في ذلك التسارع ورقائق تحديد المواقع-، وأداء التطبيقات يستند إلى مستعرض تحسين (القدرات والسرعة الحكيم)، بمجرد أن يقوم المستخدمون غير القادرين على التمييز بين تطبيقات الويب الأصلية والمتنقلة، فإن الويب الجوال يشير بصورة عامة إلى الولوج إلى شبكة الإنترنت أو استخدام التطبيقات المتصلة بالإنترنت من جهاز محمول، في الواقع لقد تم التحول إلى تسريع الولوج لويب الجوال منذ عام (2007)م مع ظهور الهواتف الذكية التي تعمل بخاصية اللمس، وفي الآونة الأخيرة منذ (2010)م مع ظهور أجهزة الكمبيوتر اللوحي التي تعمل باللمس أيضا، كلاهما يفضي بقدر أكبر للوصول إلى شبكة الإنترنت، وأفضل مستعرض أو تطبيق المستخدم المستندة إلى ويب من الخبرات التي يوفرها تم الأجيال السابقة من أجهزة الجوال<sup>(4)</sup>.

(1) خيرى، صحافة الهاتف النقال، (موقع إلكتروني).

(2) المرجع السابق، (موقع إلكتروني).

(3) البنك الدولي للإنشاء والتعمير، تعظيم الاستفادة من الهاتف المحمول 2012م (ص5-6).

(4) خيرى، صحافة الهاتف النقال، (موقع إلكتروني).

بفضل التقدّم الهائل في تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية وتطوّر خدمات رسائل المحمول القصيرة (SMS)، وتعدّد أدوات التصوير الرقمي وانتشارها بين أيدي الجمهور، وذيوع تصفّح الإنترنت ، و ظهور تقنية إرسال الأخبار الفورية مباشرة إلى الجمهور التي تحمل اسم " آر إس إس " (RSS) والتي يمكن الحصول عليها أيضاً من طريق الهاتف النقال وغيره<sup>(1)</sup>.

### ثالثاً: صحافة الهاتف المحمول مفهومها، وتطورها:

مع تطور المحمول في مرحلة الجيل (2.5) تطورت إمكانياته وساعد هذا التطور على تنامي الدور الذي يلعبه الهاتف المحمول، فتطوّر من مجرد آلة صغيرة ينحصر دورها في تلقي المكالمات الصوتية فحسب إلى وسيلة مزودة بوسائط متعددة وتقنيات عالية فأصبح بإمكان المستخدم التحدث والكتابة وتبادل ملفات الصوت والصورة، وانعكس ذلك على الدور الذي يقوم به المحمول من مجرد دور اتصالي إلى دور إعلامي أيضاً<sup>(2)</sup>.

وقد دخل الهاتف المحمول عصر الثقافة البصرية المباشرة، عندما صارت له كاميراته الرقمية، وأعطته تلك الكاميرا القدرة على التواصل باللغة البصرية، أي عبر الصورة ورسائل الفيديو (M.M.S)<sup>(3)</sup>، حيث ترجع بدايات استخدام الهاتف المحمول في بث المحتوى في فترة التسعينيات وتحديداً في ديسمبر (1992م)، عندما استخدمت لأول مرة خدمة الرسائل القصيرة (SMS) في بريطانيا، تبعها في فنلندا عام (1993م) أول رسالة يتم إرسالها من شخص إلى آخر، وكانت هذه الخدمة أحد السمات الأساسية المميزة للجيل الثاني للهواتف المحمولة<sup>(4)</sup>.

فالإمكانيات المتعددة التي حفل بها الهاتف المحمول أتاحت له القيام بدور وسيط إعلامي، والقيام بوظائف عديدة، اتصالية (من خلال الرسائل القصيرة، إجراء المكالمات، الدردشات، البريد الإلكتروني)، ووظيفة إعلامية (من خلال خدمة تصفّح المواقع الإلكترونية)، وتسلية (من خلال الألعاب العديدة، الدردشة)، إخبارية (من خلال إمكانية تصفّح المواقع الإخبارية، أو المشاركة في خدمة البث الإخباري علي المحمول التي تقدمها بعض المواقع)،

(1) Passani ,Global Authoring Practices for the Mobile Web (Web Site).

(2) قطب، إعلام الهاتف المحمول: سمات الحاضر وآفاق المستقبل (ص79-81).

(3) صحيفة الحياة اللندنية، ولادة صحافة النقال تغيير في أساليب الاتصال (ص21).

(4) Taylor ,Alex &Vincent, An SMS History. Computer Supported Cooperative Work series (p.75).

وإعلان (من خلال بث بعض المعلنين لإعلانات قصيرة عبر الهاتف المحمول)، فلاشك أن كل ذلك قد غير من سلوكيات اتجاهات تعامل المستخدمين مع الهاتف المحمول إلى الدرجة التي تجعلنا يمكن أن نقول أن الهاتف المحمول لم يعد يقتصر دوره على مجرد وسيلة تحقق الاتصال بين طرفي العملية الاتصالية فقط، وإنما تطور دوره إلى وسيلة يمكنها أن تحقق لدى بعض الأفراد والجماعات التفاعل مع الآخرين من خلال الأدوات التفاعلية التي أتاحتها<sup>(1)</sup>.

استغلت صناعة الصحافة الانتشار المتسع لأجهزة الهاتف المحمول كوسيط لنشر الأخبار والمعلومات، حيث اتجهت صحف أوروبية وأمريكية إلى وضع جانب من محتوياتها الإخبارية على المحمول، وتضمن ذلك في البداية إعطاء عناوين إشارية للمستخدم، ثم بعض التفاصيل بعد ذلك من خلال الرسائل النصية القصيرة، ومن ثم إرسال رسائل بعناوين المواقع أو بروابط إخبارية.

والصحافة كغيرها من الحرف استطاعت أن تحقق فائدة كبيرة من الوسائل والتطبيقات التي أوجدتها ثورة تقنيات الاتصال والمعلومات، حيث استطاع الحاسب الآلي إحداث تغيير واسع في عملية إنتاج وإدارة صناعة الصحافة بمختلف فروعها -إذاعة وتلفاز وصحف ورقية-، الأمر الذي أدى إلى ظهور مصطلحات جديدة لوصف الصناعة في محور الوظائف المهنية ومحور جودة المحتوى، إلى جانب إتاحة مواعين حديثة للنشر مثلما توفره كثير من البرمجيات والتطبيقات الرقمية كالمدونات، ومواقع الإعلام الاجتماعي، ومواقع مشاهدة ورفع المواد المصورة<sup>(2)</sup>.

مع تزايد اهتمام الجمهور بما يكتبه المدونون على الإنترنت على مدوناتهم، التقطت بعض المواقع الصحافية على الإنترنت الخيط، وأضاف الكثير منها أقساماً خاصة بالمدونات، ويرجع جزء من الاهتمام إلى أن المدونات لشخص لا يرتبط بمؤسسة، بل ليس مضطراً إلى الكشف عن نفسه، فيكتب متحرراً من القيود التقليدية للصحافة، وهكذا ظهرت "صحافة" بديلة وشبابية على الإنترنت، لم يتأخر الهاتف المحمول في التقاط عدوى المدونات وتحول الاسم إلى (موبيلوغرز)، في الإشارة إلى استخدام الهاتف المحمول في الكتابة، ويعمل هواة المدكرات

(1) قطب، إعلام الهاتف المحمول: سمات الحاضر وآفاق المستقبل (ص79-81).

(2) سعد محمد، اثر استخدام تقنية المعلومات في تطور الصحفي تطبيقاً على الهواتف الذكية، (موقع إلكتروني).

الالكترونية من نوع (موبيلوغرز) بالطريقة نفسها التي يعمل بها المدونون على الإنترنت ويتمثل الفارق الأساسي بينهما في استخدام الهاتف المحمول كبديل للكمبيوتر، وثمة مواقع الكترونية تعطي إمكانية الكتابة اليومية في صفحاتها الإلكترونية باستخدام رسائل الهاتف المحمول النصية القصيرة، وكل ما يتوجب عمله، هو كتابة المذكرات على شكل رسائل محمول، ثم إرسالها إلى الموقع. فمن الملاحظ أن هنالك من أوجه الشبه بين "لغة" الكتابة على الإنترنت، وخصوصاً في غرف المحادثة وبين لغة رسائل المحمول، إذاً فعلى رغم الشبه إلا أن للهاتف المحمول خصوصياته في الاتصال<sup>(1)</sup>.

دخلت الهواتف المحمولة ميدان العمل الإعلامي تدريجياً ابتداءً من خدمات الرسائل العاجلة، قبل عدة سنوات، وأخذت بالتطور، حتى أصبح الهاتف المحمول مؤسسة كاملة لصناعة الأخبار، وحتى في التلفزيون يمكن من خلاله تنفيذ حوار كامل وإجراء العمليات الفنية المونتاج والصوت والبيث، فلم تعد هناك حاجة إلى مكتب وأموال<sup>(2)</sup>.

ويشير (سكولاري) أن صحافة الهاتف المحمول أنها تعد وسيلة الإعلام الخامسة بعد الصحيفة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت<sup>(3)</sup>.

**صحافة المحمول:** هي صحافة جمع وتوزيع الأخبار باستخدام المحمول<sup>(4)</sup>.

**صحافة المحمول:** هو شكل ناشئ من الإعلام الجديد للرواية الصحفية يستخدم فيها الأجهزة المحمولة مع شبكة اتصالات، وذلك لتحرير الأخبار وجمعها وتوزيعها من المجتمع<sup>(5)</sup>.

ويعرف الباحث صحافة الهاتف المحمول إجرائياً بأنها: توصيل الأخبار وإنتاجها باستخدام الأجهزة المحمولة (محمول عادي، أجهزة هواتف ذكية، حواسيب لوحية) سواء عبر شبكات الاتصالات من رسائل نصية أو مصورة عبر الشريحة، أو بواسطة شبكات الإنترنت من متصفحات المحمول أو عبر التطبيقات المحملة (إخبارية، تواصل اجتماعي، بريدية، صورة وصوت وفيديو).

---

(1) منتديات طموحنا، ولادة صحافة الهاتف المحمول (موقع إلكتروني).

(2) صحيفة العرب، صحافة الموبايل تقتحم عالم الإنتاج الإعلامي، (ص18).

(3) Scolari, Mobile media: towards a definition and taxonomy of contents and applications (p.30) .

(4) Quinn, MoJo – Mobile Journalism in the Asian Region (P.10).

(5) Richardson, Mobile Journalism: A Model for The Future.

**صحافة المحمول:** يشير هذا المصطلح إلى توصيل الأخبار وإنتاجها باستخدام الأجهزة المحمولة، حيث إنه من الممكن توصيل الأخبار باستخدام الأجهزة المحمولة عبر خدمة الرسائل القصيرة أو تطبيقات مخصصة أو باستخدام نسخ مخصصة للجوال من المواقع الإعلامية<sup>(1)</sup>. كما أن صحافة الهاتف المحمول تعرف أحياناً باسم موجو (mojos) للصحفي المحمول، والموظفين والصحفيين المستقلين الذين قد يستخدمون الكاميرات الرقمية وكاميرات الفيديو، وأجهزة الكمبيوتر المحمولة، والهواتف الذكية أو أجهزة الكمبيوتر اللوحي، ثم يتم استخدام النطاق العريض اتصال لاسلكي أو شبكة الهاتف الخليوي لنقل قصة وصور للنشر. وكان مصطلح صحافة الهاتف المحمول يستخدم منذ عام (2005م)، والذي نشأ في (فورت مايرز نيوز برس)، ثم اكتسب شعبية في جميع أنحاء (جانيت) وهي سلسلة صحيفة في الولايات المتحدة<sup>(2)</sup>.

وبدأت صحافة الموبايل في التطور بعد أن كانت مقتصرة على الرسائل النصية لتكون في الوقت الحاضر قناة مستقلة، بتحرير النصوص والصور والفيديو في جهاز واحد مع تسويق المنتج عبر تطبيقات في الجهاز ذاته أيضاً<sup>(3)</sup>.

تحول الهاتف المحمول إلى أداة إعلامية متكاملة، خاصة وأن صحافة الموبايل في مرحلة نمو بفضل تطوير تقنيات وتطبيقات جديدة. الأمر الذي أدى بالهواتف الذكية أن تغير من الواقع الإعلامي الحالي بحيث تحولت إلى أداة للإنتاج الإعلامي فأطلق عليها اسم **صحافة الموبايل**، فأصبح للهواتف الذكية لها أهمية كبيرة في نقل الوقائع تلفزيونياً وإنتاج الأفلام وفي التصوير الاحترافي<sup>(4)</sup>.

ويقول الخبراء إن حركة صغيرة أصبحت قادرة على بلورة المفهوم بطريقة مثيرة، ويذكر صعودها ونجاحها السريعين بالانفجار الذي شهده **إعلام الهاتف المحمول**، وهو مفهوم جديد بدأ يطل علينا منذ فترة، وي طرح قالباً وشكلاً وصناعةً إعلاميةً جديدةً وفريدةً، دفع إليها التقدم

---

(1) موسوعة ويكيبيديا، صحافة الجوال، (موقع إلكتروني).

(2) Richardson, Mobile Journalism: A Model for The Future.

(3) الدجين، صحافة الموبايل.. أنت حارس البوابة (موقع إلكتروني).

(4) الربحاني، الأجهزة الذكية تتحول إلى أداة إعلامية متكاملة (موقع إلكتروني).



التكنولوجي الذي بدأت كل الوسائل الإعلامية الجديدة وتلك الأخرى التي غدت تقليدية، بدأ كل منهما يحاول ركب هذا التقدم التكنولوجي، ويسعى إلى لفت الانتباه وجذب الجمهور إليه<sup>(1)</sup>. استهلاك الفيديو على الأجهزة المحمولة، وقد سبق وبدأ البعض في كتابة تاريخ صحافة الموبايل، عندما بث تلفزيون (بي بي سي) أول تقرير له تمّ إعداده كلياً على جهاز الآيفون، وهو يتمثل في تقرير من المراسل المتخصص في التكنولوجيا (ديفيد غروسمان) يدور حول موضوع الخصوصية في عصر الإنترنت<sup>(2)</sup>.

إن الإعلام الجديد لم ينتقل تدريجياً كالإعلام التقليدي، بل انتقل بصورة مفاجئة وسريعة بحيث تعاضم فيه دور الفرد في وضع أجندات، وأصبح متحولاً من مجرد شخص مستقبل للمعلومة إلى شخص صانع للقرار ومتحكم في الأخبار والمعلومات وموزع لها في الوقت نفسه.

تحول الهاتف الذكي إلى أداة إعلامية متكاملة، خاصة وأن صحافة الهاتف المحمول في مرحلة نمو بفضل تطوير تقنيات وتطبيقات جديدة الأمر الذي أدى بالهواتف الذكية أن تغير من الواقع الإعلامي الحالي بحيث تحولت إلى أداة للإنتاج الإعلامي فأطلق عليها اسم «صحافة الموبايل»، فأصبح لها أهمية كبيرة في نقل الوقائع تلفزيونياً وإنتاج الأفلام وفي التصوير الاحترافي<sup>(3)</sup>.

فظهر تطبيقات المحمول، وهي البرامج الخاصة المحملة على الأجهزة المحمولة، والتي تستطيع التفاعل مع خدمات البيانات الموجودة على الإنترنت وتكون تابعة لمالك نظام تشغيل الهاتف، يعني أن القضية الرئيسية للمجتمع الإنمائي اليوم لم تعد مجرد القدرة الأساسية على امتلاك هاتف محمول، بل ما يمكن عمله بهذه الهواتف<sup>(4)</sup>، وفي منتصف عام (2016)م بلغ عدد تطبيقات المحمول على جميع متاجر أنظمة التشغيل على مستوى العالم حوالي 5ملايين و (703) ألف<sup>(5)</sup>، وهي تطبيقات تفتح أمام الهاتف المحمول آفاقاً مبتكرة ومتنوعة تحمل بين طياتها إمكانية إحداث تأثير هائل على حياة الناس في البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء.

(1) قطب، إعلام الهاتف المحمول: سمات الحاضر وآفاق المستقبل (ص79-81).

(2) صحيفة العرب، صحافة الموبايل تقتحم عالم الإنتاج الإعلامي، (ص18).

(3) الربحاني، الأجهزة الذكية تتحول إلى أداة إعلامية متكاملة (موقع إلكتروني).

(4) البنك الدولي للإنشاء والتعمير، تعظيم الاستفادة من الهاتف المحمول 2012، (ص8).

(5) Statistics Portal, Number of apps available in leading app stores as of June 2016 (Web Site).

يعتقد الباحث أن الشكل التقليدي أو الشعبي لصحافة الهاتف المحمول نلاحظه في حياتنا اليومية عبر المنشورات والصور والمقاطع التي تردنا من التطبيقات، إذ يتلخص المحتوى عادة في الفعل وردة الفعل من وجهة نظر القائم بالعمل الذي يحدد مسبقاً الحدث والنتيجة بالرضا أو السخط، وعادة ما تتمحور حول حدث أو موضوع معين، لكن الوجه الحقيقي لصحافة الهاتف المحمول هو الإنتاج الحقيقي للمادة الصحفية، كالتغطيات أو سرد القصص الميدانية مع تطبيق بعض المعايير المهنية كآلية الإمساك بالهاتف أثناء التصوير، وغير ذلك من الإجراءات التي من شأنها تقديم منتج احترافي يماثل الوسائل الإعلامية.

كما أن الباحث يؤكد أن صحافة الهاتف المحمول في مرحلة نمو، ولا تزال هناك الكثير من التطورات القادمة خاصة مع تطوير التقنيات والأدوات المساعدة وتطبيقات الأجهزة الذكية على صعيد الفيديو والصوت، ولن تتمثل وتزدهر إلا من خلال الشغف بها وأدواتها، والعمل وفق الأخلاقيات العامة للمجتمع بتناول قضاياها وتقدير الخصوصية، وهذا دور حارس البوابة المستقبل.

#### رابعاً: خصائص صحافة الهاتف المحمول:

لم يقتصر تطور الهاتف المحمول على خصائصه المادية كالحجم والوزن والإمكانات المادية، ولكن التطور الحقيقي هو تطور في التطبيقات والخدمات المقدمة، وتحديدًا خدمات المحتوى التي تختلف عن خدمات الاتصال البسيط في كونها تحتاج إلى مدخلات (محتوى رقمي) وأدوات للعرض<sup>(1)</sup>، ومن هنا قام الباحث بتحديد خصائص صحافة الهاتف المحمول من وجهة نظره كما يلي:

1. الفورية: يتمثل المظهر البارز لتأثير ثورة تقنية المعلومات في استخدام الحاسبات الإلكترونية في استغلال أقل حيز في تخزين واسترجاع المواد الصحفية وبالسعة الزمنية عبر الاتصال بشبكات الإنترنت وأبراج الاتصالات الموجودة حول العالم باستخدام تقنيات الربط

---

(1) السيد، استخدام الهواتف المحمولة في تعزيز الوصول للمحتوى الرقمي العربي.

المتاحة<sup>(1)</sup>، والفورية في صحافة الهاتف المحمول في إرسال الأخبار أو البيانات وتوثيقها وسرعة إعداد وإرسال التقارير والمواد الإخبارية وبثها عبر المنصات المحمولة أو التطبيقات المختلفة<sup>(2)</sup>.

**2. التفاعلية:** تميزت ظاهرة الإعلام الجديد بقدر عالٍ من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، تزداد درجة التفاعل بين المستخدمين دون تقيد بحدود الزمان أو المكان، ومزیداً من التواصل دون الاتصال فحسب، فلم تعد مسألة التواصل بين الأفراد تتقيد إلى حد ما بضرورة وجود الاتصال الوجيهي، وخاصة للهاتف المحمول حيث يوفر أدوات التفاعلية بشكل أكبر، وهناك زيادة واهتمام ملحوظ في تزيين وتجميل نداءات المحمول، بحيث تصبح غير آلية، وتؤدي وظيفة اجتماعية وعاطفية، مثل إظهار القلق، التضامن... إلخ<sup>(3)</sup>.

وتعد صحافة الهاتف المحمول من الأنماط الصحفية الأكثر تفاعلاً من قبل الجمهور، ومشاركة للأفكار والرؤى، بمعنى آخر إنها صحافة الوسائط المتعددة التي تتواجد على مختلف المنصات الإلكترونية من شبكات اجتماعية وتطبيقات اتصالية وبرامج تواصلية، إنها ثورة اتصالية دمجت بين جملة من التطبيقات والمنصات بهدف محاصرة المستخدم بكثير من الوظائف والإمكانات التفاعلية الفريدة من نوعها، والتي حولت الجمهور من مجرد متلقين سلبيين للمواد الإعلامية إلى مشاركين إيجابيين في العمليات الإعلامية والاتصالية والتفاعل معها.

**3. التواصل الاجتماعي:** إلى جانب تطور الدور الإعلامي الذي أصبح يقوم به الهاتف المحمول، أصبح يؤدي على نحو مماثل دوراً اجتماعياً فأصبح يقوم بدور اتصالي وإعلامي بل ودور اجتماعي، أيضاً فمن خلال الإمكانيات التي توافرت له تعددت وظائفه من مجرد وظيفة اتصالية، فمع اتساع إمكانياته تعددت أغراضه الإعلامية، فأصبح بإمكان المستخدم تصفح الإنترنت ليس المواقع الإعلامية فحسب، بل أصبح بإمكانه تصفح المدونات بل والدخول على مدونته الخاصة والتعديل فيها، وبالتالي أصبح يؤدي مهاماً أوسع داخل وظيفته الاتصالية و الإعلامية<sup>(4)</sup>.

**4. المرونة:** قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات

(1) سعد محمد، اثر استخدام تقنية المعلومات في تطور الصحفي تطبيقاً على الهواتف الذكية، (موقع إلكتروني).

(2) Väättäjä, Framing the User Experience in Mobile News Making with Smartphone's.

(3) قطب، إعلام الهاتف المحمول: سمات الحاضر وآفاق المستقبل (ص79).

(4) المرجع السابق، ص81.

وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي تناسبه، وكذلك المشاركة من أي مكان وفي أي زمان؛ وذلك بالاستفادة من قدرة تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية على الحركة ومتابعة الحدث في مكان حدوثه مباشرة وبسرعة فائقة<sup>(1)</sup>، وتبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة للمستخدم إذ يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بتطبيقات وأدوات الهاتف المحمول أن يتجاوز عدداً من المشكلات الإجرائية التي تعترضه، وكلما ازدادت قدرات الهواتف المحمولة تزداد مرونة التعامل معها من الناحية التقنية.

**5. الشخصية:** إمكانية خلق المحتوى ومشاركته من قبل المستخدم فلم يعد الاهتمام مقتصرًا على المحتوى المؤسسي، ولكن تجاوز ذلك إلى المحتوى المنتج من قبل المستخدم تسارع عمليات ميلاد الفرد والفردانية وإيقاعاتها في الحياة، وتسهل عملية تبادل المعلومات بين المستخدمين، بالإضافة إلى أنّ إمكانية إنتاج القصة الصحفية بكل تفاصيلها غير خاضعة لتوجهات منظمات معينة، بل للقناعات الشخصية للفرد نفسه خلافاً لوسائل الاتصال التقليدية<sup>(2)</sup>.

**6. متعددة الاتجاهات:** جسدت صحافة الهاتف المحمول انقلاباً لنموذج الاتصال التقليدي، بما يسمح للمؤسسة أو الفرد العادي بإيصال رسالته إلى من يريد، في الوقت الذي يريد، بالطريقة التي يريد، وليس من أعلى إلى أسفل، وفق النموذج الاتصالي القديم، وهذا ما أعطى إمكانية وضع المعلومات والأخبار والمواد الإعلامية في أيدي المجتمعات الصغيرة<sup>(3)</sup>.

**7. سهولة الاستخدام:** تعد خاصية سهولة الاستخدام أحد أهم عوامل تفضيل مستخدمي صحافة الهاتف المحمول، حيث لا تتطلب بذل جهد جسدي وعقلي كبير لفهم أو استيعاب ما تتوافر من مواد، خاصة مع استخدام بعض التطبيقات المبسطة التي تسهم في تسهيل الحصول وتبادل المعلومات ومتابعة الأخبار والتطورات الأخيرة، وقد ساهمت الكثير من الشركات في تطوير أدوات ومعدات وبرمجيات صحافة الهاتف المحمول<sup>(4)</sup>، حيث تمكن من استخدام صحافة الهاتف المحمول بسهولة، حتى لذوي الاحتياجات الخاصة، مما أدى إلى سهولة في

---

(1) خيرى، صحافة الهاتف النقال (موقع إلكتروني).

(2) المرجع السابق، (موقع إلكتروني).

(3) بن سعيد، صحافة المواطن والمسؤولية الاجتماعية (موقع إلكتروني).

(4) نوفل، صحافة الجوال MOJO، (موقع إلكتروني).

إنتاج المحتوى الإعلامي دونما عناء، أو حاجة إلى الكوادر البشرية أو الأدوات المساعدة باهظة الثمن، وكذلك سهلت نشر وإرسال المواد الإعلامية، في كثير من الأحيان يقوم المستخدم عبر صحافة الهاتف المحمول بعرض الفيلم على الهواء مباشرةً، في حين أن سيارات الأقمار الصناعية التقليدية وطواقم الأخبار تكون في طريقها إلى مكان الحادث<sup>(1)</sup>.

**8. الإغراق المعلوماتي:** هي عبارة عن مجموعة البيانات والمعلومات (المنظمة أو غير المنظمة) الضخمة جداً والمعقدة بسبب المعلومات الإضافية المشتقة من تحليل مجموعة واحدة كبيرة من البيانات ذات الصلة، مما يؤدي إلى صعوبة فهم الشخص لمسألة ما واتخاذ القرارات المناسبة.

**9. التغلب على الرقابة:** سمحت صحافة الهاتف المحمول للفرد صناعة المحتوى الإعلامي، واستقباله، وإرساله، وإبداء رأيه، وللنقد، والتعليق على الموضوعات، دون قلق أو خوف من الملاحقة المحلية والدولية وحدود القانون والرقابة المرتكزة على تقييد حرية الإعلام والمعتقد والتعبير في معظم بلدان العالم، وانعكاس ذلك على مدى قدرة وكفاءة النظام السياسي والنخبة الحاكمة وغيرها على السيطرة الرمزية على ظاهرة ميلاد الفردانية<sup>(2)</sup>.

**10. تغير الروتين:** الهواتف المحمولة غزت وسيطرت تماماً على السلوك الروتيني اليومي بكل مستوياته، وعلى كافة الأوقات<sup>(3)</sup> فالهاتف المحمول أصبح لا يقف عند مجرد آلة تستخدم للاتصالات الضرورية فحسب، بل وسيلة يمكنها أن تؤدي نفس الأدوار التي تقوم بها الوسائل الإعلامية الأخرى التي صارت تقليدية في ظل التقدم الذي لحق بالإنترنت و الهاتف المحمول، فالهاتف المحمول إذن أصبح يؤدي وظيفة: اتصال- إعلام- إخبار- إعلان-ترفيه، فاستيعاب الهاتف المحمول لإمكانيات الإنترنت والإذاعة والتلفزيون والصحافة، كسر متسارع لبعض مكونات القيم التقليدية، وتجاوز بعضها الآخر، والتشكيك في شرعية بعضها الآخر ومدى ملاءمته للحياة العصرية<sup>(4)</sup>.

(1) صحيفة العرب، صحافة المحمول تصنع ثورة في تغطية الأخبار، (ص18).

(2) عبد الفتاح، السياسة الرقمية وميلاد الفرد والحرية (موقع إلكتروني).

(3) قطب، إعلام الهاتف المحمول: سمات الحاضر وآفاق المستقبل (ص79-81).

(4) عبد الفتاح، السياسة الرقمية وميلاد الفرد والحرية (موقع إلكتروني).

## خامساً: صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار:

أصبح عالم اليوم من خلال أدوات التطور التكنولوجي التي لا تعد ولا تحصى وعالم الاتصالات يتوقف على إشارة بكبسة زر، من خلال استخدام الهواتف المحمولة، والتي من خلالها يمكن استخدام أشكال الإعلام الجديد جميعها، حيث أثار الإعلام الجديد شهية كبرى لدى المستخدمين للحصول على الأخبار والمعلومات في أي وقت وفي أي مكان، حيث أصبح هناك وسائل جديدة لصناعة الأخبار، من خلال استخدام صحافة الهاتف المحمول التي تعتبر شكلاً جديداً من أشكال الإعلام الجديد<sup>(1)</sup>.

وانضمت الهواتف المحمولة إلى عالم الإعلام لتحديث قفزة كبيرة في ميدان نقل الأخبار وتغطية الأحداث، لكنها تطرح أسئلة حول جودة المحتوى الصحفي، ومكانة القيم الصحفية التقليدية، في ظل اتساع دائرة الاهتمام بها من قبل المواقع الإخبارية ووكالات الأنباء العالمية، وساهم وجود الأدوات المحمولة بين أيادي الصحفيين في كثير من الأحيان بتقديم المواد الإعلامية فور الكشف عن آخر مستجداتها، وفتحت صحافة الهاتف المحمول قنوات جديدة للتواصل بين الأفراد في المجتمع، مما قد يتيح فرصة أكبر للجميع للوصول إلى المعلومات العامة والحصول على الخدمات الإنسانية، فلم يسبق لأي تكنولوجيا أن وصلت إلى أيادي كثيرة في بلدان العالم في فترة زمنية قصيرة كما فعلت التكنولوجيا المحمولة.

إن صحافة الهاتف المحمول هي إحدى وسائل الإعلام الحديثة التي فرضت نفسها بقوة في الوقت الحالي، وتعد الوسيلة الجديدة للصحف لمنافسة الإعلام المرئي، من خلال السبق الصحفي<sup>(2)</sup>، وقد شكل العام(2015)م نقلةً نوعيةً في صحافة الهاتف المحمول، فأصبحت المواقع المتخصصة في مشاركة الصور والفيديو، هي المنصات التي يتم من خلالها في كثير من الأحيان عرض الأخبار العاجلة، وبصورة يسهل على المتابعين هضم الخبر بسهولة، والتطبيقات البصرية الخاصة بعرض التقارير والقصص الإخبارية، ويمكن استخدامها جنباً إلى جنب مع هذه الحزم التقليدية، لتبقي طوال اليوم المستمعين والمشاهدين والمستخدمين في انخراط معها<sup>(3)</sup>.

(1) الربحاني، الأجهزة الذكية تتحول إلى أداة إعلامية متكاملة (موقع إلكتروني).

(2) شفيق، الإعلام الجديد الإعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية (ص263-264).

(3) صحيفة العرب، صحافة المحمول تصنع ثورة في تغطية الأخبار، (ص18).

ولم تقتصر الأجهزة الذكية على الدردشات والتسلية فحسب، بل أصبحت وسيلة لنقل المعلومات والأخبار، كما أصبحت وسيلة للتسويق. فنجد أن معظم الصحفيين باتوا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الأجهزة الذكية لتوفرها في كل مكان وزمان لنقل الأحداث والأخبار ونشر مقالاتهم<sup>(1)</sup>.

تمتلك صحافة الجوال أيضاً إمكانية وضع تقديم التقارير الإخبارية في أيدي المجتمعات الصغيرة، وتسهيل عملية تبادل للمعلومات بين المستخدمين أفضل كثيراً نتيجة سهولة استخدام الهواتف الجوال، مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية مثل الراديو والتلفاز والصحف<sup>(2)</sup>.

تجدر الإشارة إلى أن العديد من المؤسسات الإعلامية حول العالم أولت اهتماماً منذ سنوات بتقديم خدماتها الإخبارية عبر الهاتف المحمول، من خلال الرسائل النصية القصيرة أو رسائل الفيديو وخدمات أخرى تم تطويرها لاستغلال الهواتف في الميدان الإعلامي<sup>(3)</sup>.

وإمكانية بث المعلومات من خلال الهاتف المحمول، نشأت الخدمات الإخبارية التي تقدم من خلال التطبيقات اللاسلكية، وهذه التطبيقات اللاسلكية تعد المعبر إلى عالم جديد من البيانات المتحركة مثل خدمات خاصة عن (الطقس، الرياضة، الأخبار، التسوق، التسلية، الترفيه، الخدمات المصرفية، أخبار البورصة) كل ذلك يتم توافره من خلال الهواتف المحمولة. وبعد أن طرح الهاتف المحمول نفسه كوسيط إعلامي ربما لا يقل أهمية عن الحاسب الآلي، خاصة بعد نزول الجيل الثالث فأصبح التصفح أكثر سرعة وبمرور الوقت أصبح السعر أقل، وربما هذا ما جعل مواقع كبيرة كالموسوعة الحرة (ويكيبيديا) ومواقع إخبارية ومواقع خاصة بـصحف ووكالات إخبارية وفضائيات تتجه لتزويد مواقعهم بنسخ خفيفة يمكن تصفحها بسهولة من خلال الهاتف المحمول.

كانت بداية استخدام الهاتف المحمول كوسيط إعلامي عبر نظام الرسائل القصيرة، حيث يمكنك أن تشترك في خدمة تحصل من خلالها على رسائل قصيرة تخبرك بأخبار، وسبق هذا الرسائل الدعائية والتي لا زالت مستمرة حيث يصل العديد من رسائل ذات طابع إعلاني

---

(1) الربحاني، الأجهزة الذكية تتحول إلى أداة إعلامية متكاملة (موقع إلكتروني).

(2) موسوعة ويكيبيديا، صحافة الجوال (موقع إلكتروني).

(3) صحيفة العرب، صحافة الموبايل تقتحم عالم الإنتاج الإعلامي، (ص 18).

ودعائي، ولا يقتصر الموضوع على تصفح الجرائد أو المواقع الإخبارية أو الإنترنت بشكل عام ، بل تعدت التكنولوجيا تلك المرحلة والآن يمكنك أن تستقبل المحطات التلفزيونية من خلال هاتفك المحمول<sup>(1)</sup>.

#### سادساً: أنواع صحافة الهاتف المحمول:

قام الباحث بالتنقيب عن أي من الكُتّاب أو الباحثين الآخرين الذي يمكن أن يكونوا قاموا بتصنيف صحافة الهاتف المحمول دون جدوى ولكنه عثر على من قام بتصنيف صحافة المحمول من حيث الاستخدام إلى ثلاثة أنواع وهي<sup>(2)</sup>:

1. **وسيط متابعة:** عندما يتم استخدامه من جانب الجمهور كوسيط أو منصة لمتابعة المحتوى الصحفي والمواد الإعلامية.
2. **وسيلة مشاركة:** عندما يتم استخدامه من جانب الجمهور (المواطن الصحفي) كوسيلة للمشاركة في صنع الأخبار وتبادلها عبر المنصات أو تطبيقات الهواتف المحمولة أو مواقع وسائل الإعلام.
3. **وسيلة جمع وتحرير البيانات:** عندما يتم استخدامه من جانب الصحفيين المحترفين كوسيلة سريعة لجمع وتحرير المعلومات والتقاط الصور ومقاطع الفيديو وإنتاج المواد الإعلامية ونشرها مباشرة على المواقع الإلكترونية أو إرسالها إلى وسائلهم الإعلامية التقليدية والجديدة.

وقد حاول الباحث أن يصنف أنواع صحافة الهاتف المحمول كمصدر إخباري كما يلي:

1. **خدمة الرسائل القصيرة والرسائل المصورة:** وهي وسيلة للتواصل بواسطة النصوص، يتم استقبالها عبر الهواتف المحمولة، ويمكن إرسالها عبر الهواتف المحمولة أو أجهزة الحاسوب، وسميت قصيرة لأن عدد الأحرف لا يتجاوز (70) حرف للرسالة الواحدة، وهذا لم يمنع المؤسسات الإعلامية من استخدام خدمة الرسائل النصية (SMS) ورسائل (MMS)

(1) الطاهر وآخرون، الإنترنت في خدمة حرية التعبير، (ص13).

(2)Marrouch. How Mobil Phones Are Changing Journalism Practice in The 21st Century? (Web Site)



المصورة والتي تتيح للمستخدم متابعة الحدث بشكل مستمر وخاصة الأخبار العاجلة<sup>(1)</sup>، وأكثر ما يميز هذه الخدمة أنها لا تحتاج إلى هواتف محمولة من النوع الذكي، وكذلك لا تحتاج أن يكون الهاتف المحمول موصول بالإنترنت .

**2. تطبيقات الهواتف المحمولة:** عجيبة هي الأدوات والتطبيقات الحديثة التي أصبحت متاحة لنا وبين أيدينا، فلا تمر أشهر قليلة إلا ونكتشف معها المزيد من هذه التقنيات في إطار سوق عالمي متسارع النمو، لا يتوقف عن التنافس على ابتكار الجديد منها وتطويرها. الهاتف المحمول الذي يمتلكه كل واحد منا في جيبه، جعلت التطبيقات المبتكرة ووسائل الإعلام الاجتماعية من عملية تقديم الأخبار عملية أسرع، ولا تزال صناعة الأخبار في تغير مستمر .

أشار مستخدمو المحمول بشكل مكثف أن جمعاً كبيراً من المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت أصبحت شديدة الاهتمام بالهاتف المحمول، وتبث إليه موادها على مدار الساعة.

فالتطبيق هو برنامج كمبيوتر مصمم ليعمل على الهواتف الذكية، وأجهزة الكمبيوتر اللوحي وغيرها من الأجهزة النقالة. وهي الموجة الجديدة في استخدام الهواتف النقالة، فلم تعد الهواتف النقالة مجرد أجهزة للاتصالات الهاتفية الصوتية فقط، بل تتعداها إلى تبادل رسائل الوسائط المتعددة كالصور والفيديو واستخدام البريد الإلكتروني والإنترنت، ونظراً للإمكانيات الهائلة في الهواتف الذكية أصبح بالإمكان استغلال هذه الإمكانيات من قبل تطبيقات متعددة تفيد المستخدم.

أ- **التطبيقات الإخبارية:** هي تطبيقات غالباً ما تكون تتبع لمؤسسات صحفية ويكون وسيلة إعلامية ويكون تطبيقها عبر المحمول للمواكبة التكنولوجية، أو تكون تطبيقات تجمع ما بين عدة مواقع إنترنت أو تطبيقات إخبارية أخرى.

ب- **تطبيقات التواصل الاجتماعي:** تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس المصالح، وبناء عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية؛ حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية.

---

(1) بن ختو، (موقع إلكتروني).

وفي حين أن الهواتف تعمل بشكل أفضل وأسرع، جعلت التطبيقات المبتكرة ووسائل الإعلام الاجتماعية من عملية تقديم الأخبار عملية أسرع، ولا تزال صناعة الأخبار في تغير مستمر.

**ج- التطبيقات المرئية والصوتية:** ويذكر صعودها ونجاحها السريعان بالانفجار الذي شهده استهلاك الفيديو على الأجهزة المحمولة كما أن الهواتف التي تعمل بواسطة الأقمار الصناعية جعلت من الممكن إجراء بث لفيديو مراسل أو صانع الأخبار من مواقع بعيدة دون الحاجة لشاحنة الأقمار الصناعية، وبواسطة تطبيقات الفيديو والردشة الصوتية التي تعمل من خلال الإنترنت ، فقد صار بالإمكان التواصل باتجاهين عبر الهواتف والأجهزة اللوحية، والتطبيقات البصرية الخاصة بعرض التقارير والقصص الإخبارية، حيث قامت بتوفير بديل للحزم الإخبارية التقليدية، ويمكن استخدامها جنباً إلى جنب مع هذه الحزم التقليدية، لتُبقي طوال اليوم المستمعين والمشاهدين والمستخدمين في انخراط معها<sup>(1)</sup>.

**د- التطبيقات البريدية:** وهي التطبيقات التي يمكن من خلالها بث وتلقي الرسائل بين المستخدمين وهي تعد من طرق التراسل الإلكتروني الرسمية بين المؤسسات والهيئات.

**هـ- تطبيقات الملاحة:** نظام التموضع العالمي ويرمز له (GPS) هو نظام ملاحة عبر الأقمار الصناعية يقوم بتوفير معلومات عن الموقع والوقت في جميع الأحوال الجوية، في أي مكان على أو بالقرب من الأرض، حيث هناك خط بصر غير معاق لأربعة أو أكثر من أقمار (GPS) يوفر النظام قدرات مهمة للمستخدمين العسكريين والمدنيين والتجارين في جميع أنحاء العالم، أنشأت الولايات المتحدة النظام وهي التي تحافظ عليه وجعلت الوصول له مجاني لأي شخص لديه جهاز (استقبال GPS). وأصبحت هذا النظام متاح عبر الهواتف الذكية وله العديد من التطبيقات أشهرها (جوجل ماب)، وتطبيق (Mappy) وغيرها من التطبيقات.

**و- تطبيقات تحرير المحتوى:** وهي التطبيقات التي يمكن من خلالها معالجة المحتوى الإلكتروني للمحمول سواء أكان المحتوى نص أو فيديو أو صوت أو صورة، وهي تطبيقات كثيرة تعمل كبديل عن أجهزة الحاسوب في مونتاج وإنتاج المواد الإعلامية بصورتها النهائية التي أصبح يمكن من خلالها الاستغناء عن الحاسوب.

(1) صحيفة العرب، صحافة المحمول تصنع ثورة في تغطية الأخبار، (ص18).

3. متصفحات الهواتف المحمولة: متصفح المحمول هو متصفح ويب مصممة للاستخدام على جهاز محمول مثل الهاتف المحمول أو المساعد الشخصي الرقمي، أو الحواسيب اللوحية وذلك لعرض محتوى الويب أكثر فعالية للشاشات الصغيرة على الأجهزة المحمولة، ويجب أن يكون برنامج المتصفح المحمول صغير وكفاءة لاستيعاب سعة الذاكرة المنخفضة وانخفاض عرض النطاق الترددي من الأجهزة المحمولة اللاسلكية، ولكن يمكن لبعض متصفحات الجوال أكثر حداثة التعامل مع المزيد من التكنولوجيات الحديثة ومن أشهر المتصفحات المتصفح (كروم سفاري)، "متصفح (أوبرا) وهو الأسرع والأكثر استخداماً في إنترنت الموبايل"<sup>(1)</sup>.

---

(1) Wikipedia, Mobile browser, (Web Site)

## الفصل الثالث

اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة

الهاتف المحمول وقت الأزمات

## تمهيد:

يستعرض هذا الفصل الإطار التطبيقي للدراسة، وذلك من خلال ثلاث مباحث يتناول المبحث الأول فيها النتائج العامة للدراسة الميدانية حول اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، **بالتطبيق على أزمة انتفاضة القدس**، كما يعرض المبحث الثاني نتائج اختبار فروض الدراسة، وقد أجريت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية من الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية والقدس وقطاع غزة، قوامها (383) مبحوثاً، ويختتم المبحث بعرض خلاصة أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة، وتوصيات الدراسة.

## المبحث الأول:

### نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

أولاً: أنماط متابعة صحافة الهاتف المحمول:

#### 1. درجة الاستخدام:

جدول (1 . 3): يوضح درجة استخدام المبحوثين للهاتف المحمول للحصول على الأخبار

الدرجة	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً	المجموع	الوزن النسبي
ك	27	26	98	99	133	383	74.8%
%	7.0	6.8	25.6	25.8	34.7	100.0	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن ما نسبته 60.5% من المبحوثين يستخدمون الهاتف المحمول للحصول على الأخبار في الأوقات العادية بدرجة عالية جداً وعالية، فيما يستخدمه بدرجة متوسطة مانسبته 25.6% من المبحوثين، وبنسبة ما بين منخفضة ومنخفضة جداً تصل 13.8%، وذلك بوزن نسبي 74.8%، وهي نسبة جيدة تشير إلى أن الشباب متابع بشكل جيد للأخبار في كل الأوقات، لأن الأحداث في فلسطين مستمرة. وهذه النتيجة تتفق ودراسة (Rosenstiel, 2012) في أن ما نسبة 77% من المبحوثين يستخدم الهواتف المحمولة كمصدر للأخبار<sup>(1)</sup>.

#### 2. عدد ساعات المتابعة:

جدول (2 . 3): يوضح عدد ساعات متابعة المبحوثين للأخبار عبر صحافة الهاتف المحمول يومياً

ساعات المتابعة	ك	%
من ساعة إلى أقل من ساعتين	115	30.0
أقل من ساعة	109	28.5
ثلاث ساعات فأكثر	85	22.2
من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات	74	19.3
المجموع	383	100.0

(ن = 383)

(1) Rosenstiel, The Future of Mobile News, Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism.

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدد ساعات المتابعة الإخبارية عبر الهاتف المحمول أن 58.5% من المبحوثين يتابعون الأخبار على الهاتف أقل من ساعتين، بينما يتابع من المبحوثين مانسبتهم 19.3% من ساعتين إلى ثلاث ساعات، ونسبة 22.2% يتابعون الأخبار على الهاتف ثلاث ساعات فأكثر وهي مده مقبولة، ويعزو الباحث متابعة المبحوثين للأخبار عبر الهاتف المحمول بشكل مكثف إلى انتشار الهواتف المحمولة بين الشباب، وأن فترات المتابعة الطويلة للأخبار تدل على أن الكثير منهم يسعى لزيادة وعيهم ومعرفتهم بالأحداث على الساحة الفلسطينية.

### 3. فترة المتابعة المفضلة:

جدول (3 . 3): يوضح الفترات التي يفضلها المبحوثون لمتابعة الأخبار عبر الهاتف المحمول

الفترة المفضلة	ك	%
لا يوجد فترة محددة	203	53.0
المسائية	105	27.4
الصباحية	104	27.2
الليل المتأخر	67	17.5
الظهيرة	18	4.7

(ن = 383)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة 53.0% من المبحوثين يتابعون الأخبار عبر الهاتف المحمول في فترات غير محددة ويمكن أن تعزى هذه النسبة لأن المتابعة تحتاج كهرياء وهذا غير منتظم خاصة في قطاع غزة، بينما نسبته 27.4% يتابعونها في الفترة المسائية، ونسبة 27.2% في الفترة الصباحية، وهي غالباً الفترة التي تسبق الذهاب للعمل أو الجامعات ليبقى موصولاً مع الأخبار، وباقي المبحوثين يتابعون ما بين الليل المتأخر وفترة الظهيرة.

وقد جاءت نتائج هذا الجدول متفقة مع دراسة (أبو صلاح، 2014م) حيث أن نسبة (أنه لا يوجد وقت محدد) تصدّرت نتائج دراسته ولكن بنسبة 42.8%، تلاها في فترة المساء، وأخيراً فترة الظهيرة<sup>(1)</sup>، كما وتتفق ونتائج دراسة (بربخ، 2015م) حيث أن فترة المتابعة غير

(1) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والشباعات المتحققة.

المحددة كانت بنسبة 45.7%، ويليها الفترة المسائية<sup>(1)</sup>، كما وتتفق ونتائج دراسة (برغوث، 2014م)، أن المرتبة الأولى كانت لفترة حسب الظروف<sup>(2)</sup>.

#### 4. أسباب التفضيل:

جدول (4 . 3): يوضح أسباب تفضيل المبحوثين لصحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار

أسباب التفضيل	ك	%
سرعتها في نقل الأخبار	258	67.4
سهولة استخدامها	240	62.7
تشعري أنني موصول مع الأحداث	199	52.0
اشتمالها على الصور وخدمات الفيديو والصوت	128	33.4
تتيح مجالاً أوسع لحرية الرأي والتعبير	66	17.2
المتابعة الآنية واللحظية لما تقدمه من أخبار	50	13.1

(ن = 383)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن ما نسبته 67.7% من المبحوثين يفضلون صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار، بسبب سرعتها في نقل الأخبار وهي أكثر ما يميز صحافة الهاتف المحمول، بينما يفضلها المبحوثون بنسبة 62.7% لسهولة استخدامها، ويعلل الباحث حصول هذه النسبة لهذا السبب؛ أنها لا تحتاج لتدريب أو تعليم لاستخدامها وكذلك لا تتطلب بذل جهد جسدي وعقلي كبير لفهم أو استيعاب ما تتوافر من مواد خاصة مع استخدام بعض التطبيقات التي تسهم في تسهيل الموضوعات المعقدة.

فيما يفضلها ما نسبة 52.0% من المبحوثين؛ لأنها تشعرهم أنهم موصولون بالأحداث، وهذا ما أكدته نتائج جدول (3 . 3)، حيث أن جميع فترات النهار كان هناك متابعة جيدة إلى حد ما، ومن أسباب تفضيلهم اشتمالها على الفيديو والصور والصوتيات بنسبة 33.4% وهذه سمة غالبية التطبيقات التي استقادت من الوسائط المتعددة بشكل مبسط.

(1) بريخ، اعتماد النخبة السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة 2014.

(2) برغوث، اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات.



ثانياً: الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس:

## 1. الوسائل المعتمد عليها:

جدول (5 . 3): الوسائل الإعلامية التي اعتمد عليها المبحوثون كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس

الوسيلة	ك	%
الإنترنت	234	67.6
صحافة الهاتف المحمول	206	59.5
القنوات التلفزيونية	136	39.3
الإذاعات	59	17.1
الصحف والمجلات	14	4.0

(ن = 346) السؤال اختياري ولم يجب عليه 37 من المبحوثين.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن ما نسبته 67.6% من المبحوثين يعتمدون على الإنترنت كمصدر للأخبار حيث احتلت المرتبة الأولى بينما يليها في المرتبة الثانية صحافة الهاتف المحمول بنسبة 59.5%، وجاءت القنوات التلفزيونية في المرتبة الثالثة بنسبة 39.3%، وفي المرتبة الرابعة الإذاعات، وأخيراً وفي المرتبة الخامسة الصحف والمجلات.

يتضح من النتائج السابقة أن الاعتماد على الإنترنت وصحافة الهاتف المحمول بشكل كبير بالنسبة للمبحوثين، ويعزو الباحث ذلك إلى امتلاك غالبية الشباب للهواتف الذكية، ومن ثم رخص ثمنها ووضعها في متناول الأفراد، علاوةً على إتاحة شركات الاتصالات لحزم متنوعة من خدمات الاتصال بالإنترنت، والتي تمنح للمستخدم سهولة الولوج إلى الإنترنت في أي وقت وأي مكان.

كما تشير النتائج إلى تراجع الاعتماد على الصحف والمجلات وقد يرجع ذلك إلى أن المبحوثين هم من الشباب الذين يقبلون على استخدام التكنولوجيا لمواكبة الأحداث وملاحقه تطورها أولاً بأول وهو ما لا يتوفر في الصحف والمجلات.

وهي تختلف ودراسة (الرحباني، 2016م) حيث حازت فيها صحافة المحمول على المرتبة الأولى مع اختلاف العينة حيث أن الدراسة على الصحفيين<sup>(1)</sup>.

تتفق نتائج الدراسة ودراسة (برغوث، 2014م) حيث أن شبكات التواصل كانت في المرتبة الأولى، والمواقع الإلكترونية في المرتبة الثانية. وهو ما يعادل الإنترنت وصحافة الهاتف

(1) الرحباني، استخدامات الإعلام الجديد وانعكاساته على الصحف الورقية اليومية في الأردن - صحافة الموبايل -.

المحمول في هذه الدراسة، في المرتبة الثالثة القنوات الفضائية، يليها الإذاعات، وفي المرتبة الأخيرة الصحف، وأيضاً تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (المصري، 2011) أن الاعتماد على الإنترنت ومواقع التواصل سبب انخفاض الاعتماد على الصحف<sup>(1)</sup>.

## 2. الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول:

جدول (6 . 3): يوضح اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة

القدس

الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول	ك	%
نعم	261	68.1
لا	122	31.9
<b>المجموع</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>

(ن = 383)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن ما نسبته 68.1% من المبحوثين يعتمدون على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار، ويرجع الباحث ارتفاع نسبة المعتمدين على صحافة الهاتف المحمول؛ لأن المجتمع من الشباب وهم بالدرجة الأولى من يمتلكون الهواتف المحمولة، ويواكبون التطور التكنولوجي وخاصة الهواتف الذكية، بينما 31.9% لا يعتمدون عليها.

## 3. درجة الاعتماد:

جدول (7 . 3): يوضح درجة اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول في متابعة أحداث انتفاضة

القدس

الدرجة	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً	المجموع	الوزن النسبي
ك	4	16	62	101	78	261	77.8%
%	1.5	6.1	23.8	38.7	29.9	100.0	

(1) المصري، استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى: دراسة ميدانية.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن درجة الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول في متابعة أحداث الانتفاضة عالية وجاءت في المرتبة الأولى بنسبة 38.7%، وجاء في المرتبة الثانية عالية جداً بنسبة 29.9%، فيما احتلت المرتبة الثالثة متوسطة بنسبة 23.8%، وجاء في المرتبة الرابعة منخفضة بنسبة 6.1%، والمرتبة الخامسة والأخيرة منخفضة جداً بنسبة 1.5%، بوزن نسبي لدرجة الاعتماد قد بلغ 77.8%، وهي نسبة جيدة ولكن إذا ما قورنت مع حادثة هذا النوع الجديد من الصحافة نجدها نسبة جيدة جداً.

#### 4. أسباب الاعتماد:

جدول (8 . 3): يوضح أسباب اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول أثناء انتفاضة القدس

أسباب الاعتماد	ك	%
السرعة في نقل أخبار انتفاضة القدس	237	90.8
سهولة تبادل ونقل الأخبار عبرها	219	83.9
إمكانية تحديث المعلومات وفقاً لتطورات الأحداث	122	46.7
سهولة حمل الهاتف واستخدامه في أي مكان	110	42.1
قليلة التكلفة	105	40.2
عدم احتياجها لمصدر كهربائي دائم	90	34.5
إتاحة خاصية التفاعلية مع المعلومات التي تقدمها	69	26.4
التعامل السلس وسهولة استخدامها	27	10.3

(ن = 261)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن ما نسبته 90.8% من المبحوثين اعتمدوا على صحافة الهاتف المحمول؛ بسبب سرعتها في نقل أخبار انتفاضة القدس، حيث احتلت المرتبة الأولى، وهو ما يؤكد أن الفورية هي من أهم خصائص صحافة الهاتف المحمول حيث يمكن لأي شخص نشر الأخبار بشكل فوري من منطقة الحدث عبر الهاتف المحمول، وهو ما يهتم المبحوثين، فيما جاءت سهولة تبادل ونقل الأخبار عبرها في المرتبة الثانية بنسبة 83.9%، ويليهما في المرتبة الثالثة إمكانيتها تحديث المعلومات وفقاً لتطورات الأحداث بنسبة 46.7%، فيما جاءت في المرتبة الرابعة سهولة حمله واستخدامه في أي مكان بنسبة 42.1%، وجاء بند قليلة التكلفة في المرتبة الخامسة بنسبة 40.2%، بينما جاء في المرتبة السادسة عدم احتياجه

لمصدر كهربائي دائم بنسبة 34.5%، وتلاها في المرتبة السابعة أنها تتيح خاصية التفاعلية مع المعلومات التي تقدمها بنسبة 26.4%، وفي المرتبة الثامنة والأخيرة التعامل السلس وسهولة استخدامها بنسبة 10.3%.

تشير النتائج السابقة في مجملها إلى إن صحافة الهاتف المحمول وفُرت للشباب ميزات كبيرة لم تكن توفرها لهم الوسائل التقليدية، مما جعلهم يعتمدون عليها كمصدر إخباري وقت الأزمات، وكذلك في الأوقات العادية، حيث تتطابق هذه النتيجة مع نتائج جدول (4 . 3) الذي يشير إلى أسباب التفضيل في الأوقات العادية.

## 5. دوافع الاعتماد:

جدول (9 . 3): دوافع اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول أثناء انتفاضة القدس

دوافع الاعتماد	ك	%
الرغبة في المتابعة المستمرة للحدث	220	84.3
التعرف على آراء الآخرين	147	56.3
الثقة فيما تقدمه من معلومات وأخبار	63	24.1
معايشة آلام وهموم الناس	63	24.1
إتاحة فرصة التعبير عن نفسي	43	16.5
إتاحة فرصة النقاش مع الأصدقاء	41	15.7

(ن = 261)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن دوافع الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول أثناء انتفاضة القدس كانت الرغبة في المتابعة المستمرة للحدث بنسبة 84.3%، حيث احتلت المرتبة الأولى، فيما جاءت في المرتبة الثانية التعرف على آراء الآخرين بنسبة 56.3%، وتلاها في المرتبة الثالثة والرابعة بندي، الثقة فيما تقدمه من معلومات وأخبار، ومعايشة آلام وهموم الناس، بنسبة 24.1%، وجاء بعدها في المرتبة الخامسة بند إتاحة فرصة التعبير عن نفسي بنسبة 16.5%، وأشارت النتائج أيضا أن بند إتاحة فرصة النقاش مع الأصدقاء احتل المرتبة الأخيرة بنسبة 15.7%.

إن علاقة اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال بمثابة مقياس للأهداف التي يسعى الفرد إلى تحقيقها، وتختلف درجة الاعتماد وفقاً لاختلاف الجماعات البيئية والاجتماعية

والاتصالية التي يحيا بداخلها الجمهور، وأيضاً نتيجة اختلاف فئات هذا الجمهور واختلاف ثقافتهم<sup>(1)</sup>، ويعلل الباحث أن النسبة العالية لدافع المتابعة المستمرة لأحداث انتفاضة القدس بأن الشباب يسعى أن يكون على إطلاع بما حوله بشكل دائم.

لم تتفق الدراسة مع أي الدراسات السابقة في النتائج للجدرولين السابقين وذلك لأنه تم التفريق بين الدوافع والأسباب، فالدوافع هي: القوه الداخلية التي تدفع الفرد للقيام بسلوك ما من أجل اشباع الحاجة، أما الأسباب هي: المواقف الخارجية المادية الذي يستجيب لها الدافع<sup>(2)</sup>، وتكون هنا كما في جدول (8 . 3) تتعلق بالهاتف المحمول نفسه وخصائصه المادية والبرمجية.

## 6. درجة الاعتماد على أنواع صحافة الهاتف المحمول:

جدول (10 . 3): درجة اعتماد المبحوثين على أنواع صحافة الهاتف المحمول في متابعة أحداث انتفاضة

القدس

الوزن النسبي	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	ك	أنواع صحافة الهاتف المحمول
88.2	153	73	23	9	2	ك	تطبيقات التواصل الاجتماعي
	58.6	28.4	8.8	3.4	0.8	%	
67.2	66	58	72	35	30	ك	متصفحات الهاتف المحمول
	25.3	22.2	27.6	13.4	11.5	%	
65.6	53	56	93	28	31	ك	تطبيقات إخبارية
	20.3	21.5	35.6	10.7	11.9	%	
62.6	23	108	52	35	43	ك	تطبيقات صوتية ومرئية
	8.8	41.4	19.9	13.4	16.5	%	
50.8	6	71	57	50	77	ك	خدمات M.M.S. ، S.M.S.
	2.3	27.2	21.8	19.2	29.5	%	
44.4	7	41	52	63	98	ك	تطبيقات بريدية
	2.7	15.7	19.9	24.1	37.5	%	

(ن = 261)

(1) لقان، اعتماد الجمهور على القنوات التلفزيونية الفلسطينية أثناء الأزمات، (ص50).

(2) أبو النصر، الإدارة بالحوافز: أساليب التحفيز الوظيفي الفعال، (ص109).

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن تطبيقات التواصل الاجتماعي احتلت النسبة الأولى بوزن نسبي 88.2% في درجة الاعتماد على أنواع صحافة الهاتف، يليها متصفحات الهاتف المحمول بوزن نسبي 67.2%، وجاء في المرتبة الثالثة تطبيقات إخبارية بوزن نسبي 65.6%، ويليهما في المرتبة الرابعة تطبيقات صوتية ومرئية بوزن نسبي 62.6%، بينما جاء في المرتبة الخامسة خدمات (الـ S.M.S، M.M.S) بوزن نسبي 50.8%، ويرجع السبب للاستمرار في المتابعة الإخبارية عن طريق الرسائل القصيرة لعدم توفر الإنترنت في كل الأماكن العامة، وأن فلسطين ما زالت تستخدم الجيل الثاني من الاتصالات<sup>(1)</sup>.

فيما جاء في المرتبة الساسة والأخيرة تطبيقات بريدية بوزن نسبي 44.4%، ويعزو الباحث أن التطبيقات البريدية في المرتبة الأخيرة في أنواع صحافة الهاتف المحمول، رغم أن النسبة ليست بالقليلة يعزى لأن التراسل أصبح متاحاً في أغلب التطبيقات سواء تطبيقات التواصل الاجتماعي أو التطبيقات الصوتية والمرئية وبطريقة سهلة وسلسة، ولكن تبقى التطبيقات البريدية لها الصفة الرسمية في التراسل.

لا يمكن مقارنة نتائج الجدول السابق بأي من الدراسات السابقة، وذلك لأن هذه التصنيفات من جهد الباحث ولا يوجد في أي من الدراسات أو الأبحاث السابقة تصنيف لأنواع صحافة الهاتف المحمول كمصدر إخباري، ولكنها تتسجم مع نتائج دراسة ( Mihailidis، 2014م) والتي حاز على المرتبة الأولى فيها استخدام الشبكات الاجتماعية بنسبة 37%، واستخدام التطبيقات البريدية بنسبة 21%، والتصفح بنسبة 20%<sup>(2)</sup>.

---

(1) إباء أبو طه- محررة قسم الإعلام الجديد فضائية القدس، الباحث (اتصال شخصي: 5 أكتوبر 2016م).

(2) Mihailidis, Exploring the role of mobile phones in the daily life of young people.

## 7. الموضوعات الإخبارية:

جدول (11 . 3): يوضح أهم الموضوعات الإخبارية التي يتابعها المبحوثون عبر صحافة الهاتف المحمول في انتفاضة القدس

الموضوعات الإخبارية	ك	%
عمليات المقاومة	216	82.8
الإحصاءات ( الشهداء، الإصابات، المشردين)	129	49.4
الإعدامات الميدانية	127	48.7
التصريحات الإسرائيلية	110	42.1
التصريحات الفلسطينية	102	39.1
ردود الفعل المحلية	98	37.5
ردود الفعل العربية والدولية	94	36.0

(ن = 261)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن من أهم موضوعات المتابعة كانت عمليات المقاومة حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة 82.8%، ويعلل الباحث هذه النسبة المرتفعة جداً بأن هناك حالة من الارتباط الوجداني للشباب المتعلق بالمقاومة والمقاومين، يليها الموضوعات المتعلقة بالإحصاءات (الشهداء، الإصابات، المشردين) في المرتبة الثانية بنسبة 49.9%، وبفارق بسيط حصل بند الإعدامات الميدانية على المرتبة الثالثة بنسبة 48.7%، يليها التصريحات الإسرائيلية في المرتبة الرابعة بنسبة 42.1%، وأشارت النتائج أيضاً أن التصريحات الفلسطينية احتلت المرتبة الخامسة بنسبة 39.1%. يليها ردود الفعل المحلية في المرتبة السادسة بنسبة 37.5%.

فيما حصلت ردود الفعل العربية والدولية على المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة 36.0%، ويرجع الباحث هذه النسبة الضعيفة للأسباب التالية:

- أن ردود الفعل العربية والدولية أصبحت مكررة.
- لا يترتب عليها نتائج مفيدة للشعب الفلسطيني.
- إيمان الشباب بأن الحل يكمن في الأفعال وليس ردود الأفعال.

## 8. الأشكال الصحفية:

جدول (12 . 3): يوضح الأشكال الصحفية التي يفضل المبحوثون متابعتها عبر صحافة الهاتف المحمول في انتفاضة القدس

الأشكال الصحفية	ك	%
الأخبار السريعة	228	87.4
التفاعل على الوسم "هاشتاغ"	115	44.1
الكاريكاتير والرسومات المتنوعة	90	34.5
التحليلات والتعليقات	82	31.4
التقارير	63	24.1
المشاركة والتعليقات المفتوحة مع الجمهور	60	23.0
المقالات	54	20.6
الدراسات والأبحاث الخاصة بانتفاضة القدس	45	17.2
التحقيقات المعمقة	36	13.8

(ن = 261)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أكثر الأشكال الصحفية التي فضل المبحوثون متابعتها عبر صحافة الهاتف المحمول هي الأخبار السريعة وقد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 87.4%، ويعتقد الباحث أن النسبة المرتفعة لهذا الشكل من الأشكال الصحفية لتسارع الأحداث وكثرة الأخبار، يليها في المرتبة الثانية التفاعل مع الهاشتاغ بنسبة 44.1%، وقد يرجع ارتفاع هذه النسبة لحد ما لهذا النوع الجديد من الأشكال الصحفية وأن الهاشتاغ يعد أيضاً من طرق التفاعل والتنافس، وكذلك لأنه يُسهّل عملية الأرشفة الإخبارية<sup>(1)</sup>.

بينما جاء الكاريكاتير والرسومات المتنوعة في المرتبة الثالثة بنسبة 34.5%، وتلاها في المرتبة الرابعة التحليلات والتعليقات بنسبة 31.4%، فيما جاءت التقارير في المرتبة الخامسة، يليها المشاركة والتعليقات المفتوحة مع الجمهور في المرتبة السادسة، ثم المقالات، يليها الدراسات والأبحاث الخاصة بانتفاضة القدس في المرتبة الثامنة، وحصلت التحقيقات المعمقة على المرتبة التاسعة، فيما لم تحظ القصص الإخبارية بأي نسبة.

تتفق هذه النتائج مع دراسة (بربخ، 2015م) حيث احتلت الأخبار السريعة المرتبة الأولى بنسبة 90.2%، وفي المرتبة الأخيرة القصص الإخبارية.

(1) إباء أبو طه- محررة قسم الإعلام الجديد فضائية القدس، الباحث (اتصال شخصي: 5 أكتوبر 2016م).



## 9. درجة الثقة:

جدول (13 . 3): يوضح درجة ثقة المبحوثين بأخبار انتفاضة القدس المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول

الدرجة	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً	المجموع	الوزن النسبي
ك	3	14	99	110	35	261	72.2
%	1.1	5.4	37.9	42.1	13.4	100.0	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الوزن النسبي لدرجة الثقة بالأخبار التي تلقتها عبر صحافة الهاتف المحمول في انتفاضة القدس حسب المبحوثين قد بلغ 72.2%، وهي درجة متوسطة، حيث أن نسبة من يثقون بالأخبار مابين عالية وعالية جداً 55.5%، والثقة بدرجة متوسطة بنسبة 37.9%، ومن يثقون بالأخبار ما بين درجة منخفضة ومنخفضة جداً بنسبة 6.5%.

يرجع سبب نسبة الثقة المتوسطة، لأن الضخ الإعلامي لحدث معين يكون كبيراً مما يوحي بالتهويل للحدث ويكون هناك تشتيت لدى الشباب<sup>(1)</sup>، كما وأن كثرة الأخبار مجهولة المصدر التي يتم نسبها لمصدر يكون إما مواقع غير رسمية أو إسرائيلية، حيث ثبت أن كثير من الأخبار تكون كاذبة ومضللة وهدفها تعويم الأخبار الصحيحة<sup>(2)</sup>، وهذا ما أكده أحمد جمال وأضاف أن الجميع (الصحفيين والجمهور) يصبح مرسل للأخبار، ولا يوجد صحفيين متخصصين إلا في بعض المنصات وهذا ما أثر على ثقة المبحوثين<sup>(3)</sup>.

تتفق نتائج هذه الدراسة وعدد من الدراسات مثل دراسة ( برغوث، 2014م) حيث أظهرت نتائج دراسته أن ثقة المبحوثين جاءت بدرجة متوسطة وبنسبة 70.5%، أوقات الأزمات<sup>(4)</sup>، كما وتتفق ودراسة (أبو صلاح، 2014م) أظهرت أن ما نسبته 62.6% درجة ثقتهم متوسطة<sup>(5)</sup>، ودراسة (خاطر، 2014م) التي بينت أن نسبة الثقة متوسطة في بالمعلومات أثناء الأزمات<sup>(6)</sup>.

(1) إباء أبو طه- محررة قسم الإعلام الجديد فضائية القدس، الباحث (اتصال شخصي: 5 أكتوبر 2016م).

(2) إبراهيم مسلم- ناشط شبابي، قابله: الباحث (6 أكتوبر 2016م).

(3) أحمد جمال- مسئول الإعلام الجديد في وكالة صفا، قابله: الباحث (6 أكتوبر 2016م).

(4) برغوث، اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات.

(5) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والشبكات المتحركة.

(6) خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة 2014م.

## 10. درجة التفاعل:

جدول (14 . 3): يوضح درجة تفاعل المبحوثين مع الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول في انتفاضة القدس:

الوزن النسبي	المجموع	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	الدرجة
65.2	261	23	86	98	44	10	ك
	100.0	8.8	33.0	37.5	16.9	3.8	%

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الوزن النسبي لدرجة تفاعل المبحوثين مع الأخبار التي تلقوها عبر صحافة الهاتف المحمول في انتفاضة القدس قد بلغ 65.2% وهي درجة متوسطة، ويمكن أن يكون المبرر لذلك خوف الشباب من الملاحقة الأمنية وخاصة في الضفة الغربية سواء من قوات الاحتلال أو من أجهزة السلطة الفلسطينية<sup>(1)</sup>، حيث احتلت المرتبة الأولى درجة متوسطة بنسبة 37.5%، يليها في المرتبة الثانية درجة عالية بنسبة 33.0%، واحتلت المرتبة الثالثة درجة منخفضة بنسبة 16.9%، يليها في المرتبة الرابعة درجة عالية جداً بنسبة 8.8%، والمرتبة الخامسة والأخيرة منخفضة جداً بوزن بنسبة 3.8%.

## 11. آلية المشاركة والتفاعل:

جدول (15 . 3): يوضح آلية مشاركة المبحوثين وتفاعلهم مع أحداث انتفاضة القدس عبر الهاتف المحمول

%	ك	آلية المشاركة والتفاعل
74.3	194	إعجاب/ تفضيل
42.1	110	نشر (نص، صور، صوت، فيديو)
41.8	109	تعليقات
41.4	108	مشاركة/ إعادة تغريد/ إعادة توجيه/ تمرير

(ن = 261)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن آلية المشاركة والتفاعل كانت من خلال الإعجاب والتفضيل بنسبة 74.3% وترجع هذه النسبة والفارق بينها وبين النسب الأخرى لأسباب أمنية،

(1) إباء أبو طه - محررة قسم الإعلام الجديد فضائية القدس، الباحث (اتصال شخصي: 5 أكتوبر 2016م).

وذلك أن الإعجاب والتفضيل يدل على العنف الرمزي فقط ولا يدل على التحريض على العنف، كما أن آليات المشاركة الأخرى ينتج عنها ملاحقة أمنية، سواء من الاحتلال أو السلطة الفلسطينية في الضفة الغربية<sup>(1)</sup>، فيما جاءت في المرتبة الثانية النشر بنسبة 42.1%، يليها التعليقات في المرتبة الثالثة بنسبة 41.8%، وفي المرتبة الأخيرة (مشاركة/ إعادة تغريد/ إعادة توجيه/ تمرير) بنسبة 42.1%، ويعتقد الباحث أن آلية التفاعل جاءت بهذا الترتيب حسب سهولة ويسر آلية التفاعل للمستخدم، فالإعجاب هو الأسهل ولا يعطي دلالات كبيرة على المستخدم ولا يضعه تحت طائلة المسؤولية كما آليات التفاعل الأخرى.

تتفق نتائج الجدول السابق مع دراسة خاطر (2014م)، وبرغوث (2014م)، وحمودة (2013م)، حيث جاء الإعجاب في الدرجة الأولى، والتعليق في المرتبة الثانية والمشاركة في المرتبة الثالثة، ولم تتطرق أي من الدراسات الثلاثة للنشر، وتختلف مع دراسة (Mihailidis، 2014م) حيث كان في المرتبة الأولى المشاركة وبنسبة 58%، ويليهما النشر بنسبة 20%، ويليهما التعليق<sup>(2)</sup>.

## 12. الاعتماد على التطبيقات الإخبارية:

جدول (16 . 3): يوضح التطبيقات الإخبارية التي يعتمد المبحوثون عليها كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس

التطبيقات الإخبارية	ك	%
الأقصى	141	58.8
الجزيرة	95	39.6
غزة الآن	77	32.1
نبض	64	26.7
قدس نت	58	24.2
المركز الفلسطيني	47	19.6
سكاي نيوز	34	14.2
شاشة نيوز	29	12.1
أخرى	21	8.7
العربية	13	5.4

(ن = 240) السؤال اختياري ولم يجب عليه 21 من المبحوثين.

(1) إباء أبو طه - محررة قسم الإعلام الجديد فضائية القدس، الباحث (اتصال شخصي: 5 أكتوبر 2016م).

(2) Mihailidis, Exploring the role of mobile phones in the daily life of young people.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أكثر التطبيقات الإخبارية استخداماً لدى المبحوثين هو تطبيق الأقصى بنسبة 58.8%، يليه تطبيق الجزيرة بنسبة 39.6%، فيما احتل تطبيق غزة الآن المرتبة الثالثة بنسبة 32.1%، يليها في المرتبة الرابعة تطبيق نبض بنسبة 26.7%، بينما حصل تطبيق قدس نت على المرتبة الخامسة بنسبة 24.2%، يليها في المرتبة السادسة تطبيق المركز الفلسطيني بنسبة 19.6%.

بينما حصل تطبيق سكاى نيوز على المرتبة السابعة بنسبة 14.2%، وهذا التطبيق لمن يكن من ضمن بنود الاختيار في الاستبانة، حيث أنها ظهرت ضمن إجابات المبحوثين في بند أخرى، ويعلل الباحث عدم إدراج هذا التطبيق ضمن الخيارات لأنه لم يكن ظاهر في الدراسة الاستكشافية، وكذلك هو التطبيقات الحديثة، بينما جاء في المرتبة الثامنة تطبيق شاشة نيوز بنسبة 12.1%، يليه في المرتبة التاسعة تطبيقات أخرى (مثل تطبيق دنيا الوطن، وشبكة قدس، وبانت) بنسبة 8.7%، وحصل تطبيق العربية على المرتبة الأخيرة بنسبة 5.4%.

ويعتقد الباحث أن التطبيقات الإخبارية لا يمكن حصرها، حيث أن كثير من الوسائل الإعلامية التقليدية، أو المؤسسات الرسمية، اتجه القائمون عليها إلى مواكبة التقدم التكنولوجي، وذلك من خلال إنشاء تطبيقات إخبارية يتم من خلالها تحديث الأخبار على مدار الساعة تكون مرجع سريع لمتابعي صحافة الهاتف المحمول.

### 13. الاعتماد على تطبيقات التواصل الاجتماعي:

جدول (17 . 3): يوضح تطبيقات التواصل الاجتماعي التي يعتمد المبحوثون عليها كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس

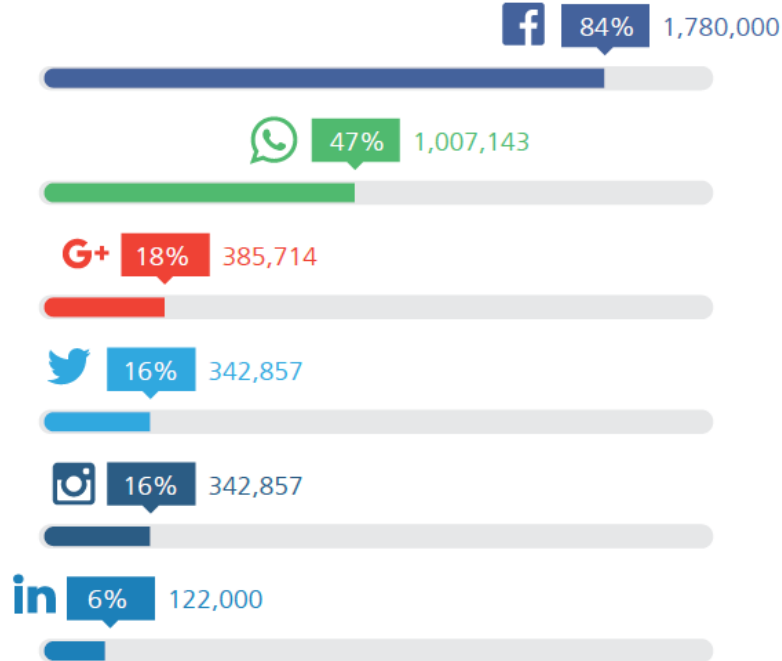
تطبيقات التواصل الاجتماعي	ك	%
فيسبوك	246	95.0
واتساب	102	39.4
تويتر	66	25.5
تيليجرام	35	13.5
جوجل بلس	21	8.1
سناب شات	12	4.6
فايبر	10	3.9
أخرى	3	1.2

(ن = 259) السؤال اختياري ولم يجب عليه 2 من المبحوثين.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن (الفيسبوك) هو الأكثر شيوعاً في تطبيقات التواصل الاجتماعي بنسبة 95.0%، يليه وبفارق كبير جداً تطبيق (الواتساب) بنسبة 39.4%، ويعزو الباحث هذه الفارق الكبير إلى نسبة المستخدمين لهذه التطبيقات في فلسطين كما في الشكل رقم (1 . 3)، بينما حصل تطبيق (تويتر) على المرتبة الثالثة بنسبة 25.5%، يليه في المرتبة الرابعة (تيليجرام) بنسبة 13.5%، وحصل على المرتبة الخامسة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تطبيق (جوجل بلس) بنسبة 8.1%.

أما (سناب شات) فحصل على المرتبة السادسة بنسبة 4.6%، ويعزو الباحث عدم انتشار تطبيق (سناب شات) لحدائته عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي يليه في المرتبة السابعة تطبيق (فايبر) بنسبة 3.9%، أما التطبيقات الأخرى كانت لتطبيق (لنكد إن)، فحصلت على المرتبة الثامنة والأخيرة بنسبة 1.2%.

وتتوافق هذه النتائج مع تقرير إحصائي أصدرته شركة كونسبت حول وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين لعام 2015 وجاء فيه أن نسبة مستخدمي (الفيسبوك) 84%، بينما (الواتساب) 47%، و(جوجل بلس) 18%، و(تويتر) 16%، كما في الشكل رقم (1 . 3)<sup>(1)</sup>.



شكل (3.1): يوضح أعداد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين لعام 2015م (المصدر: تقرير وسائل التواصل الاجتماعي 2015م، 2016)

(1) سوشال ميديا، تقرير وسائل التواصل الاجتماعي 2015م، (ص9).

تتفق نتائج الجدول السابق وعدد من الدراسات السابقة ومنها: نتائج دراسة (خاطر، 2015م)، ونتائج دراسة (بريخ، 2015م)، و(برغوث، 2014م)، حيث أن (الفيس بوك) تصدر تطبيقات التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات، تلاه تطبيق (تويتر)، حيث أن تطبيق (واتساب) يعد من التطبيقات الحديثة لذلك لم يدرج في نتائج الدراسات السابقة.

#### 14. الاعتماد على التطبيقات البريدية:

جدول (18 . 3): يوضح التطبيقات البريدية التي يعتمد المبحوثون عليها كمصدر للأخبار في انتفاضة

القدس

التطبيقات البريدية	ك	%
جيميل	110	60.4
هوتميل	83	45.6
أوتلوك	18	9.9
يا هوو ميل	15	8.2

(ن = 183) السؤال اختياري ولم يجب عليه 78 من المبحوثين.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن (الجيميل) شكل على صعيد التطبيقات البريدية النسبة الأعلى وهي 60.4%، ويرجع الباحث السبب في أنه الأكثر تداول لأن المتاجر للهواتف الذكية تطلب حساب (جيميل) وبالتالي يكون موجود على الهواتف الذكية إجبارياً، يليه (الهوتميل) بنسبة 45.6%، واحتل تطبيق (أوتلوك) على صعيد التطبيقات البريدية على المرتبة الثالثة بنسبة 9.9%، بينما حصل (ياهووميل) على المرتبة الرابعة والأخيرة ضمن التطبيقات البريدية بنسبة 8.2%، ويرجع الباحث تراجع تطبيق (ياهووميل) أن شركة ياهوو تم تغيير إدارتها في الأعوام الخمس الماضية أكثر من 7 مرات وهذا أثر بالسلب على الشركة في مواكبة الشركات الأخرى خاصة هذا الفترة التي تعدُّ ذروة التطور للأجهزة الذكية.

## 15. الاعتماد على تطبيقات الصور والصوت والفيديو:

جدول (19 . 3): يوضح تطبيقات الصور والصوت والفيديو التي يعتمد المبحوثون عليها كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس

تطبيقات الصور والصوت والفيديو	ك	%
يوتيوب	192	79.0
انستغرام	124	51.0
زيلو	43	17.7
أخرى	14	5.7

(ن = 243) السؤال اختياري ولم يجب عليه 18 من المبحوثين.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن (اليوتيوب) شكّل على صعيد تطبيقات الصور والصوت والفيديو، فقد حصل على النسبة الأعلى استخداماً وهي 79.0%، ومن الممكن ارتفاع النسبة الكبيرة للاستخدام لارتباطه بتطبيق (الفيسبوك) في الإحالة لعرض الفيديوهات وهذا يؤكد نتائج الجدول (16 . 3)، فيما حصل وبفارق كبير على صعيد تطبيقات الصور والصوت والفيديو تطبيق (انستغرام) على نسبة 51.0%، ويليه تطبيق (زيلو) في المرتبة الثالثة حصل على نسبة 17.7%، ويرجع الباحث سبب تأخر تطبيق (زيلو) لأنه يحتاج إلى توفر الإنترنت بشكل دائم وبسرعة عالية وهذا متاح بالدرجة الأولى في الضفة وخاصة على شبكات الاتصالات الإسرائيلية، ويليه في المرتبة الرابعة والأخيرة تطبيقات أخرى (مثل: تطبيق فليكر، وتطبيق فيمو) بنسبة 5.7%.

## 16. الاعتماد على متصفحات الهاتف المحمول:

جدول (20 . 3): يوضح أسباب استخدام المبحوثين لمتصفحات المحمول في متابعة أحداث انتفاضة القدس

أسباب استخدام المتصفحات	ك	%
بعض التطبيقات تحيلني للمتصفحات	89	37.6
تنزيل الصور والملفات	88	37.1
قراءة المقالات الطويلة والتحليلات	82	34.6
تصفح المواقع التي ليس لها تطبيقات	72	30.4
البحث في المواقع	72	30.4
أخرى	1	0.4

(ن = 237) السؤال اختياري ولم يجب عليه 24 من المبحوثين.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن من أكثر الأسباب استخدام المتصفحات للمحمول في متابعة أحداث انتفاضة القدس هو أن بعض التطبيقات تحيلني للمتصفحات، حيث شكلت النسبة 36.7% حيث احتلت المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية تنزيل الصور والملفات بنسبة 37.1%، وقد تم أفراد بند خاص بمتصفحات المحمول وذلك لأنها لا تعد من التطبيقات، وأنه كذلك يمكن التصفح عبر الهواتف العادية.

تؤكد هذه النتائج أن النسبة الأعلى لأسباب استخدام المتصفحات هي للإحالة للمتصفحات من روابط عبر التطبيقات، ويعزو الباحث هذه النسبة لأن بعض التطبيقات لا يوجد بها كل الخصائص الموجودة في المتصفحات من بحث أو تخزين بأحجام كبيرة للوسائط المتعددة، وكان السبب الثاني هو تنزيل الصور، فمن وجهة نظر الباحث أن أغلب التطبيقات لها طرق مختلفة في تنزيل أو رفع الصور لا يعلمها أغلب المبحوثين، ولكن في المتصفحات هناك طريقة واحدة معروفة لدى المستخدمين.

## 17. الاعتماد على رسائل الـ S.M.S:

جدول (21 . 3): يوضح نوع رسائل الـ S.M.S التي تلقاها المبحوثون في متابعة أخبار انتفاضة القدس

نوع رسائل الـ S.M.S والـ M.M.S	ك	%
اشتراكات في الخدمات الإخبارية للوكالات والمواقع	107	54.0
رسائل من الأهل والأصدقاء	73	36.9
رسائل من الهيئات والمؤسسات والفصائل	49	24.7
اشتراك sms من خلال صفحات تويتر	32	16.2

(ن = 198) السؤال اختياري ولم يجب عليه 63 من المبحوثين.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الاشتراكات في الخدمات الإخبارية للوكالات والمواقع احتلت المرتبة الأولى بنسبه 54.0%، وهذا يعطي نتائج أن هناك توجه من الشباب للمتابعة الإخبارية، وأن يبقى متواصل مع الأحداث في كل الأوقات وخاصة التي لا يمكن فيها الاتصال بالإنترنت، يليها رسائل الأهل والأصدقاء بنسبة 36.9%، ويليه الرسائل من الهيئات والمؤسسات والفصائل بنسبة 24.7% حيث أن أغلب المؤسسات أصبحت ترسل الأخبار المتعلقة بها سواء إعلامية أو حكومية أو فصائل أو مؤسسات خاصة لبعض الأفراد برسائل مجانية، وأخيراً الاشتراك في الرسائل القصيرة من حسابات (تويتر) بنسبة 16.2%.



تم إفراد بند خاص برسائل الـ S.M.S والـ M.M.S لأن الهواتف العادية والذكية يمكن استخدامها وكذلك لا تحتاج للاتصال بالإنترنت ويمكن المتابعة الإخبارية من خلالها فقط. تتفق نتائج الجدول السابق ودراسة ( الزلب، 2012م) حيث أن نسبته 68.3% يتلقى الرسائل من الاشتراك بالخدمات الإخبارية للوكالات والفضائيات، وما نسبته 36.5% يتلقون رسائل نصية قصيرة من الأسرة والأصدقاء<sup>(1)</sup>.

---

(1) الزلب، مطهر، الهاتف المحمول كوسيط إعلامي.

ثالثاً: التأثيرات المترتبة على الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر

للأخبار في انتفاضة القدس:

### 1. التأثيرات المعرفية:

جدول (22 . 3): يوضح التأثيرات المعرفية المترتبة على الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر

للأخبار في انتفاضة القدس

الوزن النسبي	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	التأثيرات المعرفية
85.8	127	80	37	6	2	ك التعرف على إحصاءات الشهداء والجرحى والأسرى
	50.4	31.7	14.7	2.4	0.8	%
82.6	100	92	48	8	1	ك متابعة اقتحامات المسجد الأقصى وتداعياته
	40.2	36.9	19.3	3.2	0.4	%
82.0	5	14	43	78	111	ك التعرف على أماكن الاشتباكات مع الاحتلال الإسرائيلي
	44.2	31.1	17.1	5.6	2.0	%
77.4	79	92	45	25	5	ك التعرف على القرارات الإسرائيلية بعد عمليات المقاومة
	32.1	37.4	18.3	10.2	2.0	%
73.0	66	81	58	26	14	ك التعرف على ردود الفعل للقيادة الفلسطينية بعد الاعتداءات الإسرائيلية
	26.9	33.1	23.7	10.6	5.7	%
70.0	51	77	70	27	16	ك متابعة ردود الأفعال العربية والدولية لاستمرار انتفاضة القدس
	21.2	32.0	29.0	11.2	6.6	%
	%78.2					الوزن النسبي

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الوزن النسبي للتأثيرات المعرفية المترتبة على الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس قد بلغ 78.2%، وهي نسبة جيدة، حيث كانت أكثر التأثيرات المعرفية تأثيراً بند التعرف على إحصاءات الشهداء والجرحى بوزن نسبي 85.8% يليه متابعة اقتحامات المسجد الأقصى وتداعياته بنسبية 82.6%، وحصل على المرتبة الثالثة ضمن التأثيرات المعرفية الأكثر تأثيراً بند التعرف على أماكن الاشتباكات مع الاحتلال الإسرائيلي بنسبة 82.0%.

حصل في المرتبة الرابعة ضمن التأثيرات المعرفية بند التعرف على القرارات الإسرائيلية بعد عمليات المقاومة بنسبة 77.4%، بينما حصل بند التعرف على ردود الفعل للقيادة

الفلستينية بعد الاعتداءات الإسرائيلية على المرتبة الخامسة بنسبة 73.0%، وكان البند الأقل تأثيراً متابعة ردود الأفعال العربية والدولية لاستمرار انتفاضة القدس حيث حصلت على المرتبة السادسة بنسبة 70.0%، وهذه النتيجة تؤكد نتائج جدول (11 . 3) التي أشارت إلى عدم اكتراث المبحوثين للموضوعات الإخبارية لردود الأفعال العربية والدولية، وذلك ليأس الفلستينيين من العرب والمجتمع الدولي.

## 2. التأثيرات الوجدانية:

جدول (23 . 3): يوضح التأثيرات الوجدانية المترتبة عن الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس

الوزن النسبي	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً		التأثيرات الوجدانية
88.0	150	61	26	8	3	ك	زيادة الشعور بالكراهية للاحتلال الإسرائيلي نتيجة الإعدامات الميدانية
	60.5	24.6	10.5	3.2	1.2	%	
87.2	133	78	29	2	4	ك	الشعور بالحزن الشديد على الشهداء والمصابين والأسرى
	54.1	31.7	11.8	0.8	1.6	%	
84.8	119	78	41	6	2	ك	الشعور بالقلق على الأطفال منفعي العمليات
	48.4	31.7	16.7	2.4	0.8	%	
83.0	109	87	36	10	5	ك	مشاركة الضحايا الآمهم وأوجاعهم نتيجة المعاناة المستمرة خلال انتفاضة القدس
	44.1	35.2	14.6	4.0	2.0	%	
82.2	29	17	13	3	1	ك	التعاطف مع أهالي الشهداء والجرحى
	46.0	27.0	20.6	4.8	1.6	%	
81.0	111	66	40	12	12	ك	الشعور بالغيرة من منفعذات العمليات من النساء والفتيات
	46.1	27.4	16.6	5.0	5.0	%	
	<b>%83.0</b>						<b>الوزن النسبي</b>

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الوزن النسبي للتأثيرات الوجدانية المترتبة عن الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس قد بلغ 83.0% وهي نسبة جيدة جداً، حيث كانت أكثر التأثيرات الوجدانية تأثيراً بند زيادة الشعور بالكراهية للاحتلال الإسرائيلي نتيجة الإعدامات الميدانية بوزن نسبي 88.0%، يليه بند الشعور بالحزن الشديد على الشهداء والمصابين والأسرى بوزن نسبي 87.2%، فيما حصل بند الشعور بالقلق

على الأطفال منفذي العمليات لمحور التأثيرات الوجدانية على المرتبة الثالثة بنسبة 84.8%، بينما بند مشاركة الضحايا في الأهم وأوجاعهم نتيجة المعاناة المستمرة خلال انتفاضة القدس كان في المرتبة الرابعة بنسبة 83.0%، يليه في المرتبة الخامسة بند التعاطف مع أهالي الشهداء والجرحى، أما أقل التأثيرات الوجدانية تأثيراً فكان بند الشعور بالغيرة من منفعات العمليات من النساء والفتيات حيث حصل على المرتبة السادسة والأخيرة، ويرجع الباحث سبب تقارب النسب في التأثيرات الوجدانية أن المبحوثين لا يمتلكون الكثير ليقدموه ولكن أبسط ما يمكن فعله هو التعاطف.

### 3. التأثيرات السلوكية:

جدول (24 . 3): يوضح التأثيرات السلوكية المترتبة عن الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر

#### للأخبار في انتفاضة القدس

الوزن النسبي	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	التأثيرات السلوكية
74.2	81	73	53	14	24	ك كتابة المنشورات أو نشر (الصور، الرسائل الصوتية، أو الفيديو) عبر تطبيقات الهاتف المحمول التي تبين جرائم الاحتلال الإسرائيلي
	33.1	29.8	21.6	5.7	9.8	%
79.0	89	92	46	13	10	ك التفاعل والتعليق والإعجاب والتفضيل لما ينشر عبر تطبيقات الهاتف المحمول حول الاعتداءات الإسرائيلية
	35.6	36.8	18.4	5.2	4.0	%
68.4	53	72	74	19	28	ك مشاركة المنشورات أو إعادة توجيه للرسائل البريدية أو إعادة التغريد أو تمرير للوسائط التي تتحدث عن انتفاضة القدس
	21.5	29.3	30.1	7.7	11.4	%
62.8	43	62	63	33	41	ك تقديم المساعدات المادية والعينية للأسر المهتمة ببيتهم
	17.8	25.6	26.0	13.6	16.9	%
63.0	42	74	52	29	46	ك المشاركة في أنشطة لتوعية الناس بعدم التعاطي مع الدعاية الإسرائيلية
	17.3	30.5	21.4	11.9	18.9	%
61.6	11	13	18	10	10	ك المشاركة في المواجهات مع الاحتلال على حدود قطاع غزة
	17.7	21.0	29.0	16.1	16.1	%
58.6	6	18	16	6	14	ك المشاركة في تشييع جثامين الشهداء وزيارة المصابين وأهالي الأسرى
	10.0	30.0	26.7	10.0	23.3	%
	<b>%66.4</b>					الوزن النسبي

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الوزن النسبي للتأثيرات السلوكية المترتبة عن الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس قد بلغ 66.4% وهي نسبة جيدة نوعاً ما، حيث كانت أكثر التأثيرات السلوكية تأثيراً بند التفاعل والتعليق والإعجاب والتفضيل لما ينشر عبر تطبيقات الهاتف المحمول حول الاعتداءات الإسرائيلية بنسبة 79.0%، يليه بند كتابة المنشورات أو نشر (الصور، الرسائل الصوتية، أو الفيديو) عبر تطبيقات الهاتف المحمول التي تبين جرائم الاحتلال الإسرائيلي بنسبة 74.2%.

أما بند مشاركة المنشورات أو إعادة توجيه الرسائل البريدية أو إعادة التغريد أو تمرير للوسائط التي تتحدث عن انتفاضة القدس فقد حصلت على المرتبة الثالثة لمحور التأثير السلوكي بنسبة 68.4%، بينما جاء في المرتبة الرابعة بند المشاركة في أنشطة لتوعية الناس بعدم التعاطي مع الدعاية الإسرائيلية بنسبة 63.0%، يليها في المرتبة الخامسة بند تقديم المساعدات المادية والعينية للأسر المهتمة بيوتهم بنسبة 62.8%، وجاء بند المشاركة في المواجهات مع الاحتلال على حدود قطاع غزة في المرتبة السادسة وكانت بند المشاركة في تشييع جاثمين الشهداء وزيارة المصابين وأهالي الأسرى في المرتبة الأخيرة وأقل تأثيراً.

#### 4. التأثيرات المترتبة على الاعتماد:

جدول (25 . 3): يوضح درجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس

التأثيرات	الوزن النسبي %
الوجدانية	83.0
المعرفية	78.2
السلوكية	66.4
المجموع	74.7

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الوزن النسبي لمجموع التأثيرات قد بلغ 74.7% وكانت التأثيرات الوجدانية الأعلى بوزن نسبي 83.0%، يليها التأثيرات المعرفية بوزن نسبي 78.2%، ثم التأثيرات السلوكية بوزن نسبي 66.4%.

وقد يرجع ارتفاع نسبة التأثيرات الوجدانية إلى أن الفراغ المعرفي والسلوكي يحل محله التأثير العاطفي والوجداني، وكذلك الشعور بالعجز من التأثير السلوكي يتحول إلى كبت أو تأثيرات الوجدانية<sup>(1)</sup>.

تتفق نتائج الجدول السابق مع دراسة ( بربخ، 2015م)، ودراسة (خاطر، 2015م) بأن التأثيرات الوجدانية في الدرجة الأولى، والتأثيرات المعرفية بالدرجة الثانية، والتأثيرات السلوكية بالدرجة الثالثة.

رابعاً: المشاكل والمقترحات وأسباب عدم الاعتماد:

### 1. المشكلات والمعوقات:

جدول (26 . 3): يوضح أهم المشاكل التي تعاني منها صحافة الهاتف المحمول كمصدر لأخبار انتفاضة القدس من وجهة نظر المبحوثين

المشكلات	ك	%
كثرة الأخبار مجهولة المصدر	190	72.8
الكم الكبير من الأخبار المتلقاة عبر الهاتف المحمول	132	50.6
عدم توفر شبكات الإنترنت في كل الأماكن	111	42.5
استخدامها كوسيلة لترويج الإشاعات	100	38.3
عدم الموضوعية في معالجة أحداث انتفاضة القدس	87	33.3
قلة الخبرة للاستخدام الأمثل لهذا النوع الجديد من الصحافة	64	24.5
قلة التطبيقات والخدمات الإخبارية الفلسطينية لصحافة الهاتف المحمول	43	16.5
الاختراق الأمني	30	11.5

(ن = 261)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن من أهم المشاكل التي تعاني منها صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار أثناء تناولها لانتفاضة القدس، حيث تصدر تلك المشاكل كثرة الأخبار مجهولة المصدر بنسبة 72.8%، وهذا ما أكدته مسلم في تعليقه لدرجة الثقة في جدول

(1) إباء أبو طه- محررة قسم الإعلام الجديد فضائية القدس، الباحث (اتصال شخصي: 5 أكتوبر 2016م).

(11 . 3)<sup>(1)</sup>، يليها مشكلة الكم الكبير من الأخبار المتلقاة عبر الهاتف المحمول بنسبة 50.6%، يليها عدم توفر شبكات الإنترنت في كل الأماكن بنسبة 42.5%. يليها بند استخدامها كوسيلة لترويج الإشاعات بنسبة 38.3%، يليها بند عدم الموضوعية في معالجة أحداث انتفاضة القدس بنسبة 33.3%، وبند قلة الخبرة للاستخدام الأمثل لهذا النوع الجديد من الصحافة بنسبة 24.5%، ويرجع سبب ذلك حداثة هذا النوع من الصحافة ولا يوجد دراسات حول هذا النوع الجديد من الصحافة للتوعية بطرق استخدامه<sup>(2)</sup>، يليها من المشاكل بند قلة التطبيقات والخدمات الإخبارية الفلسطينية لصحافة الهاتف المحمول، وآخر المشاكل التي تواجه صحافة الهاتف المحمول الاختراق الأمني.

## 2. مقترحات التطوير:

جدول (27 . 3): يوضح أهم مقترحات المبحوثين لتطوير صحافة الهاتف المحمول كي تصبح مصدراً فاعلاً للأخبار أثناء الاعتداءات الإسرائيلية

المقترحات	ك	%
الاهتمام بالدقة والموضوعية في منشوراتها	218	83.5
توفير شبكات إنترنت لكافة المناطق	158	60.5
التوعية الأمنية نحو الاستخدام الآمن لها	146	55.9
ضرورة استثمارها في دحض الدعاية الإسرائيلية	143	54.8
اهتمام الوكالات والمؤسسات الإعلامية بالتطبيقات الإخبارية الخاصة بها	117	44.8
زيادة الخدمات الإخبارية المقدمة عبر الهاتف المحمول	94	36.0
التغطية الفورية والشاملة لأحداث انتفاضة القدس	31	11.9

(ن = 261)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن من أهم مقترحات المبحوثين لتطوير صحافة الهاتف المحمول كي تصبح مصدراً فاعلاً للأخبار أثناء الاعتداءات الإسرائيلية الاهتمام بالدقة والموضوعية في منشوراتها بنسبة 83.5%، توفير شبكات إنترنت لكافة المناطق 60.5%، يليها التوعية الأمنية نحو الاستخدام الآمن لها بنسبة 55.9%، ضرورة استثمارها في دحض

(1) إبراهيم مسلم - ناشط شبابي، قابله: الباحث (6 أكتوبر 2016م).

(2) أحمد جمال - مسئول الإعلام الجديد في وكالة صفا، قابله: الباحث (6 أكتوبر 2016م).

الدعاية الإسرائيلية 54.8%، اهتمام الوكالات والمؤسسات الإعلامية بالتطبيقات الإخبارية الخاصة بها 44.8%، زيادة الخدمات الإخبارية المقدمة عبر الهاتف المحمول 36.0%، التغطية الفورية والشاملة لأحداث انتفاضة القدس 11.9%.

### 3. أسباب عدم الاعتماد:

جدول (28 . 3): يوضح أسباب عدم اعتماد بعض المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول كمصدر

#### للأخبار في انتفاضة القدس

أسباب عدم الاعتماد	ك	%
الاعتماد على وسائل أخرى للمتابعات الإخبارية	76	54.9
عدم الثقة فيما تقدمه من أخبار انتفاضة القدس	39	32.0
عدم وفرة الوقت بسبب ضغط العمل	31	25.4
لم تشبع الاحتياجات من الأخبار	15	12.3

(ن = 122)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة المبحوثين الذين لا يعتمدون على صحافة الهاتف المحمول بسبب اعتماد بعض المبحوثون على وسائل أخرى للمتابعة الإخبارية كانت 54.9% حيث احتلت المرتبة الأولى، وهو ما يؤكد ما جاء من نتائج في الجدول (6 . 3)، بينما جاء في المرتبة الثانية بند عدم الثقة فيما تقدمه من أخبار انتفاضة القدس حيث كانت النسبة 32.0%، وجاء في المرتبة الثالثة عدم وفرة الوقت بسبب ضغط العمل بنسبة 25.4%، بينما جاء في المرتبة الأخيرة أن صحافة الهاتف المحمول لم تشبع الاحتياجات من الأخبار بنسبة 12.3%.



## المبحث الثاني:

### اختبار فروض الدراسة الميدانية

حاولت الدراسة الميدانية اختبار مجموعة من الفروض، وهي:

أولاً: الفرضية الأولى:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول في وقت الأزمات ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

جدول (29 . 3): يوضح العلاقة بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول في

وقت الأزمات والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد

التأثيرات	قيمة r	الدلالة
المعرفية	0.138	0.036
الوجدانية	0.123	0.358
السلوكية	0.154	0.254
الإجمالي	0.210	0.144

تشير نتائج الجدول السابق و من خلال اختبار (بيرسون) أنه بشكل عام لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب على صحافة الهاتف المحمول في وقت الأزمات والتأثيرات بشكل عام حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية 0.144 وهي أكبر من 0.05.

يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب على صحافة الهاتف المحمول في وقت الأزمات والتأثيرات المعرفية حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية 0.036 وهي أقل من 0.05.

لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب على صحافة الهاتف المحمول في وقت الأزمات والتأثيرات الوجدانية حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية 0.358 وهي أكبر من 0.05.

لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب على صحافة الهاتف المحمول في وقت الأزمات والتأثيرات السلوكية حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية 0.254 وهي أكبر من 0.05.

تختلف نتائج الجدول السابق ودراسة (خاطر، 2015م) بوجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية<sup>(1)</sup>.

### ثانياً: الفرضية الثانية:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات، ودرجة الثقة في الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات.

جدول (30 . 3): يوضح العلاقة بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات ودرجة الثقة في الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات

درجة الاعتماد								درجة الثقة
الدلالة	X <sup>2</sup>	المجموع	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	
0.001	41.201	100.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	منخفضة جداً
		100.0	21.4	28.6	21.4	21.4	7.1	منخفضة
		100.0	22.4	35.7	32.7	7.1	2.0	متوسطة
		100.0	31.2	47.7	17.4	3.7	0.0	عالية
		100.0	54.3	28.6	14.3	2.9	0.0	عالية جداً
		100.0	30.1	39.0	23.6	6.2	1.2	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى أنه يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات، ودرجة الثقة في الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات حيث كانت قيمة (مربع كاي)

(1) خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م.

(40.243) وقيمة الدلالة الإحصائية 0.001 وهي أقل من 0.05، فكلما زاد اعتماد الشباب

اللسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات كلما زادت ثقتهم فيها.

هذا يؤكد الارتباط الوثيق بين درجة الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول، والثقة التي

تتمتع بها هذه النوع الجديد من الصحافة، وأن الجمهور غالباً يلجأ للوسائل التي تشعره بالأمان فيتابعها وبالتالي يثق بها ويعتمد عليها كمصدر لتلقي الأخبار والمعلومات.

تتفق نتائج هذا الجدول مع نتائج أغلب الدراسات منها (بربخ، 2015م)، ودراسة

(خاطر، 2015م)، ودراسة (أبو صلاح، 2014م)، ودراسة (الداغر، 2013م)، وجميعها أكدت

أن هناك ارتباط بين درجة الاعتماد أو درجة الاستخدام على الإعلام الجديد، وبين درجة الثقة في الأخبار أو المعلومات المتلقاه من خلال أدواتها ووسائلها.

### ثالثاً: الفرضية الثالثة:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الشباب الفلسطيني في الأخبار

المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات، ودرجة تفاعلهم مع هذه الأخبار.

جدول (31 . 3): يوضح العلاقة بين درجة ثقة الشباب الفلسطيني في الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف

المحمول وقت الأزمات، ودرجة تفاعلهم مع هذه الأخبار

التفاعل								درجة الثقة
الدلالة	X <sup>2</sup>	المجموع	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	
0.001	71.100	100.0	0.0	33.3	0.0	66.7	0.0	منخفضة جداً
		100.0	0.0	14.3	42.9	42.9	0.0	منخفضة
		100.0	4.0	21.2	56.6	15.2	3.0	متوسطة
		100.0	8.2	50.0	25.5	13.6	2.7	عالية
		100.0	28.6	20.0	22.9	17.1	11.4	عالية جداً
		100.0	8.8	33.0	37.5	16.9	3.8	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة

الثقة في الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات، ودرجة تفاعلهم مع هذه

الأخبار، حيث كانت قيمة (مربع كاي) تساوي (71.100) وقيمة الدلالة الإحصائية 0.001 وهي أقل من 0.05.

ويعزو الباحث ذلك إلى مصداقية المبحوثين من فئة الشباب وهم من الجمهور النشط في التعامل مع وسائل الإعلام، وكذلك في التعامل مع الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول، حيث يولون الأخبار اهتماماً خاصاً وذلك من خلال التفاعل والمشاركة معها. وتتفق نتائج هذه الدراسة ودراسة (حمودة، 2013م) التي تشير إلى وجود علاقة بين درجة الثقة في المعلومات، ودرجة الاستجابة والتفاعل مع الموضوعات المقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

#### رابعاً: الفرضية الرابعة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لديهم.

1. الفرضية الفرعية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للجنس.

جدول (32 . 3): يوضح الفروق بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت

#### الأزمات وفقاً للجنس

الاعتماد	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	الدلالة الإحصائية	الدلالة
ذكر	124	3.93	0.989	0.558	0.577	غير دال
أنثى	137	3.86	0.925			

تشير نتائج الجدول السابق إلى أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للجنس، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية 0.577 وهي أكبر من 0.05.

يمكن للباحث تفسير هذه النتائج بأن ذلك يكمن في الاهتمام المشترك بنفس المستوى بالتطور التكنولوجي وخاصة الهواتف الذكية، وكذلك سهولة الاستخدام لصحافة الهاتف المحمول

فهي لا تحتاج لمهارات يتقنها أحد الجنسين أكثر من الآخر، وكذلك التقارب الفكري والمعرفي بين الذكور والإناث.

وتتوافق هذه النتائج وعدد من الدراسات منها دراسة (خاطر، 2015م) والتي بينت عدم وجود فروق بين درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، تعزى للنوع<sup>(1)</sup>، وتتفق أيضاً ودراسة (حمودة، 2013م) التي أكدت عدم وجود فروق بين النوع والاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي<sup>(2)</sup>، كما وتتفق ودراسة (جمعة، 2013م) بعدم وجود فروق لدوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لمتغير النوع<sup>(3)</sup>. واختلفت مع دراسة (أبو صلاح، 2014م) حيث أظهر أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الذكور أعلى من الإناث<sup>(4)</sup>.

2. الفرضية الفرعية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للمستوى التعليمي.

جدول (33 . 3): يوضح الفروق بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للمستوى التعليمي

الاعتماد	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	الدلالة الإحصائية	الدلالة
ثانوية عامة فأقل	21	3.81	0.981	080.2	9340.	غير دال
دبلوم	31	3.90	0.908			
بكالوريوس	178	3.92	0.935			
ماجستير	28	3.79	1.101			
دكتوراة	3	3.67	1.528			
المجموع	261	3.89	0.955			

(1) خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م.

(2) حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية.

(3) جمعة، دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة.

(4) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للمستوى التعليمي، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية 0.934 وهي أكبر من 0.05.

ويرجع الباحث ذلك إلى أن أغلب المبحوثين هم نفس السمات وهم من المستوى التعليمي لدرجة البكالوريوس بنسبة 65.8% كما يبين جدول (4 . 1)، كما قد يكون من الأسباب بأن صحافة الهاتف المحمول قادرة على إيصال الأخبار والمعلومات لكافة المستويات التعليمية وذلك لتنوع التطبيقات، والخدمات، والمواد المتلقاة عبرها.

تتفق نتائج الجدول السابق ودراسة (حمودة، 2013م) بعدم وجود فروق بين معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وبين المؤهل العلمي<sup>(1)</sup>، كما وتتفق ودراسة (جمعة، 2013م) بأنه لا توجد فروق بين دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي<sup>(2)</sup>.

وتختلف ودراسة (بقطر، 2015م) بوجود فروق بين متغير المستوى التعليمي وبين مخاطبة الفيسبوك للاحتياجات السياسية للمستخدمين من الشباب<sup>(3)</sup>.

---

(1) حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية.

(2) جمعة، دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة.

(3) بقطر، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة السياسية لدى الشباب المصري.

3. الفرضية الفرعية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للعمر.

جدول (34 . 3): يوضح الفروق بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للعمر:

الدالة	الدالة الإحصائية	قيمة الاختبار	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	الاعتماد
غير دال	0.807	0.325	0.833	3.87	84	أقل من 22 سنة
			0.963	3.92	106	من 22 الى أقل من 26 سنة
			1.055	3.97	36	من 26 الى أقل من 30 سنة
			1.114	3.77	35	من 30 الى أقل من 35 سنة
			0.955	3.89	261	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للعمر، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية 0.807 وهي أكبر من 0.05. ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى أن المبحوثين يحاولون الحصول على الأخبار والمعلومات وقت الأزمات بغض النظر عن العمر، لأن الأزمة تطال كافة الفئات العمرية. تتفق نتائج الجدول ودراسة (بريخ، 2015م) بعدم وجود فروق بين درجة إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لفضول المبحوثين المعرفي بالعدوان على غزة يعزى لمتغير العمر<sup>(1)</sup>. تختلف نتائج الجدول السابق ودراسة (بقطر، 2015م) أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر وبين مخاطبة الفيسبوك للاحتياجات السياسية للمستخدمين من الشباب<sup>(2)</sup>.

(1) بريخ، اعتماد النخبة السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014.

(2) بقطر، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة السياسية لدى الشباب المصري.

4. الفرضية الفرعية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للمتغير المحافظات.

جدول (35 . 3): يوضح الفروق بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للمحافظة

الاعتماد	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	الدلالة الإحصائية	الدلالة
محافظات قطاع غزة	137	3.82	1.016	1.340-	1820.	غير دال
محافظات الضفة الغربية والقدس	124	3.98	0.879			

تشير نتائج الجدول السابق إلى أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للمحافظة، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية 0.182 وهي أكبر من 0.05.

كانت هذه النتيجة بعكس المتوقع للباحث، حيث توقع أن يكون هناك فروق بين اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول من سكان قطاع غزة وبين سكان الضفة الغربية والقدس، وذلك كون أن الدراسة تختص بأزمة انتفاضة القدس وهي تتركز في محافظات الضفة الغربية والقدس أكثر من محافظات قطاع غزة، وكذلك توفر شبكات الإنترنت عبر شرائح الهواتف المحمولة وخاصة في محافظة القدس، ويعلل الباحث ذلك بأن سكان قطاع غزة أكثر شغفاً في المتابعة اليومية للأحداث من خلال المحمول لعدم وجود الكهرباء بشكل مستمر وهي الوسيلة الأكثر تداولاً ولا تحتاج لمصدر كهرباء دائم.

اتفقت هذه الدراسة مع دراسة (برغوث، 2014م) التي بينت عدم وجود علاقة بين مكان الإقامة للشباب الفلسطيني ومعدل اعتمادهم على الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات<sup>(1)</sup>، كما اتفقت مع دراسة (بربخ، 2015م) التي أظهرت عدم وجود فروق بين درجة إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لفضول المبحوثين المعرفي بالعدوان على غزة يعزى لمتغير مكان السكن.

(1) برغوث، اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات.



ولكن تختلف مع دراسة (خاطر، 2015) حيث أظهرت وجود فروق في درجة اعتماد الطلبة الفلسطينيين على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م لصالح المحافظة الوسطى من محافظات قطاع غزة<sup>(1)</sup>.

تشير نتائج الجداول (3 . 34)، (3 . 35)، (3 . 36)، (3 . 37)، إلى أنه بشكل عام لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب على صحافة الهاتف المحمول في وقت الأزمات والمتغيرات الديموغرافية التالية (الجنس، التعليم، العمر والمحافظة)، حيث أن قيمة الدلالة الإحصائية (0.577، 0.934، 0.608، 0.182) على التوالي وجميعها أكبر من 0.05، وهذا يعني أن درجة اعتماد الشباب على صحافة الهاتف المحمول في وقت الأزمات لم تتأثر بالعوامل الديموغرافية.

---

(1) خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م.

## المبحث الثالث:

### خلاصة نتائج الدراسة وتوصياتها

#### أولاً: النتائج العامة للدراسة:

- يستعرض الباحث خلاصة أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية، وهي كالآتي:
1. يعتمد المبحوثون على صحافة الهاتف المحمول بنسبة 77.8% في أوقات الأزمات، بينما يُعتمد على صحافة الهاتف المحمول بنسبة 74.8% في الأوقات العادية.
  2. أهم أسباب اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس ترجع في المرتبة الأولى إلى السرعة في نقل أخبار الانتفاضة بنسبة 90.8%، وهي أهم خصائص صحافة الهاتف المحمول الفورية، ثم جاء السبب الثاني سهولة نقل وتبادل الأخبار بنسبة 83.9%، وفي المرتبة الثالثة كان السبب إمكانية تحديث المعلومات وفقاً لتطور المعلومات بنسبة 46.7%.
  3. أهم أنواع صحافة الهاتف المحمول التي اعتمد عليها الشباب الفلسطيني في متابعة أحداث انتفاضة القدس جاءت تطبيقات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة 88.2%، وبفارق كبير نسبياً جاءت في المرتبة الثانية متصفحات المحمول بنسبة 67.2%، وفي المرتبة الثالثة التطبيقات الإخبارية بنسبة 65.6%، يليها في المرتبة الرابعة التطبيقات الصوتية والمرئية بنسبة 62.6%، وفي المرتبة الخامسة خدمات الرسائل النصية والمصورة بنسبة 50.8%، وأخيراً في المرتبة السادسة التطبيقات البريدية بنسبة 44.4%.
  4. أكثر التطبيقات الإخبارية استخداماً لدى المبحوثين هو تطبيق قناة الأقصى بنسبة 58.8%، يليه تطبيق الجزيرة بنسبة 39.6%، أما في تطبيقات التواصل الاجتماعي فإن (الفيسبوك) هو الأكثر استخداماً بنسبة 95.0%، يليه وبفارق كبير جداً تطبيق (الواتساب) بنسبة 39.4%، على صعيد التطبيقات البريدية حصد (الجيمل) النسبة الأعلى وهي 60.4%، أما على صعيد تطبيقات الصور والصوت والفيديو، فإن (اليوتيوب) حصل على النسبة الأعلى استخداماً وهي 79.0%.

5. أكثر أسباب استخدام المبحوثين متصفحات المحمول في متابعة أحداث انتفاضة القدس هو أن بعض التطبيقات تحيلهم للمتصفحات، وكذلك سبب تنزيل الصور والملفات من المتصفحات.
6. أهم أنواع الرسائل النصية القصيرة المتلقاه في متابعة المبحوثين لانتفاضة القدس هو الرسائل من الاشتراك في الخدمات الإخبارية للوكالات والمواقع بنسبه 54.0%.
7. أهم الموضوعات الإخبارية التي يتابعها المبحوثون من خلال صحافة الهاتف المحمول في انتفاضة القدس كانت المتابعة لعمليات المقاومة في المرتبة الأولى بنسبة 82.8%، يليها الإحصاءات للشهداء والإصابات والأسرى والمشردين بنسبة 49.4%، من ثم التصريحات الفلسطينية والإسرائيلية، وأخيراً متابعة ردود الفعل العربية والدولية.
8. أهم الأشكال الصحفية التي فضل المبحوثون متابعتها عبر صحافة الهاتف المحمول هي الأخبار السريعة وقد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 87.4%، يليها في المرتبة الثانية التفاعل مع الهاشتاغ بنسبة 44.1%، بينما جاء الكاريكاتير والرسومات المتنوعة في المرتبة الثالثة بنسبة 34.5%، وتلاها في المرتبة الرابعة التحليلات والتعليقات بنسبة 31.4%.
9. يثق المبحوثون في الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول عن انتفاضة القدس بدرجة عالية بنسبة 42.1%، بينما كانت نسبة من يثقون بدرجة متوسطة 37.9%، ونسبة من يثقون بنسبة عالية جداً 13.4%، ونسبة من يثقون بدرجة منخفضة 5.4%، ونسبة من يثقون بدرجة منخفضة جداً 1.1%.
10. يتفاعل ويشارك المبحوثين عبر صحافة الهاتف المحمول مع أحداث انتفاضة القدس بالدرجة الأولى بإبداء الإعجاب والتفضيل بنسبة 74.3%، ثم وبفارق كبير النشر بنسبة 42.1%، يليها بفارق بسيط التعليق بنسبة 41.8%، وآخر آليات المشاركة والتفاعل كانت المشاركة وإعادة التغريد والتمرير بنسبة 41.4%.
11. بلغت نسبة التأثيرات الوجدانية المترتبة عن الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس 83.0%، يليها التأثيرات المعرفية بنسبة 78.2%، ثم التأثيرات السلوكية بنسبة 66.4%.

12. أهم العقبات والمشاكل التي واجهها المبحوثون من صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار أثناء تناولها لانتفاضة القدس جاءت كثرة الأخبار مجهولة المصدر بنسبة 72.8%، تلاها الكم الكبير من حجم الأخبار المتلقاة عبر الهاتف المحمول بنسبة 50.6%، ثم عدم توفر شبكات الإنترنت في كل الأماكن بنسبة 42.5%، ثم استخدمت كوسيلة لترويج الإشاعات بنسبة 38.3%، ثم عدم الموضوعية في معالجة أحداث انتفاضة القدس بنسبة 33.3%، ثم قلة الخبرة للاستخدام الأمثل لهذا النوع الجديد من الصحافة بنسبة 24.5%، ثم قلة التطبيقات والخدمات الإخبارية المقدمة عبر صحافة الهاتف المحمول بنسبة 16.5%، وأخيراً الاختراق الأمني بنسبة 11.5%.

13. كانت أهم مقترحات المبحوثين لتطوير صحافة الهاتف المحمول كي تصبح مصدراً فاعلاً للأخبار أثناء الاعتداءات الإسرائيلية، جاء في مقدمة المقترحات الاهتمام بالدقة والموضوعية في منشوراتها بنسبة 83.5%، ثم جاء توفير شبكات إنترنت لكافة المناطق بنسبة 60.5%، ثم جاءت التوعية الأمنية نحو الاستخدام الآمن لها بنسبة 55.9%، تلاها ضرورة استثمارها في دحض الدعاية الإسرائيلية بنسبة 54.8%، ثم مقترح اهتمام وكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية بالتطبيقات الإخبارية الخاصة بها بنسبة 44.8%، ثم زيادة الخدمات الإخبارية المقدمة عبر الهاتف المحمول بنسبة 36.0%، وأخيراً كان اقتراح التغطية الفورية والشاملة للأحداث بنسبة 11.9%.

14. تمثلت أسباب عدم اعتماد بعض المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس في الاعتماد على وسائل أخرى بنسبته 54.9%، ثم عدم الثقة في ما تقدمه من أخبار عن انتفاضة القدس وجاء هذا السبب بنسبة 32.0%، ثم عدم وفرة الوقت لضغط العمل بنسبة 25.4%، وفي الترتيب الأخير كان السبب أنها لم تشبع احتياجات المبحوثين عن الأخبار بنسبة 12.3%.

## ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة:

1. يوجد علاقة ارتباطية طردية بين درجة اعتماد الشباب على صحافة الهاتف المحمول في وقت الأزمات والتأثيرات المعرفية، كما لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب على صحافة الهاتف المحمول في وقت الأزمات والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية.
2. ثبت عدم صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات، ودرجة الثقة في الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات.
3. ثبت صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في الأخبار المتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول ودرجة تفاعلهم مع هذه الأخبار وقت الأزمات.
4. لا يوجد أي فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب على صحافة الهاتف المحمول وقت الأزمات وفقاً للمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين وهي: (الجنس، التعليم، العمر والمحافظة).

### ثالثاً: توصيات الدراسة:

من خلال استعراض الباحث لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية، يمكن الخروج بعدد من التوصيات والمقترحات للمؤسسات الإعلامية ونشطاء الإعلام الجديد والمختصين والمهتمين بالهاتف المحمول، التي من شأنها تطوير دور صحافة الهاتف المحمول لتكون مصدراً فاعلاً للأخبار، وهذه التوصيات هي:

1. زيادة التطبيقات والحسابات الفلسطينية على الهواتف الذكية وخاصة من المؤسسات الإعلامية والوكالات والمواقع الإخبارية الرسمية.
2. إجراء أبحاث ودراسات خاصة بصحافة الهاتف المحمول، والعمل على إضافة مساق لتعليم صحافة وإعلام المحمول خاص بطلبة كليات الإعلام وأقسام الصحافة بالجامعات الفلسطينية.
3. التزام الصحفيين والنشطاء الإعلاميين بالدقة والموضوعية في نقل الأخبار، عبر منصات وتطبيقات الهواتف المحمولة وخاصة أوقات الأزمات، لرفع مستوى ثقة الجمهور.
4. عمل دورات تدريبية للعاملين في المؤسسات الإعلامية ونشطاء الإعلام الجديد للتدريب على الاستخدام الأمثل لصحافة الهاتف المحمول في تفعيل القضايا الفلسطينية.
5. وضع إستراتيجية من المسؤولين للإعلام الجديد لكيفية استغلال هذه الوسائل رسمياً وشعبياً لدعم القضية الفلسطينية.
6. التنوع في الأشكال الصحفية الجديدة وخاصة الأخبار السريعة، والتفاعل على الأوسمة (الهاشتاقات) لما لها من متابعة عبر منصات وتطبيقات الهواتف المحمولة.
7. توعية الشباب للاستخدام الآمن لوسائل الإعلام الجديد، وخاصة الهواتف الذكية والتعريف بمدى خطورتها على الصعيد الشخصي والأسري والمجتمعي.

## المصادر والمراجع

## المصادر والمراجع

### أولاً: المراجع العربية:

- إسماعيل، علي. (2016م). القدس كاشفة العورات. مجلة انتفاضة، العدد الأول.
- بحور، بن داود. (2009م). الوصول إلى المعلومات في الأراضي الفلسطينية المحتلة. (د.ط). (د.ن).
- بخيت، السيد. (2012م). نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي. ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد..التحديات النظرية والتطبيقية"، الرياض: جامعة الملك سعود.
- بريخ، نضال. (2015م). اعتماد النخبة السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
- برغوث، إسماعيل. (2014م). اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات (رسالة ماجستير غير منشورة) معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (2014م). إستراتيجية برنامج الأمم المتحدة الإنمائي للمساواة بين الجنسي 2017-2014. واشنطن.
- بشوش، محمد. (1984م، 8-14 نوفمبر). ملامح الشبيبة العربية في الخطاب العلمي العربي. أشغال ملتقى الشباب والتغير الاجتماعي، تونس: الجامعة التونسية.
- بقطر، مينا. (2015م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة السياسية لدى الشباب المصري. (رسالة ماجستير غير منشورة). معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.
- بلال، سامي. (2016م، 21 إبريل). الجيل الخامس للهاتف النقال G5؟ على موقع عربي تك، تاريخ الاطلاع: 20 سبتمبر 2016م، الموقع: <https://goo.gl/VP6vqd>
- بودهمان، يامين. الإنترنت ثورة الفضاء الاتصالي للشباب. تاريخ الاطلاع: 19 مايو 2016م، الموقع: <https://goo.gl/8Sntfb>
- تعظيم الاستفادة من الهاتف المحمول 2012. (2013م). واشنطن: البنك الدولي للإنشاء والتعمير.



جردادات، ساري. (2016م، 6 فبراير). وسائل التواصل الاجتماعي الوجه الآخر لـ "انتفاضة القدس"، مقال على موقع هدف نيوز، تاريخ الاطلاع: 12 أكتوبر 2016م، الموقع:

<http://hadfnews.ps/post/12637>

جرار، ليلي. (2012م). الفيسبوك والشباب العربي. ط1. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع. الجزيرة نت. (2015م، 26 نوفمبر). #احمي\_ظَهرك.. نصائح لتفادي أضرار الاحتلال الإسرائيلي.

تاريخ الاطلاع: 22 سبتمبر 2016م، الموقع: <https://goo.gl/Gb1Bp9>

جمال، أحمد. (2016م، 6 أكتوبر) أجرى المقابلة الباحث. غزة: مسئول الإعلام الجديد في وكالة صفا.

الجمال، محمد. (2014م، 8 سبتمبر). ما هو الهاتف المحمول. تاريخ الاطلاع: 3 أكتوبر 2016م،

الموقع: <https://goo.gl/PyaqRb>

جمعة، أمجد. (2013م، 12-13 فبراير). دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة، دراسة مقدمة إلى مؤتمر طلبة الجامعات "الواقع والآمال"، غزة: الجامعة الإسلامية.

الجندي، سلوى (2014م). الشبكات الاجتماعية وإدارة الأزمات: دور صفحات الجيش والشرطة في إدارة أزمة ما بعد 30 يونيو (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة عين شمس، القاهرة.

جنيفير، دهلاس. (2010) المراهق والهاتف النقال التمثل والإستخدامات. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر 3، الجزائر.

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، (2014م، 31 ديسمبر). المسح الأسري لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات 2014م- النتائج الرئيسية.

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2016م). النتائج الرئيسية لمسح الشباب الفلسطيني 2015م. رام الله: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2016م). كتاب فلسطين الإحصائي السنوي 2015م- رقم 16. رام الله: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2016م، 11 يوليو). بياناً صحفياً عشية اليوم العالمي

للسكان، تاريخ الاطلاع: 16 يوليو 2016م، الموقع: <https://goo.gl/MqBVaZ>

الحاج، أحمد. (2016م، 9 فبراير). انتفاضة القدس تفتح جبهة مواقع التواصل الاجتماعي. تاريخ

الاطلاع: 16 أغسطس 2016م، الموقع: <https://palinfo.com/143909>

حسانين، أسامة (2014م). دور الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا

الفساد المصري (رسالة دكتوراه غير منشورة) جامعة عين شمس، القاهرة.

حسين، سمير. (1976م). بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. ط1. القاهرة: عالم الكتب.

حسين، سمير. (2006م). بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. ط3. القاهرة: عالم الكتب.

حلاسة، محمد منتصر. واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي

في تعزيز علاقتها بالجمهور. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

الحلوة، خالد (2012م إبريل). الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام. ورقة مقدمة إلى

المنتدى السنوي السادس: الإعلام الجديد..التحديات النظرية والتطبيقية. الرياض: الجمعية

السعودية للإعلام والاتصال.

حمودة، أحمد (2013م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في

القضايا المجتمعية (رسالة ماجستير غير منشورة) معهد البحوث والدراسات، القاهرة.

بن ختو، علي. [مدونة] تاريخ الاطلاع: 22 مارس 2016م، الموقع: <https://goo.gl/Jl9O3M>

خاطر، ترنيم. (2015م). اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء

العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م (رسالة ماجستير غير منشورة) الجامعة الإسلامية-

غزة، فلسطين.

خضور، أديب. (1999م). الإعلام والأزمات. ط1. الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.

خليل، حمزة. (2012م). استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير

المصرية والاشباكات المتحققة منها: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة

طنطا، طنطا.

خيري، محمد. (2012م، 19 مايو) صحافة الهاتف النقال. تاريخ الاطلاع: 12 سبتمبر 2016م،

الموقع: <https://goo.gl/BU6oAO>

الداغر، مجدي.-(2014م، 1-3نوفمبر). اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية

الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر بعد 30يونيه 2013م - مواقع التواصل الاجتماعي

- نموذجًا. المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الإعلام مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة، الإسكندرية: جامعة فاروس.
- الدجين، مبارك. (2015م، 18مايو). *صحافة الموبايل.. أنت حارس البوابة*. تاريخ الاطلاع: 21 سبتمبر 2016م، الموقع: <https://goo.gl/zHC3yd>
- الدليمي، عبد الرزاق. (2011م). *الصحافة الالكترونية والتكنولوجيا الرقمية*. ط1. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع
- الرجوب، عوض. (2015م، 4 أكتوبر). *تسلسل زمني للتوتر في القدس والضفة الغربية*. تاريخ الاطلاع: 8 أكتوبر 2016م، الموقع: <https://goo.gl/nrS7Pi>
- الرحباني، عبير. (2012م). *الإعلام الرقمي (الإلكتروني)*. ط1. القاهرة: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- الرحباني، عبير. (2016م). *استخدامات الإعلام الجديد وانعكاساته على الصحف الورقية اليومية في الأردن - صحافة الموبايل-*. (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة الزعيم الأزهرى الحكومية، الخرطوم.
- الرحباني، عبير. (2015م، 22 سبتمبر). *الأجهزة الذكية تتحول إلى أداة إعلامية متكاملة*. تاريخ الاطلاع: 8 أكتوبر 2016م، الموقع: <https://goo.gl/JX02vL>
- رفاعي، أحمد. (2014م). *العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية* (رسالة دكتوراه غير منشورة) جامعة عين شمس، القاهرة.
- الزلب، عبد الله، ومطهر، بشار. (2012م). *الهاتف المحمول كوسيط إعلامي*. مجلة شؤون العصر، العدد (46).
- سعد محمد، السر. *اثر استخدام تقنية المعلومات في تطور الصحفي تطبيقاً على الهواتف الذكية*، تاريخ الاطلاع: 19 سبتمبر 2016م، الموقع: <https://elsirsaad.wordpress.com>
- بن سعيد، مبارك. (2011م، 1مايو). *صحافة المواطن والمسؤولية الاجتماعية*. تاريخ الاطلاع: 21 سبتمبر 2016م، الموقع: <https://goo.gl/wLUpYD>
- السنهوري، أحمد محمد (1991م). *الخدمة الاجتماعية مع الشباب*. القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- سوشال ميديا، (2016م). *تقرير وسائل التواصل الاجتماعي 2015م*. رام الله: كونسبت.
- السيد، أماني (2011م، 3-5 أكتوبر). *استخدام الهواتف المحمولة في تعزيز الوصول للمحتوى الرقمي العربي*. مؤتمر المحتوى العربي في الانترنت- التحديات والطموحات، الرياض: جامعة

الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

السيد، محمود، وعلي، هاجر. (2013م). استخدامات الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام أثناء الأزمات السياسية الطارئة" - أزمة الدستور المصري نموذجاً. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد(12).

أبو سويلم، شرحبيل. (2015م). اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات: دراسة ميدانية". (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، عمان.

الشافعي، محمد. (2001م). إستراتيجية إدارة الأزمات والكوارث. ط1. القاهرة: مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر.

شاهين، محمد. (2015م، 30 أكتوبر) انتفاضة القدس إرادة شعب. تاريخ الاطلاع: 12 سبتمبر 2016م، الموقع: <https://goo.gl/GJc3E6>

شود، ماجد. (2002م). إدارة الأزمات والإدارة بالأزمة. ط1. عمان: الأوايل للنشر .

شركة الوطنية موبايل. (2016م، 14 أبريل). التقرير الربع سنوي الأول لعام 2016م. تاريخ الاطلاع: 16 أغسطس 2016م، الموقع: <https://goo.gl/qVWnAf>

شركة جوال. مسيرة نجاحنا. تاريخ الاطلاع: 16 أغسطس 2016م، الموقع: <https://goo.gl/gCj069>

شريف، منى. (1995). إدارة الأزمات في قطاع الغزل والنسيج. (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة عين شمس، القاهرة.

شفيق، حسنين. (2010م). الإعلام الجديد الإعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية. ط1. القاهرة: دار فكر وفن.

شفيق، حسنين. (2011م). الإعلام الجديد- الإعلام البديل. ط1. القاهرة: دار فكر وفن.

شكارة، عادل. (1984م). مشكلات الشباب العربي واقعها وأساليب علاجها، مجلة معهد البحوث والدراسات العربية. العدد(13)، ص160.

الشميمري، فهد. (2010م). التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام. ط1. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

شومان، محمد. (2016م، 20 ابريل). الإعلام الجديد وإدارة الأزمات. تاريخ الاطلاع: 18 مايو 2016، الموقع: <https://goo.gl/SVq mLJ>

شيخاني، سميرة. (2010م). الإعلام الجديد في عصر المعلومات. مجلة دمشق، 26(1).  
أبو صلاح، صلاح. (2014م). استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباكات المتحركة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.  
صادق، عباس. (2008م). الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات. ط1. عمان: دار الشروق.

صحيفة الحياة اللندنية. (2004م، 14 ديسمبر). ولادة صحافة النقال تغيير في أساليب الاتصال. ص32.

صحيفة العرب. (2015م، 1 مايو). صحافة المحمول تصنع ثورة في تغطية الأخبار. العدد(9904)، ص18.

صحيفة العرب. (2015م، 31 مارس). صحافة الموبايل تقتحم عالم الإنتاج الإعلامي. العدد(9873)، ص18.

الضبع، رفعت. (2007م، أكتوبر). اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام لاكتساب المعلومات عن أزمة أنفلونزا الطيور. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (28).

الطاهر، محمد. وآخرون. (2014م). الانترنت في خدمة حرية التعبير، القاهرة: الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان.

أبو طه، إباء. (2016م، 5 أكتوبر) أجرى المقابلة الباحث عبر الهاتف. رام الله: محررة قسم الإعلام الجديد فضائية القدس.

عامر، فتحي. (2011م). وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك. ط1. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

العبد ، عاطف، وعزمي، زكي. (1993م). الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.

عبد الحميد، محمد. (1997م). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. (د.ط.). القاهرة: عالم الكتب.

عبد الحميد، محمد. (2000م). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (د.ط.). القاهرة: عالم الكتب.

عبد الرحمن، بن زايد. تنظيم واسترجاع المعلومات على الشبكة العنكبوتية بين هيمنة محركات البحث وفعاليات تقنية الفلوكسونومي (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة منتوري، قسنطينة.

عبد الفتاح، نبيل. (2015م، 9 إبريل). السياسة الرقمية وميلاد الفرد والحرية. تاريخ الاطلاع: 18 أغسطس 2016م، الموقع: <http://www.acrseg.org/36858>

عبد القوي، محمود، وأبو العلا، سلوى. (2014م). عشوائية المعلومات وعلاقتها بمصدقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب. المؤتمر العلمي الدولي الأول مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة، الإسكندرية: جامعة فاروس.

عثمان، صفا. (2009م، 7-10 نوفمبر). إدراك الجمهور والقائم بالاتصال لوسائل الاتصال الحديثة بالتطبيق على الخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي السنوي الرابع عشر، بيروت: الجامعة الأمريكية.

عثمان، زياد. دور الشباب في عملية التغيير المجتمعي. تاريخ الاطلاع: 2 مارس 2016م، الموقع: <https://goo.gl/opmmel>

عرفة، نور، عبدالله، وسيم، وبحور، سام. (2015م، 9 نوفمبر). قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: محرك التنمية المكبّل في فلسطين. تاريخ الاطلاع: 9 سبتمبر 2016م، الموقع: <https://goo.gl/urWA6Y>

العتار، سهيل. (2005م). المدخل الاجتماعي لدراسة الأزمات بين التصورات النظرية والتطبيقات العملية. القاهرة: مطبعة جامعة عين شمس.

العقاد، علاء. (2014م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني. (رسالة ماجستير غير منشورة). معهد البحوث والدراسات، القاهرة.

علاونه، كمال. (2015م، 10 أكتوبر). انتفاضة القدس.. بين النظرية والتطبيق، تاريخ الاطلاع: 12 أكتوبر 2016م، الموقع: <https://goo.gl/EyRd78>

عليوة، السند. (1997م). إدارة الأزمات والكوارث حلول علمية أساليب وقائية. القاهرة: مطابع سجل العرب.

عماشة، محمد. (2009م، 5-7 يوليو). الجيل الثاني من خدمات الانترنت: مدخل إلى دراسة الويب 2.0. المؤتمر العلمي الثاني عشر للجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم - تكنولوجيا التعليم الإلكتروني بين تحديات الحاضر وآفاق المستقبل. القاهرة: جامعة عين شمس.

عمر، أحمد. (1994م). *البحث العلمي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه*. منشورات جامعة قار يونس. بنغازي. ص31.

عواد، محمد. (2014م). *مدخل إلى الإعلام الجديد*. الكويت: دار ناشري.

عيسى، طلعت. (2012م). *استخدامات طلاب الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية*. دراسة مقدمة إلى المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال الرياض: جامعة الملك سعود.

الغامدي، قينان. (2012م مايو). *التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني*. ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، الرياض: جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية.

الغطافة، محمود. (2011م). *علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين*. رام الله: المركز الفلسطيني للتنمية والحريات "مدى".

قانون الشباب الفلسطيني رقم (2) لسنة 2011م، الفصل الأول، تعريفات وأحكام عامة، المادة1. قتلوني، مصعب. (2014م). *ثورات الفيسبوك: مستقبل التواصل الاجتماعي في التغيير*. بيروت: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر.

القرضاوي، يوسف. (1998م). *موسوعة القدس قضية كل مسلم [pdf]*. تاريخ الاطلاع: 5سبتمبر 2016م، الموقع: <https://goo.gl/sshVLn>.

قطب، فاطمة. (2008م). *إعلام الهاتف المحمول: سمات الحاضر وآفاق المستقبل*. مجلة لغة العصر، العدد(95).

قطب، فاطمة. (2014م، 4 يناير). *الجيل الرابع للهاتف المحمول - الخصائص والإضافات*. تاريخ الاطلاع: 8 أكتوبر 2016م، الموقع: <https://goo.gl/N8vrTx>

القليني، سوزان. (1998م). *مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات: دراسة حالة على حادث الأقصر*. المجلة المصرية للبحوث، العدد الرابع، ص35.

قنيفة، نورة. (2014م). *ممارسات الشباب الجامعي للمواطنة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجاً دراسة ميدانية تحليلية*. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد(12).

أبو كرش، سندس. (2015م، 28 أكتوبر). *انتفاضة القدس ثورة يقودها -جيل التسعين- بطريقة مختلفة*. تاريخ الاطلاع: 29 سبتمبر 2016م، الموقع: <https://goo.gl/H0MFLx>

- لقان، حسن (2008م). *اعتماد الجمهور على القنوات التلفزيونية الفلسطينية أثناء الأزمات* (رسالة ماجستير غير منشورة). معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.
- ليلة، علي، وآخرون. (2000م). *قضايا و مشكلات التخلف في العالم العربي*. القاهرة: دار التحرير للنشر.
- محمد حلاسة، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة الجامعة الإسلامية، 2013م.
- محمد، محمد علي. (1985م). *الشباب العربي والتغير الاجتماعي* (د.ط). بيروت: دار النهضة العربية.
- المزاهرة، منال. (2012م). *نظريات الاتصال*. (د.ط). عمان: دار المسيرة.
- مسلم، إبراهيم. (2016م، 6 أكتوبر) أجرى المقابلة الباحث. غزة: ناشط شبابي.
- المصري، نعيم. (2014م). *مدى استخدام الجمهور الفلسطيني للخدمات الإعلامية التي يقدمها الهاتف النقال*. مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، العدد(7).
- المصري، نعيم. (2015م). *دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم انتفاضة القدس*. ورقة مقدمة لليوم دراسي بعنوان الإعلام وانتفاضة القدس.. الآفاق والتحديات، غزة: الجامعة الإسلامية.
- المصري، نعيم. (2011م). *ستخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى*. مؤتمر الإعلام والتحول المجتمعية في الوطن العربي، أريد: جامعة اليرموك.
- مصطفى، هويدا. (1997م). *إعلام الأزمات-الإدارة الإعلامية الدولية لحرب الخليج الثالثة*. القاهرة: دار النديم للصحافة والنشر والتوزيع.
- مصطفى، هويدا. (2000م). *دور الإعلام في الأزمات الدولية*. (د.ط). القاهرة: مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر.
- مصطفى، هويدا. (2009م). *الإعلام والأزمات المعاصرة*. ط1. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- المطيري، سلطان. (2015م). *شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الأمن المجتمعي*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.



معاذ، عبد السلام. (2016م). الانتفاضة الفلسطينية نبض الشعب وضابط البوصلة. مجلة انتفاضة القدس، العدد الأول.

المقري، أحمد. (1977م). المصباح المنير. القاهرة: دار المعارف.

منتديات طموحنا. ولادة صحافة الهاتف المحمول. تاريخ الاطلاع: 1مايو 2016م، الموقع:  
<https://goo.gl/nqqe5M>

منصور، محمد. (2016م). انتفاضة القدس تنهي شهرها الثالث. مجلة انتفاضة القدس، العدد الأول.

منصور، محمد. (2012م). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية نموذجا. الأكاديمية العربية، الدانمارك.

موسعة ويكيبيديا. هاتف محمول. تاريخ الاطلاع: 18 أغسطس 2016م، الموقع:  
<https://goo.gl/1PshFj>

موقع المجد الأمني. (2015م، 24 نوفمبر). كيف تخدم مواقع التواصل الاجتماعي انتفاضة القدس؟. تاريخ الاطلاع: 18 أكتوبر 2016م، الموقع :  
<https://goo.gl/y6Qpe8>

أبو النصر، مدحت. (2012م)، الإدارة بالحوافز: أساليب التحفيز الوظيفي الفعال. عمان: المنهل للنشر.

نعيم، زهير. (1997 م، أكتوبر). دور الموارد البشرية في إدارة الأزمات، بحث مقدم في المؤتمر السنوي الثالث لإدارة الأزمات والكوارث. القاهرة: جامعة عين شمس.

نوفل، علاء الدين. (2014م، 30 مارس). صحافة الجوال MOJO. تاريخ الاطلاع: 2 أكتوبر 2016م، الموقع :  
<https://goo.gl/kvhd6j>

هلال، محمد. (1996م). مهارات إدارة الأزمة ط1. القاهرة: دار الكتب.

هلال، محمد. (2010م). جرائم الهاتف المحمول وطرق مكافحتها والتحليل الجنائي التقني لإظهار الرسائل والمكالمات والصور المحذوفة. ط1. القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.

وكالة الأنباء الفلسطينية وفا. الهاتف الخليوي. تاريخ الاطلاع: 29 سبتمبر 2016م، الموقع:  
<http://www.wafainfo.ps/aprint.aspx?id=2790>

وكالة وفا للأنباء. دور الشباب في عملية التغيير المجتمعي. تاريخ الاطلاع: 20 إبريل 2016م،  
الموقع :  
<https://goo.gl/HVCJdy>

ويكي بلاي. تاريخ الجوال. تاريخ الاطلاع: 16 أغسطس 2016م، الموقع:  
[/http://waktiplay.com/mobile-history](http://waktiplay.com/mobile-history)

### ثانياً: المراجع الأجنبية:

Barber, (2001, 19 April) Brian. *Family Relations and Palestinian Youth Functioning*. *Journal of Community Psychology*. (29). 259–80.

Barber, Brian. (1999, April) B.K. Political violence, family relations, and Palestinian youth. *Journal of Adolescent Research*. *Brigham Young University*. 14(2), 206–230.

Carton, Sean. (2007, Mar 5). *Web 2.0: What Is It Really?* Retrieved September 1, 2016, from: <https://goo.gl/6fJqVL>

Debra, Wenger, Lynn, Owens, and Patricia, Thompson. (2014). Mobile Journalism Skills Required by Top U.S. News Companies. *Journal of Electronic News*, Vol. 8.

GSMA. (2016). *The Mobile Economy 2016*. Mobile World Congress, Mobile World Congress, Shanghai.

Hayes, Rebecca, (2009). *New Media: New Political Learning Efficacy And The Examination of Uses of Network Sites Political Engagement*. (Unpublished PhD. Theses) Michigan: Michigan State University.

Malinka, Ivanova, And Tatyana, Ivanova. (2009). Web 2.0 And Web 3.0 Environments: Possibilities For Authoring And Knowledge Representation. *Paper presented at Journal Of Social Informatica, , Bulgaria, Technical University, 7, 12*.

Mark, Urista, Dong, Qingwen, And Day, Kenneth. (2009). Explaining Why Young Adults Use MySpace And Facebook Through Uses and Gratifications Theory. *Human Communication*. 12(2).

- Marrouch, Rima. *How Mobil Phones Are Changing Journalism Practice in The 21<sup>ST</sup> Century*. Retrieved October 4, 2016, from: <https://goo.gl/0Ftd3f>
- Mihailidis, Paul. (2014). *Exploring the role of mobile phones in the daily life of young people*, (Unpublished Master's Thesis). Emerson College, Boylston.
- O'Reilly, Tim. (2005). *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Retrieved October 4, 2016, from: <https://goo.gl/HXXnPm>
- Oscar, Westlund. (2013). A Review and Model of Journalism in an Age of Mobile Media. *Digital Journalism*. 1(1). 6–26.
- Paltridge, Sam. (2000). *Mobile Phone Pricing Structured and Trends*. Paris: Organization for Economic Co–Operation and Development.
- Passani, Luca. (2010). *Global Authoring Practices for the Mobile Web*. Retrieved October 5, 2016, from: [passani.it/gap/](http://passani.it/gap/)
- Poushter, Jacob. (2016). *Smartphone Ownership and Internet Usage Continues to Climb in Emerging Economies*, Washington: Pew Research Center.
- Quinn, Stephen. (2012). *MoJo – Mobile Journalism in the Asian Region Singapore*. Singapore: Media Programme Asia.
- Richardson, Allissa. (2012). *Mobile Journalism: A Model for the Future–Diverse Issues in Higher Education*. Washington: Cox, Matthews and Associates, Inc.
- Richter, Felix. *The Smartphone Platform War Is Over*. Retrieved October 4, 2016, from: <https://goo.gl/9bcgXx/>

- Robin, Haugen. (2013). *Mobile News, Design, User Experience and Recommendation*. (Published Master's Thesis). Norwegian University of Science and Technology, Norway
- Rosenstiel, Tom. (2012). *The Future of Mobile News*. Washington: Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism.
- Scolari, C. (2012). Mobile media: towards a definition and taxonomy of contents and applications. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 6 (2), 29–38.
- Studentnr, Marleen. (2012). *The Role Of Social Media In Crisis Communication From A Democratic perspective*. (Unpublished Master's Thesis). University Of Twente First Supervisor.
- Tawil–Souri, Helga. (2014). Digital Occupation: gaza's HighTech enclosure, *Journal of Palestine Studies*. University of California Press, 41(2). 27–43
- Taylor ,Alex ,Vincent, (2005). *An SMS History*. Computer Supported Cooperative Work series,
- The Statistics Portal. *Number of apps available in leading app stores as of June 2016*. Retrieved October 12, 2016, from: <https://goo.gl/TwqlaM>
- Väätäjä, Heli. (2014,). *Framing the User Experience in Mobile News making with Smartphones*. (Unpublished Ph.D Thesis). Tampere University of Technology, Tampereen.
- Wenhong, Chen. (2014). A Moveable Feast: Do Mobile Media Technologies Mobilize or Normalize Cultural Participation? *International Communication Association, Human Communication Research*, (41). 87.

Wikipedia, *Mobile browser*. Retrieved October 4, 2016, from:  
<https://goo.gl/qq1edv>

Wolf, Cornelia, Schnauber, Anna. The Role of Mobile Devices and Traditional Journalism's Content Within the User's Information Repertoire. *Paper presented at News Consumption in the Mobile Era, digital journalism*, (14), 759–776.

Ziani, Abdul-Karim, Elareshi, Mokhtar, and Gunter, Barrie. (2015, 12th February). *The Use of Mobile Phone and the Internet in Obtaining Local News in GCC Regions: University Students, Perspectives*, *Donnish Journal of Media and Communication Studies*.

## الملاحق

## الملاحق

ملحق رقم (1): منشورات بعض الشهداء عبر شبكات التواصل الإجتماعي



مهند حلببي

Oct 2 at 11:23pm • Edited •

حسب ما ارى فأن الانتفاضة الثالثة قد انطلقت

ما يجري للاقصى هو ما يجري لمقدساتنا ومسرى نبينا وما  
يجري لنساء الاقصى هو ما يجري لامهاتنا واخواتنا

فلا اظن انا شعب يرضى بالذل

الشعب سينتفض  
بل ينتفض

امجد سكري ابو عمر

3 ساعات •



صباحكم نصر بإذن الله  
اشهد ان لا اله الا الله واشهد ان سيدنا محمد عبده ورسوله



رائد جرادات

4 hours ago •



رائد جرادات

Oct 21, 2015, 6:01pm •

يمينا لك النصر ياموطني ..  
انا الدرع انا الهون انا المدفعي ..  
انا ضد من قال لا مرجعي  
يمينا لك النصر ياموطني .  
انا النائر الحر رمز النضال وجند بلادي ليوم القتال  
يمينا لك النصر ياموطني .

ملحق رقم (2): استمارة صحيفة الاستقصاء



الجامعة الإسلامية\_غزة  
عمادة الدراسات العليا  
كلية الآداب\_قسم الصحافة

صحيفة استقصاء بعنوان:

## اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف

### المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات

دراسة ميدانية

أخي المبحوث / أختي المبحوثة:

أرجو منكم الإجابة على كافة أسئلة هذه الاستبانة بصدق، بوضع إشارة (x) أمام الإجابة التي تتوافق مع وجه نظرکم، أملا في الوصول إلى نتائج دقيقة تعكس الواقع، علماً بأن نتائج هذه الدراسة ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

ولکم جزيل الشکر والتقدير

**الباحث**

سائد سعيد رضوان

**إشراف**

د. طلعت عبد الحميد عيسى

1437هـ - 2016 م



المحور الأول: السمات العامة:

1. النوع:

ذكر  أنثى

2. المستوى العلمي:

ثانوية عامة فأقل  دبلوم  بكالوريوس  ماجستير  دكتوراه

3. العمر:

18- أقل من 22 سنة  22- أقل من 26 سنة  26- أقل من 30 سنة  
 30- أقل من 35 سنة  35 سنة فأكثر

4. مكان السكن:

محافظة الشمال  محافظة غزة  محافظة الوسطى  محافظة خانينوس  محافظة رفح

5. نوع الهاتف المحمول الذي تمتلكه: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

هاتف محمول عادي  هاتف محمول ذكي

❖ إذا كانت إجابتك هاتف محمول عادي أجب حتى السؤال رقم 15 فقط، إذا كانت غير ذلك أكمل الاستبانة كاملة من فضلك.

المحور الثاني: عادات وأنماط متابعة صحافة الهاتف المحمول:

6. ما درجة استخدامك للمحمول للحصول على الأخبار؟

عالية جداً  عالية  متوسطة  منخفضة  منخفضة جداً

7. ما عدد ساعات متابعتك للأخبار عبر الهاتف المحمول يومياً؟

أقل من ساعة  من ساعة إلى أقل من ساعتين

من ساعتين إلى أقل من ثلاثة ساعات  ثلاث ساعات فأكثر

8. ما الفترات التي تفضل فيها متابعة الأخبار عبر الهاتف المحمول؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

الفترة الصباحية  فترة الظهر  الفترة المسائية

فترة الليل المتأخر  لا يوجد فترة محددة

9. ما الأماكن التي تفضل متابعة صحافة الهاتف المحمول فيها؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

المنزل  مكان العمل  عند الأصدقاء والأقارب

مقاهي الانترنت  الأماكن العامة  أخرى، يرجى ذكرها.....

10. ما أسباب تفضيلك لصحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

سهولة استخدامها  سرعتها في نقل الأخبار دون معوقات

نتيج مجالاً أوسع لحرية الرأي والتعبير  اشتغالها على الصور وخدمات الفيديو والصوت

تفتي في المعلومات التي تقدمها  المتابعة الآتية واللحظية لما تقدمه من أخبار

تشعرنى أنى موصول مع الأحداث  أخرى، يرجى ذكرها.....

المحور الثالث: الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس؟

11. ما الوسائل الإعلامية التي اعتمدت عليها كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- صحافة الهاتف المحمول  الانترنت  القنوات التلفزيونية  
 الإذاعات  الصحف والمجلات  أخرى، يرجى ذكرها .....

12. هل اعتمدت على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس؟

نعم ( انتقل للإجابة عن السؤال 14 ثم أكمل)  لا (أجب عن السؤال التالي ثم توقف عن الإجابة مشكوراً)

13. ما أسباب عدم اعتمادك على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- عدم الثقة فيما تقدمه من أخبار انتفاضة القدس  عدم وفرة الوقت بسبب ضغط العمل  
 لم تشبع احتياجاتي من الأخبار  اعتمدت على وسائل أخرى للمتابعات الإخبارية  
 أخرى، يرجى ذكرها .....

14. ما أسباب استخدامك لمتصفحات المحمول في متابعة أحداث انتفاضة القدس؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- بعض التطبيقات تحيلني للمتصفحات  تصفح المواقع التي ليس لها تطبيقات  
 البحث في المواقع  تنزيل الصور والملفات  
 قراءة المقالات الطويلة والتحليلات  أخرى، يرجى ذكرها .....

15. ما نوع الرسائل الـ sms والـ mms التي تلقيتها في متابعة أخبار انتفاضة القدس؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- اشتراكات في الخدمات الإخبارية للوكالات والمواقع  اشتراك sms من خلال صفحات تويتر  
 رسائل من الهيئات والمؤسسات والفصائل  رسائل من الأهل والأصدقاء

16. ما درجة اعتمادك على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس؟

- عالية جداً  عالية  متوسطة  منخفضة  منخفضة جداً

17. ما أسباب اعتمادك على صحافة الهاتف المحمول أثناء انتفاضة القدس؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- سرعتها في نقل أخبار انتفاضة القدس دون معوقات  سهولة تبادل ونقل الأخبار عبرها  
 سهولة حمله واستخدامه في أي مكان  لا تحتاج لمصدر كهربائي دائم  
 التعامل السلس وسهولة استخدامها  تتيح خاصية التفاعلية مع المعلومات التي تقدمها  
 إمكانية تحديث المعلومات وفقاً لتطورات الأحداث  قلبية التكلفة

18. ما دوافع اعتمادك على صحافة الهاتف المحمول أثناء انتفاضة القدس؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- الثقة فيما تقدمه من معلومات وأخبار  معايشة آلام وهموم الناس  
 تتيح فرصة النقاش مع الأصدقاء  تتيح فرصة التعبير عن نفسي  
 التعرف على آراء الآخرين  تعرض وجهات النظر المختلفة  
 المتابعة المستمرة للحدث  أخرى، يرجى ذكرها .....

19. ما درجة اعتمادك على أنواع صحافة الهاتف المحمول الآتية في متابعة أحداث انتفاضة القدس؟

م	أنواع صحافة الهاتف المحمول	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً
1	تطبيقات إخبارية					
2	تطبيقات التواصل الاجتماعي					
3	خدمات SMS، MMS					
4	مواقع عبر متصفح المحمول					
5	تطبيقات بريدية					
6	تطبيقات صوتية ومرئية					

20. ما أهم الموضوعات الإخبارية التي تابعتها عبر صحافة الهاتف المحمول في انتفاضة القدس؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- الإعدامات الميدانية  عمليات المقاومة  التصريحات الفلسطينية  
 الإحصاءات (الشهداء، الإصابات، المشردين)  التصريحات الإسرائيلية  ردود الفعل العربية والدولية  
 ردود الفعل المحلية  أخرى، يرجى ذكرها .....

21. ما الأشكال الصحفية التي فضلت متابعتها عبر صحافة الهاتف المحمول في انتفاضة القدس؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- الأخبار السريعة.  التقارير.  
 التحليلات والتعليقات.  الكاريكاتير والرسومات المتنوعة.  
 التحقيقات المعمقة.  المشاركة والتعليقات المفتوحة مع الجمهور.  
 القصص الإخبارية.  الدراسات والأبحاث الخاصة بانتفاضة القدس.  
 المقالات.  التفاعل على هاشتاغ.  
 أخرى، يرجى ذكرها .....

22. ما درجة ثقتك بالأخبار التي تلقيتها عبر صحافة الهاتف المحمول في انتفاضة القدس؟

- عالية جداً  عالية  متوسطة  منخفضة  منخفضة جداً

23. ما درجة تفاعلك مع الأخبار التي تلقيتها عبر صحافة الهاتف المحمول في انتفاضة القدس؟

- عالية جداً  عالية  متوسطة  منخفضة  منخفضة جداً

24. ما آلية المشاركة والتفاعل عبر الهاتف المحمول مع أحداث انتفاضة القدس؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- مشاركة/ إعادة تغريد/ إعادة توجيه/ تمرير  تعليقات  
 إعجاب/ تفضيل  نشر (نص، صور، صوت، فيديو)

25. ما أهم التطبيقات التي اعتمدت عليها كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

<input type="checkbox"/> شاشة نيوز	<input type="checkbox"/> سكاي نيوز عربي	<input type="checkbox"/> الجزيرة	<input type="checkbox"/> بانيت	<input type="checkbox"/> الأقصى	التطبيقات الإخبارية
<input type="checkbox"/> نبض	<input type="checkbox"/> المركز الفلسطيني	<input type="checkbox"/> قدس نت	<input type="checkbox"/> غزة الآن	<input type="checkbox"/> العربية	
				<input type="checkbox"/> أخرى اذكرها: .....	
<input type="checkbox"/> فايبر	<input type="checkbox"/> فيس بوك	<input type="checkbox"/> سناب تشات	<input type="checkbox"/> تيلجرام	<input type="checkbox"/> تويتر	تطبيقات التواصل الاجتماعي
	<input type="checkbox"/> أخرى اذكرها: .....	<input type="checkbox"/> جوجل بلس	<input type="checkbox"/> واتس أب	<input type="checkbox"/> لينكد إن	
<input type="checkbox"/> ياهوو ميل	<input type="checkbox"/> هانج أوت	<input type="checkbox"/> هوتميل	<input type="checkbox"/> جيميل	<input type="checkbox"/> أوتلوك	التطبيقات البريدية
				<input type="checkbox"/> أخرى اذكرها: .....	
<input type="checkbox"/> فليكر	<input type="checkbox"/> فيمو	<input type="checkbox"/> زيلو	<input type="checkbox"/> تانجو	<input type="checkbox"/> انستغرام	تطبيقات الصور والصوت والفيديو
			<input type="checkbox"/> أخرى اذكرها: .....	<input type="checkbox"/> يوتيوب	

المحور الرابع: التأثيرات المترتبة على الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس:

26. ما درجة التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتمادك على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس؟

درجة التأثير					التأثيرات المعرفية	
منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً		
					التعرف على أماكن الاشتباكات مع الاحتلال الإسرائيلي.	1
					التعرف على إحصاءات الشهداء والجرحى والأسرى.	2
					متابعة اقتحامات المسجد الأقصى وتدابيره.	5
					متابعة ردود الأفعال العربية والدولية لأستمرار انتفاضة القدس.	7
					التعرف على القرارات الإسرائيلية بعد عمليات المقاومة.	8
					التعرف على ردود الفعل للقيادة الفلسطينية بعد الاعتداءات الإسرائيلية.	9

27. ما درجة التأثيرات الوجدانية الناتجة عن الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس؟

درجة التأثير					التأثيرات الوجدانية	
منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً		
					مشاركة الضحايا في آلامهم وأوجاعهم نتيجة المعاناة المستمرة خلال انتفاضة القدس.	1
					الشعور بالحزن الشديد على الشهداء والمصابين والأسرى.	2
					زيادة التعاطف مع المهتمة بيوتهم.	3
					الشعور بالقلق على الأطفال منفعدي العمليات.	4
					زيادة الشعور بالكراهية للاحتلال الإسرائيلي نتيجة الاعدامات الميدانية.	5
					الشعور بالغيرة من منفعذات العمليات من النساء والفتيات.	6

28. ما درجة التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في انتفاضة القدس؟

درجة التأثير					التأثيرات السلوكية
منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً	
					1 تقديم المساعدات المادية والعينية للأسر المهتمة بيوتهم.
					2 المشاركة في أنشطة لتوعية الناس بعدم التعاطي مع الدعاية الإسرائيلية.
					3 توثيق الجرائم بالصور والفيديو للمواجهات على حدود قطاع غزة.
					4 المشاركة في تشييع جثامين الشهداء وزيارة المصابين وأهالي الأسرى.
					5 كتابة المنشورات أو نشر (الصور، الرسائل الصوتية، أو الفيديو) عبر تطبيقات الهاتف المحمول التي تبين جرائم الاحتلال الإسرائيلي.
					6 التفاعل والتعليق والاعجاب والتفضيل لما ينشر عبر تطبيقات الهاتف المحمول حول الاعتداءات الإسرائيلية.
					7 مشاركة المنشورات أو إعادة توجيه للرسائل البريدية أو إعادة التغريد أو تمرير للوسائط التي تتحدث عن انتفاضة القدس.
					8 المشاركة في المواجهات مع الاحتلال على حدود قطاع غزة.

29. برأيك ما أهم المشاكل التي تعاني منها صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار أثناء تناولها لانتفاضة القدس؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- الكم الكبير من حجم الأخبار المتلقاه عبر الهاتف المحمول.
- قلة التطبيقات والخدمات الإخبارية المقدمة عبر صحافة الهاتف المحمول.
- كثرة الأخبار مجهولة المصدر.
- عدم الموضوعية في معالجة أحداث انتفاضة القدس.
- الاختراق الأمني.
- ضعف ثقة الجمهور بالأخبار المنشورة عبر صحافة الهاتف المحمول.
- استخدمت كوسيلة لترويج الإشاعات.
- قلة الخبرة للاستخدام الأمثل لهذا النوع الجديد من الصحافة.
- عدم توفر شبكات الانترنت في كل الأماكن.
- أخرى، يرجى ذكرها: .....

30. ما مقترحاتك لتطوير صحافة الهاتف المحمول كي تصبح مصدراً فاعلاً للأخبار أثناء الاعتداءات الإسرائيلية؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- الاهتمام بالدقة والموضوعية في منشوراتها.
- التوعية الأمنية نحو الاستخدام الآمن لها.
- التغطية الفورية والشاملة لأحداث انتفاضة القدس.
- زيادة الخدمات الإخبارية المقدمة عبر الهاتف المحمول.
- ضرورة استثمارها في دحض الدعاية الإسرائيلية.
- توفير شبكات انترنت لكافة المناطق.
- عرض مختلف وجهات نظر المحللين والخبراء والمتخصصين في الموضوعات التي تناقشها.
- اهتمام وكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية بالتطبيقات الإخبارية الخاصة بها.
- أخرى، يرجى ذكرها: .....

**شكراً لحسن تعاونكم**