

العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب*

د. إبراهيم المصري**

د. عمرو أبو جبر***

* تاريخ التسليم: 2015/4/25م، تاريخ القبول: 2016/3/15م.
** أستاذ مساعد/ جامعة فلسطين / غزة.
*** أستاذ مساعد/ جامعة فلسطين / غزة.

unemployment issues came second with an average of 9.7%.

- ◆ The prime reason for the multiple youth problems is the Israeli occupation; the Palestinian division in 2007 came as the second reason for youth problems from the point of view of Palestinian public.

Key words: digital media, the new media, social media networks, youth issues, Palestinian Youth and the new media.

مقدمة:

يعاني الشباب من مشكلات وصراعات وأزمات حادة، نتيجة الاحتلال الإسرائيلي وممارساته الوحشية بحق الشعب الفلسطيني لاسيما الشباب، فمنذ نكبة عام 1948 التي نتج عنها طرد وتهجير جزء كبير من الشعب الفلسطيني إلى أماكن متعددة سواء في باقي الأراضي الفلسطينية التي احتلتها إسرائيل عام 1967، أو الهجرة إلى دول عربية مجاورة، ونتيجة لذلك تقلصت الأراضي الفلسطينية التي ينتفع بها السكان لاسيما الشباب؛ لأنه الطاقة العاملة والمنتجة.

وتفاقت هذه الأزمات منذ قدوم السلطة الوطنية الفلسطينية عام 1994 عقب اتفاقية أوسلو؛ وذلك لعدم وضوح الآليات والبرامج التي تقلص من هذه الأزمات، إلى جانب عدم تشجيعها للاستثمار، إذ إن المجتمع الفلسطيني مجتمع مستهلك بالدرجة الأولى⁽¹⁾. وكان لحالة الانقسام الفلسطيني عام 2007 الدور الأكبر في تفاقم مشكلات الشباب وأزماتهم، فقد أدى ذلك إلى عدم وضع برامج مشتركة بين الضفة الغربية وقطاع غزة تساعد في إيجاد الحلول التي يمكن أن تسهم في حل هذه الأزمات أو تقليصها، وقد نتج عن ذلك ارتفاع في نسبة البطالة بين الشباب الفلسطيني، إذ وصلت عام 2014 إلى 55%⁽²⁾. وتزداد معاناتهم في الشتات سواء في الوطن العربي أو خارجه فمنذ نحو ستة عقود يعيش الشباب أوضاعاً معيشية بالغة الصعوبة تتنافى مع أبسط معايير الكرامة الإنسانية، إذ يبلغ معدل الفقر في المجتمع الفلسطيني في لبنان 66% وتزيد هذه النسبة لتصل إلى 81% بين فئة الشباب بحسب آخر مسح أجرته وكالة الأونروا في لبنان⁽³⁾. ويبلغ معدل الفقر في قطاع غزة 38.8% منهم 21.1% يعانون من الفقر المدقع، وتزيد نسبة الفقر بالنسبة للشباب لتصل إلى 51% في الضفة الغربية وقطاع غزة⁽⁴⁾.

ومن هنا تأتي أهمية الإعلام الجديد (الرقمي) في تناوله لقضايا الشباب، وبخاصة أنه بفضل تكنولوجيا الاتصال أصبح من أكثر الوسائل جذباً وإبهاراً للشباب إذا ما قورن بالإعلام التقليدي من صحف، وإذاعة، وتليفزيون الأمر الذي أعطاه مكانة متميزة وأدواراً متعددة في تنشئة الشباب وتنقيفه وإرساء القيم والعادات الاجتماعية والثقافية وتغيير سلوك الأفراد إلى الأفضل عن طريق اهتمامه بنشر الوعي وتبصير الشباب بقضايا المجتمع وإبراز قيم التماسك الاجتماعي.

ويتميز الإعلام الرقمي بالقدرة في التأثير في الجمهور وزيادة مستويات معارفهم تجاه قضايا الشباب، وله القدرة على الشرح والتحليل والنقد والتفسير وإثارة القضايا ومن بينها قضايا الشباب، وأصبح يؤثر في الرأي العام المحلي وذلك عن طريق إبراز الإخفاقات وضعف إداء السلطة في الحد من أزمات الشباب، وأيضاً التأثير في الرأي العام الدولي وإبراز عدالة القضية الفلسطينية.

ملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستوى المعرفة بقضايا الشباب، وتحليل مستويات المعرفة التي يحققها الإعلام الرقمي في زيادة وعي وإدراك الجمهور لقضايا الشباب، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (168) مبحوثاً من محافظات قطاع غزة، وتشير أهم النتائج إلى أن الجمهور الفلسطيني يعتمد في الترتيب الأول على الإنترنت كمصدر في الحصول على المعلومات بوزن نسبي (6.1)، وهي نسبة تشير إلى فاعلية الإنترنت في المجتمع الفلسطيني، وأن ما نسبته 74.7% يستخدمون شبكة الفيس بوك Face Book، وأن الجمهور الفلسطيني يهتم بمتابعة قضايا الشباب الفلسطيني بنسبة وصلت إلى 84%، مما يعكس حجم اهتمام الجمهور بقضايا الشباب ومشكلاته في ظل تعددها في المجتمع الفلسطيني، وأن الإعلام الرقمي يشكل معارف الجمهور بقضايا الشباب بشكل متوسط بنسبة وصلت إلى 56%، وبشكل متعمق بنسبة 31.3%، وهي نسب تشير إلى مساهمة الإعلام الرقمي في زيادة معرفة الجمهور بقضايا الشباب، وأن قضايا الفقر جاءت في الترتيب الأول بمتوسط حسابي وصل إلى 9.9%، فيما جاءت البطالة في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي وصل إلى 9.7%، وهي نسب تعكس ارتفاع البطالة بين الشباب خاصة خريجي الجامعات، وأن السبب الأول في تعدد مشكلات الشباب الفلسطيني هو الاحتلال الإسرائيلي، فيما جاءت حالة الانقسام الفلسطيني عام 2007 في الترتيب الثاني من حيث رؤية الجمهور بأنها سبب مباشر في تردي أوضاع الشباب.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، قضايا الشباب، الشباب الفلسطيني والإعلام الجديد.

The relationship between the levels of using digital media by Palestinian public & knowledge levels about youth issues

Abstract:

This thesis aims to recognize the relationship between the levels of using digital media by Palestinian public & knowledge levels on youth issues. The study aims also to analyze knowledge levels of public awareness of youth issues achieved by digital media.

This study was applied on a sample of 168 researchers from Gaza governorates, the most important results of this study are as follows:

- ◆ Palestinian public depends primarily on internet as a source of information with a relative weight of (6.1) , (74.7) % use Facebook.
- ◆ Palestinian public is concerned about youth issues with 84 %.
- ◆ The role of digital media in forming public knowledge on youth issues was moderately of 56% & deeply of 31.3%.
- ◆ Poverty issues came first with an average of 9.9% while

أولاً- الإطار النظري للدراسة:

المعرفة المتعمقة بموضوع معين والسؤال عن التفاصيل المرتبطة به، بينما تضيق الفجوة أو لا توجد أساساً إذا ما تم القياس بالنسبة للمعرفة العامة أو الوعي بالموضوع فقط⁽⁹⁾.

4. وقت قياس المعرفة:

تشير جازيانو Gaziano إلى أن الأساليب المنهجية المتبعة في قياس المعرفة يمكن أن تؤثر في نتائج بحوث فجوة المعرفة، فدرجة فجوة المعرفة تختلف باختلاف وقت قياس فجوة المعرفة بعد التعرض لوسائل الإعلام، فكلما كان قياس المعرفة بعد التعرض مباشرة، كانت الفجوة المعرفية أقل، وكلما كان قياس المعرفة بعد فترة كبيرة من التعرض، تظهر الفجوات المعرفية أوسع بين الأفراد الذين ينتمون إلى مستويات اجتماعية اقتصادية مختلفة⁽¹⁰⁾.

5. التأثير التكنولوجي على فجوة المعرفة:

تشير العديد من الدراسات التي حاولت اختبار فرض فجوة المعرفة إلى أن وسائل الاتصال الحديثة التي يستخدمها الأفراد بشكل فردي مثل الكمبيوتر، والانترنت، والقنوات الفضائية وغيرها، قد تؤدي إلى اتساع الفجوة المعرفية بين الأفراد، فنحن نعيش اليوم في زمن تتغير فيه المعلومات بسرعة فائقة ما يتسبب في وصول فئات من المجتمع إلى المعلومات بعد أن تكون قديمة نسبياً وتكون فئات أخرى قد اكتسبت معلومات أجد، فانتشار وسائل الاتصال الحديثة يؤدي للانتشار غير المتساوي اجتماعياً للمعرفة.

ثانياً- الإطار المنهجي للدراسة

الموضوع وأهميته:

تبرز أهمية موضوع الدراسة المتعلقة بدراسة العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب من عدة عوامل أهمها: حجم فئة الشباب في المجتمع الفلسطيني إذ تعد هذه الفئة الشريحة الأوسع في الهرم السكاني الفلسطيني، إذ تمثل ما نسبته⁽¹¹⁾ 30% وزيادة وتعد المشكلات التي يعاني منها الشباب في فلسطين سواء كانت اقتصادية كالبطالة والفقر وما يتولد عنها من مشكلات أخرى كالهجرة إلى الخارج، أو اجتماعية كإدمان المخدرات والتدخين وتأخر سن الزواج أو ما يعرف (بالعنوسة) وزيادة معدلات الطلاق وانتشار العنف والجريمة، أو سياسية إقصاء الشباب وحرمانه من المشاركة السياسية. وخصوصية الشباب الفلسطيني وما يتعرض له من معاناة في مخيمات اللجوء جراء الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية عام 1948 وعام 1967 وما تلاها من أحداث أثرت على الشباب الفلسطيني؛ إذ يعيش قرابة 60% من الشعب الفلسطيني خارج فلسطين غالبيتهم في المخيمات في لبنان وسوريا والأردن⁽¹²⁾. وإقبال الجمهور الفلسطيني على الإعلام الجديد بشكل متزايد إذ تشير البيانات لعام 2011 أن نسبة الذين يستخدمون الحاسوب قد بلغت 67.5% في الأراضي الفلسطينية بواقع 70.4% في الضفة الغربية مقابل 62.7% في قطاع غزة⁽¹³⁾.

تعتمد الدراسة على نظرية فجوة المعرفة، إذ تقوم النظرية على فرض رئيس وهو «يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض⁽⁵⁾، وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلاً من النقصان»، ويؤكد هذا الفرض أن الفئات ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض لا تظل فقيرة في المعلومات بوجه عام، ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبياً من الفئات الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

وقد أيدت بحوث عديدة صحة هذه الفرضية في الولايات المتحدة، وأوروبا، وأمريكا اللاتينية، والشرق الأوسط. حين أشارت إلى أن العوامل الاقتصادية والاجتماعية هي المحدد الأساسي لاكتساب الجمهور للمعرفة⁽⁶⁾.

وتقوم النظرية على بعدين أساسيين هما:

البعد الأول: المستوى المحدود أو الفردي: Micro Level يركز هذا البعد على أن الفرد يكتسب المعرفة نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام مع الوضع في الاعتبار المتغيرات الأخرى المرتبطة بالشخص، والتي تتضمن الفروق الفردية في القدرة المعرفية، ومهارات الاتصال، ومستويات الاهتمام وغيرها.

والبعد الثاني: المستوى الأوسع أو المجتمعي: Macro Level ويشمل البناء الاجتماعي والمتغيرات المتعلقة بالمجتمع في نطاق واسع، مثل نشر توزيع المعلومات، والنزاع الاجتماعي، والتكتل الاجتماعي، وسيطرة بعض المنظمات الإعلامية على المعلومات⁽⁷⁾.

العوامل المؤثرة في الفجوة المعرفية:

توصل بعض الباحثين من خلال سعيهم لتطوير فرض فجوة المعرفة إلى بعض العوامل التي قد تسبب في توسيع أو تضيق الفجوة المعرفية ومن هذه العوامل الآتي:

1. نوع الموضوع:

إذ تشير الدراسات إلى أن فجوة المعرفة تعتمد على تعقد أو سهولة الموضوع، حيث تضيق الفجوة المعرفية في حالة الموضوعات المحلية وقد تنحسر تماماً في حين تتسع في الأحداث القومية أو العالمية.

2. نوع الوسيلة:

أشارت بعض الدراسات إلى أنه توجد اختلافات في قدرة كل وسيلة على نقل المعلومات ونشرها، فالصحف تعمل على توزيع الفجوات في حين أن التلفزيون يقلل منها⁽⁸⁾.

3. مستوى المعرفة:

حاول بعض الباحثين تفسير حدوث فجوة المعرفة بعيداً عن المتغيرات المرتبطة بالجمهور مثل المستوى الاجتماعي الاقتصادي، وبعيداً عن نوع الوسيلة فاقترح البعض أسباباً تتعلق بنوع المعرفة التي يتم قياسها سواء كانت مجرد وعي بالحدث، أو معرفة متعمقة بالحدث. وتشير النتائج إلى اتساع فجوة المعرفة عندما يتم قياس

الإجراءات النظرية للدراسة

مشكلة الدراسة:

شهدت السنوات الأخيرة تراجعاً كبيراً في الاهتمام بالشباب الفلسطيني بحكم الممارسات الإسرائيلية العدوانية، والقوة العسكرية التي دمرت مقرات السلطة وبنيتها التحتية، والتي أدت إلى الحصار في قطاع غزة، وجدار الفصل العنصري في الضفة الغربية بالإضافة إلى حالة الانقسام السياسي التي تشهدها فلسطين، وما نتج عنها من انفصال جغرافي بين شطري الوطن، وانفصال سياسي، واجتماعي انعكس سلباً على طبيعة عمل المؤسسات الوطنية في الضفة الغربية، وقطاع غزة، الأمر الذي انعكس سلباً على أوضاع الشباب، وأدى إلى مجموعة من المشكلات، أهمها: البطالة، والفقر مما دفع الشباب الفلسطيني إلى الهجرة إلى الخارج، وإدمان المخدرات، وزاد من حالات الطلاق، ومن أعمال العنف، والجريمة، وهو ما يهدد المجتمع الفلسطيني بمشكلات جديدة تركت آثارها في الحاضر والمستقبل.

وفي ضوء ذلك تتحدد مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الآتي:

◀ ما العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب».

أهم الدراسات السابقة:

من خلال ما تم الاطلاع عليه من دراسات ذات صلة بالموضوع يتم عرضها وفق الآتي:

(1) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية (2013) (14).

وطبقت الدراسة عينة قوامها (410) مبحوثاً من الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس الشريف. وتشير أهم النتائج إلى أن شبكة الفيس بوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وتفاعلاً تلتها في المرتبة الثانية المحادثات (سكايب، والمانسجر)، ثم (جوجلبلس)، وأوضحت الدراسة أن الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل تنمية المشاركة نحو القضايا المجتمعية تمثل في: العمل على زيادة الوعي الثقافي والسياسي، وتتيح فرصة المشاركة ومناقشة القضايا المجتمعية، تعتبر قنوات اتصالية فعالة لتشكيل الرأي، ومراقبة البيئة المجتمعية بما يدور حولها من تطورات وأحداث.

(2) استخدام الشباب الجامعي الروسي لمواقع التواصل الاجتماعي (2102) (15).

وطبقت الدراسة على عينة قوامها (14) مبحوثاً من الشباب الجامعي ممن تتراوح أعمارهم من 22 - 28 سنة في مدينة سان بطرسبرج الروسية. وتشير أهم النتائج إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر العديد من مزايا الاتصال الشخصي مما يجعلها ثرية بالمعلومات مثل الاتصال السهل والمجاني بين المستخدمين، والبحث عن معلومات معينة بسهولة ويسر بالإضافة إلى الخصوصية في الاتصال وإمكانية التعبير الذاتي عن الذات، وتمثلت أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل في: الحصول على

المعلومات، والاتصال الشخصي مع الأهل والأصدقاء، والاستفادة من تجارب الآخرين.

(3) دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011 (2012) (61).

اعتمدت الباحثة على منهج المسح من خلال دراسة تحليلية لصفحة كلنا خالد سعيد والصفحات الشخصية لطلاب الجامعة على موقع الفيس بوك، ودراسة ميدانية على عينة قوامها (400) مبحوثاً من طلاب الجامعات. وتشير أهم النتائج إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مرتفعي ومنخفضي استخدام المواقع الاجتماعية وإدراك حرية الرأي على المواقع الاجتماعية، وتوجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الاجتماعية على مقياس المشاركة السياسية.

(4) العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية (2011) (17).

وطبقت الدراسة على عينة قوامها (400) طالب، وتشير أهم النتائج إلى أن وسائل الاتصال الشخصي أسهمت في تعريف طلاب الجامعة بموقع اليوتيوب يليه مواقع الإنترنت الأخرى، وأن معظم طلاب الجامعة يقضون وقتاً طويلاً على موقع الفيس بوك، يرجع ذلك إلى طبيعة الأنشطة الاتصالية والتطبيقات المتنوعة التي تمكن الطلاب من قضاء وقتاً طويلاً، كذلك يحتوي موقع الفيس بوك على العديد من السلبات أهمها: إضاعة الوقت، واشتماله على محتويات إباحية. وأن الذكور أكثر استخداماً لموقع الفيس بوك من الإناث حيث يشتركون في مجموعات النقاش وصفحات المعجبين.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها

أولاً- أهداف الدراسة:

- تعرف العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستوى المعرفة بقضايا الشباب.
- تحليل مستويات المعرفة التي يحققها الإعلام الرقمي في زيادة وعي وإدراك الجمهور لقضايا الشباب.

ثانياً. تساؤلات الدراسة:

◀ ما مدى قدرة الإعلام الرقمي في زيادة مستوى معرفة الجمهور بقضايا الشباب؟.

وينبثق عن التساؤل الرئيس عدد من التساؤلات الفرعية التالية:

- ◀ أي المصادر التي يحصل الجمهور منها على معلومات خاصة بقضايا الشباب الفلسطيني؟
- ◀ ما أهم قضايا الشباب الفلسطيني المتناولة على المواقع والشبكات الالكترونية؟
- ◀ ما حدود مساهمة مواقع الإعلام الرقمي في زيادة مستويات معرفة الجمهور بقضايا الشباب الفلسطيني؟
- ◀ هل يستطيع الإعلام الرقمي التأثير على الرأي العام الفلسطيني من خلال تشكيل مواقفه وآرائه نحو قضايا الشباب؟

تحدد مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور الفلسطيني المقيم في قطاع غزة من عمر (18) عاماً فأكثر وبناء على ذلك اعتمدت الدراسة على عينة قوامها (168) مبحوثاً من محافظات قطاع غزة الخمس وهي: (شمال غزة، غزة، الوسطى، خانينونس، رفح) حيث تم توزيع مفردات عينة الدراسة عن طريق إعطاء حصة من المفردات بطريقة التوزيع المتساوي لمتغير النوع، والتوزيع المتناسب لمتغير الإقامة، بحيث يتناسب مع مجتمع الدراسة الأصلي، وفقاً للأرقام والإحصائيات التي يتيحها الجهاز المركزي للإحصاء للعام 2013.

اختبار الصدق والثبات:

للتأكد من صدق استمارة الاستقصاء في قياس متغيرات الدراسة جرى عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين (*) لتحقق الصدق الظاهري للبيانات، وبعد إجراء التعديلات على النموذج الأولي للاستمارة أشار المحكمون إلى أن الاستمارة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه.

لقياس الثبات تم إعادة تطبيق (10%) من صحائف الاستقصاء، أي (15) صحيفة بعد أسبوع من تطبيقها في المرة الأولى، وقد بلغت نسبة الثبات (**) العام (85%) وهذه النسبة تؤكد معدل الثبات العالي لاستمارة الاستقصاء.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد القيام بإجراء عملية ترميز لاستمارة الاستقصاء بالمقابلة، ومن خلال استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) والاستعانة بأحد الإحصائيين (***) تم إجراء المعالجة الإحصائية للبيانات، واستخراج الجداول البسيطة، وعمل المقاييس التجميعية لبعض متغيرات الدراسة، واستخراج المعاملات الإحصائية الملائمة لاختبار فروض الدراسة، ومن خلال ذلك اعتمد على الاختبارات الإحصائية الآتية: التكرارات والنسب المئوية (Frequencies & Percentages)، والمتوسطات لحسابية والانحرافات المعيارية (Mean & Stander Deviation)، واختبار مربع كاي (Chi-Square Test).

(*) حكم استمارة الدراسة الميدانية السادة الآتية أسماؤهم مرتبة أبجدياً وحسب الدرجة العلمية:

1. أ.د/ حسن عماد مكاي. أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
 2. أ.د/ حسين أبو شنب. عميد وأستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام والاتصال- جامعة فلسطين/ فلسطين.
 3. أ.د/ رياض العيلة. أستاذ العلوم السياسية كلية الاقتصاد والعلوم السياسية- جامعة الأزهر/ فلسطين.
 4. د/ رفيق المصري. أستاذ مشارك ورئيس قسم علم الاجتماع كلية الآداب- جامعة الأقصى/ فلسطين.
 5. د/ ماجد تزيان. أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصالات المشارك كلية الإعلام- جامعة الأقصى/ فلسطين.
- (**) نسبة الاتفاق بين التطبيقين = عدد الإجابات المتعادلة مقسوماً على عدد الأسئلة المتعادلة.
- (***) ساعد في المعالجة الإحصائية. علي صنع الله. مركز ألفا للتحليل الإحصائية. فلسطين.

◀ ما أهم القضايا والمشكلات التي يعاني منها الشباب الفلسطيني من وجهة نظر الجمهور، وما أسباب تعدد هذه المشكلات؟
ثالثاً. فروض الدراسة:

الفرضية الأولى:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين السمات الشخصية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، مكان السكن) وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب.

الفرضية الثانية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين معدل استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب.

نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد⁽¹⁸⁾. وذلك لدراسة طبيعة العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب، إلى جانب وصف خصائص الجمهور الفلسطيني الذي يستخدم الإعلام الرقمي، وتفسير العلاقة بين مستويات الاستخدام للجمهور الفلسطيني ومدى معرفتهم بقضايا الشباب.

وتعتمد الدراسة على منهج المسح الذي يسمح بتعدد تصنيفاته وأساليبه وأدواته⁽¹⁹⁾، كما يعد الطريقة المثلى لجمع المعلومات من مصادرها الأولية، وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها⁽²⁰⁾. واستخدمت الدراسة منهج المسح الذي في إطاره تم مسح جمهور وسائل الإعلام، كما جرى استخدام منهج الدراسات الارتباطية في إطار دراسة العلاقات الارتباطية.

وتعتمد الدراسة صحيفة الاستقصاء: وتعد صحيفة الاستقصاء أو الاستبيان أحد الأدوات الرئيسية لجمع البيانات في العلوم الاجتماعية، وتتخذ هذه الأداة الجمهور مفردات بحثية تستطلع رأيها أو تتعرف على مواقفها بشأن قضية وأحداث محددة، وهي أداة موضوعية تستخدم في جمع البيانات من الجمهور الفلسطيني لدراسة وتحليل وتفسير العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب.

عينة الدراسة ومجتمعها

اعتمدت الدراسة على أسلوب العينة البسيطة المتاحة للجمهور الفلسطيني ممن يمتلكون جهاز كمبيوتر مزود بالإنترنت، وراعي الباحث مجموعة من المعايير في اختياره للجمهور إذ تقترب هذه العينة في قيمتها المنهجية من العينات العشوائية الطبقية، ويكمن الاختلاف بأن اختيار المبحوثين أو الوحدات البحثية في المجموعات الفرعية يتم بشكل غير عشوائي، أي يتم اختيار المفردات في كل حصة (فئة) بأسلوب العينة المتاحة، وليس بناء على قواعد احتمالية.

تحديد مفاهيم مصطلحات الدراسة

رابعاً النتائج العامة للدراسة الميدانية:

جدول رقم (2)

استخدام الجمهور الفلسطيني عينة الدراسة للإعلام الرقمي

استخدام الجمهور للإعلام الرقمي	ك	%
نعم	150	89.3
لا	18	10.7
المجموع	168	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ما نسبته 89.3% من الجمهور الفلسطيني موضع الدراسة يستخدمون الإعلام الرقمي، وهي نسبة تعكس الجماهيرية الواسعة لهذا النوع من الإعلام خاصة وأنه يتميز بمجموعة من الخصائص أهمها: قدرته على جذب والإبهار، وطرح الموضوعات والقضايا بشكل أوسع، وأن الجمهور له الحرية في الاختيار والتعليق على المحتويات.

بينما جاءت نسبة لا يستخدم 10.7%، ويمكن إرجاع هذه النسبة إلى أن عدداً من الجمهور الفلسطيني موضع الدراسة يهتم بمتابعة وسائل الإعلام التقليدية مثل: الراديو، والتلفزيون، والصحف، والمجلات أو أن عدداً من الجمهور لا يمتلك جهاز كمبيوتر مزود بالإنترنت وبخاصة فئة كبار السن التي لا تستطيع التعامل مع هذا النوع من الإعلام.

جدول رقم (3)

اعتماد الجمهور الفلسطيني عينة الدراسة على الإعلام الرقمي في الحصول على المعلومات

مستوى اعتماد الجمهور	ك	%
يعتمد بدرجة متوسطة	67	44.7
يعتمد بدرجة كبيرة	58	38.7
يعتمد بدرجة ضعيفة	25	16.7
المجموع	150	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ما نسبته 44.7% يعتمد بدرجة متوسطة في الحصول على المعلومات من الإعلام الرقمي، وترجع هذه النتيجة إلى حالة الانقسام الفلسطيني الذي أفرزت الإعلام الحزبي المسيس، إذ تقدم المواقع المحسوبة على الأحزاب معلومات غير دقيقة، في المقابل فإن الوسائل التقليدية أكثر صدقاً في تقديم المعلومات وبخاصة أن شكل الرقابة فيه صارماً مقارنة مع الإعلام الرقمي.

يعتمد ما نسبته 38.7% من الجمهور على الإعلام الرقمي في الحصول على المعلومات خاصة السياسية والاجتماعية وفق بيانات جدول رقم (9)، ويشكل الإنترنت المصدر الأول في الحصول على المعلومات لدى الشباب الفلسطيني، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، وأبرزها: الفيس بوك Face Book بنسبه 55%، ويقضي 35% من الشباب الفلسطيني من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ ويعد التواصل مع الأصدقاء والتسليه من الأسباب الرئيسية لاستخدام

● الشباب: ويقصد بالشباب كل إنسان فلسطيني يتراوح سنه ما بين الثامنة عشر والخامسة والثلاثين عاماً⁽²¹⁾، وهي المرحلة التي تتوسط مرحلة الطفولة والشيخوخة.

● قضايا الشباب الفلسطيني:

ويقصد بها المشكلات التي تواجه الشباب الفلسطيني ويعاني منها سواء أكانت هذه القضايا والمشكلات الاجتماعية، أم اقتصادية، أم سياسية، أم ثقافية وفكرية، أم غيرها.

واهتمت الدراسة بمعالجة المشكلات والأزمات الأكثر تأثيراً على الشباب الفلسطيني في هذه المرحلة والذي أمكن حصرها من خلال البحوث الاجتماعية التي طبقت على المجتمع الفلسطيني في الآتي⁽²²⁾: البطالة، والفقر، والتدخين، وإدمان المخدرات، وتأخر سن الزواج (العنوسة)، والطلاق، والهجرة، وظاهرة العنف والجريمة⁽²³⁾.

ثالثاً نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (1)

السمات العامة لعينة الدراسة

السمات العامة	الفئات	ك	%
النوع	ذكر	88	58.7
	أنثى	62	41.3
العمر	الشباب (18 - 35)	103	68.7
	النضج (36 - 50)	34	22.7
المستوى التعليمي	كبار السن (50) فأكثر	13	8.7
	دبلوم فأقل	52	34.7
الانتماء والتوجه السياسي	بكالوريوس	83	55.3
	دراسات عليا	15	10
الدخل الشهري	أنتمي	67	44.7
	لا أنتمي	83	55.3
الدخل الشهري	أقل من \$300	86	57.3
	من \$301 إلى أقل من \$600	32	21.3
الدخل الشهري	من \$601 إلى أقل من \$1000	21	14
	\$1000 فأكثر	11	7.3
مكان السكن	محافظة غزة	35	23.3
	محافظة شمال غزة	24	16
مكان السكن	محافظة الوسطى	35	23.3
	محافظة خانينونس	26	17.3
محافظة رفح	30	20	

تشير إلى أن هناك نسبة تعتمد على المصادر التقليدية أو الاتصال الشخصي، أو تعتمد على الأهل والأقارب والجماعات المرجعية في الحصول على المعلومات.

مواقع التواصل الاجتماعي⁽²⁴⁾.

بينما لا يعتمد على الإعلام الرقمي في الحصول على المعلومات ما نسبته 16.7% من الجمهور الفلسطيني وهي نتيجة

جدول رقم (4)

الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها الجمهور الفلسطيني عينة الدراسة

الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداماً	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
فيس بوك	112	74.7	24	16.0	14	9.3	2.65	0.64	88.44
يوتيوب	80	53.3	52	34.7	18	12	2.41	0.70	80.44
جوجل بلس	36	24	51	34	63	42	1.82	0.79	60.67
تويتر	34	22.7	51	34	65	43.3	1.79	0.79	59.78

جاءت فئة أقل من ساعة في الترتيب الثاني بنسبة 34.7% وهي نتيجة تشير إلى أن حوالي ثلث الجمهور موضع الدراسة استخداماتهم محدودة لهذا النوع من الإعلام؛ ربما ترجع لانشغالهم وعدم توفر وقت فراغ لديهم، أو لأنهم لا يفضلون التواصل مع الأصدقاء من خلال هذا النوع، أو يقومون بمعرفة آخر الموضوعات فقط من خلال العناوين، أو عبر فتح البريد الإلكتروني لإرسال واستقبال الرسائل.

جاءت فئة كثيفي الاستخدام في الترتيب الثالث بنسبة وصلت 26% بمعنى الذين تزيد استخداماتهم عن ثلاث ساعات يومياً، وهي نتيجة تعكس أن هناك عدداً من الجمهور يتعرض بشكل كثيف للإعلام الرقمي ويرجع تفضيله لهذا النوع من الإعلام خاصة في ظل انتشار أجهزة الهاتف الخليوي وتزويدها بالبرامج المصممة خصيصاً للتعامل مع تكنولوجيا الاتصال الحديثة، إضافة إلى سهولة اقتناء جهاز الكمبيوتر المحمول من حيث التكلفة مقارنة بالسابق.

جدول رقم (6)

أسباب استخدام ومتابعة الجمهور عينة الدراسة للإعلام الرقمي

الترتيب	ك	%	أسباب استخدام ومتابعة الإعلام الرقمي
1	95	63.8	التواصل مع الأهل والأصدقاء
2	94	63.1	الحصول على المعلومات الجارية
3	81	54.4	متابعة أفكار وآراء الآخرين
4	80	53.7	ملء وقت الفراغ والتسلية
5	68	45.6	نشر أفكار وأرائي في القضايا المطروحة
6	65	43.6	تنمية المهارات الشخصية والحياتية والتعامل مع الآخرين
6	65	43.6	متابعة التكنولوجيا
8	42	28.2	المشاركة في نشر الأخبار والصور والفيديوهات
9	40	26.8	إقامة صدقات جديدة مع أصدقاء جدد
10	32	21.5	الهروب من الواقع

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ما نسبته 74.7% من الجمهور الفلسطيني يستخدم شبكة الفيس بوك Face Book وبوزن مئوي 88.44% وهي نتيجة تعكس جماهيرية الشبكة خاصة وأنها تقدم مجموعة كبيرة من المزايا بكل سهولة مكنتها من تصدر الشبكات من حيث الاستخدام ولا سيما أنها تتيح المجال بتقديم الموضوعات واستقبالها، إذ لا يوجد بها ما يسمى بالمستقبل فكل المستخدمين إيجابيين يستطيعون إرسال واستقبال المعلومات مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

جاءت شبكة يوتيوب YouTube في الترتيب الثاني بنسبة 53.3% وبوزن مئوي 80.44% وهي نتيجة تعكس قدرة اليوتيوب على تخزين الفيديوهات والصور واستخدامها من الجمهور بكل يسر في المجالات المختلفة.

حصلت شبكة جوجل بلس Google Plus على الترتيب الثالث بنسبة وصلت إلى 24% وبوزن مئوي 60.67%، وجاءت شبكة تويتر في الترتيب الرابع بنسبة وصلت إلى 22.7% وبوزن مئوي 59.78% وهي نتائج تشير إلى قدرة وجماهيرية هذه الشبكات خاصة وأنها توفر مجموعة من الخدمات في المجالات المختلفة.

جدول رقم (5)

عدد الساعات التي يقضيها الجمهور عينة الدراسة في استخدام الإعلام الرقمي يومياً

معدل الاستخدام	ك	%
أقل من ساعة	52	34.7
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	59	39.3
ثلاث ساعات فأكثر	39	26
المجموع	150	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ما نسبته 39.3% من الجمهور الفلسطيني يستخدم ويتابع الإعلام الرقمي بشكل متوسط بعدد ساعات يتراوح ما بين أكثر من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات وهي نتيجة تشير إلى تأثير هذا النوع من الإعلام وقدرته على تشكيل معارف الجمهور وتكوين اتجاهاته نحو قضايا الشباب.

الفراغ والتسلية في الترتيب الرابع بنسبة 53.7% وبخاصة أن نسبة من الجمهور تهتم بالألعاب التي توفرها شبكة الانترنت لاسيما "المزرعة السعيدة" وغيرها بالإضافة إلى متابعة الأفلام والمسلسلات على اليوتيوب وغيرها من المواد والبرامج المتنوعة.

وجاءت فئات نشر أفكار وآرائهم في القضايا المطروحة، وتنمية المهارات الشخصية والحياتية والتعامل مع الآخرين، ومتابعة التكنولوجيا، والمشاركة في نشر الأخبار والصور والفيديوهات في ترتيب متوسط وصل بين 45.6% و28.2% على التوالي وهي نتيجة تشير إلى أن نسبة من الجمهور يهتم بنشر أفكارها وآرائها في القضايا ولا سيما السياسية، إلى جانب أن نسبة تهتم بتنمية مهارتها الشخصية والتعامل مع الآخرين من خلال التعلم من التكنولوجيا والأصدقاء، بالإضافة إلى نسبة تهتم بنشر الأخبار والصور التي يلتقطونها عبر هواتفهم المحمول أو الكاميرا الخاصة بهم إبان العدوان، أو حتى المناسبات الأسرية والعائلية من أفراح وأعياد ميلاد.

الترتيب	%	ك	أسباب استخدام ومتابعة الإعلام الرقمي
11	10.7	16	المشاهدة من خلال الانترنت

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ما نسبته 63.8% من الجمهور يستخدم الإعلام الرقمي للتواصل مع الأهل والأصدقاء سواء في الداخل أو الخارج، بينما جاءت فئة الحصول على المعلومات في الترتيب الثاني بنسبة 63.1% وهي نتيجة تشير إلى قدرة هذا النوع من الإعلام في توفير كم كبير من المعلومات في المجالات المختلفة بالصورة والصوت والحركة واللون والتفاعل مع الأخبار والتعليق عليها. وهي نسبة تتفق مع بيانات جدول رقم (12) الخاص بالمصادر ودراسة عمرو أبو جبر 2013⁽²⁵⁾.

وجاءت فئة متابعة أفكار وآراء الآخرين في الترتيب الثالث بنسبة 54.4% وهي نتيجة تتفق مع خصائص الإعلام الرقمي خاصة وأنه يعد منبراً لطرح الأفكار وحرية الرأي والتعبير إذا ما قورن بوسائل الإعلام التقليدية. وجاءت فئة ملء أوقات

جدول رقم (7)

أفضل مواقع الإعلام الرقمي التي يتردد عليها الجمهور عينة الدراسة

مواقع وسائل الإعلام الجديد	دائماً		أحياناً		لا		الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%		
المواقع الاجتماعية	90	60.0	43	28.7	17	11.3	0.69	82.89
المواقع السياسية	76	50.7	50	33.3	24	16.0	0.74	78.22
المواقع الدينية	61	40.7	69	46.0	20	13.3	0.68	75.78
المواقع الترفيهية	58	38.7	59	39.3	33	22.0	0.76	72.22
المواقع الرياضية	49	32.7	43	28.7	58	38.7	0.85	64.67
مواقع الدردشة	43	28.7	44	29.3	63	42.0	0.83	62.22

الفلسطينية والاحتلال، إلى جانب حالة الانقسام وأثرها السلبي على المجتمع الفلسطيني. وتتفق هذه النتيجة مع دراسات⁽²⁶⁾ أحمد هاشم (2012)، حيث يحرص الجمهور الفلسطيني أولاً على متابعة البرامج السياسية بنسبة 52.4%. ودراسة⁽²⁷⁾ أمل طومان (2010)، إذ جاءت البرامج والمواد السياسية في أولويات تفضيل الجمهور الفلسطيني.

جاءت المواقع الدينية في الترتيب الرابع بوزن مئوي 75.78%، وهي نسبة تعكس تدين الجمهور الفلسطيني، وحرصه على معرفة تعاليم الدين الإسلامي، وحصلت المواقع الرياضية على الترتيب الخامس بوزن نسبي 64.67%، وهي نسبة غير مرتفعة نسبياً، إذ تشير إلى أن الجمهور الفلسطيني يهتم بالمواقع الجادة أكثر من البرامج الترفيهية، وجاءت مواقع الدردشة في الترتيب السادس بوزن مئوي 62.2%، وفئة المواقع الاقتصادية في الترتيب الأخير وهي نتيجة ضعيفة لا تتفق مع الواقع الاقتصادي، خاصة وأن الاقتصاد الفلسطيني يعاني من مجموعة من الأزمات نتج عنها زيادة البطالة، وانتشار الفقر، وغيرها من القضايا.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المواقع الاجتماعية جاءت في الترتيب الأول من حيث المواقع المفضلة للجمهور الفلسطيني بوزن نسبي 82.89% ولا سيما مواقع التواصل الاجتماعي Face Book حسب بيانات جدول رقم (5)، وهي نسبة تشير إلى اهتمام الجمهور الفلسطيني بالقضايا الاجتماعية لاسيما المتعلقة منها بمناقشة قضايا انتشار العنف والجريمة في ظل زيادتها في المجتمع الفلسطيني، وإدمان المخدرات، وتأخر سن الزواج، أو ما تُعرف بالعنوسة، ومعاناة تتعلق بالمسكن والحياة الكريمة في ظل مجتمع يتعرض لجملة من الانتهاكات تؤثر بشكل مباشر على المجتمع.

يحرص الجمهور الفلسطيني في الترتيب الثاني على متابعة البرامج السياسية بوزن نسبي 78.22%، ويمكن إرجاع هذه النسبة إلى طبيعة الوضع في فلسطين، وبخاصة أنها تخضع لاحتلال منذ زمن بعيد. ومن أبرز الموضوعات السياسية في فترة أخذ العينة حكومة التوافق الفلسطينية، والمصالحة الفلسطينية، وملف المفاوضات المستمرة منذ ما يزيد عن عقدين بين السلطة

وجاءت القنوات التليفزيونية في الترتيب الثاني بوزن نسبي (5.7)، ويمكن تفسير هذه النسبة إلى دور التليفزيون المتعاطف في المجتمعات والمجتمع الفلسطيني، الذي يمتلك خصائص متعددة تمكنه من تشكيل المعارف وتكوين الاتجاهات معتمداً على توظيف التكنولوجيا، خاصة فيما يتعلق بالجذب والإبهار، وبالتالي تستطيع أن تؤدي دوراً مهماً في التعبئة، والتأثير، والإقناع من خلال الاعتماد على الاستمالات العقلية من شواهد، وأدلة، وبراهين، ونتائج، إلى جانب الاستمالات العاطفية التي تعتمد على الجوانب العاطفية، والوجدانية، وغيرها. وهي نتيجة تتفق مع دراسة (29) أمل طومان (2010) حيث جاءت القنوات التليفزيونية الفلسطينية في الترتيب الأول بنسبة 26.9 % بين الوسائل الإعلامية من حيث المتابعة.

جاءت فئة الإذاعات المسموعة في الترتيب الثالث بوزن نسبي (5.5) وهي نسبة تشير إلى أن الجمهور الفلسطيني يهتم نسبياً بتعدد المصادر وتنوعها، الإذاعات المحلية والإذاعات الدولية بخاصة مثل: BBC عربي، ومونتيكارلو، ورايو سوا، وغيرها من الإذاعات التي يتابعها الجمهور الفلسطيني على موجات FM و يمكن إرجاع هذه النسبة إلى انقطاع التيار الكهربائي لساعات طويلة، خاصة في قطاع غزة، وبالتالي تكون الإذاعة هي الوسيلة الوحيدة المتاحة.

بينما جاءت فئة الصحف في الترتيب الخامس، وهي نتيجة يمكن إرجاعها إلى انخفاض مقروئية الصحف عالمياً، وجاءت فئات الأهل والأقارب، والزملاء والأصدقاء، والمؤسسات والنوادي الشبابية، والمؤتمرات والندوات في ترتيبات متأخرة، ويمكن تفسير هذه النتائج إلى تراجع دور الأهل والأقارب والزملاء والأصدقاء في تشكيل المعارف مقارنة بالوسائل الإلكترونية، وفقدان ثقة الجمهور بالمؤسسات والنوادي الشبابية والمؤتمرات والندوات في ظل حالة الانقسام الفلسطيني حيث سُبِسْتُ العديد من قضايا الشباب وفق الجهة التي تنظم الندوة أو الضيوف المتحدثين.

جدول رقم (10)

اهتمام المواقع الإلكترونية بقضايا الشباب الفلسطيني

اهتمام المواقع الإلكترونية بقضايا الشباب	ك	%
نعم	114	76
لا	36	24
المجموع	150	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ما نسبته 76 % من الجمهور الفلسطيني يرى أن المواقع الإلكترونية تهتم بقضايا الشباب، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى عدد قضايا الشباب في المجالات المختلة وتردي أوضاع الشباب الفلسطيني خاصة في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. إن ما نسبته 24 % من الجمهور الفلسطيني لا يرى أن المواقع الإلكترونية تهتم بقضايا الشباب، ويمكن إرجاع ذلك أن جميع الفئات تعاني من المشكلات في المجتمع الفلسطيني.

جدول رقم (8)

اهتمام الجمهور عينة الدراسة بمتابعة قضايا الشباب الفلسطيني

اهتمام الجمهور بقضايا الشباب	ك	%
نعم	126	84
لا	24	16
المجموع	150	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الجمهور الفلسطيني يهتم بمتابعة قضايا الشباب الفلسطيني بنسبة وصلت إلى 84 % ما يعكس حجم اهتمام الجمهور الفلسطيني بقضايا الشباب ومشكلاته في ظل تعددها في المجتمع الفلسطيني؛ ويمكن إرجاع هذه النسبة إلى أن فئة الشباب تشكل شريحة واسعة من السكان حسب بيانات جدول رقم (1)، وبالتالي يهتم الشباب بمتابعة قضاياهم وأزماتهم المختلفة.

لم يهتم ما نسبته 16 % من الجمهور الفلسطيني بقضايا الشباب، ويمكن إرجاع هذه النسبة إلى ترددي أوضاع فئات كثيرة في المجتمع الفلسطيني، إذ ينتشر الفقر بين جميع الفئات، كما تعاني كل الفئات من مشكلات اقتصادية واجتماعية متعددة، فالمشكلات لا تنحصر في شريحة الشباب فقط، إلى جانب أن هناك عدداً من الجمهور لا يتابع بشكل كبير أوضاع المجتمع ومشكلاته.

جدول رقم (9)

المصادر التي تشكل معلومات عينة الدراسة بقضايا الشباب

الترتيب	المتوسط الحسابي	المصادر
1	6.1	الانترنت
2	5.7	القنوات التليفزيونية
3	5.5	الإذاعات المسموعة
4	5.0	الصحف
4	5.0	الأهل والأقارب
6	4.9	الزملاء والأصدقاء
7	4.6	المؤسسات والنوادي الشبابية
8	4.2	المؤتمرات والندوات

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الجمهور الفلسطيني يعتمد في الترتيب الأول على الانترنت كمصدر في الحصول على المعلومات بوزن نسبي (6.1) وهي نسبة تشير إلى فاعلية الانترنت في المجتمع الفلسطيني ودوره الفعال، وبخاصة أنه وسيلة اتصالية تجمع بين مجموعة من الخصائص لاسيما ذوبان الفروق بين القائم بالاتصال والمتلقي، ويعد الشباب أكثر استخداماً للانترنت والتكنولوجيا الحديثة، وقد أظهرت بيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني عام 2014 أن نسبة الشباب الذين يستخدمون الحاسوب قد بلغت 71.3 % في الأراضي الفلسطينية بواقع 72.4 % في الضفة الغربية مقابل 65.7 % في قطاع غزة، مقارنة مع 47.6 % لعام 2004 على مستوى الأراضي الفلسطينية (28).

نسبة مرتفعة، إذا ما قورنت بإحصائيات أُجريت قبل عام 2000، وكانت النسبة لا تزيد عن 5% من بينهن⁽³³⁾، وتشير بيانات مسح الأسرة الفلسطيني الذي نفذه الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني عام 2010 إلى أن 22.5% من الأفراد من (18) سنة فأكثر في الأراضي الفلسطينية هم من المدخنين؛ 26.9% في الضفة الغربية مقابل 14.6% في قطاع غزة، وأشارت البيانات إلى أن نسبة المدخنين الذكور قد بلغت 37.6%، ونسبة المدخنات 2.6%⁽³⁴⁾.

وقد ازادت أعمال العنف والجريمة في المجتمع الفلسطيني وبخاصة بين شريحة الشباب في السنوات الأخيرة، فالبطالة والفقر يوفران الوطن والبيئة المناسبة التي تسمح بالجريمة⁽³⁵⁾، ومن أهم العوامل الرئيسية لانتشار الجريمة في المجتمع الفلسطيني ممارسات الاحتلال الإسرائيلي عن طريق فرض سلوك غير إنساني، وعنف المستوطنين مع المواطنين الفلسطينيين خاصة الشباب، في الوقت الذي يتراجع فيه الاقتصاد الفلسطيني⁽³⁶⁾.

جاءت فئة إدمان المخدرات في ترتيب متأخر، إذ يقدر عدد مدمني المخدرات بنحو (25) ألف شخص، فيما يبلغ عدد المتعاطين قرابة (80) ألف. والجدير بالذكر أن وزارة الصحة والجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني لا يقومان بإجراء دراسات ميدانية على مستوى الأراضي الفلسطينية تزود الدراسة بالأرقام الإحصائية الدقيقة حول ظاهرة المخدرات في المجتمع الفلسطيني⁽³⁷⁾، وينتشر في الأراضي الفلسطينية إدمان حبوب (الأترامادول)، وبينت النتائج الصحية الفلسطينية أن ما نسبته 80% من المدمنين على الأترامادول يعانون عقماً دائماً وليس له علاج.

جدول رقم (12)

مساهمة الإعلام الرقمي في زيادة مستويات معرفة الجمهور بقضايا الشباب

معرفة متوسطة	ك	%
معرفة متعمقة	84	56
معرفة سطحية	47	31.3
المجموع	150	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الإعلام الرقمي يشكل معارف الجمهور الفلسطيني بقضايا الشباب بشكل متوسط بنسبة وصلت إلى 56%، وبشكل متعمق بنسبة 31.3% وهي نسب تشير إلى مساهمة الإعلام الرقمي في زيادة معرفة الجمهور بقضايا الشباب، لأنه يتميز بقدرته على شرح القضايا بشكل جذاب مستخدماً الوسائط المتعددة بكل مكوناتها من محتوى، وصور، وفيديوهات، وبيانات، وغيرها⁽³⁸⁾.

وجاءت فئة معرفة سطحية في الترتيب الأخير بنسبة وصلت إلى 12.7% وهي نسبة تشير إلى أن نسبة من الجمهور الفلسطيني تشكل وسائل الإعلام والاتصال التقليدية معارفه تجاه قضايا الشباب، وأن نسبة أخرى غير مهتمة بقضايا الشباب.

جدول رقم (11)

أهم قضايا الشباب الفلسطيني المتناولة في المواقع الإلكترونية كما حددتها عينة الدراسة

الترتيب	%	ك	قضايا الشباب الأكثر تناولاً
1	65.8	96	البطالة
2	64.4	94	الفقر
3	58.9	86	الهجرة إلى الخارج
4	43.2	63	التدخين
5	40.4	59	تأخر سن الزواج
6	37.0	54	الاستخدام السلبي للإنترنت
7	34.9	51	المسكن
8	29.5	43	سلب الحريات
9	27.4	40	إدمان المخدرات
10	26.7	39	انتشار العنف والجريمة
11	19.9	29	الطلاق
12	17.1	25	الاقصاء السياسي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الجمهور الفلسطيني تابع موضوع البطالة الذي يعدّ من أكثر القضايا المتعلقة بالشباب الفلسطيني بنسبة 65.8% وهي نسبة تعكس زيادة البطالة في المجتمع الفلسطيني، إذ أكدت نتائج البحوث والدراسات التي أُجريت حول الواقع الاقتصادي للشباب الفلسطيني عام 2013⁽³⁰⁾ أن هناك ارتفاعاً في معدلات البطالة بين فئة الشباب؛ إذ يعاني أكثر من ثلث الشباب الفلسطيني من البطالة، التي نتج عنها الفقر. والجدير بالذكر أن نسبة البطالة ترتفع بين الأعلى تعليماً، إذ إن حوالي نصف الخريجين (دبلوم فأعلى) عاطلون عن العمل، ويعد حوالي ربع الشباب الفلسطيني من الفقراء، وتزيد هذه النسبة بين شباب قطاع غزة⁽³¹⁾.

وجاءت قضايا الفقر في الترتيب الثاني من حيث متابعة الجمهور لها؛ وهي نسبة طبيعية؛ لأنها مرتبطة بالبطالة، إذ تولد البطالة الفقر، وجاءت فئة الهجرة إلى الخارج في الترتيب الثالث بنسبة 58.9% ما يعني أن هناك تردياً في الأوضاع الاقتصادية، من شأنه أن يزيد من حالات الهجرة، بمعنى أن الهدف الأساسي من الهجرة البحث عن مصدر رزق. وتتفق هذه النسبة مع دراسة⁽³²⁾ حول واقع شباب فلسطين في أرقام وإحصائيات تبين أن ما نسبته 45% من الذكور و18% من الإناث من الشباب الفلسطيني موضع الدراسة يفكرون في الهجرة إلى الخارج، نظراً للوضع الاقتصادي السيء.

جاءت فئة التدخين، وتأخر سن الزواج في ترتيب متوسط بنسب بلغت 43.2% و40.4% على التوالي وهي نسب تعكس اهتمام المواقع بهذه القضايا، وقدرة توصيلها للجمهور، وبخاصة أن آخر تقرير للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني عام 2008 بين أن هناك ارتفاعاً كبيراً في معدلات العنوسة بين الفلسطينيات، إذ أشار التقرير إلى أن 39.3% من الفلسطينيات عوانس، وهي

الترتيب	المتوسط الحسابي	القضايا والمشكلات التي يعاني منها الشباب الفلسطيني
2	9.7	البطالة
3	7.5	تأخر سن الزواج
4	7.3	الهجرة إلى الخارج
5	7.2	المسكن
6	7.1	التدخين
7	6.3	إدمان المخدرات
8	5.4	الاستخدام السلبي للإنترنت
10	4.9	الطلاق
11	4.7	الاقصاء السياسي
12	4.7	انتشار العنف والجريمة

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قضايا الفقر جاءت في الترتيب الأول بمتوسط حسابي وصل إلى 9.9 %، فيما جاءت البطالة في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي وصل إلى 9.7 % وهي نسب تعكس ارتفاع البطالة بين الشباب خاصة خريجي الجامعات. وهي نتيجة تتفق مع دراسة (39) حسين أبو شنب وعمرو أبو جبر (2013)، إذ كشفت الدراسة أن الجمهور الفلسطيني يرى أن المشكلة الأولى التي يعاني منها الشباب البطالة بنسبة 80 %.

حصلت فئات متأخر سن الزواج، والهجرة إلى الخارج، والمسكن، والتدخين، وإدمان المخدرات في ترتيبات متقدمة، وهي نتائج تعكس أن هناك ارتفاعاً كبيراً في معدلات العنوسة بين الفلسطينيات بشكل خاص، وهناك أزمة في المسكن في ظل إغلاق معابر قطاع غزة، ومن ثم لا يوجد بناء وتشيد، بالإضافة إلى غلاء أسعار الشقق السكنية في الضفة الغربية وقطاع غزة، وتعد قضايا التدخين - خاصة في فئة الشباب - أمر يحتاج إلى دراسة في ظل زيادة أعدادهم المستمر وانتشار المقاهي وشرب ما يعرف (بالشيشة).

جدول رقم (15)

أسباب تعدد مشكلات الشباب الفلسطيني كما حددتها عينة الدراسة

الترتيب	المتوسط الحسابي	أسباب المشكلات
1	4.01	ممارسات الاحتلال الإسرائيلي
2	3.69	حالة الانقسام الفلسطيني
3	3.18	ضعف أداء الحكومة الفلسطينية
5	1.99	عدم الاهتمام ببناء وتنمية المؤسسات
4	2.21	عدم الاهتمام بالاقتصاد الفلسطيني
6	1.84	عدم تشجيع الشباب على بناء المشروعات الصغيرة

جدول رقم (13)

قدرة الإعلام الرقمي على تشكيل معارف الجمهور نحو قضايا الشباب

نحو قضايا الشباب	ن	%
نعم	126	84
لا	24	16
المجموع	150	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الإعلام الرقمي يستطيع بشكل كبير التأثير في الرأي العام الفلسطيني من خلال تشكيل مواقف وتكوين آرائه نحو قضايا الشباب بنسبة مرتفعة وصلت إلى 84 % وهي نسبة تؤكد قدرة الإعلام الرقمي على تشكيل معارف الجمهور، وتكوين اتجاهاته، من خلال تقديم كم هائل من الرسائل المتعلقة بموضوعات الشباب لتمكن الجمهور من المعرفة، خاصة وأن لديه قدرة في أن يؤثر تراكمياً في الجمهور ويستطيع القيام بأدوار مهمة في بناء معارف الجمهور، فهو وسيلة إعلامية جذابة تمتلك خصائص متنوعة تمكنه من أن يقدم معلومات متنوعة، فهو بذلك يوفر معلومات تساعد الفرد في أن يسلك سلوكاً ما، أو يتخذ قراراً ما، خاصة وإن كانت تتفق الفكرة التي يقدمها مع الواقع الاجتماعي والثقافي من عادات وتقاليده.

ويعد الإنترنت من أكثر وسائل الإعلام أهمية للمجتمعات في الوقت الحالي، لما له من تأثير مباشر وقوي على أفراد المجتمع كافة، ويستفيد الفرد والمجتمع بشكل كبير منه، كونها تعلمهم بما يقع من حولهم من أحداث وقضايا، بل ويستطيعون مراقبة البيئة أو التماس المعلومات من خلال توجيه سلوكهم، وإدراكهم، وتطوير المفهوم عن الذات، وبذلك فهو مصدر أساسي في تقديم المعرفة، والقدرة على تشكيل المواقف تجاه قضايا الشباب.

وحصلت فئة لا يستطيع الإنترنت - الإعلام الرقمي تشكيل آراء الجمهور ومواقفه على الترتيب الثاني بنسبة وصلت إلى 16 % وهي نسبة ليست عريضة يمكن إرجاعها إلى مجموعة من العوامل أهمها: أن عدداً من الجمهور يتابع وسائل إعلامية أخرى، خاصة الراديو والتلفزيون، أو أن عدداً آخر لا يتأثر كثيراً برسائل الإعلام الرقمي بقدر اقتناعه بالاتصال الشخصي، خاصة فيما يتعلق بتغيير الاتجاهات، لا سيما وأن المواقع تتأثر معالجتها بأيدولوجيتها الحزبية، أو الجهة التي تمتلكها، بالإضافة إلى أن هناك نسبة من كبار السن لا تستهويهم فكرة هذا النوع من الإعلام.

جدول رقم (14)

القضايا والمشكلات التي يعاني منها الشباب من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة

الترتيب	المتوسط الحسابي	القضايا والمشكلات التي يعاني منها الشباب الفلسطيني
1	9.9	الفقر

السلطة الفلسطينية تمكن الشباب من النهوض والتنمية في المجالات المختلفة، ويمكن إضافة تفشي الفساد الذي تعاني منه المؤسسات الرسمية الفلسطينية، إضافة إلى التزام السلطة الفلسطينية باتفاقية أوسلو، خاصة وأن الاتفاقية تضمن لإسرائيل الحق في أن تتحكم بالاقتصاد الفلسطيني، إلى جانب اتفاقية باريس الاقتصادية التي تحد من دور السلطة أن تتصرف بشكل أحادي، وأن تقوم بعمليات إصلاح سياسي واقتصادي دون تدخل من الاحتلال الإسرائيلي، إلى جانب التخلف في أساليب الإنتاج.

وجاءت فئات عدم الاهتمام ببناء المشروعات، وعدم تشجيع الشباب على بناء المشروعات الصغيرة، وعدم الاهتمام بالاقتصاد الفلسطيني في الترتيب الرابع والخامس والسادس على التوالي، وهي نتائج جاءت من عدم توفر مادة في القانون الفلسطيني تفتح المجال للاستثمار أمام الشباب بشكل خاص في ظل عدم استيعاب الحكومة لأعداد الخريجين، إذ كان يجب على السلطة أن تضع مجموعة من الإعفاءات الجمركية والضريبية على المستثمرين الشباب كما تفعل كثير من الدول خاصة النامية منها، وذلك لتقليل نسب البطالة، والاستفادة من الاستثمار، فمن الضروري أن يكون هناك استثناءات محددة لشريحة الشباب، وذلك لتشجيعها، إذ إن من شأن ذلك أن يشجع على زيادة المشروعات الاقتصادية والمشروعات الصغيرة؛ وذلك للنهوض بتنمية المجتمع.

خامساً اختبار صحة فروض الدراسة:

الفرضية الأولى:

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن السبب الأول في تعدد مشكلات الشباب الفلسطيني هو الاحتلال الإسرائيلي فمنذ أن سلبت الأراضي الفلسطينية والاحتلال يقوم بجملة من الممارسات الوحشية بحق الشعب الفلسطيني، ومن بينهم الشباب، فمنذ نكبة عام 1948 التي نتج عنها طرد وتهجير الشعب الفلسطيني إلى أماكن متعددة سواء في باقي الأراضي الفلسطينية التي عاد الاحتلال الإسرائيلي احتلالها عام 1967 أو الهجرة إلى دول عربية مجاورة، وقد دمرت العمليات العسكرية المتلاحقة جزءاً كبيراً من الهياكل الأساسية الاقتصادية؛ إذ جرى استهداف للمصانع، وإلحاق الضرر بكل مقومات الاقتصاد⁽⁴⁰⁾. وهي نتيجة تتفق مع دراسة⁽⁴¹⁾ عمرو أبو جبر (2014)، فقد كشفت الدراسة أن الاحتلال الإسرائيلي هو السبب المباشر في تعدد مشكلات الشباب الفلسطيني بنسبة 81 %، وحالة الانقسام الفلسطيني بنسبة 80 %.

وجاءت حالة الانقسام الفلسطيني عام 2007 في الترتيب الثاني من حيث رؤية الجمهور بأنها سبب مباشر وهي نتيجة تشير إلى الأثر السلبي للانقسام، حيث كان له دور بارز في تفاقم مشكلات الشباب وأزماتهم، فقد أدى ذلك إلى عدم وضع برامج مشتركة بين الضفة الغربية وقطاع غزة تساعد في إيجاد الحلول التي يمكن أن تسهم في حل هذه الأزمات أو تقليصها، وقد نتج عن ذلك ارتفاع في نسبة البطالة بين الشباب الفلسطيني، إذ وصلت عام 2014 إلى 55 %.

وجاءت فئة ضعف أداء السلطة سياسياً واقتصادياً في الترتيب الثالث وهي نتيجة تشير إلى عدم وجود استراتيجية من قبل

جدول رقم (16)

العلاقة بين النوع وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب

النوع	مستويات المعرفة بقضايا الشباب			القيمة الاحتمالية (Sig.)
	معرفة متعمقة	معرفة متوسطة	معرفة سطحية	
ذكر	28 %18.7	53 %35.3	7 %4.7	0.109
أنثى	19 %12.7	31 %20.7	12 %8	
المجموع	47 %31.3	84 %56	19 %12.7	

يمكن استنتاج أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (كا2) أكبر من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ وبذلك

جدول رقم (17)

العلاقة بين العمر وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب

القيمة الاحتمالية (Sig.)	كا2	المجموع	مستويات المعرفة بقضايا الشباب			العمر
			معرفة سطحية	معرفة متوسطة	معرفة متعمقة	
0.241	5.485	103	15	54	34	ك
		%68.7	%10.0	%36	%22.7	%
		34	2	20	12	ك
		%22.7	%1.3	%13.3	%8	%
		13	2	10	1	ك
		%8.7	%1.3	%6.7	%0.7	%
150	19	84	47	ك		
%100	%12.7	%56	%31.3	%		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "كا2" أكبر من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العمر وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب.

جدول رقم (18)

العلاقة بين الدخل الشهري وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب

القيمة الاحتمالية (Sig.)	كا2	المجموع	مستويات المعرفة بقضايا الشباب			الدخل الشهري
			معرفة سطحية	معرفة متوسطة	معرفة متعمقة	
0.172	9.034	86	14	46	26	ك
		% 57.3	% 9.3	% 30.7	%17.3	%
		32	3	23	6	ك
		% 21.3	% 2	% 15.3	% 4	%
		21	2	9	10	ك
		% 14.0	% 1.3	% 6.0	%6.7	%
11	0	6	5	ك		
% 7.3	% 0	% 4.0	% 3.3	%		
150	19	84	47	ك		
% 100	% 12.7	% 56.0	% 31.3	%		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (كا2) أكبر من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدخل الشهري وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب.

جدول رقم (19)

العلاقة بين مكان السكن وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب

مكان السكن	مستويات المعرفة بقضايا الشباب			المجموع	كا2	القيمة الاحتمالية (Sig.)
	معرفة متعمقة	معرفة متوسطة	معرفة سطحية			
محافظة غزة	ك	10	22	35		
	%	% 6.7	% 14.7	% 23.3		
محافظة شمال غزة	ك	2	14	24		
	%	% 1.3	% 9.3	% 16		
محافظة الوسطى	ك	13	20	35		
	%	% 8.7	% 13.3	% 23.3		
محافظة خان يونس	ك	12	14	26		
	%	% 8	% 9.3	% 17.3		
محافظة رفح	ك	10	14	30		
	%	% 6.7	% 9.3	% 20		
المجموع	ك	47	84	150		
	%	% 31.3	% 56	% 100		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (كا2) أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ وبذلك يمكن استنتاج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مكان السكن وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب. فاستخدام الإعلام الرقمي من الجمهور أعطى معرفة متعمقة لنسبة 31.3% جاءت أعلاها في محافظة الوسطى بنسبة 8.7% تم محافظة خان يونس في الترتيب الثاني بنسبة 8% تم تساوت محافظة رفح ومحافظة غزة في الترتيب الثالث لكلا منها بنسبة 6.7% تم جاءت محافظة شمال غزة في الترتيب الأخير بنسبة 1.3%.

الفرضية الثانية:

جدول رقم (20)

العلاقة بين معدل استخدام الجمهور للإعلام الرقمي وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب

معدل استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي	مستويات المعرفة بقضايا الشباب			المجموع	كا2	القيمة الاحتمالية (Sig.)
	معرفة متعمقة	معرفة متوسطة	معرفة سطحية			
أقل من ساعة	ك	10	31	52		
	%	% 6.7	% 20.7	% 34.7		
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	ك	20	35	59		
	%	% 13.3	% 23.3	% 39.3		
ثلاث ساعات فأكثر	ك	17	18	39		
	%	% 11.3	% 12.0	% 26.0		
المجموع	ك	47	84	150		
	%	% 31.3	% 56.0	% 100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (كا2) أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ وبذلك يمكن استنتاج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب، إذ تشير بيانات الجدول أن الجمهور متوسط الاستخدام بمعنى من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات لديه معرفة متعمقة.

سادساً: الخلاصة: مناقشة النتائج:

موافقه وتكوين آرائه نحو قضايا الشباب بنسبة مرتفعة وصلت إلى 84% وهي نسبة تؤكد قدرة الإعلام الرقمي على تشكيل معارف الجمهور، وتكوين اتجاهاته.

10. جاءت قضايا الفقر في الترتيب الأول بمتوسط حسابي وصل إلى 9.9%، فيما جاءت البطالة في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي وصل إلى 9.7% وهي نسب تعكس ارتفاع البطالة بين الشباب خاصة خريجي الجامعات.

11. السبب الأول في تعدد مشكلات الشباب الفلسطيني هو الاحتلال الإسرائيلي فمنذ أن سلبت الأراضي الفلسطينية والاحتلال يقوم بجملة من الممارسات الوحشية بحق الشعب الفلسطيني، وجاءت حالة الانقسام الفلسطيني عام 2007 في الترتيب الثاني، وجاءت فئة ضعف أداء السلطة سياسياً واقتصادياً في الترتيب الثالث وهي نتيجة تشير إلى عدم وجود استراتيجية من قبل السلطة الفلسطينية تمكن الشباب من النهوض والتنمية في المجالات المختلفة، ويمكن إضافة تفشي الفساد الذي تعاني منه المؤسسات الرسمية الفلسطينية، إضافة إلى التزام السلطة الفلسطينية باتفاقية أوسلو، وبخاصة أن الاتفاقية تضمن لإسرائيل الحق في أن تتحكم بالاقتصاد الفلسطيني.

12. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب، ولا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العمر وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب، لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدخل الشهري وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب، وتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مكان السكن وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب، وتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي وبين مستويات المعرفة بقضايا الشباب.

مقترحات الدراسة:

- توفر بعض المعلومات عن قضايا الشباب الفلسطيني ومشكلاته وطبيعة الأدوار التي يؤديها الإعلام الرقمي بتعريف المجتمع بالموضوعات والقضايا والأحداث الجارية وكيفية معالجتها.

- تسهم في معرفة قدرة الإعلام الرقمي في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني بقضايا الشباب وبخاصة أن هذه الدراسة تهتم بشريحة عريضة من السكان.

الهوامش:

1. محسن صالح وبشير موسى نافع. التقرير الاستراتيجي الفلسطيني لسنة 2011. (بيروت: مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، 2012) ص-184 189.
2. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. تقرير الربع الأول من عام 2014 حول مسح القوى العاملة الفلسطينية. (فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2014). ص16.
3. محمد شعبان وآخرون. مسح اقتصادي واجتماعي للاجئين الفلسطينيين في لبنان. تقرير منشور في الجامعة الأمريكية في لبنان. (بيروت: وكالة الأمم المتحدة لإغاثة وتشغيل اللاجئين في الشرق الأدنى - أونروا، 2013) ص2.

1. أن ما نسبته 89.3% من الجمهور الفلسطيني موضع الدراسة يستخدمون الإعلام الرقمي، وهي نسبة تعكس الجماهيرية الواسعة لهذا النوع من الإعلام، ويجمع ما نسبته 59.3% من الجمهور الفلسطيني بين الهاتف المحمول والكمبيوتر في استخداماته للإعلام الرقمي، وهي نتيجة تعكس سهولة التعامل مع هذا النوع من الإعلام.

2. أن ما نسبته 74.7% من الجمهور الفلسطيني يستخدم شبكة الفيس بوك Face Book وبوزن مئوي 88.44% وهي نتيجة تعكس جماهيرية الشبكة خاصة وأنها تقدم مجموعة كبيرة من المزايا بكل سهولة مكنتها من تصدر الشبكات من حيث الاستخدام.

3. أن ما نسبته 39.3% من الجمهور الفلسطيني يستخدم ويتابع الإعلام الرقمي بشكل متوسط بعدد ساعات يتراوح ما بين أكثر من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً.

4. أن ما نسبته 63.8% من الجمهور يستخدم الإعلام الرقمي للتواصل مع الأهل والأصدقاء سواء في الداخل أو الخارج، بينما جاءت فئة الحصول على المعلومات في الترتيب الثاني بنسبة 63.1% وهي نتيجة تشير إلى قدرة هذا النوع من الإعلام في توفير كم كبير من المعلومات في المجالات المختلفة.

5. إن أفضل فترات الاستخدام والمتابعة فترة المساء بنسبة وصلت إلى 29.3%، بينما فترة الصباح بنسبة 29.3%، فيما جاءت فئتا منتصف الليل والظهرية في الترتيب الأخير.

6. أن ما نسبته 53.3% من الجمهور الفلسطيني يثق بما تقدمه المواقع الإلكترونية بشكل متوسط ويمكن إرجاع هذه النسبة إلى أن أغلب المواقع تمثل جهة أو حزب معين تلتزم بسياساتها في معالجة القضايا وبالتالي ينعكس ذلك على مصداقيتها من قبل الجمهور.

7. أن الجمهور الفلسطيني يهتم بمتابعة قضايا الشباب الفلسطيني بنسبة وصلت إلى 84% ما يعكس حجم اهتمام الجمهور الفلسطيني بقضايا الشباب ومشكلاته في ظل تعددها في المجتمع الفلسطيني؛ ويمكن إرجاع هذه النسبة إلى أن فئة الشباب تشكل شريحة واسعة من السكان.

8. يعتمد الجمهور في الترتيب الأول على الانترنت مصدراً في الحصول على المعلومات بوزن نسبي (6.1) وهي نسبة تشير إلى فاعلية الانترنت في المجتمع الفلسطيني، أن ما نسبته 76% من الجمهور الفلسطيني يرى أن المواقع الإلكترونية تهتم بقضايا الشباب، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى تعدد قضايا الشباب في المجالات المختلة وتردي أوضاعه في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

9. الإعلام الرقمي يشكل معارف الجمهور الفلسطيني بقضايا الشباب بشكل متوسط بنسبة وصلت إلى 56%، وبشكل متعمق بنسبة 31.3% وهي نسب تشير إلى مساهمة الإعلام الرقمي في زيادة معرفة الجمهور بقضايا الشباب. ويستطيع الإعلام الرقمي بشكل كبير التأثير على الرأي العام الفلسطيني من خلال تشكيل

4. الإحصاء الفلسطيني يصدر بياناً صحفياً عشية اليوم العالمي للسكان، 11/07/2014. متاح على شبكة الإنترنت على العنوان التالي: <http://www.pcbs.gov.ps/site/512/default.aspx?tabID=512&lang=ar&ItemID=1166&mid=3265&wversion=Staging>.
5. حسن عماد مكاي وليلى السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة - ط5. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2006). ص339.
6. مرفت الطرابيشي وليلى السيد. نظريات الإعلام والاتصال. (القاهرة: عالم الكتب، 2006). ص115.
7. المرجع السابق. ص161.
8. المرجع السابق. ص161.
9. حسن عماد مكاي وليلى السيد. مرجع سبق ذكره. ص340.
10. مرفت الطرابيشي وليلى السيد. مرجع سبق ذكره. ص162.
11. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. المرأة والرجل في فلسطين: قضايا وإحصاءات. (فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2013). ص21.
12. مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات. التقرير الاستراتيجي الفلسطيني السنوي 2011. (بيروت: مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، 2012). ص-288 283.
13. منتدى شارك الشبابي. تقرير مرحلي: رياح التغيير هل ستدرك جدران القهر. (فلسطين: منتدى شارك الشبابي، 2011). ص10.
14. أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013).
15. Marina Vastly: «Use of Social Networks Sites by Young Adults in Russia» (unpublished Master's Thesis, University of Tampere "School of social Sciences and Humanities" may.2012).
16. نها نبيل محمود الأسودوي. دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير. 2011 رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام، 2012).
17. عمرو محمد أسعد. العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية دراسة علي موقعي اليوتيوب Youtube والفيسبوك Face book "رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2011).
18. Caroline S. Sheedy, Social Media for Social Change: A Case Study of Social Media Use in the 2011 Egyptian Revolution, (Masters of Arts in Public Communication, Faculty of School of Communication at the American University, 2011).
19. شيماء ذو الفقار زغيب. مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009)، ص109.
20. مرفت الطرابيشي. بحوث قياس الرأي العام: المناهج والأدوات. (القاهرة: دن، 2007) ص30.
21. قانون الشباب الفلسطيني رقم (2) لسنة 2011. مادة رقم (1).
22. سعدي محمد حمدان أبو طه. المشكلات الاجتماعية للشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات بقطاع غزة. رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم البحوث والدراسات الاجتماعية، 2006).
23. الجهاز المركزي الفلسطيني للإحصاء والتعبئة. تقرير حول مشكلات الشباب الفلسطيني. 2012. ص6.
24. عمرو أبو جبر. معالجة القنوات التليفزيونية الفلسطينية لقضايا الشباب ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها. رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: معهد البحوث والدراسات الإعلامية، قسم الدراسات الإعلامية، 2015). ص322.
25. حسين أبو شنب وعمرو أبو جبر. العلاقة بين مستويات التعرض للمواد الإخبارية التليفزيونية ومستويات المعرفة بقضايا الشباب لدى الجمهور الفلسطيني. دراسة منشورة. المؤتمر السنوي الثاني لكلية الإعلام والاتصال: الإذاعات الفلسطينية والهوية الوطنية. في الفترة ما بين -12 13/مايو/2013. (فلسطين: جامعة فلسطين، كلية الإعلام والاتصال، 2013). ص361.
26. أحمد محمد هاشم. المعالجة التليفزيونية الإخبارية لأداء الأحزاب الفلسطينية واتجاهات الجمهور نحوها. رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013). ص170.
27. أمل عبدالهادي أحمد طومان. وسائل الإعلام الفلسطيني وأثرها في الانقسام السياسي: -2006 2009. رسالة ماجستير غير منشورة. (فلسطين: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم العلوم السياسية، 2010). ص108.
28. منتدى شارك الشبابي. ومركز التمكين الاقتصادي. التقرير السنوي حول واقع الشباب الفلسطيني 2014. (فلسطين: منتدى شارك الشبابي، 2015). ص10.
29. أمل عبدالهادي أحمد طومان. مرجع سبق ذكره. ص131.
30. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. تقرير الربع الأول من عام 2014 حول مسح القوى العاملة الفلسطينية. (فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2014). ص16.
31. جريدة الأيام الفلسطينية. تقرير بعنوان: أكثر من ثلث الشباب الفلسطيني يعانون البطالة ونسبتها ترتفع بين الأعلى تعليماً 40% من أفراد المجتمع يعانون من الفقر وربع الشباب من الفقراء. 2013/2-28. ص12.
32. الجهاز المركزي للإحصاء. واقع شباب فلسطين في أرقام وإحصائيات. ورشة إعلان نتائج مسح الشباب برام الله. (فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2014).
33. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. إحصائيات وأرقام حول معدلات العنوسة في فلسطين. (فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2009).
34. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني ووزارة الصحة الفلسطينية. بيان صحفي بمناسبة اليوم العالمي للامتناع عن التدخين 2012-5-31.

11. أمل عبدالهادي أحمد طومان. وسائل الإعلام الفلسطيني وأثرها في الانقسام السياسي: -2006 2009. رسالة ماجستير غير منشورة. (فلسطين: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، قسم العلوم السياسية، 2010).
12. عمرو أبو جبر. معالجة القنوات التلفزيونية الفلسطينية لقضايا الشباب ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها. رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: معهد البحوث والدراسات الإعلامية، قسم الدراسات الإعلامية، 2015).
13. عمرو محمد أسعد. العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية دراسة علي موقعي ال-يوتيوب *You tube* والفيسبوك *Face book* رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2011).
14. سعدي محمد حمدان أبو طه. المشكلات الاجتماعية للشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات بقطاع غزة. رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم البحوث والدراسات الاجتماعية، 2006).
15. قانون الشباب الفلسطيني رقم (2) لسنة 2011).
16. نها نبيل محمود الأسود. دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011 رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام، 2012).
17. حسين أبو شنب وعمرو أبو جبر. العلاقة بين مستويات التعرض للمواد الإخبارية التلفزيونية ومستويات المعرفة بقضايا الشباب لدى الجمهور الفلسطيني. دراسة منشورة. المؤتمر السنوي الثاني لكلية الإعلام والاتصال: الإذاعات الفلسطينية والهوية الوطنية. في الفترة ما بين 12-13/مايو/2013. (فلسطين: جامعة فلسطين، كلية الإعلام والاتصال، 2013).
18. عمرو أبو جبر. دور الفيلم التلفزيوني الفلسطيني في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو قضايا الشباب. دراسة منشورة. المؤتمر السنوي الثالث لكلية الإعلام والاتصال: المسرح والسينما في فلسطين وأفاق المستقبل. في الفترة ما بين 7-6/مايو/2014. (فلسطين: جامعة فلسطين، كلية الإعلام والاتصال، 2014).
19. مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات. التقرير الاستراتيجي الفلسطيني السنوي 2011. (بيروت: مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، 2012).
20. منتدى شارك الشبابي. تقرير مرحلي: رياح التغيير هل ستدرك جدران القهر. (فلسطين: منتدى شارك الشبابي، 2011).
21. منتدى شارك الشبابي. ومركز التمكين الاقتصادي. التقرير السنوي حول واقع الشباب الفلسطيني 2014. (فلسطين: منتدى شارك الشبابي، 2015).
22. منتدى شارك الشبابي ومركز التمكين الاقتصادي. التقرير السنوي: واقع الشباب الفلسطيني 2013.
23. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. تقرير الربع الأول من عام 2014 حول مسح القوى العاملة الفلسطينية. (فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2014).
24. الإحصاء الفلسطيني يصدر بياناً صحفياً عشية اليوم العالمي للسكان، (فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء، 2012). ص 1.
35. محمد نعيم فرحات. علم الاجتماع. (فلسطين: مكتبة الجامعة، 2012). ص 52.
36. المرجع السابق. ص 52.
37. تليفزيون هنا القدس. ندوة علمية حول ظاهرة المخدرات في المجتمع الفلسطيني: واقع وتحديات. متاح على شبكة الإنترنت.
38. إبراهيم المصري. الاتصال والعلاقات العامة. (فلسطين، مكتبة جامعة فلسطين، 2014). ص 88.
39. حسين أبو شنب وعمرو أبو جبر. مرجع سبق ذكره. ص 12.
40. منتدى شارك الشبابي ومركز التمكين الاقتصادي. التقرير السنوي: واقع الشباب الفلسطيني 2013. مرجع سبق ذكره. ص 56.
41. عمرو أبو جبر. دور الفيلم التلفزيوني الفلسطيني في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو قضايا الشباب. دراسة منشورة. المؤتمر السنوي الثالث لكلية الإعلام والاتصال: المسرح والسينما في فلسطين وأفاق المستقبل. في الفترة ما بين 7-6/مايو/2014. (فلسطين: جامعة فلسطين، كلية الإعلام والاتصال، 2014). ص ص-168 125.

المصادر والمراجع:

أولاً المراجع العربية:

1. إبراهيم المصري. الاتصال والعلاقات العامة. (فلسطين، مكتبة جامعة فلسطين، 2014).
2. حسن عماد مكايي وليلى السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة- ط 5. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2006).
3. شيماء ذو الفقار زغيب. مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009).
4. محسن صالح وبشير موسى نافع. التقرير الاستراتيجي الفلسطيني لسنة 2011. (بيروت: مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، 2012).
5. مرفت الطرابيشي وليلى السيد. نظريات الإعلام والاتصال. (القاهرة: عالم الكتب، 2006).
6. مرفت الطرابيشي. بحوث قياس الرأي العام: المناهج والأدوات. (القاهرة: دن، 2007).
7. محمد شعبان وآخرون. مسح اقتصادي واجتماعي للاجئين الفلسطينيين في لبنان. تقرير منشور في الجامعة الأمريكية في لبنان. (بيروت: وكالة الأمم المتحدة لإغاثة وتشغيل اللاجئين في الشرق الأدنى - أونروا، 2013).
8. محمد نعيم فرحات. علم الاجتماع. (فلسطين: مكتبة الجامعة، 2012).
9. أحمد محمد هاشم. المعالجة التلفزيونية الإخبارية لأداء الأحزاب الفلسطينية واتجاهات الجمهور نحوها. رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013).
10. أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013).

- 11/07/2014. متاح على شبكة الإنترنت على العنوان التالي:
http://www.pcbs.gov.ps/site/512/default.aspx?tabID=5 .25
12&lang=ar&ItemID=1166&mid=3265&wversion=Stagi
.ng
26. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. المرأة والرجل في فلسطين: قضايا وإحصاءات. (فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2013).
27. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. تقرير حول مشكلات الشباب الفلسطيني. 2012.
28. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. تقرير الربع الأول من عام 2014 حول مسح القوى العاملة الفلسطينية. (فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2014).
29. الجهاز المركزي للإحصاء. واقع شباب فلسطين في أرقام وإحصائيات. ورشة إعلان نتائج مسح الشباب برام الله. (فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2014).
30. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. إحصائيات وأرقام حول معدلات العنوسة في فلسطين. (فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2009).
31. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني ووزارة الصحة الفلسطينية. بيان صحفي بمناسبة اليوم العالمي للامتناع عن التدخين 2012-5-31. (فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء، 2012).
32. تليفزيون هنا القدس. ندوة علمية حول ظاهرة المخدرات في المجتمع الفلسطيني: واقع وتحديات. متاح على شبكة الإنترنت.
33. جريدة الأيام الفلسطينية. تقرير بعنوان: أكثر من ثلث الشباب الفلسطيني يعانون البطالة ونسبتها ترتفع بين الأعلى تعليماً 40 % من أفراد المجتمع يعانون من الفقر وربع الشباب من الفقراء. 2013/2-28.

ثانياً المراجع الأجنبية:

1. Marina Vastly: «Use of Social Networks Sites by Young Adults in Russia» (unpublished Master's Thesis, University of Tampere "School of social Sciences and Humanities" may.2012).
2. Caroline S. Sheedy, Social Media for Social Change: A Case Study of Social Media Use in the 2011 Egyptian Revolution, (Masters of Arts in Public Communication, Faculty of School of Communication at the American University, 2011).