

Received on (15-04-2023) Accepted on (24-06-2023)
<https://doi.org/10.33976/IUGJHR.33.4/2025/5>

Youth Issues in Palestinian Media: A Comparative Analytical Study on Electronic Websites

Dr. Wael Abdel Razzaq Al-Manama^{*1}, Ms. Heba Jawad EL-Balawi^{*2}

The Islamic University of Gaza^{1,2}

*Corresponding Author: hbalawi@iugaza.edu.ps

Abstract:

This study aims to investigate the representation of youth issues on Palestinian electronic websites. Using a descriptive approach, two research methods were employed: survey research methodology and the study of reciprocal relationships through comparative methodology. A purposive sample of Palestinian electronic websites, including Alwatan Voice, Quds Net News Agency, and Palestine Online, was selected from August 1, 2022, to August 31, 2022. The study adopted agenda-setting theory to analyze the data collected via a content analysis questionnaire tool.

The key findings indicate that educational issues receive the most attention, with a proportion of 33%, while health and technology issues receive the least interest, at 1.1%. Moreover, the study identifies a lack of transparency in disclosing media sources in youth-related topics, as "unknown sources" and "press releases" are the most frequently used journalistic forms, accounting for 76% and 79.6% of sources, respectively.

Keywords: Youth issues- Electronic Websites- Palestinian Media.

قضايا الشباب في الإعلام الفلسطيني: دراسة تحليلية مقارنة على المواقع الإلكترونية

د. وائل المناعمة¹، أ. هبة البلعوي²

الجامعة الإسلامية بغزة^{1,2}

المخلص:

تسعى الدراسة للتعرف على واقع قضايا وموضوعات الشباب في المواقع الإلكترونية الفلسطينية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهجين، هما: منهج الدراسات المسحية وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية، وتم جمع معلومات الدراسة باستخدام (أداة) استمارة تحليل المضمون، واختارت الدراسة عينة عمدية من المواقع الإلكترونية الفلسطينية تمثلت في: دنيا الوطن، قدس نت للأبناء، فلسطين أون لاين، خلال الفترة من 2022/8/1م وحتى 2022/8/31م، واعتمدت الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات "الأجندة".

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: جاءت القضايا التعليمية في المرتبة الأولى بنسبة (33%) من بين القضايا التي تهم بمعالجتها مواقع الدراسة، في حين جاءت القضايا الصحية والتكنولوجية في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة (1.1%) من درجة اهتمام مواقع الدراسة بها، وضعف اهتمام مواقع الدراسة بالكشف عن المصدر الإعلامي في موضوعات الشباب حيث تصدرت موضوعات "مجهولة المصدر" المرتبة الأولى بنسبة (76%)، وتصدر "الخبر الصحفي" المرتبة الأولى بنسبة (79.6%) من بين الأشكال الصحفية المستخدمة في مواقع الدراسة.

كلمات مفتاحية: قضايا الشباب، الإعلام الفلسطيني، المواقع الإلكترونية.

مقدمة:

يمثل الشباب الأمل الذي تبني عليه الدولة أحلامها، وهو ما يتطلب وجود بيئة خصبة للشباب لتحقيق تلك الآمال والتطلعات، فالشباب وحدهم القادرون على تغيير مسار الأمور نحو الأفضل، وفئة الشباب التي تطمح دائماً إلى التغيير، تحتاج توافر العوامل والإمكانات التي تساعد على إحداث التغيير والتطور وبناء المجتمع.

وليس المقصود بالشباب الذكور فقط، بل الشباب هي المرحلة التي تمرّ بها الإناث مع الرجال في آنٍ معاً، حيث يشكل الشباب نسبة هائلة في المجتمع الفلسطيني، تصل إلى 30% من إجمالي عدد السكان، ويعد المجتمع الفلسطيني مجتمعاً فتيماً بما يشكله الشباب في الفئة العمرية من 15-29 سنة ما نسبة 30% من إجمالي السكان أي ما يعادل مليون وأربعمائة ألف شاب، وسيصل في العام 2025م إلى نحو مليون وسبعمائة ألف شاب، الأمر الذي يتطلب الاهتمام بهذه الشريحة العريضة والاهتمام بقضاياهم الخاصة، لا سيما في خصوصية الحالة الفلسطينية التي لازالت بين معركتي المقاومة والبناء واللذان تعتمدان على مشاركة الشباب وإيمانه بقضيته الوطنية⁽¹⁾.

ونجد المجتمعات الدولية والعربية عبر قنواتها الإعلامية تنطلق للموضوعات التي تحاكي مصالحها الإستراتيجية ولا تعطي المساحة الكافية للحديث عن الشباب باعتبارهم الأساس في إحداث التنمية وتقدم الحضارات، والتي تتطلب من الإعلام أن يسلط الضوء على قضايا الشباب داخل المجتمع والوقوف على اهتماماتهم، خاصة أن الشباب يعاني من تحدياتٍ سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وتعليمية وأسرية ... الخ.

إن بروز المواقع الإلكترونية الفلسطينية وتطورها ساهم بشكل كبير في نقل الإعلام الفلسطيني إلى الإعلام الدولي والعالمي، كما أتاحت تلك المواقع الإلكترونية الفرصة لنشر الرسالة الإعلامية عبر أرجاء العالم بلا حدود جغرافية، وأدت دوراً مهماً في مواكبة تطورات العديد من القضايا الوطنية والمجتمعية.

ويمكن للمواقع الإلكترونية أن تقوم بدور هام في مساعدة الشباب، من خلال الوقوف على قضاياهم وفتح المناقشة حولها والإسهام في إبرازها وإيصال صوت الشباب لصانعي القرار، ومن هنا جاءت هذه الدراسة التي تهدف إلى معرفة واقع قضايا الشباب في الإعلام الفلسطيني من خلال مسح عينة من المواقع الإلكترونية الفلسطينية للوقوف والتعرف على أهم القضايا الشبابية التي تعالجها تلك المواقع، والمقارنة بين مواقع الدراسة في درجة الاهتمام والتغطية لقضايا الشباب الفلسطيني.

الإجراءات المنهجية للدراسة:**الأدبيات السابقة:**

صنف الباحثان الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة إلى محورين أساسيين، هما: الدراسات الخاصة بمعالجة المواقع الإلكترونية لقضايا مختلفة، والدراسات الخاصة بتناول قضايا الشباب في الإعلام.

• المحور الأول: أهم دراسات معالجة المواقع الإلكترونية لمختلف القضايا:

1. دراسة (بركة، 2022)، التي استهدفت التعرف على طبيعة معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا التهويد لمدينة القدس، والتي استخدمت منهجي المسح، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وتوصلت نتائجها إلى تصدر الخبر الصحفي على الأشكال الصحفية المستخدمة في معالجة قضايا التهويد لمدينة القدس، تلاه التقرير الصحفي، ومن ثم المقال الصحفي، وبيّنت الدراسة أن الصورة الخيرية جاءت ضمن أكثر عناصر الإبراز المستخدمة في المعالجة لموضوعات التهويد لمدينة القدس، تلاها الصورة الشخصية، ومن ثم الصورة الأرشيفية، وكشفت الدراسة عن تميز موقع وكالة سما الإخبارية في استخدامه لعناصر الدعم والإبراز

(¹) الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، كتاب فلسطين الإحصائي السنوي 2016م (ص55).

والخدمات التفاعلية عند عرضها لقضايا التهويد لمدينة القدس، وجاء بعده موقع وكالة سما الإخبارية، وكان موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية في المرتبة الأخيرة (2).

2. دراسة (طه، 2022)، سعت الدراسة إلى معرفة أبرز الموضوعات التي عالجتها المواقع الفلسطينية الإخبارية للأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة واتجاهاتها، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وكشفت نتائجها أن "بدون مصدر" جاء في مقدمة المصادر الصحفية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في الحصول على المعلومات الصحفية حول الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة، وأشارت الدراسة إلى تصدر الخبر الصحفي من بين الأشكال الصحفية المستخدمة في تغطية موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة، فيما حاز كل من التحقيق الصحفي والقصة الصحفية على المرتبة الأخيرة، فيما أظهرت النتائج أن عنصر طباعة وحفظ جاء في المرتبة الأولى ضمن عناصر التدعيم والإبراز المستخدمة في مواقع الدراسة، تلاه رابط مختصر، ومن ثم الصورة الموضوعية، وفي المرتبة الأخيرة كل من ملف الفيديو وملف الصوت (3).

3. دراسة (هويدي، 2022)، جاءت الدراسة بهدف التعرف على مدى اهتمام المواقع الإخبارية بقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية، واستخدمت المنهج المسحي، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وخلصت إلى عدة نتائج، منها: تصدر فئة "بدون مصدر (مجهولة)" على المرتبة الأولى من بين فئات المصادر الإعلامية، تلاها في المرتبة الثانية فئة "مراسل"، وفي المرتبة الثالثة فئة "كاتب مقال"، وكشفت الدراسة عن حصول فن "الخبر الصحفي" على المرتبة الأولى من بين الأشكال الصحفية المستخدمة في تغطية قضايا تنمية المرأة الفلسطينية، تلاه في المرتبة الثانية فن "التقرير الصحفي"، بينما جاء في المرتبة الثالثة فن "القصة الصحفية"، وأظهرت النتائج مدى اهتمام مواقع الدراسة بقضايا التنمية الاجتماعية للمرأة والتي جاءت في المرتبة الأولى، تلاها من المرتبة الثانية "قضايا التنمية القانونية"، وفي المرتبة الثالثة "القضايا الثقافية" (4).

4. دراسة (الصيفي، 2022)، وسعت إلى التعرف على معالجة مواقع الصحف التركية الناطقة باللغة العربية للمقاومة السلمية متخذة مسيرات العودة وكسر الحصار نموذجاً، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي ومنهج العلاقات المتبادلة وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية، وحظيت "المصادر الخارجية" ضمن نتائج الدراسة على المرتبة الأولى في موقعي الدراسة، تلاه في المرتبة الثانية "المصادر الداخلية"، وحظي الخبر بالمرتبة الأولى في الأشكال الصحفية في موقعي الدراسة، تلاه في المرتبة الثانية التقرير، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة (الحديث الصحفي)، وبينت نتائج الدراسة حصول الصور على المرتبة الأولى في عناصر الإبراز في موقعي الدراسة، تلاه الألوان، ومن ثم العناوين، فيما لم تحظ الأرضيات والرسوم التوضيحية على بأي اهتمام (5).

المحور الثاني: الدراسات الخاصة بتناول قضايا الشباب في الإعلام:

5. دراسة (حبش، 2023)، تطرقت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته، واستخدمت الدراسة منهج المسح، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن أكثر التطبيقات التي يحصل منها الشباب على المعلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ هو الفيس بوك، ومن ثم اليوتيوب، وكانت قضية (تلوث

(2) بركة، معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية لقضايا التهويد لمدينة القدس (ص140).

(3) طه، معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية للأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة (ص128-139).

(4) هويدي، معالجة المواقع الإخبارية لقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية (ص200).

(5) الصيفي، معالجة المواقع الإخبارية لقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية (ص200).

المياه أو إهدارها) في المرتبة الأولى من ضمن القضايا التي يتابعها الشباب فيما يتعلق بجرائم البيئة وتغير المناخ، وفي المرتبة الثانية القضية (البرك والقاذورات)، وفي المرتبة الثالثة جاءت قضية (تلوث الهواء) (6).

6. دراسة (مبارك، 2022): أجريت هذه الدراسة بغرض التعرف على الأخبار الزائفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وبيان علاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، واستخدمت منهج المسح، وخلصت إلى مجموعة من النتائج، أهمها: وجود تأثير قوي للأخبار الزائفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة في المجتمع المصري، كما أوضحت النتائج أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي نشرًا للأخبار الزائفة موقع فيس بوك، وأكثر المواقع الصحفية نشرًا للأخبار الزائفة موقع اليوم السابع، وبينت الدراسة أن محاولة المبحوثين للتأكد من الأخبار من مصدر موثوق هي أولى طرق تفاعل الشباب الجامعي مع الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري، تلاها الشعور بالحذر حول الأخبار التي يشاركونها (7).

7. دراسة (الأتام، 2022): جاءت الدراسة لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب اليمني للمشاركة بالتنمية في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي، والتعرف على القضايا التي يتابعونها والمرتبطة بالعمل التنموي، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: ارتفاع استخدام الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي، إلى جانب تصدر الفيس بوك المركز الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً لدى المبحوثين، يليه الواتس آب، ثم تويتر، وارتفاع شعور المبحوثين في التحفيز للمساهمة والتفاعل في القضايا التنموية عبر مواقع التواصل لدى المبحوثين (8).

8. دراسة (حماد، وحرب، 2021): سعت الدراسة للتعرف على كيفية معالجة الصحافة الفلسطينية المطبوعة لقضايا الشباب، والكشف عن أهم القضايا الشبابية التي عالجتها، واستخدمت منهج الدراسات المسحية، وأثبتت نتائجها أن الصحافة الفلسطينية المطبوعة لا تعطي فئة الشباب الأهمية الكافية، وتغطيها لقضاياهم تفقده لإستراتيجية إعلامية وتعتمد على المناسبات والنشاطات الاعتيادية، وبينت النتائج أيضاً غلبة الطابع السياسي والثقافي باتجاه محاييد على تغطية الصحافة الفلسطينية المطبوعة لقضايا الشباب مما لا يسهم في تعزيز مكانتهم الاجتماعية من خلال المناقشة المستفيضة لمشكلاتهم وحاجاتهم، وأوضحت النتائج أن السمة الغالبة على المواد الإعلامية الخاصة بقضايا الشباب في الصحف هو الخبر الصحفي، يليه التقرير الصحفي، في حين لم تستخدم الصحف فن الحديث الصحفي والمقال في مواد تغطيتها لقضايا وشؤون الشباب خلال فترة الدراسة (9).

موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة وأهم النتائج التي توصلت إليها، يتضح أن هناك أوجه اتفاق واختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة، نبينها في التالي:

1. تتفق هذه الدراسة مع جميع الدراسات السابقة في انتمائها للبحوث الوصفية، واستخدامها لمنهج الدراسات المسحية.
2. تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في عينة الدراسة (دنيا الوطن، قدس نت للأبناء، فلسطين أون لاين).

(6) حبش، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية (ص452).

(7) مبارك، تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة في المجتمع المصري (ص331-332).

(8) الأتام، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب اليمني على المشاركة بالتنمية- دراسة مسحية في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي (2458).

(9) حماد وحرب، معالجة الصحافة الفلسطينية المطبوعة لقضايا الشباب (207).

3. تتفق هذه الدراسة مع جميع الدراسات السابقة في استخدامها لنظرية ترتيب الأولويات "الأجندة"، عدا دراسة (حبيش، 2023) التي استخدمت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ودراسة (مبارك، 2022) التي استخدمت نموذج التلقي والقبول، ودراسة (الأتم، 2022) التي استخدمت نظرية رأس المال الاجتماعي.

استفادة الدراسة من الدراسات السابقة:

استفادت الدراسة من الدراسات السابقة، في العديد من الجوانب التي أثرت المسار البحثي، أهمها: وضع تصور عام للدراسة، وبلورة مشكلة الدراسة، وأهدافها، وتساؤلاتها بشكل أكثر تحديداً، وأسهمت الدراسات السابقة في تحديد نوع البحث، والمناهج، والأساليب، والأدوات المناسبة لجمع البيانات المطلوبة.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على واقع قضايا الشباب في المواقع الإلكترونية الفلسطينية، والكشف عن أهم تلك القضايا والموضوعات التي تناولتها، ومصادرها، ونطاقها الجغرافي، والأشكال الصحفية التي استخدمت في تقديمها، والتعرف على العناصر التيبوغرافية والوسائط المتعددة المستخدمة في إبرازها، والوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف في معالجة قضايا الشباب بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة.

أهمية الدراسة:

1. قلة الدراسات الإعلامية الفلسطينية التي تناولت قضايا الشباب الفلسطيني عبر المواقع الإلكترونية.
2. رفق المكتبة العربية والفلسطينية بالدراسات التي تبرز واقع الشباب الفلسطيني بالإحصاءات والبيانات والمعلومات الحديثة.
3. تفيد هذه الدراسة القائمين على المواقع الإلكترونية والباحثين في قضايا الشباب الفلسطيني من خلال تزويدهم بنتائج هذه الدراسة للاستفادة منها بشكل عملي وتطبيقي.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على أهم الموضوعات التي ركزت عليها مواقع الدراسة في معالجتها لقضايا الشباب.
2. الكشف عن مدى اهتمام المواقع عينة الدراسة بالشباب الفلسطيني وقضاياهم وموضوعاتهم.
3. التعرف على مصادر المعلومات ونطاق التغطية الجغرافية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تناول قضايا الشباب.
4. معرفة الأشكال الصحفية والعناصر التيبوغرافية والوسائط المتعددة التي استخدمتها المواقع الإلكترونية عينة الدراسة في معالجتها لقضايا الشباب الفلسطيني.
5. الوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف في معالجة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة لقضايا الشباب الفلسطيني.

خامساً/ تساؤلات الدراسة:

1. ما أهم الموضوعات التي ركزت عليها المواقع الإلكترونية عينة الدراسة في معالجتها لقضايا الشباب؟
2. ما مدى اهتمام المواقع الإلكترونية عينة الدراسة بقضايا الشباب الفلسطيني؟
3. ما أهم المصادر التي اعتمدت عليها المواقع الإلكترونية عينة الدراسة عند تناول قضايا الشباب الفلسطيني؟
4. ما نطاق التغطية الجغرافية في المواد الإعلامية المتعلقة بقضايا الشباب في مواقع الدراسة؟
5. ما الأشكال الصحفية التي اعتمدت عليها المواقع الإلكترونية عينة الدراسة في تناول قضايا الشباب الفلسطيني؟
6. ما العناصر التيبوغرافية المستخدمة في إبراز قضايا الشباب الفلسطيني عبر المواقع الإلكترونية عينة الدراسة؟
7. ما مدى استخدام الألوان والصور والرسوم في إبراز قضايا الشباب الفلسطيني عبر المواقع الإلكترونية عينة الدراسة؟
8. ما أوجه الاتفاق والاختلاف في معالجة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة لقضايا الشباب الفلسطيني؟

الإطار النظري للدراسة:

نظرية ترتيب الأولويات "وضع الأجندة" هي إعادة صياغة للأحداث المحيطة بقلب جديد، ويتم ترتيب تلك الأحداث في الوسيلة الإعلامية بما يتناسب مع السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية، بهدف إقناع الجمهور وتغيير اتجاهه بما يتوافق مع التوجهات الأيديولوجية لتلك الوسيلة⁽¹⁰⁾.

وتتعرض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات، والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها، ومحتواها وهذه الموضوعات عادة ما تثير اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها⁽¹¹⁾.

سمات نظرية ترتيب الأولويات "وضع الأجندة":

إن أهم ما يميز النظرية العلمية هو قدرتها المستمرة على توليد تساؤلات بحثية جديدة بالبحث واستكشاف مجالات وطرق بحثية جديدة، ومن هذا المنطلق تميزت نظرية ترتيب الأولويات بثلاث سمات، هي⁽¹²⁾: النمو المستمر والمنتظم للدراسات التطبيقية في مجال وضع الأجندة منذ أن بدأ الاهتمام بها وحتى اليوم، قدرتها على تحقيق التكامل بين عدد من المجالات البحثية الفرعية للاتصال الجماهيري تحت مظلة وضع الأجندة، قدرتها على توليد قضايا بحثية وأساليب منهجية جديدة تتنوع فيها المواقف والمتغيرات الاتصالية.

وحدد (Shaw & Martin) أربعة أنواع لبحوث ترتيب الأولويات، هي⁽¹³⁾: نموذج يركز على قياس أولويات اهتمامات الجمهور، وأولويات اهتمامات وسائل الإعلام معتمداً على المعلومات التجميعية، ونموذج يركز على مجموعة من القضايا، ولكن ينقل وحدة التحليل من المستوى الكلي معتمداً على معلومات تجمعية إلى المستوى الفردي، ونموذج يعتمد على دراسة قضية واحدة في وسائل الإعلام، وعند الجمهور انطلاقاً من فكرة أن التأثير يختلف من وقت لآخر، نموذج يدرس قضية واحدة، وينطلق من الفرد كوحدة للتحليل.

توظيف نظرية "الأجندة الإعلامية" في الدراسة:

استفادت الدراسة من نظرية ترتيب الأولويات "وضع الأجندة" في الإجابة على تساؤلات الدراسة من خلال تحليل المضمون الذي أجرته على عينة من المواقع الإلكترونية الفلسطينية واشتملت على فئات القضايا والموضوعات والمصادر الإعلامية والمنشأ الجغرافي والعناصر التيبوغرافية والوسائط المتعددة، فيتضح مدى اهتمام المواقع الإلكترونية بموضوعات معينة وإبرازها والتركيز عليها شكلاً ومضموناً.

نوع الدراسة ومنهجها وأداتها:

1. نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات دقيقة عنه⁽¹⁴⁾.

(10) مكايي والسيد، الاتصال ونظريات المعاصرة (ص346).

(11) مزاهرة، نظريات الاتصال (ص328-329).

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

(13) Shaw & Martin, The Function of Mass Media Agenda-Setting, (pp. 902-920).

(14) حسين، بحوث الإعلام (ص131).

2. منهج الدراسة:

أ. المنهج المسحي:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي باعتباره "نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة محل الدراسة، ويسمح باختبار العلاقات بين متغيرات الدراسة، والتحقق من صحة الفروض، واستخلاص نتائج تفسيرية بشأنها، ويعتبر المنهج المسحي من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية" (15)، وفي إطاره استخدم الباحثان أسلوب تحليل المضمون.

ب. منهج دراسة العلاقات المتبادلة:

يقوم على دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها بهدف التعرف إلى الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة، والوصول إلى استنتاجات وخلاصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الاتجاه الإيجابي (16)، وفي إطاره استخدم الباحثان أسلوب المقارنة المنهجية، لإجراء المقارنة بين تناول المواقع الإلكترونية عينة الدراسة لقضايا الشباب والكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بينهم.

3. أداة الدراسة:

استمارة تحليل المضمون: اعتمدت الدراسة في جمع المعلومات والبيانات على أداة "استمارة تحليل المضمون"، وهي تشتمل على مجموعة من الفئات التي هي عبارة عن مجموعة من التصنيفات والفصائل التي يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه، وهدف التحليل، لكي يستخدمها في تصنيف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول (17)، ويستخدم الباحثان استمارة تحليل المضمون للوقوف على القضايا الشبابية التي تناولتها المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، فئات الموضوع (ماذا قيل؟) والمتمثلة في: مجالات القضايا الشبابية، فئة المصادر، وفئات الشكل (كيف قيل؟)، المتمثلة في: فئة الأشكال الصحفية، فئة العناصر التيبوغرافية.

أولاً/ فئات المضمون (ماذا قيل؟):

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

1. فئة موضوعات القضايا الشبابية: ويقصد بها تصنيف المضمون وفقاً لموضوعاته، من خلال التعرف على أهم موضوعات الشباب التي عالجتها المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، منها: المشاركة السياسية، الاحتلال، الانقسام الداخلي، الحصار، الزواج، إعاقة الأسرة، الإدمان، العنف والجريمة، الهجرة، البطالة، الفقر، الانحراف والتطرف، الانتحار.

2. فئة مصادر المعلومات: ويقصد بها الجهة الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في الحصول على المعلومات المتصلة بقضايا الشباب، وتشمل الفئات الفرعية الآتية: مصادر داخلية (المراسل، المندوب)، ومصادر خارجية (وكالات الأنباء، كاتب مقال، دون مصدر ... إلخ)

3. فئة النطاق الجغرافي للتغطية:

ويقصد بها المنطقة الجغرافية التي تناولت قضايا الشباب في المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة، وتشمل النطاقات الآتية: (قطاع غزة، الضفة الغربية، الأراضي المحتلة عام 1948، أخرى).

(15) زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية (ص110).

(16) حسين، مرجع سابق (ص160).

(17) حسين، تحليل المضمون (ص88).

ثانياً/ فئات الشكل (كيف قيل؟):

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

1. فئة الأشكال الصحفية:

وتختص هذه الفئة بالأشكال الصحفية المستخدمة في تقديم المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا الشباب، وهي: (الخبر، الحديث، التقرير، المقال، التحقيق، أخرى)

9. فئة العناصر التيبوغرافية والوسائط المتعددة: وتشمل عدة فئات فرعية، هي: الألوان، الصورة، الصوت، الفيديو، النص المتشعب، الرسومات، الأشكال الجرافيكية، أخرى)

مجتمع الدراسة والعينة:

1. مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في المواقع الإلكترونية الفلسطينية المرخصة لدى الجهات الإعلامية الرسمية في الضفة الغربية وقطاع غزة، وبلغ عددهم (25) موقعاً إلكترونياً.

2. عينة الدراسة:

أ. عينة المواقع: تمثلت العينة العمدية للدراسة في ثلاثة مواقع إلكترونية فلسطينية، هي: دنيا الوطن، قدس نت للأبناء، فلسطين أون لاين، وهي الأكثر تطرقاً لقضايا الشباب الفلسطيني من بين المواقع الإلكترونية التي تمثل مجتمع الدراسة، وذلك بناءً على دراسة استطلاعية لتلك المواقع، أجريت تلك الدراسة بتاريخ 10 أكتوبر 2022م لمدة 5 أيام في الفترة من 3 أغسطس 2022 وحتى 7 أغسطس 2022م.

ب. العينة الزمنية: اختار الباحثان عينة عمدية لكافة المواد الإعلامية المتعلقة بقضايا الشباب المنشورة في المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، خلال شهر، بدأت من 2022/8/1م وحتى 2022/8/31م، وقام الباحثان بتحليل مضمون المواد الإعلامية بشكل يومي وبالرجوع إلى الأرشيف من خلال استمارة تحليل المضمون.

وحدات التحليل وأساليب العد والقياس:

1. وحدات التحليل: يقصد بها تحديد المادة الإعلامية التي سيخضعها الباحث للتحليل، ويتم عليها القياس أو العد المباشر، ويعطي وجودها أو غيابها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج، وهي تمثل أصغر عنصر في تحليل المضمون وأكثرها أهمية⁽¹⁸⁾، واعتمدت الدراسة على الوحدات الآتية للتحليل:

أ. وحدة الموضوع أو الفكرة: تعد من أهم وحدات تحليل المضمون، وأكثرها استخداماً وفائدة في تحليل المواد الإعلامية والدعائية، والكشف عن الاتجاهات والقيم المتضمنة فيها، ويتم تحديدها وفق القضية أو المادة التي يقوم الباحث بتحليلها، لذا تختلف من قضية أو مادة إلى أخرى وفق نوعها، وهي عبارة عن الموضوع كله أو الجملة أو العبارة أو الفقرة التي تتضمن الفكرة التي يدور حولها التحليل⁽¹⁹⁾، وهي الموضوعات التي تناولت قضايا الشباب، وفي إطار الوحدة المذكورة تستخدم الدراسة وحدة الفكرة للتعرف على الموضوعات التي تضمنتها قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

(18) الدلو، بحوث الإعلام الكمية والكيفية الأسس والمهارات (ص332).

(19) مرجع سابق، ص335.

ب. الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية: يقصد بها الوحدة الإعلامية المتكاملة التي ينتجها القائم بالاتصال، ويقوم الباحث بتحليلها، ومن أمثلتها: المقال، التحقيق، الحديث، التقرير، الخبر، القصة الصحفية، وغيرها، ويمكن للباحث عمل تصنيف داخلي لكل واحدة منها وفقاً لمشكلة الدراسة وأهدافها⁽²⁰⁾، وهي كافة المواد الإعلامية التي تناولت قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

2. أساليب العد والقياس: هو المقاييس المادية التي يلجأ إليها الباحث للتعرف على المساحة التي شغلها المادة الإعلامية المنشورة في الصحيفة أو المجلة أو الكتاب، أو المدة الزمنية التي استغرقتها المادة الإعلامية المذاعة بالراديو أو المعروضة بالتلفزيون أو السينما، أو تكرار المادة الإعلامية، وذلك للكشف عن مدى الأهمية التي توليها الوسيلة الإعلامية للقضية أو الموضوع محل الدراسة⁽²¹⁾. وتستخدم الدراسة التكرار كأسلوب للعد والقياس.

إجراءات الصدق والثبات:

1. إجراءات الصدق:

هدفت إجراءات الصدق إلى التأكد من دقة عملية تحليل المعلومات والبيانات، ولتحقيق الصدق في أداة الدراسة قامت الباحثان بالإجراءات الآتية:

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

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

2. إجراءات الثبات: وهي عبارة عن إجراءات متعلقة بأداة جمع البيانات والمعلومات، ويقصد به "التأكد من درجة الاتساق العالية للأداة بما يتيح قياس ما تقيسه من ظواهر بدرجة عالية من الدقة والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع المعلومات نفسها أو في قياس الظواهر أو المتغيرات نفسها سواء من المبحوثين أنفسهم أو من مبحوثين آخرين وسواء استخدمها باحث واحد أو عدة باحثين في أوقات مختلفة⁽²²⁾، وحساب درجة الثبات لهذه الدراسة من خلال القيام بإعادة تحليل مضمون عينة محددة من عينة الدراسة.

مصطلحات الدراسة:

1. قضايا الشباب: هي القضايا التي تتعلق بفئة الشباب وتشغل اهتماماتهم سواء كانت اقتصادية كالبطالة والفقر، وغلاء المعيشة، أو اجتماعية كإدمان المخدرات، والتدخين، وتأخر سن الزواج، وزيادة معدلات الطلاق، وانتشار العنف والجريمة، أو سياسية المشاركة السياسية والاحتلال والانقسام الداخلي.....إلخ.

2. الإعلام الفلسطيني: هو استثمار كافة وسائل الإعلام والاتصال، وتوظيفها تجاه القضية الفلسطينية ودعمها على المستويات الفلسطينية، والعربية والدولية، بما يحقق الضغط المتواصل، والمنظم على القيادات الفاعلة وصناع القرار في مختلف أرجاء المعمورة لاتخاذ المواقف والقرارات التي من شأنها أن تجعل من القضية الفلسطينية محوراً دائماً لاهتمام المجتمع الدولي، وتوفير الدعم للشعب الفلسطيني؛ لتحقيق أهدافه الوطنية في الحرية وتقرير المصير وإقامة دولته المستقلة على ترابه الوطني⁽²³⁾.

3. المواقع الإلكترونية: مجموعة من ملفات الشبكة العنكبوتية ذات الصلة المتشابهة المرتبطة فيما بينهما، والتي قام بتصميمها فرد أو مجموعة من الأفراد أو إحدى المؤسسات⁽²⁴⁾.

(20) الدلو، بحوث الإعلام الكمية والكيفية الأسس والمهارات (ص336).

(21) مرجع سابق، ص339.

(22) حسين، بحوث الإعلام (ص309-310).

(23) أبو شنب، الإعلام الفلسطيني تجاربه وتحدياته (ص13).

(24) ترابن، الانترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية (ص305).

تقسيم الدراسة:

تنقسم الدراسة إلى مقدمة ومبحثين، يشتمل المبحث الأول على الإطار العام للدراسة (الإجراءات المنهجية)، في حين يتناول المبحث الثاني نتائج الدراسة.

نتائج الدراسة:

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

يبين الجدول (1) تكرارات ونسب توزيع المواد الإعلامية التي تم تحليلها على مواقع عينة الدراسة الثلاثة، وهي: موقع دنيا الوطن، وكالة قدس نت للأنباء، موقع فلسطين أون لاين، وكانت النتائج كالتالي:

جدول (1) يوضح توزيع المواد الإعلامية التي تم تحليلها على مواقع عينة الدراسة

الموقع الإلكتروني	التكرار	النسبة %
موقع دنيا الوطن	96	38.4
وكالة قدس نت للأنباء	85	34
موقع فلسطين أون لاين	69	27.6
المجموع	250	100

وفقاً للجدول السابق يتبين ما يأتي:

أن إجمالي المواد الإعلامية التي تناولت قضايا الشباب في مواقع عينة الدراسة بلغت (250) مادة، حيث شملت أعلى نسبة في "موقع دنيا الوطن" بـ (96) مادة أي ما يعادل (38.4%)، تلتها وكالة قدس نت للأنباء بـ (85) مادة بنسبة (34%)، بينما موقع فلسطين أون لاين كان نصيبه (69) مادة بنسبة (27.6%) من إجمالي المواد الإعلامية التي خضعت للدراسة التحليلية في مواقع الدراسة.

ثانياً/ ترتيب أولويات اهتمام مواقع الدراسة بمجالات قضايا الشباب:

يبين الجدول (2) تكرارات ونسب ترتيب أولويات مجالات قضايا الشباب التي خضعت للدراسة في مواقع الدراسة، وكانت النتائج كالتالي:

جدول (2) يوضح ترتيب أولويات اهتمام مواقع الدراسة بمجالات قضايا الشباب

الموقع	دنيا الوطن		قدس نت للأنباء		فلسطين أون لاين		الاتجاه العام	
مجالات القضايا	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سياسية	11	11	19	21.6	18	24.7	48	18.4
اجتماعية	14	14	19	21.6	12	16.4	45	17.2
اقتصادية	5	5	6	6.8	5	6.8	16	6.1
تعليمية	35	35	37	42	14	19.2	86	33
صحية	2	2	1	1.1	0	0	3	1.1
رياضية	27	27	5	5.8	24	32.9	56	21.5
ثقافية	4	4	0	0	0	0	4	1.5
تكنولوجية	2	2	1	1.1	0	0	3	1.1
المجموع	100	%100	88	100%	73	%100	261	%100

وفقاً للجدول السابق يتبين ما يلي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

احتلت "القضايا التعليمية" المرتبة الأولى من بين كافة القضايا بنسبة (33%) بواقع (86) تكراراً، تلتها "القضايا الرياضية" في المرتبة الثانية بنسبة (21.5%) بواقع (56) تكراراً، وجاءت "القضايا السياسية" في المرتبة الثالثة بنسبة (18.4%) بواقع (48) تكراراً، وفي المرتبة الرابعة جاءت "القضايا الاجتماعية" بنسبة (17.2%) بواقع (45) تكراراً، ثم تلتها في المرتبة الخامسة "القضايا الاقتصادية" بنسبة (6.1%) بواقع (16) تكراراً، في حين جاءت "القضايا الثقافية" في المرتبة السادسة بنسبة (1.5%) بواقع (4) تكرارات، وجاءت "القضايا الصحية" و "القضايا التكنولوجية" في المرتبة السابعة بنسبة (1.1%) بواقع (3) تكرارات، من إجمالي مجالات قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

2. مستوى كل موقع على حدا:

أ. موقع دنيا الوطن:

جاءت "القضايا التعليمية" في المرتبة الأولى بنسبة (35%) بواقع (35) تكراراً، تلتها في المرتبة الثانية "القضايا الرياضية" بنسبة (27%) بواقع (27) تكراراً، وجاءت "القضايا الاجتماعية" في المرتبة الثالثة بنسبة (14%) بواقع (14) تكراراً، وكانت "القضايا السياسية" في المرتبة الرابعة بنسبة (11%) بواقع (11) تكراراً، واحتلت "القضايا الاقتصادية" المرتبة الخامسة بنسبة (5%) بواقع (5) تكرارات، تلتها في المرتبة السادسة "القضايا الثقافية" بنسبة (4%) بواقع (4) تكرارات، وجاءت كل من "القضايا الصحية" و "القضايا التكنولوجية" في المرتبة السابعة بنسبة (2%) بواقع (2) تكرار، من إجمالي مجالات قضايا الشباب.

ب. وكالة قدس نت للأنباء:

تصدرت "القضايا التعليمية" المرتبة الأولى بنسبة (42%) بواقع (37) تكراراً، تلتها في المرتبة الثانية كل من "القضايا السياسية" و "القضايا الاجتماعية" بنسبة (21.6%) واقع (19) تكراراً، وجاءت "القضايا الاقتصادية" في المرتبة الرابعة بنسبة (6.8%) بواقع (6) تكرارات، واحتلت "القضايا الرياضية" المرتبة الخامسة بنسبة (5.7%) بواقع (5) تكرارات، وكانت كل من "القضايا الصحية" و "القضايا التكنولوجية" في المرتبة السادسة بنسبة (1.1%) بواقع تكرار واحد لكل مجال من إجمالي مجالات قضايا الشباب، في حين لم يتم تناول القضايا الثقافية في موقع الدراسة.

ج. موقع فلسطين أون لاين:

جاءت القضايا الرياضية في المرتبة الأولى بنسبة (32.9) بواقع (24) تكراراً، وتلتها "القضايا السياسية" في المرتبة الثانية بنسبة (24.7%) بواقع (18) تكراراً، وجاءت "القضايا التعليمية" في المرتبة الثالثة بنسبة (19.2%) بواقع (14) تكراراً، وكانت "القضايا الاجتماعية" في المرتبة الرابعة بنسبة (16.4%) بواقع (12) تكراراً، واحتلت القضايا الاقتصادية المرتبة الخامسة بنسبة (6.8%) بواقع 5 تكرارات من إجمالي مجالات قضايا الشباب، في حين لم يتناول موقع الدراسة القضايا الصحية والثقافية والتكنولوجيا.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. اتفقت مواقع الدراسة "دنيا الوطن ووكالة قدس نت للأنباء" في تناولها للقضايا التعليمية حيث احتلت المرتبة الأولى في كلا الموقعين بنسبة (42%) في وكالة قدس نت للأنباء وبنسبة (35%) في موقع دنيا الوطن، بينما اختلفت مع موقع فلسطين أون لاين التي جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (19.2%).

ب. اتفقت مواقع الدراسة "وكالة قدس نت للأنباء وموقع فلسطين أون لاين" في تناولها للقضايا السياسية التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (24.7%) في موقع فلسطين أون لاين، وبنسبة (21.6%) في وكالة قدس نت للأنباء، واختلفت مع موقع دنيا الوطن التي جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة (11%).

ت. اتفقت مواقع الدراسة "دنيا الوطن وموقع فلسطين أون لاين" في تناولها للقضايا الاقتصادية، فقد جاءت في المرتبة الخامسة بنسبة (6.8%) في موقع فلسطين أون لاين، وبنسبة (5%) في موقع دنيا الوطن، في حين اختلفت مع موقع قدس نت للأبناء التي جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة (6.8%).

ث. اتفقت مواقع الدراسة "وكالة قدس نت للأبناء وموقع فلسطين أون لاين" في عدم تناول القضايا الثقافية، واختلفت معهم دنيا الوطن التي احتلت المرتبة السادسة بنسبة (4%).

ج. اختلفت مواقع الدراسة في تناول القضايا الاجتماعية فقد جاءت في المرتبة الثانية في وكالة قدس نت للأبناء بنسبة (21.6%)، وجاءت في المرتبة الثالثة في موقع دنيا الوطن بنسبة (14%)، وجاءت في المرتبة الرابعة في موقع فلسطين أون لاين بنسبة (16.4%).

ح. اختلفت مواقع الدراسة في تناولها للقضايا الرياضية فقد جاءت في المرتبة الأولى في موقع فلسطين أون لاين بنسبة (32.9%)، وجاءت في المرتبة الثانية في موقع دنيا الوطن بنسبة (27%)، وجاءت في وكالة قدس نت للأبناء في المرتبة الخامسة بنسبة (5.7%).

خ. اختلفت مواقع الدراسة "دنيا الوطن ووكالة قدس نت للأبناء وموقع فلسطين أون لاين" في تناولها للقضايا الصحية، فقد جاءت "القضايا الصحية" في المرتبة السادسة بنسبة (1.1%) في وكالة قدس نت للأبناء، وجاءت في المرتبة السابعة بنسبة (2%) في دنيا الوطن، في حين لم يتناول موقع فلسطين أون لاين القضايا الصحية.

د. اختلفت مواقع الدراسة "دنيا الوطن ووكالة قدس نت للأبناء وموقع فلسطين أون لاين" في تناولها للقضايا التكنولوجية، فقد جاءت "القضايا التكنولوجية" في المرتبة السادسة بنسبة (1.1%) في وكالة قدس نت للأبناء، وجاءت في المرتبة في المرتبة الثامنة بنسبة (2%) في دنيا الوطن، في حين لم يتناول موقع فلسطين أون لاين القضايا التكنولوجية.

ثالثاً/ الموضوعات الشبابية التي تناولتها مواقع الدراسة:

يوضح الجدول (3) تكرارات ونسب موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة من أجل التعرف على ترتيب أولوياتها اتجاه موضوعات الشباب، وكانت النتائج كالاتي:

جدول (3) يوضح الموضوعات الشبابية التي تناولتها مواقع الدراسة

الموقع		دنيا الوطن		قدس نت للأبناء		فلسطين أون لاين		الاتجاه العام	
موضوعات الشباب		ك		ك		ك		ك	
سياسية	المشاركة السياسية	1	1	3	3.4	1	1.4	5	1.9
	الاحتلال	10	10	15	17	14	19.2	39	14.9
	الانقسام	0	0	1	1.1	3	4.1	4	1.5
اجتماعية	الزواج	1	1	0	0	2	2.7	3	1.1
	الإدمان	2	2	3	3.4	0	0	5	1.9
	العنف والجريمة	5	5	7	8	5	6.8	17	6.5
	الهجرة	1	1	1	1.1	0	0	2	0.8
	حوادث	3	3	2	2.3	5	6.8	10	3.8
اقتصاد	محاضرات وتقارير مجتمعية	2	2	6	6.8	0	0	8	3.1
	العمل	3	3	0	0	2	2.7	5	1.9
	البطالة	0	0	4	4.5	1	1.4	5	1.9

0.8	2	1.4	1	1.1	1	0	0	الفقر	
1.1	3	1.4	1	0	0	2	2	قروض ومشاريع	
0.4	1	0	0	1.1	1	0	0	أخرى	
28.4	74	17.8	13	36.4	32	29	29	تعليم جامعي	تعليمية
1.1	3	1.4	1	2.3	2	0	0	تعليم مهني وتقني	
3.4	9	0	0	3.4	3	6	6	التدريب والتطوع	
1.1	3	0	0	1.1	1	2	2	محاضرات توعية صحية	صحية
11.9	31	17.8	13	1.1	1	17	17	مباريات رياضية داخلية	رياضية
1.5	4	4.1	3	0	0	1	1	تعليق رياضة	
6.1	16	6.8	5	4.5	4	7	7	مباريات رياضية خارجية	
1.9	5	4.1	3	0	0	2	2	أمور إدارية	
0.4	1	0	0	0	0	1	1	مسابقات ثقافية	ثقافية
1.1	3	0	0	0	0	3	3	لقاءات ومخيمات ثقافية	
0.8	2	0	0	1.1	1	1	1	مشاريع تكنولوجيا	تكنولوجية
0.4	1	0	0	0	0	1	1	مسابقات تكنولوجيا	
%100	261	%100	73	%100	88	%100	100	المجموع	

وفقاً للجدول السابق يتبين ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

تصدرت موضوعات التعليم الجامعي المرتبة الأولى بنسبة (28.4%) بواقع (74) تكراراً، فيما جاءت موضوعات الاحتلال في المرتبة الثانية بنسبة (14.9%) بواقع 39 تكراراً، تلتها في المرتبة الثالثة موضوعات المباريات الرياضية الداخلية بنسبة (11.9%) بواقع (31) تكراراً، وفي المرتبة الرابعة جاءت موضوعات العنف والجريمة بنسبة (6.5%) بواقع (17) تكراراً، واحتلت موضوعات المباريات الرياضية الخارجية المرتبة الخامسة بنسبة (6.1%) بواقع (16) تكراراً، وجاءت موضوعات الحوادث المجتمعية في المرتبة السادسة بنسبة (3.8%) بواقع (10) تكرارات، وفي المرتبة السابعة جاءت موضوعات التدريب والتطوع بنسبة (3.4%) بواقع (9) تكرارات، فيما جاءت موضوعات المحاضرات والتقارير المجتمعية في المرتبة الثامنة بنسبة (3.1%) بواقع (8) تكرارات، وجاءت كل من موضوعات المشاركة السياسية، والإدمان، والعمل، والبطالة، والأمور الإدارية الرياضية، في المرتبة التاسعة بنسبة (1.9%) بواقع (5) تكرارات، وجاءت في المرتبة العاشرة موضوعات الانقسام، تعليق رياضية، بنسبة (1.5%) بواقع (4) تكرارات، فيما جاءت موضوعات الزواج، والقروض والمشاريع، والتعليم المهني والتقني، والمخيمات الثقافية، ومحاضرات التوعية الصحية في المرتبة الحادية عشرة بنسبة (1.1%) بواقع (3) تكرارات، وكانت موضوعات الهجرة والفقر والمشاريع التكنولوجية في المرتبة الثانية عشر بنسبة (0.8%) بواقع (2) تكرار، فيما جاءت المسابقات الثقافية، والمسابقات التكنولوجية، والدورات التدريبية (أخرى في المجال الاقتصادي) في المرتبة الثالثة عشر والأخيرة بنسبة (0.4) بواقع تكرار واحد من إجمالي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

2. على مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

تصدرت موضوعات التعليم الجامعي المرتبة الأولى بنسبة (29%) بواقع (29) تكراراً، تلتها موضوعات المباريات الرياضية الداخلية في المرتبة الثانية بنسبة (17%) بواقع (17) تكراراً، وجاءت موضوعات الاحتلال في المرتبة الثالثة بنسبة (10%) بواقع (10) تكرارات، وفي المرتبة الرابعة جاءت موضوعات مباريات رياضية خارجية بنسبة (7%) بواقع (7) تكرارات، وجاءت موضوعات التدريب والتطوع في المرتبة الخامسة بنسبة (6%) بواقع (6) تكرارات، فيما احتلت موضوعات العنف والجريمة المرتبة السادسة بنسبة (5%) بواقع (5) تكرارات، وجاءت موضوعات الحوادث المجتمعية، والعمل، ولقاءات ومخيمات ثقافية، في المرتبة السابعة بنسبة (3%) بواقع (3) تكرارات، فيما حصلت موضوعات الإدمان، ومحاضرات وتقارير مجتمعية، وقروض ومشاريع، ومحاضرات توعية صحية، وأمور إدارية رياضية، على المرتبة الثامنة بنسبة (2%) بواقع 2 تكرار، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة جاءت موضوعات المشاركة السياسية، والزواج، والهجرة، وتعليق رياضة، ومسابقات ثقافية، مشاريع تكنولوجيا، ومسابقات تكنولوجية، بنسبة (1%) بواقع تكرار واحد من إجمالي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

ب. وكالة قدس نت للأنباء:

تصدرت موضوعات التعليم الجامعي المرتبة الأولى بنسبة (36.4%) بواقع (32) تكراراً، فيما جاءت موضوعات الاحتلال في المرتبة الثانية بنسبة (17%) بواقع (15) تكراراً، تلتها في المرتبة الثالثة موضوعات العنف والجريمة بنسبة (8%) بواقع (7) تكرارات، وجاءت موضوعات المحاضرات والتقارير المجتمعية في المرتبة الرابعة بنسبة (6.8%) بواقع (6) تكرارات، وفي المرتبة الخامسة جاءت موضوعات المباريات الرياضية الخارجية، والبطالة، بنسبة (4.5%) بواقع (4) تكرارات، وجاءت موضوعات المشاركة السياسية، والإدمان، والتدريب والتطوع، في المرتبة السادسة بنسبة (3.4%) بواقع (3) تكرارات، وجاءت موضوعات الحوادث المجتمعية، والتعليم المهني والتقني، في المرتبة السابعة بنسبة (2.3%) بواقع (2) تكرار، وفي المرتبة الثامنة والأخيرة جاءت موضوعات الانقسام، والهجرة، والفقر، ومحاضرات التوعية الصحية، والمباريات الرياضية الداخلية، والمشاريع التكنولوجية، بنسبة (1.1%) بواقع تكرار واحد من إجمالي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

ج. موقع فلسطين أون لاين:

تصدرت موضوعات الاحتلال المرتبة الأولى بنسبة (19.2%) بواقع (14) تكراراً، تلتها موضوعات التعليم الجامعي، والمباريات الرياضية الداخلية في المرتبة الثانية بنسبة (17.8%) بواقع (13) تكراراً، وجاءت موضوعات العنف والجريمة، والحوادث المجتمعية، والمباريات الرياضية الخارجية في المرتبة الثالثة بنسبة (6.8%) بواقع (5) تكرارات، وفي المرتبة الرابعة جاءت موضوعات الانقسام، وتعليق رياضة، وأمور إدارية رياضية بنسبة (4.1%) بواقع (3) تكرارات، فيما جاءت موضوعات الزواج، والعمل، في المرتبة الخامسة بنسبة (2.7%) بواقع (2) تكرار، وفي المرتبة السادسة والأخيرة جاءت موضوعات المشاركة السياسية، البطالة، الفقر، قروض ومشاريع، تعليم مهني وتقني، بنسبة (1.4%) بواقع تكرار واحد من إجمالي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. اتفقت مواقع الدراسة "دنيا الوطن و قدس نت للأنباء" في تناولها لموضوعات التعليم الجامعي حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (29%) بواقع (29) تكراراً في موقع دنيا الوطن، مقابل (36.4%) بواقع (32) تكراراً في وكالة قدس نت للأنباء، فيما اختلفت مع موقع فلسطين أون لاين حيث جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (17.8%) بواقع (13) تكراراً.

ب. اتفقت مواقع الدراسة "دنيا الوطن وفلسطين أون لاين" في تناولها لموضوعات المباريات الرياضية الداخلية حيث جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (17%) بواقع (17) تكراراً في موقع دنيا الوطن، مقابل (17.8%) بواقع (13) تكراراً في موقع فلسطين

أون لاين، في حين اختلفت مع وكالة قدس نت التي جاءت في المرتبة الثامنة بنسبة (1.1%) بواقع تكرار واحد من إجمالي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

ت. اتفقت مواقع الدراسة "قدس نت للأنباء وفلسطين أون لاين" في تناولها لموضوعات العنف والجريمة حيث احتلت المرتبة الثالثة بنسبة (8%) بواقع (7) تكرارات، مقابل (6.8%) بواقع (5) تكرارات، واختلفت مع موقع دنيا الوطن التي جاءت في المرتبة السادسة بنسبة (5%) بواقع (5) تكرارات من إجمالي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

ث. اختلفت مواقع الدراسة في تناول موضوعات الاحتلال حيث احتلت المرتبة الأولى في وموقع فلسطين أون لاين بنسبة (19.2%) بواقع (14) تكرارًا، وجاءت في المرتبة الثانية في وكالة قدس نت للأنباء بنسبة (17%) بواقع (15) تكرارًا، وجاءت في المرتبة الثالثة في موقع دنيا الوطن بنسبة (10%) بواقع (10) تكرارات من إجمالي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

ج. اختلفت مواقع الدراسة في تناول موضوعات المباريات الرياضية الخارجية، حيث احتلت المرتبة الثالثة في موقع فلسطين أون لاين بنسبة (6.8%) بواقع (5) تكرارات، وجاءت في المرتبة الرابعة في موقع دنيا الوطن بنسبة (7%) بواقع (7) تكرارات، وحصلت على المرتبة الخامسة في وكالة قدس نت للأنباء بنسبة (4.5%) بواقع (4) تكرارات من إجمالي موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة.

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

يوضح الجدول (4) تكرارات ونسب المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تغطيتها لقضايا الشباب، وكانت النتائج كالآتي:

جدول (4) يوضح مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في معالجة قضايا الشباب

الموقع		دنيا الوطن		قدس نت للأنباء		فلسطين أون لاين		الاتجاه العام	
مصادر المعلومات		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إخباري	مندوب	0	0	0	0	28	40.6	28	11.2
	مراسل	3	3.1	1	1.2	0	0	4	1.6
إعلامي	وكالات	0	0	4	4.7	0	0	4	1.6
	الدولية								
دون مصدر		86	89.6	73	85.9	31	44.9	190	76
كاتب مقال		7	7.3	7	8.2	10	14.5	24	9.6
المجموع ²⁵		96	100%	85	100%	69	100	250	100%

وفقاً للجدول السابق يتبين ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

تصدرت مصادر "دون مصدر" المرتبة الأولى بنسبة (76%) بواقع (190) تكرارًا، وتلتها مصادر "مندوب" بالمرتبة الثانية بنسبة (11.2%) بواقع (28) تكرارًا، بينما جاءت مصادر "كاتب مقال" في المرتبة الثالثة بنسبة (9.6%) بواقع (24) تكرارًا، فيما جاءت في المرتبة الرابعة مصادر كل من "مراسل"، "وكالات الأنباء الدولية" بنسبة (1.6%) بواقع (4) تكرارات من إجمالي

²⁵ تم حذف المصادر "الصحف والمجلات، الإذاعة والتلفزيون، مواقع إخبارية، مواقع التواصل الاجتماعي، مصادر متعددة" لعدم وجود أي تكرار لها من إجمالي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة التي تم تحليلها.

مصادر موضوعات الشباب التي تناولتها مواقع الدراسة، أما مصادر "الصحف والمجلات، الإذاعة والتلفزيون، مواقع التواصل الاجتماعي، مواقع إخبارية، مصادر متعددة" فلم تحظى بأي اهتمام من إجمالي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة.

2. مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

احتلت مصادر "دون مصدر" المرتبة الأولى بنسبة (89.6%) بواقع (86) تكراراً، وتلتها مصدر "كاتب مقال" في المرتبة الثانية بنسبة (7.3%) بواقع (7) تكرارات، وجاءت في المرتبة الثالثة مصدر "مراسل" بنسبة (3.1%) بواقع (3) تكرارات، في حين أن مصدر "المنذوب، ووكالات الأنباء الدولية" لم تحظى بأي اهتمام من إجمالي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة.

ب. وكالة قدس نت للأنباء:

تصدرت مصادر "دون مصدر" المرتبة الأولى بنسبة (85.9%) بواقع (73) تكراراً، وتلتها مصدر "كاتب مقال" في المرتبة الثانية بنسبة (8.2%) بواقع (7) تكرارات، وجاءت في المرتبة الثالثة مصدر "وكالات الأنباء الدولية" بنسبة (4.7%) بواقع (4) تكرارات، فيما جاءت مصدر "مراسل" في المرتبة الرابعة بنسبة (1.2%) بواقع (1) تكرار، في حين أن مصدر "منذوب" لم تحظى بأي اهتمام من إجمالي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة.

ج. موقع فلسطين أون لاين:

حظيت مصادر "دون مصدر" المرتبة الأولى بنسبة (44.9%) بواقع (31) تكراراً، وتلتها مصدر "منذوب" في المرتبة الثانية بنسبة (40.6%) بواقع (28) تكراراً، فيما جاءت مصدر "كاتب مقال" في المرتبة الثالثة بنسبة (14.5%) بواقع (10) تكرارات، في حين أن مصدر "المراسل، ووكالات الأنباء الدولية" لم تحظى بأي اهتمام من إجمالي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. اتفقت جميع مواقع الدراسة في اعتمادها مصادر "دون مصدر" حيث جاءت بالمرتبة الأولى في موقع "دنيا الوطن" بنسبة (89.6%) مقابل (85.9%) في وكالة قدس نت للأنباء، بينما في موقع فلسطين أون لاين جاءت بنسبة (44.9%).

ب. اتفقت مواقع الدراسة "دنيا الوطن، وكالة قدس نت للأنباء" في اعتمادها مصدر "كاتب مقال" حيث جاء بالمرتبة الثانية في كلا الموقعين، وكانت بنسبة (8.2%) في وكالة قدس نت للأنباء، مقابل (7.3%) في موقع دنيا الوطن، في حين اختلفت مع موقع فلسطين أون لاين حيث جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (14.5%).

ج. اتفقت مواقع الدراسة "دنيا الوطن، وكالة قدس نت للأنباء" في عدم اعتمادها مصدر "منذوب" ضمن المصادر الإعلامية، في حين اختلفت معهما فلسطين أون لاين التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (40.6%).

د. اتفقت مواقع الدراسة "دنيا الوطن، فلسطين أون لاين" في عدم اعتمادها مصدر "وكالات الأنباء الدولية" ضمن المصادر الإعلامية، في حين اختلفت معهما وكالة قدس نت للأنباء التي جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (4.7%).

ح. اختلفت مواقع الدراسة في اعتمادها على مصدر "مراسل" فقد جاءت في المرتبة الثالثة في موقع دنيا الوطن بنسبة (3.1%)، في حين جاءت في المرتبة الرابعة في وكالة قدس نت للأنباء بنسبة (1.2%)، ولم تحظى بأي اهتمام من إجمالي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها فلسطين أون لاين.

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

يوضح الجدول (5) تكرارات ونسب نطاق التغطية الجغرافية للمواد الإعلامية الخاصة بقضايا الشباب في مواقع الدراسة، وكانت النتائج كالآتي:

جدول (5) يوضح نطاق التغطية الجغرافية للمواد الإعلامية الخاصة بقضايا الشباب في مواقع الدراسة

الموقع		دنيا الوطن		قدس نت للأنباء		فلسطين أون لاين		الاتجاه العام	
النطاق الجغرافي		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
قطاع غزة		65	60.7	44	46.3	46	56.8	155	54.8
الضفة الغربية		35	32.7	47	49.5	33	40.7	115	40.6
أراضي ال 48		7	6.5	4	4.1	2	2.5	13	4.6
المجموع ²⁶		107	%100	95	%100	81	%100	283	%100

وفقاً للجدول السابق يتبين ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

تصدر نطاق "قطاع غزة" المرتبة الأولى بنسبة (54.8%) بواقع (155) تكراراً، أما في المرتبة الثانية نطاق "الضفة الغربية" بنسبة (40.6%) بواقع (115) تكراراً، بينما جاء نطاق "الأراضي المحتلة عام 48" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (4.6%) بواقع (13) تكراراً من إجمالي نطاق التغطية الجغرافية لقضايا الشباب في مواقع الدراسة.

2. مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

حظي نطاق "قطاع غزة" المرتبة الأولى بنسبة (60.7%) بواقع (65) تكراراً، تلاها في المرتبة الثانية نطاق "الضفة الغربية" بنسبة (32.7%) بواقع (35) تكراراً، وجاء نطاق "الأراضي المحتلة عام 48" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (6.5%) بواقع (7) تكرارات من إجمالي نطاق التغطية الجغرافية لقضايا الشباب في مواقع الدراسة.

ت. وكالة قدس نت للأنباء:

تصدر نطاق "الضفة الغربية" المرتبة الأولى بنسبة (49.5%) بواقع (47) تكراراً، وجاء نطاق "قطاع غزة" في المرتبة الثانية بنسبة (46.3%) بواقع (44) تكراراً، تلاها في المرتبة الثالثة والأخيرة نطاق "الأراضي المحتلة عام 48" بنسبة (1.4%) بواقع (4) تكرارات من إجمالي نطاق التغطية الجغرافية لقضايا الشباب في مواقع الدراسة.

ج. موقع فلسطين أون لاين:

حظي نطاق "قطاع غزة" المرتبة الأولى بنسبة (56.8%) بواقع (46) تكراراً، تلاها في المرتبة الثانية نطاق "الضفة الغربية" بنسبة (40.7%) بواقع (33) تكراراً، وجاء نطاق "الأراضي المحتلة عام 48" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (2.5%) بواقع (2) تكراراً من إجمالي نطاق التغطية الجغرافية لقضايا الشباب في مواقع الدراسة.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. اتفقت مواقع الدراسة "دنيا الوطن وفلسطين أون لاين" في ترتيب أولوياتها في نطاق "قطاع غزة" حيث جاء بالمرتبة الأولى بنسبة (60.7%) في موقع دنيا الوطن، مقابل (56.8%) في موقع فلسطين أون لاين، في حين اختلفت مع وكالة قدس نت للأنباء فقد جاء في المرتبة الثانية بنسبة (46.3%).

²⁶ المجموع هنا لا يتساوى مع عدد المواد الإعلامية، لأن الموضوع قد يتناول أكثر من نطاق جغرافي.

ب. اتفقت مواقع الدراسة مواقع الدراسة "دنيا الوطن وفلسطين أون لاين" في ترتيب أولوياتها في نطاق " الضفة الغربية" حيث جاء بالمرتبة الثانية بنسبة (32.7%) في موقع دنيا الوطن، مقابل (40.7%) في موقع فلسطين أون لاين، في حين اختلفت مع وكالة قدس نت للأنباء فقد جاء في المرتبة الأولى بنسبة (49.5%).

ت. اتفقت مواقع الدراسة الثلاث "دنيا الوطن وفلسطين أون لاين ووكالة قدس نت للأنباء" في ترتيب أولوياتها في نطاق " الأراضي المحتلة عام 48" حيث جاءت في المرتبة الثالثة، بنسبة (6.5%) في دنيا الوطن، مقابل (2.5%) في فلسطين أون لاين، وبنسبة (1.4%) في وكالة قدس نت للأنباء.

سادساً/ الأشكال الصحفية المستخدمة في تناول مواقع الدراسة للموضوعات المتصلة بقضايا الشباب:

يوضح الجدول (6) تكرارات ونسب الأشكال الصحفية المستخدمة في تناول مواقع الدراسة للموضوعات المتصلة بقضايا الشباب، وكانت النتائج كالآتي:

جدول (6) يوضح الأشكال الصحفية المستخدمة في تناول مواقع الدراسة لقضايا الشباب

الموقع	دنيا الوطن		قدس نت للأنباء		فلسطين أون لاين		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الخبر	83	86.5	64	75.3	52	75.4	199	79.6
المقال	7	7.3	7	8.2	10	14.5	24	9.6
التقرير	6	6.2	14	16.5	7	10.1	27	10.8
الحديث	0	0	0	0	0	0	0	0
التحقيق	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	96	100%	85	100%	69	100%	250	100%

وفقاً للجدول السابق يتبين ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

تصدر "الخبر الصحفي" المرتبة الأولى بنسبة (79.6%) بواقع (199) تكراراً، وجاء التقرير "التقرير الصحفي" في المرتبة الثانية بنسبة (10.8%) بواقع (27) تكراراً، وجاء المقال الصحفي في المرتبة الثالثة بنسبة (9.6%) بواقع 24 تكراراً، أما "التحقيق الصحفي، الحديث الصحفي" فلم يحظيا بأي اهتمام من إجمالي الأشكال الصحفية المستخدمة في عرض قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

2. مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

حظي "الخبر الصحفي" في المرتبة الأولى بنسبة (86.5%) بواقع (83) تكراراً، فيما جاء "المقال الصحفي" في المرتبة الثانية بنسبة (7.3%) بواقع (7) تكرارات، بينما كان "التقرير الصحفي" في المرتبة الثالثة بنسبة (6.2%) بواقع (6) تكرارات، أما عن "الحديث الصحفي، التحقيق الصحفي" لم يحظيا بأي اهتمام من إجمالي الأشكال الصحفية المستخدمة في عرض قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

ت. وكالة قدس نت للأنباء:

تصدر "الخبر الصحفي" في المرتبة الأولى بنسبة (75.3%) بواقع (64) تكراراً، فيما جاء "التقرير الصحفي" في المرتبة الثانية بنسبة (16.5%) بواقع (14) تكرارات، بينما كان "المقال الصحفي" في المرتبة الثالثة بنسبة (8.2%) بواقع (7) تكرارات، أما

عن "الحديث الصحفي، التحقيق الصحفي" لم يحظيا بأي اهتمام من إجمالي الأشكال الصحفية المستخدمة في عرض قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

ج. موقع فلسطين أون لاين:

احتل "الخبر الصحفي" في المرتبة الأولى بنسبة (75.4%) بواقع (52) تكراراً، فيما جاء "المقال الصحفي" في المرتبة الثانية بنسبة (14.5%) بواقع (10) تكرارات، بينما كان "التقرير الصحفي" في المرتبة الثالثة بنسبة (10.1%) بواقع (7) تكرارات، أما عن "الحديث الصحفي، التحقيق الصحفي" لم يحظيا بأي اهتمام من إجمالي الأشكال الصحفية المستخدمة في عرض قضايا الشباب في مواقع الدراسة.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. اتفقت جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها في استخدام "الخبر الصحفي" حيث جاء بالمرتبة الأولى في "دنيا الوطن" بنسبة (86.5%) مقابل (75.4%) في "موقع فلسطين أون لاين"، بينما جاء بنسبة (75.3%) في "وكالة فلسطين أون لاين".

ث. اتفق كل من "دنيا الوطن، فلسطين أون لاين" في ترتيب أولوياتها في استخدام "المقال الصحفي" والذي جاء في المرتبة الثانية بنسبة (14.5%) في فلسطين أون لاين، وبنسبة (7.3%) في دنيا الوطن، فيما اختلفت عنهم وكالة قدس نت للأخبار فجاء "المقال الصحفي" في المرتبة الثالثة بنسبة (8.2%).

ج. اتفق كل من "دنيا الوطن، فلسطين أون لاين" في ترتيب أولوياتها في استخدام "التقرير الصحفي" والذي جاء في المرتبة الثالثة بنسبة (10.1%) في فلسطين أون لاين، وبنسبة (6.2%)، واختلفت عنهم وكالة قدس نت للأخبار فجاء "التقرير الصحفي" في المرتبة الثانية بنسبة (16.5%).

د. جميع مواقع الدراسة لم تعطي أي اهتمام يذكر "للتحقيق الصحفي والحديث الصحفي".

سابقاً / العناصر التيبوغرافية والوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية المنشورة في مواقع الدراسة:

يوضح الجدول (7) تكرارات ونسب العناصر التيبوغرافية والوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية المنشورة في مواقع الدراسة لإبراز قضايا الشباب، وكانت النتائج كالاتي:

جدول (7) يوضح العناصر التيبوغرافية والوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية في مواقع الدراسة لإبراز قضايا الشباب

الموقع		دنيا الوطن		قدس نت للأخبار		فلسطين أون لاين		الاتجاه العام	
العناصر التيبوغرافية والوسائط المتعددة		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المصورة:	خبرية	48	20.6%	43	18.5%	36	17.7%	127	19%
	موضوعية	33	14.2%	29	12.4%	12	5.9%	74	11.1%
	أرشيفية	1	0.4%	0	0%	1	0.5%	2	0.3%
	شخصية	6	2.6%	13	5.6%	18	8.9%	37	5.5%
	المجموع	88	37.8%	85	36.5%	67	33%	240	35.9%
	بدون	0	0%	1	0.4%	0	0%	1	0.1%
استخدام الألوان	الصور	91	39.1%	28	12%	66	32.5%	185	27.7%
	العناوين	7	3%	82	35.2%	0	0%	89	13.3%
	المتن	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	الأرضيات	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

المجموع	98	42.1%	100	47.2%	66	32.5	274	41%
الفديو	15	6.4%	1	0.4%	1	0.5%	17	2.4%
النص المتشعب	32	13.7%	36	15.5%	69	34%	137	20.5%
المجموع ²⁷	233	100%	233	100%	203	100%	669	100%

وفقاً للجدول السابق يتبين ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

تصدرت "الألوان" المرتبة الأولى بنسبة (41%) بواقع (274) تكراراً، وكانت على الشكل التالي:

حظيت استخدام الألوان ما الصور في المرتبة الأولى بنسبة (27.7%) بواقع (185) تكراراً، فيما جاء استخدام الألوان مع العناوين في المرتبة الثانية بنسبة (13.3%) بواقع (89) تكراراً، فيما لم يحظى استخدام الألوان مع المتن والأرضيات بأي اهتمام.

وتلاها "الصور" في المرتبة الثانية بنسبة (35.6%) بواقع (240) تكراراً، وكانت على الشكل التالي: تصدرت الصورة الخيرية المرتبة الأولى بنسبة (19%) بواقع (127) تكراراً، فيما جاءت الصورة الموضوعية في المرتبة الثانية بنسبة (11.1%) بواقع (74) تكراراً، وحظيت الصورة الشخصية بالمرتبة الثالثة بنسبة (5.5%) بواقع (37) تكراراً، بينما كانت الصورة الأرشيفية في المرتبة الرابعة بنسبة (0.3%) بواقع (2) تكراراً.

فيما جاء الفيديو المتشعب في المرتبة الثالثة بنسبة (20.5%) بواقع (137) تكراراً، واحتلت المرتبة الرابعة "الفديو" بنسبة (2.4%) بواقع (17)، وحصلت "بدون صور" على المرتبة الخامسة بنسبة (0.1%) بواقع (1).

2. مستوى كل موقع على حدة:

أ. موقع دنيا الوطن:

تصدرت الألوان المرتبة الأولى بنسبة (42.1%) بواقع (98) تكراراً، وكانت على النحو الآتي: استخدام الألوان مع الصور بالمرتبة الأولى بنسبة (39.1%) بواقع (91) تكراراً، فيما جاءت استخدام الألوان مع العناوين في المرتبة الثانية بنسبة (3%) بواقع (7) تكرارات، فيما لم يحظى استخدام الألوان مع المتن والأرضيات بأي اهتمام.

واحتلت الصور المرتبة الثانية بنسبة (37.8%) بواقع (88) تكراراً، وجاءت على النحو الآتي: حظيت الصورة الخيرية المرتبة الأولى بنسبة (20.6%) بواقع (48) تكراراً، واحتلت الصورة الموضوعية المرتبة الثانية بنسبة (14.2%) بواقع (33) تكراراً، فيما حصلت الصورة الشخصية على المرتبة الثالثة بنسبة (2.6%) بواقع (6) تكراراً، وجاءت الصورة الأرشيفية في المرتبة الرابعة بنسبة (0.4%) بواقع (1).

وحظي النص المتشعب على المرتبة الثالثة بنسبة (13.7%) بواقع (32) تكراراً، وجاء الفيديو في المرتبة الرابعة بنسبة (6.4%) بواقع (15) تكراراً.

ب. وكالة قدس نت للأنباء:

حظيت الألوان بالمرتبة الأولى بنسبة (47.2%) بواقع (100) تكراراً، وجاءت على النحو الآتي: استخدام الألوان مع العناوين في المرتبة الأولى بنسبة (35.2%) بواقع (82) تكراراً، فيما حصلت استخدام الألوان مع الصورة في المرتبة الثانية بنسبة (12%) بواقع (28) تكراراً، فيما لم يحظى استخدام الألوان مع المتن والأرضيات بأي اهتمام.

²⁷ المجموع هنا لا يتساوى مع عدد المواد الإعلامية، لأن قد يرافق الموضوع أكثر من بند من الوسائط المتعددة.

واحتلت الصور المرتبة الثانية بنسبة (36.5%) بواقع (85) تكراراً، وجاءت على النحو الآتي: جاءت الصورة الخيرية في المرتبة الأولى بنسبة (18.5%) بواقع (43) تكراراً، وفي المرتبة الثانية جاءت الصورة الموضوعية بنسبة (12.4%) بواقع (29)، واحتلت الصورة الشخصية المرتبة الثالثة بنسبة (5.6%) بواقع (13) تكراراً. أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب النص المتشعب بنسبة (15.5%) بواقع (36) تكراراً، وجاء الفيديو في المرتبة الرابعة بنسبة (0.4%) بواقع (1) تكراراً، وكانت بدون صورة في المرتبة الخامسة بنسبة (0.4%) بواقع (1).

ج. موقع فلسطين أون لاين:

تصدرت الألوان المرتبة الأولى بنسبة (32.5%) بواقع (66) تكراراً، وكانت على النحو الآتي: جاء استخدام الألوان مع الصور بنسبة (32.5%) بواقع (66) تكراراً، لم يحظى استخدام الألوان مع العناوين والتمن والأرضيات بأي اهتمام. وحظيت الصور في المرتبة الثانية بنسبة (33%) بواقع (67) تكراراً، وجاءت النتائج على النحو الآتي: احتلت الصورة الخيرية المرتبة الأولى بنسبة (17.7%) بواقع (36) تكراراً، وجاءت الصورة الشخصية في المرتبة الثانية بنسبة (8.9%) بواقع (18)، وكانت الصورة الموضوعية في المرتبة الثالثة بنسبة (5.9%) بواقع (12)، وفيما جاءت الصورة الأرشيفية في المرتبة الرابعة بنسبة (0.5%) بواقع (1) تكراراً. وحظي النص المتشعب بالمرتبة الثالثة بنسبة (34%) بواقع (69) تكراراً، وكانت المرتبة الرابعة من نصيب الفيديو بنسبة (0.5%) بواقع (1) تكراراً.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف:

أ. اتفقت جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها في استخدام الألوان فجاءت في المرتبة الأولى بنسبة (47.2%) في وكالة قدس نت للأنباء، مقابل (42.1%) في دنيا الوطن، وجاءت بنسبة (32.5%) في فلسطين أون لاين.

ب. اتفق موقعي الدراسة "دنيا الوطن، فلسطين أون لاين، في ترتيب أولوياتها في استخدام الألوان مع الصور فجاءت في المرتبة الأولى بنسبة (39.1%) في دنيا الوطن، مقابل (32.5%) في فلسطين أون لاين، واختلفت عنهم وكالة قدس للأنباء فجاءت في المرتبة الثانية بنسبة (12%) في فلسطين أون لاين.

ت. اتفقت جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها في اعتمادها على الصورة الخيرية وجاءت بالمرتبة الأولى عن فئة الصور بنسبة (20.6%) في دنيا الوطن، مقابل (18.5%) في وكالة قدس نت للأنباء، وبنسبة (17.7%) في فلسطين أون لاين.

ث. اتفق موقعي الدراسة "دنيا الوطن، وكالة قدس نت للأنباء " في ترتيب أولوياتها في اعتمادها على الصورة الموضوعية وجاءت بالمرتبة الثانية عن فئة الصور بنسبة (14.2%) في دنيا الوطن، مقابل (12.4%) في وكالة قدس نت للأنباء، اختلفت معهم فلسطين أون لاين التي جاء ترتيب أولوياتها في اعتمادها على الصورة الموضوعية فئة الصور في المرتبة الثالثة بنسبة (5.9%).

ج. اتفق موقعي الدراسة "دنيا الوطن، وكالة قدس نت للأنباء " في ترتيب أولوياتها في اعتمادها على الصورة الشخصية وجاءت بالمرتبة الثالثة عن فئة الصور بنسبة (5.6%) في وكالة قدس نت للأنباء، مقابل (2.6%) في دنيا الوطن، واختلفت معهم فلسطين أون لاين التي جاء ترتيب أولوياتها في اعتمادها على الصورة الشخصية فئة الصور في المرتبة الثانية بنسبة (8.9%).

ح. اتفق موقعي الدراسة "دنيا الوطن، فلسطين أون لاين " في ترتيب أولوياتها في اعتمادها على الصورة الأرشيفية وجاءت بالمرتبة الرابعة عن فئة الصور بنسبة (0.5%) في فلسطين أون لاين، مقابل (0.4%) في وكالة قدس نت للأنباء، ولم تحظى الصورة الأرشيفية بأي اهتمام في وكالة قدس نت للأنباء.

خ. كما اتفقت مواقع الدراسة "وكالة صفا ووكالة سما" في ترتيب أولوياتها في اعتماد "بدون صور" حيث جاءت بالمرتبة الثانية.

د. اتفقت جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها في اعتمادها على النص المتشعب وجاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة (34%) في فلسطين أون لاين، مقابل (15.5%) في وكالة قدس نت للأنباء، وبنسبة (13.7%) في دنيا الوطن.
 ذ. اتفقت جميع مواقع الدراسة في ترتيب أولوياتها في اعتمادها على الفيديو وجاء بالمرتبة الرابعة بنسبة (6.4%) في دنيا الوطن، مقابل (0.5%) في فلسطين أون لاين، وبنسبة (0.4%) في وكالة قدس نت للأنباء.

مناقشة نتائج الدراسة:

1. أوضحت النتائج اهتمام مواقع الدراسة في تناول موضوعات قضايا الشباب حيث تفاوتت نسب هذه الموضوعات بنسب بسيطة ومتقاربة ما عدا موضوعات "التعليم الجامعي" حيث حازت على المرتبة الأولى بنسبة بلغت (28.9%) ويرجع الباحثان هذه النسبة المرتفعة مقارنة بباقي الموضوعات الشبابية في مختلف القضايا إلى فترة معالجة مواقع الدراسة لتلك الفترة والتي كانت تركز على المنح الدراسية والإقبال على التعليم الجامعي واختيار التخصص الجامعي للطلاب الجديد، وهذه النسبة طبيعية وتدل على مدى الاهتمام بمرحلة التعليم الجامعي والتشجيع على الدراسة ودورها في التغلب على الكثير العقبات مثل التقليل من معدلات الفقر والبطالة، رغم الواقع الاقتصادي الأليم الذي قد يحرمهم الكثير من الشباب من حقهم في التعليم.
 2. أظهرت النتائج ضعف اهتمام مواقع الدراسة بالكشف عن المصدر الإعلامي في موضوعات الشباب حيث تصدرت موضوعات "مجهولة المصدر" المرتبة الأولى بنسبة (76%)، ويرى الباحثان أن استخدام المصادر المجهولة موجودة في المواقع الإخبارية الفلسطينية، ولابد من وضعها في إطار سياسة تحريرية تحكمها وتحد من إمكانية تهديدها لمصداقية المادة، ومما لا شك فيه أن ذكر مصادر المادة الإعلامية في الموقع يكسبها مصداقية وثقة من قبل القراء، ولعل مقولة "ما يميز الخبر الصحفي عن الإشاعة هو المصدر" والتي تعطي صورة واضحة عن أهمية ذكر المصادر في الأخبار وعدم تجهيلها.
 3. بينت الدراسة تصدر نطاق "قطاع غزة" المرتبة الأولى بنسبة (54.8%) وتلاه نطاق "الضفة الغربية" بالمرتبة الثانية بنسبة (40.6%) ويلاحظ هنا أن هناك تقارباً بين النطاقين وهو أمر طبيعي باعتبارهم نطاقاً جغرافياً فلسطينياً لما يعيشه الشباب من أوضاع، فقضايا الشباب تتعدد من دولة لأخرى لذلك نجد أن من واجب الإعلام المحلي نقل همومهم وقضاياهم، ويرى الباحثان بروز نطاق قطاع غزة نظراً لفترة المسح لمواقع الدراسة وتزايد نشاط العاملين في تلك المواقع بغض النظر عن وقعها الجغرافي وإن كان أحد الأسباب في التزايد.
 4. أوضحت نتائج الدراسة تصدر "الخبر الصحفي" المرتبة الأولى بنسبة (79.6%) من بين الأشكال الصحفية المستخدمة في مواقع الدراسة، ويرى الباحثان أن القارئ في الواقع يميل إلى الأخبار القصيرة والسريعة التي تعطيه خلاصة الحدث.
 5. تصدرت "الألوان" واستخدامها مع المادة الإعلامية المرتبة الأولى بنسبة (41%) وكانت على النحو الآتي: استخدام "الألوان مع الصور" بنسبة (27.7%)، في حين جاء استخدام "الألوان مع العناوين" بنسبة (13.3%) ويرى الباحثان أنها نسبة ضعيفة نظراً لأهمية الألوان في جذب الانتباه للمادة الإعلامية، فضلاً عن عدم اهتمام مواقع الدراسة في استخدام الألوان مع المتن أو الأرسنات والتي تعد من الأمور الواجب الاهتمام بها فيما يخص كسب أكبر عدد ممكن من القراء لقراءة المادة الإعلامية والاهتمام بها.

التوصيات:

1. أن تعطي مواقع الدراسة مساحات إضافية عند تناول القضايا والموضوعات التي تبرز واقع الشباب، وبشكل يراعي خصوصية كل قضية وموضوع وليس التركيز على قضايا أو موضوعات محددة على حساب مجالات أخرى.
 2. يجب على مواقع الدراسة تحديد المصدر الإعلامي للمعلومات، وعدم الاعتماد على المصادر المجهولة مع ضرورة التنوع في المصادر الإعلامية والتي تكسب الخبر المصداقية وتظهر الثقة بالمعلومات.

3. ضرورة التنوع في استخدام الأشكال الصحفية من قبل مواقع الدراسة وخاصة الحديث الصحفي والتحقيق الصحفي لما لهم من أهمية كبيرة في كشف أبعاد الخبر، وفي طريقة تناول القضايا وحاجة كل قضية لنوع معين من الفنون الصحفية.
4. أن تزيد مواقع الدراسة من الاهتمام بالتقارير الموسعة وألا تكون على حساب الأخبار السريعة والعاجلة، نظرًا لأهمية التقارير في إعطاء التفسيرات والتفاصيل.
5. ضرورة تعزيز استخدام الألوان مع الصور والعناوين، وأيضًا مع المتن والأرضيات وما إلى ذلك، نظرًا لدورها الهام في جذب انتباه القراء وتشجيعهم على القراءة والمتابعة، وتعزيز الاهتمام بالصور الواضحة والتي تتناسب مع طبيعة كل مادة إعلامية.
6. أن تركز مواقع الدراسة بشكل أكبر على الوسائط المتعددة خصوصًا ملفات الفيديو والنص المتشعب واستخدام الرسومات وأشكال الجرافيك لوضع المتصفح في قلب الحدث.

المقترحات:

1. تخصيص زاوية عبر المواقع الإلكترونية الفلسطينية عامة ومواقع الدراسة خاصة من خلال تصنيفات لمختلف القضايا والموضوعات تبرز الوقع الذي يعيشون فيه.
2. إدراج ركن خاص عبر المواقع الإلكترونية الفلسطينية تحت مسمى "بريد الشباب" يتيح الفرصة أمام الشباب للتعبير عن آرائهم، وتقديمهم للمشاريع الحيوية، والتي قد تسهم في التخفيف عنهم من خلال الاطلاع عليه وتبنيها من جهات خاصة.
3. التركيز على قصص نجاح الشباب الفلسطيني بما يبعث الأمل في نفوس الشباب ويحفزهم على الجد والمثابرة وعدم اليأس.
4. استعانة المواقع الإلكترونية الفلسطينية بالعناصر التيوبوغرافية والوسائط المتعددة عبر صفحاتهم الرئيس من التركيز على البنرات والفيديوهات وغيرها بما يظهر الصورة المشرفة للشباب الفلسطيني.
5. إيصال صوت الشباب الفلسطيني للعالم أجمع عبر ترجمة موضوعاتهم بمختلف اللغات التي تسهم بالتعريف بواقعهم.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

- أبو شنب، حسين. (2014). الإعلام الفلسطيني تجاربه وتحدياته. دار الأرقم. غزة.
- الدلو، جواد راغب. (2022). بحوث الإعلام الكمية والكيفية الأسس والمهارات (1). آفاق للطباعة والنشر والتوزيع.
- الصفدي، بهاء الدين حسن. (2022). معالجة مواقع الصحف التركية الناطقة باللغة العربية للمقاومة السلمية.. مسيرات العودة وكسر الحصار نموذجًا: دراسة تحليلية مقارنة [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية بغزة.
- المزني، إبراهيم فتحي. (2018). معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب: دراسة تحليلية مقارنة [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية بغزة.
- إبراهيم، إسماعيل. (2000). فن التحرير الصحفيين النظرية والتطبيق (ط1). دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة.
- بركة، عبد الهادي محمد. (2022). معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية لقضايا التهويد لمدينة القدس: دراسة تحليلية مقارنة [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية بغزة.
- تربان، ماجد سالم. (2008). الانترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية. الدار المصرية اللبنانية. القاهرة.
- حبيش، هاجر حلمي. (2023). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ. مجلة البحوث الإعلامية، العدد (64)، 397-460.
- حسين، سمير. (2006). بحوث الإعلام (2). عالم الكتب. القاهرة.
- حسين، سمير. (1983). تحليل المضمون. عالم الكتب. القاهرة.

- حماد، أحمد وحرب، غسان. (2021). معالجة الصحافة الفلسطينية المطبوعة لقضايا الشباب: دراسة تحليلية مقارنة. *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية*، العدد (2)، 187-212.
- حمادة، إبراهيم. (2008). *دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام* (1). عالم الكتب. القاهرة.
- زغيب، شيماء. (2009). *مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية* (1). الدار المصرية اللبنانية. القاهرة.
- طه، أسامة توفيق. (2022). *معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية للأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة: دراسة تحليلية مقارنة* [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية بغزة.
- الأتم، عارف عبده. (2022). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب اليمني على المشاركة بالتنمية- دراسة مسحية في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي. *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد (61)، 2418-2470.
- مبارك، عبد السلام. (2022). تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة في المجتمع المصري. *مجلة كلية الآداب*، العدد (62)، 291-336.
- مزايرة، منال. (2012). *نظريات الاتصال* (1). دار المسيرة للنشر والتوزيع. عمان.
- مكاوي، حسن والسيد، ليلي. (1998). *الاتصال ونظريات المعاصرة* (1). الدار المصرية اللبنانية. القاهرة.

ثانياً: قائمة المراجع الأجنبية والمرومنة:

- Shaw, D. L., & Martin, S. E. (1992). *The function of mass media agenda setting*. *Journalism quarterly*, 69(4), 902-920.
- Abu Shanab, Hussein. (2014). *Palestinian media experiences and challenges*. Dar Al-Arqam. Gaza.
- Aldallu, Jawad Ragheb. (2022). *Quantitative and qualitative media research, foundations and skills* (1). Horizons for printing, publishing and distribution.
- Al-Saifi, Bahaiddin Hassan. (2022). *Treatment of non-violent resistance by Turkish Arabic-language newspaper websites.. The return marches and breaking the siege as a model: a comparative analytical study* [Unpublished master's thesis]. The Islamic University of Gaza.
- Al-Muzaini, Ibrahim Fathi. (2018). *Palestinian News Websites' Treatment of Youth Issues: A Comparative Analytical Study* [Unpublished Master's Thesis]. The Islamic University of Gaza.
- Ibrahim, Ismail. (2000). *The art of editing journalists, theory and practice* (1st edition). Dar Al-Fajr for publication and distribution. Cairo.

Baraka, Abd al-Hadi Muhammad. (2022). *Addressing the Palestinian websites of the issues of Judaization of the city of Jerusalem: a comparative analytical study* [Unpublished master's thesis]. The Islamic University of Gaza.

Turban, Majid Salem. (2008). *Internet and electronic journalism: a future vision*. The Egyptian Lebanese House. Cairo.

Hobeish, Hajar Helmy. (2023). The role of social networking sites in shaping Egyptian youth's awareness and attitudes towards environmental crimes and climate change issues. *Media Research Journal*, Issue (64), 397-460.

Hussein, Samir (2006). *Media Research* (2). The world of books. Cairo.

Hussein, Samir (1983). *Content analysis*. The world of books. Cairo.

Hammad, Ahmed and Harb, Ghassan. (2021). The Palestinian print press' treatment of youth issues: a comparative analytical study. *Journal of the Islamic University for Human Studies*, issue (2), 187-212.

Hamada, Ibrahim. (2008). *Studies in media and communication technology and public opinion* (1). The world of books. Cairo

Zogeib, Shaima. (2009). *Research methods and statistical uses in media studies* (1). Aldar Egyptian Lebanese. Cairo

Taha, Osama Tawfiq. (2022). *Palestinian news sites' treatment of health crises under the blockade of the Gaza Strip: a comparative analytical study* [unpublished master's thesis]. The Islamic University of Gaza.

Aref Abdo, the Attam. (2022). The role of social networking sites in motivating Yemeni youth to participate in development - a survey study within the framework of social capital theory. *Journal of media research*, issue (61), 2418-2470.

Mubarak, Abdul Salam. (2022). The exposure of university youth to fake news on social media and its relationship with the attitudes of university youth towards the issues raised in Egyptian society. *College of Arts Magazine*, issue (62), 291-336

Mazahare, Manal. (2012). *Communication theories* (1). Dar al-Masira for publishing and distribution. Amman.

Makkawi, Hassan and Sayed, Leila. (1998). *Communication and contemporary theories* (1). Aldar Egyptian Lebanese. Cairo