



كلية الإعلام
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

معالجة الأزمات المقدمة في البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الفلسطينية واتجاهات الجمهور الفلسطيني نحوها

حسن محمد عطية لقان

محاضر بكلية الإعلام- قسم الإذاعة والتليفزيون- جامعة الأقصى

الملخص:

هدفت الدراسة لمعرفة تأثير البرامج الحوارية السياسية والتي تقدم في الفضائيات الفلسطينية على اتجاهات الجمهور الفلسطيني نحو الأزمات الفلسطينية، ومعرفة الأساليب المعمول بها لزيادة نسبة المتابعة والتفاعلية، واستراتيجية القناة أثناء وجود الأزمة، وطرق عرض الأزمة، ومسارات الإقناع المستخدمة من تلك البرامج الحوارية السياسية، وأثر الحزبية والتحيز على الأثر المتحقق من تناول هذه الأزمات عبر تلك البرامج، ودرجة احترام الفضائيات الفلسطينية لذكاء المتلقي، ومعرفة مدى الانسجام والتفاعل بين الجمهور الفلسطيني والبرامج الحوارية السياسية، فضلاً عن دراسة العوامل والمتغيرات التي تضعف أو تدعم تشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو تلك الأزمات، وهل يوجد علاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية وتكوين تلك الاتجاهات، ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة ان النسبة الأكبر من الجمهور الفلسطيني يتابعون أزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة، وجاءت أزمة التهجير القصري لسكان قطاع غزة خطة ترامب في المرتبة الثانية، فيما احتلت المرتبة الثالثة أزمة اتفاق الهدنة بين حماس والاحتلال الإسرائيلي، يليها أزمة معناه الأسرى في سجون الاحتلال، ويليهما أزمة معناه النازحين في مراكز الإيواء في قطاع غزة، وأثبتت الدراسة صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض الشباب الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، وكل من مستوى معرفته بتلك الأزمات، ودرجة الثقة بالبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية.

الكلمات المفتاحية: البرامج الحوارية- الإعلام السياسي - الفضائيات الفلسطينية.

مقدمة:

لا أحد يستطيع أن ينكر دور وسائل الإعلام في مرحلة التحول الديمقراطي والإصلاح السياسي للدول لاسيما في أوقات الأزمات السياسية والفترات الاقتصادية الحرجة التي تعيشها الشعوب، ففي العصر الحالي يعتبر الإعلام من أهم ركائز المجتمع، حيث يتم الاعتماد عليه في تشكيل رأي عام تجاه الأزمات المجتمعية المختلفة، ويتشكل دور وسائل الإعلام في عملية الإصلاح السياسي والديمقراطي على مقدار الحرية المتاحة لها في المجتمع، إضافة إلى طبيعة العوامل الثقافية والاجتماعية والسياسية المتأصلة في المجتمع، فطبيعة ودور وسائل الإعلام في تدعيم الديمقراطية، وتعزيز قيم المشاركة السياسية، وصنع القرار السياسي، يرتبط بفلسفة النظام السياسي الذي تعمل في ظله وسائل الإعلام، ودرجة الحرية التي تتمتع بها داخل البناء الاجتماعي.

ونتيجة التطور السريع في وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بوجه عام وانتشار القنوات الفضائية بشكل خاص كأدوات منوط بها توفير المعلومات وتقديم الشروح والتفسيرات بل والتصورات المستقبلية، أصبحت مسئولة عن توعية الجماهير بالسلوك الأمثل في التعامل مع الأزمة، ولهذا تشير الدراسات الحديثة في مجال إدارة الأزمات إلى الدور الفعال لوسائل الإعلام كأبرز الآليات وأهمها في التعامل مع الأزمات والكوارث في المجتمعات حالياً.

حيث يسعى الإعلام عند حدوث الأزمات إلى الحصول على المعلومات الخاصة بالأزمة والقيام بالاستعانة بالخبراء لإجراء التحليلات والتعليقات، والهدف من ذلك هو خلق رأي عام واع ومستنير ومهيأ لامتصاص ما حدث.

وبناءً على ما سبق نتساءل: هل استطاع الإعلام الفلسطيني (الفضائيات) ربط جمهوره به في أوقات الأزمات بالفعل، وهي أكثر الأوقات التي بإمكان الجمهور الاعتماد منها على وسائل إعلامية محلية، لثقته فيها ولفاعلية دورها في إشباع احتياجاته من المعرفة؟ هذا ما سيتم الإجابة عليه من خلال مناقشة النتائج الميدانية لهذه الدراسة.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

مشكلة الدراسة:

تشير الدراسات والبحوث الإعلامية إلى أهمية البرامج الحوارية وتميزها كأحد القوالب التي تقدمها محطات التلفزة في عرض المفاهيم والموضوعات السياسية بشكل عام، وتهيئة الجماهير لتقبل السياسة في ضوء الإطار العام لبيئة المجتمع مع مراعاة مواكبة تلك البرامج وما تتضمنه من معلومات لما يدور على مسرح السياسة من أحداث ومتغيرات، وتتحدد المشكلة البحثية لهذه الدراسة في معرفة تأثير البرامج الحوارية السياسية والتي تقدم في المحطات الفضائيات الفلسطينية على اتجاهات الجمهور الفلسطيني نحو الأزمات الفلسطينية، ومعرفة الأساليب المعمول بها لزيادة نسبة المتابعة والتفاعلية، وأهم معوقات تلك العملية الاتصالية، واستراتيجية

القناة أثناء وجود الأزمة، وطرق عرض الأزمة، ومسارات الإقناع المستخدمة من تلك البرامج الحوارية السياسية، وأثر الحزبية والتحيز على الأثر المتحقق من تناول هذه الأزمات عبر تلك البرامج، ودرجة احترام الفضائيات الفلسطينية لذكاء المتلقي، ومعرفة مدى الانسجام والتفاعل بين الجمهور الفلسطيني والبرامج الحوارية السياسية، فضلاً عن دراسة العوامل والمتغيرات التي تضعف أو تدعم تشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو تلك الأزمات.

أهمية الدراسة:

- 1 - تقديم بعض المؤشرات عن السياسة الإعلامية والاتجاهات السياسية للفضائيات الفلسطينية، ودورها كمصدر للحصول على المعلومات السياسية، أي كأداة اتصال لنقل المعلومات السياسية، ومدى اعتمادها كوسيلة اتصال حزبية لنقل المعلومات للرأي العام في بلد يموج بالأحداث والقضايا الساخنة التي يمتد تأثيرها لتشمل أبعاداً إقليمية ودولية.
- 2 - تطوير أداء البرامج الحوارية في الفضائيات الفلسطينية في ضوء التعرف على معايير السياسة الإعلامية، والأخذ بالنتائج والتوصيات لتجنب الأخطاء، ولتحسين أداء العاملين فيها، ويمكن أن يستفيد منها الكثير من المراكز البحثية والدراسات ومراكز التوثيق الإعلامي.
- 3 - زيادة دور البرامج الحوارية السياسية، على المستويين المحلي والعالمي، وضرورة معرفة مدى أهميتها في استقاء المعلومات السياسية، وخاصة أثناء الأزمات.
- 4 - كم الأزمات في المجتمع الفلسطيني، وخاصة الأزمات الناتجة عن الممارسات غير الأخلاقية لدولة الكيان الإسرائيلي، وهذه الدراسة تؤسس لقياس مدى فاعلية المحطات الفضائية الفلسطينية وبرامجها الحوارية في معالجة تلك الأزمات، مما يتيح قراءة أفضل لاتجاهات الجمهور في القضايا المطروحة، فمعرفة التفاعل مع تلك البرامج من قبل الجمهور الفلسطيني، يدل على كيفية تعاملهم مع هذه القضية أو تلك خلال الأزمات، وهذا يساعد في تفسير نتائج الدراسة.
- 5 - معرفة مدى تأثير الجمهور الفلسطيني بالرسائل الاتصالية الإقناعية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، ومدى تفاعل الجمهور معها.
- 6 - تطبيق نظرية التهيئة المعرفية، في قضايا وأزمات ذات أهمية بالنسبة للمجتمع الفلسطيني.

أهداف الدراسة:

- 1 - معرفة مدى متابعة الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات، والتأثيرات الناتجة عن هذه المتابعة.
- 2 - معرفة العوامل المؤثرة على تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات، ودرجة الثقة في تلك البرامج.

- 3 - معرفة حجم متابعة الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية، وأبرز الأزمات التي يتابعها.
- 4 - معرفة تأثير المتغيرات الديموغرافية: العمر، المستوى التعليمي، والاقتصادي، والانتماء الحزبي، والمهنة، وطبيعة الأزمة من حيث النوع والمكان، ومدى الاهتمام، على كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية.
- 5 - معرفة الأساليب التي تنتهجها القناة لدعم المصادقية، والعمل على زيادة الثقة المقدمة في البرامج الحوارية السياسية التي تقدمها.
- 6 - تقييم سلوك واتجاهات الجمهور الفلسطيني عينة الدراسة بعد التعرض لمحتوى البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، وخاصة معالجة أزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة.
- 7 - تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل معالجة البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية للأزمات المختلفة، وانعكاس هذه المعالجة على اتجاهات الجمهور الفلسطيني نحو تلك الأزمات.

الدراسات العلمية السابقة:

تعتبر البرامج الحوارية من أنواع البرامج الهامة التي يعتمد عليها المتلقي في استقاء المعلومات، وتشكيل المعارف وتوفير المعلومات حول الكثير من القضايا المجتمعية، حيث بحث العديد من الدراسات هذه العلاقات، وتم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين أساسيين: **الأول** دور البرامج التليفزيونية في معالجة الأزمات، **والثاني** تعرض الجمهور للبرامج الحوارية السياسية وتأثيرها فيه.

المحور الأول: دور البرامج التليفزيونية في معالجة الأزمات:

1 - دراسة (جعفر محمد، 2024) حول البرامج الحوارية التليفزيونية في أوقات الأزمات السياسية: دراسة قيمية لعينة من برنامج «أستوديو الجزائر» بقناة البلاد الجزائرية.

تهدف هذه الدراسة إلى مقارنة قيمية للبرامج الحوارية في أوقات الأزمات السياسية، من خلال معرفة مدى حضور القيم في برنامج «أستوديو الجزائر» الذي يبث على قناة البلاد الجزائرية خلال تغطيته للأزمة السياسية في الجزائر 22 فيفري 2019. وتم اعتماد نظرية الحتمية القيمية في الإعلام كمدخل نظري للدراسة. واستخدمت الدراسة المنهج المسحي. كما استعان الباحث باستمارة تحليل المضمون تم تطبيقها على عينة قصدية تتكون من ثماني حصص تليفزيونية للبرنامج. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج منها أن أسباب الأزمة في الجزائر سياسية بالدرجة الأولى، وأن أهم القيم في برنامج «أستوديو الجزائر» تمثلت في القيم السياسية، كما كشفت الدراسة عن استخدام البرنامج للغة التخويف أثناء تغطية الأزمة ممثلة في التضخيم والتهويل، وأن أغلب النقد كان موجها للسلطة.

2 - دراسة (محمد أبو الفهم، 2023) حول معالجة القضايا السياسية الفلسطينية في القنوات العربية والموجهة باللغة العربية.

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل معالجة القضايا السياسية في نشرات وبرامج القنوات الفضائية العربية والموجهة باللغة العربية، وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو منظمة التحرير الفلسطينية. استخدمت الدراسة نظرية الأطر الإعلامية ومنهج المسح، وطبقت الدراسة التحليلية على قنوات فلسطين والنيل للأخبار والحرية وبي بي سي ومكان؛ خلال الفترة 1/12/2022 إلى 28/2/2023، والدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها 400 مبحوث من الجمهور العربي.

وخلصت الدراسة لعدة نتائج، منها: تصدرت الشخصيات الفلسطينية إجمالي ضيوف القنوات الفضائية في تناول الموضوعات، وجاءت قضية القدس في مقدمة القضايا السياسية الفلسطينية الأكثر تناولاً في القنوات الفضائية، حيث أن (64، 7%) من المبحوثين يتلقون معلوماتهم عن منظمة التحرير الفلسطينية من القنوات الفضائية العربية والإذاعات، وتوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تبني أطر القضايا السياسية الفلسطينية والاتجاهات نحو منظمة التحرير.

3 - دراسة (أحمدون أبو بكر، 2023) حول توظيف البرامج التفاعلية في مواجهة الأزمات: دراسة تحليلية.

تهدف هذه الدراسة بصفة أساسية إلى تحديد العلاقة بين فعالية البرامج التفاعلية بوسائل الإعلام العربية في مواجهة الأزمات، من خلال مضامين الرسائل التفاعلية (التليفزيونية على وجه الخصوص) لتفشي فيروس (Covid-19) وفعاليتها في مواجهة الأزمات الصحية، وإلى أي مدى تسهم مضامين الرسائل التفاعلية في ترسيخ قيم التوعية والتنوير العلمي عند حدوث الأزمات؟ وقد توصلت الدراسة إلى اعتماد البرنامج على تقديم التوعية والتنوير للجمهور مع الحرص على سلامة الجانب النفسي وتعزيز قيم الإيجابية، وهي نتيجة توضح دوراً مهماً يمكن لوسائل الإعلام القيام به في ظل الأزمات، وتزويد الجمهور وسبل مواجهتها. وحرص البرنامج على تنويع القوالب، والفقرات التي تقدم بها الرسائل مما يدل على حرصها على تحقيق الإقناع والتأثير الهادف إلى تنمية الجمهور، وتعزيز قدراته لمواجهة الأزمات. كما أوصت الدراسة بضرورة تناول وجهات النظر المختلفة لتعزيز روح حرية التناول الحر، إلا أن مسؤولية الإعلام تجاه المجتمع تحتم ضرورة تبني المعلومات المنقحة والمنتقاة لخدمة المجتمع. ولا بد من الاهتمام بتوظيف التفاعلية في توعية الجمهور وإقناعه بسبل مواجهة الأزمات.

4 - دراسة (نهي العبد، 2017م) اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات، تطبيق على أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة.

هدفت الدراسة لمعرفة مدى اعتماد الجمهور العربي على القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية، ومستويات التعرض، وخاصة أثناء وجود الأزمات، وأجريت الدراسة على عينة من الشباب العربي المعتمد على القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية.

وبيّنت نتائج الدراسة أنّه ثمت ارتباطات دالة إحصائياً بين معدلات تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية، ومعدلات اعتمادهم عليها للحصول على المعلومات بشأن الأزمة، وأنه يوجد علاقة دالة إحصائياً بين اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية، ودافعي الفهم والتوجيه.

5 - دراسة (علي جمعة، 2020، الشباب السوري ومدى اعتماده على البرامج الحوارية التلفزيونية أثناء الأزمات).

سلطت الدراسة الضوء على الشباب السوري ومدى اعتماده على البرامج الحوارية التلفزيونية أثناء الأزمات. واستخدمت الدراسة المنهج المسحي المعتمد على المنهج الوصفي. وتمثلت أداؤها في استمارة استبيان، والتي تم تطبيقها على عينة مكونة من (400) شاب من الشباب السوري المقيمين داخل سورية وخارجها ممن هم بين 18-30 سنة. وجاءت الدراسة في ثلاثة محاور، استعرض الأول نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال أصولها وتطورها. وتناول الثاني مفهوم الأزمة وخصائصها ومراحل إدارتها، ومراحل تطورها. وكشف الثالث عن دور الإعلام في إدارة الأزمات. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج والتي منها، أن النسبة الأكبر من الشباب السوري يتابعون القضايا المتعلقة بالأزمة في سورية وكل ما يجري حولها، وأن أكثر البرامج متابعه من قبل الشباب السوري، هو برنامج لعبة الأمم الذي يقدمه الإعلامي («سامي كليب») على قناة الميادين، وجاء في المرتبة الثانية برنامج آخر ساعة على قناة العربية الذي يقدمه («طاهر بركة»)، في حين أتت الجزيرة في المرتبة الثالثة، كما أثبتت النتائج أن النسبة الأكبر من الشباب السوري مهتم بالإضاءة المناسبة في البرنامج الحواري المقدم، وجاء بأعلى نسبة.

المحور الثاني: تعرض الجمهور للبرامج الحوارية السياسية وتأثيرها فيه:

1 - دراسة (سما إبراهيم، 2025) حول اتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية المجتمعية المقدمة في البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاه الجمهور نحو قضايا التنمية المجتمعية المقدمة في البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الميداني، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية من مشاهدي البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية قوامها 428 مفردة، بواقع 245 مفردة من الذكور، و183 من الإناث في المرحلة العمرية 18 سنة فأكثر. وتوصلت الدراسة إلى أن المشروعات التنموية المتعلقة بالبنية التحتية والصحة العامة تحظى بأعلى مستويات المتابعة من قبل المشاركين في وسائل الإعلام، إذ حصل مشروع بناء المدن السكنية الجديدة على أعلى وزن نسبي بلغ 60.4%، يليه مشروع العاصمة الإدارية الجديدة بوزن نسبي 60.2%، كما حصلت مبادرة 100 مليون صحة على وزن نسبي 59.3%. وقد تصدر دافع الحصول على المعلومات مقدمة دوافع متابعة قضايا التنمية والمبادرات الاجتماعية، وعكست النتائج اهتماماً واضحاً بالمبادرات التنموية خاصة تلك التي تتعلق بالتأمين الصحي، والمسؤولية الاجتماعية، مما يشير إلى إدراك واسع لأهمية هذه

البرامج في تحسين جودة الحياة. وأشارت النتائج إلى أن هناك تركيزاً إعلامياً على الترويج لإنجازات الدولة حيث أشار بذلك 73.4%، والترويج لاستراتيجيات التنمية 74.7%، وهو ما يعكس دور الإعلام في تشكيل الرأي العام حول جهود الدولة التنموية.

2 - دراسة (محمد حسن، 2024) حول اعتماد الجمهور العراقي على البرامج الحوارية التلفزيونية المقدمة على المواقع الإخبارية الإلكترونية في الحصول على المعلومات حول نتائج الانتخابات العراقية.

استهدفت الدراسة رصد التغطية الإخبارية التي تقدمها البرامج الحوارية في المواقع الإخبارية الإلكترونية عن الانتخابات العراقية، وقياس مستوى اعتماد الجمهور العراقي على البرامج الحوارية المقدمة على المواقع الإخبارية ومعرفة المعلومات التي يحصل عليها حول نتائج الانتخابات العراقية، ودراسة مدى تحقق معايير ثراء الوسيلة الإعلامية في البرامج الحوارية المقدمة على تلك المواقع. تم اختيار عينة من البرامج الحوارية التلفزيونية المقدمة على المواقع الإخبارية، خلال فترة ثلاثة شهور، وأجريت دراسة ميدانية على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الجمهور العراقي. وتوصلت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية على المواقع الإخبارية الإلكترونية ودوافع التعرض لها لمتابعة القضايا السياسية؛ مما يعني أنه كلما ارتفع كثافة تعرض عينة الدراسة لتلك البرامج الحوارية كلما كان ذلك سبباً في ارتفاع أسباب تعرضهم لها بهدف متابعة القضايا السياسية العراقية. ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تقييم عينة الدراسة لفاعلية مناقشة المعلومات السياسية العراقية بالبرامج الحوارية والاعتماد عليها في الحصول على معلومات عن الانتخابات العراقية.

3 - دراسة (حسين عباس، 2024)، حول دور البرامج الحوارية في فضائيات الأحزاب الإسلامية بترتيب أولويات الجمهور العراقي إزاء القضايا الوطنية.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على طبيعة الدور الذي تؤديه البرامج الحوارية في فضائيات الأحزاب الإسلامية العراقية في ترتيب أولويات الجمهور العراقي إزاء القضايا الوطنية، والتعرف على أسباب تفضيل الجمهور للبرامج الحوارية في فضائيات الأحزاب الإسلامية، وأبرز القضايا الوطنية التي يتابعها الجمهور عبر هذه البرامج، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل أولويات المبحوثين وبناء اتجاهاتهم نحو القضايا الوطنية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني، بالتطبيق على عينة قوامها 600 مبحوث من سكان محافظة بغداد، وتوصلت الدراسة إلى أن حدود متابعة البرامج الحوارية في قناة العهد بلغت 66.8% بينما قناة الفرات بلغت 65.1%، وتبين أن القناتين تعملان على تقديم مقترحات لتعزيز القضايا الوطنية، وتقدمان وجهات نظر مختلفة وتعرفان بالقضايا الوطنية المطروحة، واتضح أن أبرز العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الجمهور طبيعة القضايا التي تطرحها القناة والأساليب الإقناعية في التركيز على تلك القضايا.

4 - دراسة (أحمد الشحات، 2024) حول دور البرامج التليفزيونية الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري وسلوكياته الاتصالية نحو قضايا التعليم قبل الجامعي.

استهدفت الدراسة رصد مدى اعتماد عينة من الجمهور المصري على البرامج الحوارية في متابعة قضايا التعليم قبل الجامعي واتجاهاتهم وسلوكياتهم الاتصالية نحوها ومدى تبنيهم لأطر معالجة هذه البرامج لها، بالإضافة إلى التعرف على رؤية الخبراء لواقع تلك القضايا وتقييمهم لمعالجة هذه البرامج لها. اعتمدت الدراسة على منهج المسح والمنهج المقارن. قام الباحث بتحليل مضمون ثلاثة برامج حوارية، وتم تطبيق استمارة استبيان على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الجمهور المصري. وتوصلت الدراسة إلى تبني البرامج اتجاهها سلبيا نحو واقع قضايا التعليم قبل الجامعي في مصر من خلال الاعتماد على عدة أطر جاء إطار المسؤولية في مقدمتها. وأن معظم المبحوثين لديهم اتجاه محايد نحو واقع قضايا التعليم قبل الجامعي وسلوكياتهم الاتصالية سلبية نحوها. وتبنى الخبراء اتجاهها سلبيا نحو واقع الغالبية العظمى من قضايا التعليم قبل الجامعي في مصر. كما أكد الخبراء على أن هذه البرامج لم تناقش كافة الجوانب المتعلقة بقضايا التعليم قبل الجامعي التي اقتضت مناقشتها على الأحداث الطارئة والموسمية مثل الامتحانات وبداية العام الدراسي بالاعتماد على ممثلي الجهات الحكومية.

5 - دراسة (GylInn, 2017) وعنوانها تأثير مشاهدة البرامج الحوارية السياسية على الجمهور.

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير مشاهدة البرامج الحوارية السياسية على الجمهور، وذلك بالانطلاق من فروض مدخل الاعتماد ومدخل ترتيب الأولويات.

وتوصلت الدراسة إلى أن مشاهدة البرامج الحوارية السياسية تؤثر في مستوى معلومات الجمهور السياسية ونوعيتها لدى عينة الدراسة؛ وتضع قضاياها في أولوية اهتماماتهم، وتشجعهم على البحث والتعرض لوسائل أخرى من أجل معرفة معلومات مفصلة حولها.

تساؤلات الدراسة الميدانية:

- 1- ما معدلات متابعة الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات، وما معدل اعتماده عليها للحصول على المعلومات؟
- 2- هل يرى الجمهور الفلسطيني أن المضامين المقدمة في البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات، كافية لزيادة إدراكهم للواقع السياسي؟
- 3- ما أهم القضايا السياسية التي يتابعها الجمهور الفلسطيني في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية أثناء الأزمات، والتي تؤثر في وعيه السياسي؟
- 4- ما أهم البرامج الحوارية السياسية التي يتابعها الجمهور الفلسطيني؟

- 5- ما مدى ثقة المبحوثين في القنوات الفضائية الفلسطينية التي تتناول الأزمات.
- 6- ما هي اتجاهات المبحوثين نحو الأزمات التي تتناولها البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الفلسطينية وخاصة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة.
- 7- ما هي اتجاهات الجمهور الفلسطيني عينة الدراسة نحو الكيانات السياسية الفلسطينية (حكومة د. محمد مصطفى- إدارة حماس في قطاع غزة).

فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات؛ وكل من مستوى معرفته بتلك الأزمات، ودرجة الثقة بالبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية الفلسطينية.
- 2- يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات، والتأثيرات الناتجة عن مشاهدة هذه البرامج (معرفية - وجدانية - سلوكية).
- 3- يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى الاهتمام بأزمة عدوان الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة، ومستوى مناقشة الجمهور الفلسطيني لتلك الأزمة.
- 4- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين معدل متابعة الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات، واتجاهاتهم نحو أداء كل من (الحكومة الفلسطينية، ادارة حماس في غزة).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع البحث ومنهجه.

ينتهي هذا البحث للبحوث أو الدراسات الوصفية Descriptive Study التي تهتم بتصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة معينة كمياً وكيفياً؛ وذلك بهدف الحصول على معلومات دقيقة عن الظاهرة، من حيث تركيبها وخصائصها والعوامل المؤثرة فيها (محمد عبد الحميد، 2000م)، حيث تم استخدام منهج المسح Survey الذي يُعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية، وتم استخدام منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي (سامي طابع، 2001م)، ويستند الباحث إلى منهج المسح الوصفي الذي يحاول وصف أو تسجيل المواقف الحالية أو الاتجاهات وشرح ما هو موجود حالياً في الظاهرة محل الدراسة (Wimmer & Domminick, 2006) أما منهج المسح التحليلي فيطبق في تلك الدراسة من خلال مسح الرأي العام؛ لمعرفة رأي الشباب واتجاهاته نحو الأزمات الفلسطينية، وتحليل وتفسير أسباب انتشار الظاهرة من عدمه وربطها بالتعرض للقنوات الفضائية الفلسطينية.

- عينة ومجتمع البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور الفلسطيني، ممن يقيم داخل فلسطين تحديداً في الضفة الغربية وقطاع غزة، حيث يمكن أن يتبنى الجمهور الفلسطيني في طرح رؤية مستقبلية عن الدور الذي يمكن أن تقوم به الفضائيات الفلسطينية من خلال البرامج الحوارية السياسية، في معالجة العديد من الأزمات التي يمر بها الشعب الفلسطيني بطريقة موضوعية متوازنة مواكبة لمستحدثات العمل الإعلامي، وتم اختيار عينة عشوائياً وفقاً للتمثيل النسبي، وتتمثل عينة الدراسة في الجمهور الفلسطيني من مشاهدي البرامج الحوارية السياسية المقدمة في القنوات الفضائية الفلسطينية قوامها (٤٠٠) مبحوث من الجمهور الفلسطيني المتواجد في الضفة الغربية وقطاع غزة، وذلك خلال المدة من 20/3/2025 إلى 15/4/2025 م.

- أداة جمع البيانات:

تم تصميم صحيفة استبيان، تتضمن جميع المتغيرات التي تحقق أهداف الدراسة، حيث وضع المحاور الرئيسية لها، وثمة تم صياغة الأسئلة في كل محور، وإعطاء البدائل الممكنة لكل سؤال.

الإطار النظري: نظرية التهيئة المعرفية Cognitive Priming Theory كمدخل نظري للدراسة.

مفهوم التهيئة المعرفية:

وفقاً لفرضية نظرية التهيئة المعرفية، يعتمد الجمهور على المعلومات الأسهل في الوصول إليها في ذاكرتهم عند اتخاذ قراراتهم، وفي مجال الدراسات الإعلامية، تنص فرضية التهيئة على أن الأجندة الإعلامية تؤثر على المعايير التي يستخدمها الجمهور في تقييم أداء القائمين على الساحة السياسية، وتعد التهيئة المعرفية « لوسائل الإعلام أحد امتدادات نظرية ترتيب الأولويات، ويتم ذلك من خلال أولاً: التركيز على بعض الموضوعات دون غيرها حيث تؤثر وسائل الإعلام على ترتيب الموضوعات التي يدرك الجمهور أهميتها من خلال جعل هذه الموضوعات البارزة موجودة دائماً في ذاكرة الفرد وهذا هو دور ترتيب الأولويات، وثانياً: يستخدم الناس هذه الموضوعات التي تعد أكثر بروزاً ويمكن الوصول إليها في الذاكرة لتقييم أداء القائمين على الساحة السياسية، بمعنى أنه عن طريق تهيئة موضوع ما فإن وسائل الإعلام يؤثر على المعايير التي يقيم بها الجمهور السياسيين (Sheafer & Weimann, 2015).

وتمارس وسائل الإعلام وظيفة معرفية مهمة خلال مرحلة التحول الديمقراطي من خلال التهيئة المعرفية cognitive priming للرأي العام من خلال إمداده بالتفاصيل المعلوماتية اللازمة لتقييم أداء الرؤساء والحكومات والسياسيين بشأن القضايا والأزمات المختلفة في المجتمع (عدلي رضا و خالد صلاح الدين، 2013 م).

فروض نظرية التهيئة المعرفية: تتبنى النظرية عددًا من الفروض الرئيسية كما يلي:

1 - فرضية إمكانية الاسترجاع: الأفكار التي لها علاقة ببعضها البعض تتصل في شبكة عقلية، واستثارة أحد هذه الأفكار يؤدي لاستثارة الأفكار الأخرى المرتبطة بها من الذاكرة في إطار السياق الذي تدور فيه، حيث يُعرف مفهوم إمكانية الاسترجاع بأنه مدى الاستعداد لاسترجاع بناء مختزن في الذاكرة، ومدى احتمال استخدامه في معالجة المعلومات، فتركيز وسائل الإعلام على قضايا سياسية معينة، يزيد من إمكانية استرجاع أفكار معينة يعتمد عليها الأفراد في إصدار تقييماتهم السياسية، وكذلك فإن تغطية وسائل الإعلام لمشكلة معينة تمد الجمهور بمعلومات تكون أكثر حضوراً في الأذهان لحداتها، كذلك هذه التغطية تدفع الجمهور لاسترجاع المعلومات التي عرفوها قبل ذلك عن المشكلة؛ وبالتالي فإن المعلومات التي تم اكتسابها مؤخراً وتلك التي اكتسبت في وقت سابق تصبح جاهزة في الذهن؛ وأكثر تأثيراً (أيمن نداء و شيماء ذو الفقار، 2014م).

2 - فرضية المسؤولية: تركيز وسائل الإعلام على أزمة معينة يؤدي لوضوح الأزمة؛ أو بروزها، مما يؤدي إلى زيادة التهيئة العامة للجمهور بشأن تلك الأزمة (Moy, Michael & Verena, 2016) ويعرف البروز بأنه كثافة الفترة الزمنية التي يتم خلالها معالجة أزمة ما بأهمية كبيرة من خلال وسائل الاتصال المتفاعلة معها، ويحدد مدى بروز الأزمة حسب التغطية الإعلامية لها ونسب معرفة الجمهور بها مع التأكيد أنها أهم الأزمات التي تواجه المجتمع خلال هذه الفترة (Martinez, 2012)، وبالتطبيق على الدراسة فإن اهتمام البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية على الأزمات السياسية حسب الأزمة المثارة بشكل أساسي يؤدي إلى بروزها لدى الجمهور عن غيرها من الأزمات الأخرى عامة أو الأزمات السياسية الأخرى التي لم تحظ بأي تركيز، وبالتبعية يزداد قبول الجمهور لها وهو جمهور الشباب الفلسطيني، وبالتبعية التأثير على تقييماته اتجاهاته نحو الأزمة الأكثر بروزاً.

كلما ازداد الانتباه لأزمة معينة داخل البيئة المعلوماتية للفرد، فإن هذه الأزمة سيكون لها أهمية أكبر عند تقييمها، وفي الواقع، يزايد اهتمام الجمهور بشأن أزمة محددة قد يتسبب إما في أن يحتفظ الجمهور بأكثر الاعتبارات المرتبطة بالأزمة، أو يميل الجمهور إلى أن يكون أكثر حماساً واهتماماً لتوضيح الأزمة ذات الصلة بالمعلومات التي يوجهونها (Lecheler, Vreese & Slothus, 2012).

إن الأشخاص الأكثر معرفة أو خبراء في الأزمة يكونوا الأقل استجابة للتهيئة؛ ويرجع ذلك جزئياً لأنهم لديهم إدراك واف مسبق ليكونوا محصنين ضد التهيئة (Donovan, Tolbert & Smith, 2012).

3- فرضية الملاءمة:

تظل معايير تقييم ما ثابتة نسبياً؛ أي التغيرات التي تحدث في تقييم أزمة ترجع أساساً إلى التغير في الأهمية النسبية التي يوليها الجمهور للاعتبارات المختلفة التي يبنى على أساسها التقييم؛ أي أن التأثير هو التغيير في درجة بروز هذه الاعتبارات والمعايير (Shirley, 2012)

ويوجد عدد من العوامل المؤثرة على إحداث تأثير البروز متمثلة في طبيعة الأزمة ومدى مخاطبتها لقطاع كبير أم صغير؟ هل تتسم الأزمة بالحدثية أم قديمة؟ وكذلك طبيعة الأحداث الأخرى المحيطة بالأزمة البارزة، علاوة على حجم وطبيعة التغطية الإعلامية للأزمة، وأخيراً الأهمية المدركة للأزمة وهي المعايير التي تم مراعاتها كمتغيرات وسيطة في الدراسة الميدانية. وأشارت الدراسات الإعلامية إلى أن مسألة «البروز» لأزمة ينبع من ارتفاع الأهمية الشخصية بين المواطنين، فضلاً عن زيادة الاهتمام من النخب والمناقشة المستمرة بشأن هذه الأزمة (Michael, Carranza & Craig, 2013)، إذن يحتاج الفرد إلى أن يرفق بالأزمة المهمة له قدرًا كبيرًا من المصلحة الشخصية، وهذا بدوره يدفع لخلق وتعزيز الرأي، علاوة على ذلك، فإن الأهمية تتأثر من خلال درجة التماثل التي يشعر بها الفرد مع الجماعة الاجتماعية التي لها نفس المصلحة من هذه الأزمة.

أيضاً ميول الفرد مثل القيم والمعتقدات تؤثر على أهمية الأزمة، ومع ذلك مستويات المصلحة والاهتمام ليست مستقلة عن بيئة المعلومات والرأي التي يتواجد فيها الفرد كما أن بعض الأزمات تعتبر «ساخنة على الأجندة السياسية، والبعض الآخر يلقى فقط قليلاً من الاهتمام» (Lemarie, Chebat & Bellavance, 2018)، وهناك معيار آخر مؤثر في التهيئة وهو مصدر المعلومة، حيث إن الوصول للمعلومة وحدها لا يؤدي فقط إلى التهيئة، ولكن الجمهور استخدم مصادر إعلامية موثوق فيها لاختيار معلومات الأزمة (Boyle, 2014)، فالتهيئة تحدث في مضمون مستوى التقييمات الشخصية لدى عضوية مجموعتهم، ومع مرور الوقت تختلف معايير التقييم اعتماداً على التغيرات في البيئة السياسية؛ وبالتالي البيئة المعلوماتية ونظراً لعناصر تقييمات الأفراد بالنسبة لمسألة معينة، وأن تغيير المعايير يُغير أيضاً العلاقة الأساسية بين الجمهور والمسؤولين الحكوميين وفق القضايا التي يتوقع المواطنون من المسؤولين كيفية التصرف حيالها (Holmes & Doorn, 2012)

المتغيرات التي تؤثر في العلاقة بين التهيئة المعرفية واتجاهات الجمهور:

يوجد نوعين من المتغيرات الأول يتعلق بالرسالة، مثل كثافة الرسالة Message Intensity، وحيوية الرسالة Vividness، وانتشار الرسالة Pervasiveness، وسهولة فهم الرسالة Ease of Comprehension، ودرجة تحيز الرسالة Degree of Partisanship وكيفية معالجة الأزمة، ومدى نسب مسؤوليته إلى جهة بعينها. والمتغير الثاني يتعلق بالجمهور (الشباب) مثل

الاندماج Involvement، المعرفة السياسية Knowledges، الاهتمام السياسي Interest، التعصب Partisanship، الانتماء الحزبي Party Identification، الثقة في الوسيلة Media Trust، والمتغيرات الديموغرافية، ومستوى الذكاء، وتقدير الذات (شيماء ذو الفقار، 2007م)، ويمكن

توضيح بعض هذه المتغيرات التي ستستخدمها الدراسة الحالية:

1 - معدل التعرض للأزمة: إن نظرية التهيئة المعرفية تفترض أن التعرض الكثيف لأزمة بارزة يؤدي إلى نشاط أقوى وأكثر تكرارا لعناصر التفكير المرتبطة بهذه الأزمة، بمعنى إنه كلما زاد التعرض لمحتوى الميديا زاد تأثير التهيئة المعرفية لوسائل الإعلام، ولذلك اعتبر أينجار وكيندر أن المحتوى الإعلامي عامل من عوامل التهيئة المعرفية Priming Agent، وبذلك فهو يرتبط مباشرة بمتغيرات التعرض لوسائل الإعلام (غادة مصطفى، 2013م).

2 - المعرفة السياسية: وجد كل من Krosnick and Brannon عام 1996 أن الأفراد الأكثر معرفة سياسية، يمكن أن يضيفوا معنى على القصة الخبرية بشكل سريع وسهل وكذلك هم أكثر كفاءة في تخزينها واسترجاعها من الذاكرة، في المقابل الأفراد ذوو الحد الأدنى من المعرفة السياسية من المفترض أن نجدهم أكثر صعوبة في تفسير المعلومات السياسية الجديدة ومن غير المرجح تخزين المعلومات في الذاكرة وصعوبة في استرجاع ما تم تخزينه من معلومات، لذلك فإن تأثيرات التهيئة الإعلامية من المفترض أن تكون أكبر بين أفراد المعرفة العالية عن غيرهم من أصحاب المعرفة المنخفضة، أيضاً معظم دراسات التهيئة بشكل عام تفترض أن المواطن الأقل وعياً سوف يكون أكثر عرضة لقبول المعلومات (Claassen, 2008).

3 - الاهتمام السياسي: افترض بعض الباحثين ضعف تأثير التهيئة المعرفية لدى الأفراد الأكثر اهتماماً بالسياسة حيث إن هؤلاء الأفراد يكونون أكثر استعداداً لاستقبال الرسائل الأساسية بالإضافة إلى التفاصيل أيضاً كما أنهم أكثر احتمالية للتفكير في الشؤون السياسية الأمر الذي يكون لديهم مجموعة من الأحكام السياسية التي يحفظونها في ذاكرتهم وهو ما يؤدي إلى ضعف تأثير التهيئة لديهم بعكس الأفراد الأقل اهتماماً بالسياسة والذين يستقبلون الرسائل فحسب ولا يهتمون كثيراً بالأخبار السياسية لذلك هم الأكثر تأثراً بالتهيئة المعرفية (شيماء ذو الفقار، 2007م)، وبشكل عام فإنه بقياس المتغيرات بشكل مستقل، فإن كلاً من المعرفة السياسية ومعدل التعرض للقضية البارزة في وسائل الإعلام والاهتمام السياسي؛ يبدو أن لها نفس التأثير في عملية التهيئة المعرفية؛ فالأكثر اهتماماً بالسياسة يتأثر قليلاً بالتهيئة. كما أثبتت بعض الدراسات السابقة، ولكن عندما تقاس هذه المتغيرات معاً؛ يصبح لها تأثيرات متعارضة في عملية التهيئة، فالأكثر معرفة بالسياسة أكثر تأثراً بالتهيئة، والأكثر تعرضاً واهتماماً بالشؤون السياسية أقل تأثراً بالتهيئة (نشوى عقل، 2006م)، وقد قامت بعض الدراسات بدمج متغيرات التعرض والمعرفة السياسية والاهتمام السياسي بمتغير أكبر أطلق عليه متغير الاندماج السياسي.

4 - نوع الوسيلة: ترى بعض الدراسات ما يميز التلفزيون أنه يقدم تغطية مبسطة للأخبار، وتركز أخبار التلفزيون على عناصر الصوت والصورة فيما يعرف بفرضية التأثير المرئي، بمعنى ربط الأفكار والصور بطريقة غير مباشرة؛ مما يكسبها قوة في تكوين الانطباعات (Rhee, 2003) ؛ لذا فإن نقص المعلومات الجوهرية من خلال التلفزيون يعد عقبة في نجاح عملية التعلم من المعلومات الجديدة، إلا أن دراسات أخرى لم تجد فرقا بين وسيلة وأخرى في التصورات التي يكونها الناخبون عن المرشحين، والاختلافات تكمن في الأهمية الممنوحة للأزمة وتقييمها. (Mendelsohn, 1994)

5 - الثقة بالوسيلة: يؤثر مستوى الثقة في معالجة الوسيلة للأزمات التي تقدمها في تقييم الرسائل الإعلامية التي يستقبلونها من خلال هذه الوسيلة وبالتالي في تأثير التهيئة المعرفية التي تحدثها تلك الرسائل (ولاء العقاد، 2024).

6 - نسب المسؤولية: تزداد التهيئة المعرفية في حال تقديم الرئيس (أو موضوع التقييم) في صورة المسؤول عن الأزمة، في حين إنه حينما أُلقيت المسؤولية على قوى أخرى غير الرئيس كانت التهيئة ضعيفة التأثير. كما اتضح أن تأثير التهيئة كان أكثر تأثيرا في حالة الأزمات الجديدة (المستمرة) نسبيا على أجندة المجتمع، حيث يكون فهم الجمهور لها أقل ثباتا وتشكيلا اتجاهاتهم ضعيفا (Iyenger & Kinder, 1987).

7 - الانتماء الحزبي: يؤدي الانتماء الحزبي (حزب النظام) دور في معالجة الأزمات وذلك بالتقليل من خطورة السلبيات والتضخيم من أهمية الإيجابيات، ويرتبط ذلك طرديا بشدة الانتماء الحزبي، كما يحدث العكس بالنسبة للمنتسبين لأحزاب المعارضة (Ostrom & Simon, 2003)، إذن الأفراد الذين لا ينتمون لأي حزب (المستقلين) يكونون أكثر تأثرا بوسائل الإعلام، وبالتالي الانتماء الحزبي يؤثر على اتجاهات أفراد المجتمع، فإذا كان الفرد ينتمي للحزب الحاكم فإنه يرى أداء النظام السياسي بصورة أفضل بغض النظر عن الظروف المحيطة والعكس صحيح (شيماء ذو الفقار، 2007م).

نتائج الدراسة الميدانية:

1 - مدى متابعة الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية، المقدمة في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات.

جدول رقم (1) مدى متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الفلسطينية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	التكرار والنسبة مدى المتابعة
0.711	2.34	47.8	191	دائماً
		38.2	153	أحياناً
		14	56	نادراً
		100	400	الإجمالي

يتابع الجزء الأكبر من الجمهور الفلسطيني عينة الدراسة البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية الفلسطينية (دائماً) حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (47,8%) من إجمالي العينة، يليها (أحياناً) بنسبة (38,2%)، وفي المرتبة الأخيرة (نادراً) بنسبة (14%)، وتعكس هذه النتيجة أهمية البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية الفلسطينية، واستمرار المتابعة من قبل الجمهور الفلسطيني لهذه البرامج التلفزيونية كمصدر للمعلومات حول الأزمات المختلفة.

2 - ترتيب أهم البرامج الحوارية السياسية التي يحرص الجمهور الفلسطيني على متابعتها على القنوات الفضائية الفلسطينية أثناء الأزمات.

جدول رقم (2) ترتيب البرامج الحوارية السياسية التي يتابعها الجمهور الفلسطيني في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات

الترتيب أهم البرامج	الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس	الترتيب السادس	الترتيب السابع	الوزن المرجح	
								النقاط	الرتبة
ستوديو السابعة قناة معاً الفضائية	110	99	70	45	30	35	11	2065	14.8
في فلك السياسة قناة فلسطين الفضائية	106	94	71	48	33	28	20	2028	14.5
ثورة شعب قناة الأقصى الفضائية	120	85	63	45	30	35	22	2027	14.5
يحدث في فلسطين قناة النجاح الفضائية	107	78	70	62	43	23	17	2007	14.4
هذا المساء قناة القدس اليوم الفضائية	95	85	72	65	39	25	19	1981	14.2
حديث الساعة قناة الكوفية الفضائية	100	80	75	55	36	30	24	1967	14.1
حدث وأبعاد قناة فلسطين اليوم الفضائية	92	76	68	54	49	34	27	1898	13.6
مجموع الأوزان								13973	100

يتضح من نتائج الجدول السابق إن أكثر البرامج متابعة من قبل الجمهور الفلسطيني، هو برنامج ستوديو السابعة الذي يقدم على قناة معاً الفضائية بوزن نسبي مرجح بنسبة (14,8%)، تعتبر قناة معاً قناة مستقلة لا تتبع إدارياً لا لإدارة حركة حماس في قطاع غزة، ولا للحكومة الفلسطينية في الضفة الغربية، وأشارت العديد من الدراسات على وجود علاقة طردية بين اعتماد الجمهور على المضمون الإعلامي المتعلق بالأزمات، وقدرة القنوات الفضائية على تشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو الأزمات، وتوصلت دراسات عديدة على وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين القنوات الفضائية الإخبارية العربية، ودرجة اعتماد المبحوثين على تلك القنوات للحصول منها على معلومات أثناء الأزمات (أيمن أبو زيد، 2006م)، والشباب الفلسطيني مهتم للسرعة والأنية في متابعة الأحداث الجارية في فلسطين، وهذا ما أكدته دراسة سابقة حول

دور الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو الربيع العربي (خالد الصوفي و علي البريهي، 2014م)، حيث السرعة والأنية في دفع المبحوث إلى التعرض للوسيلة الإعلامية. وفي المرتبة الثانية جاء برنامج في فلك السياسة على قناة فلسطين الفضائية، بوزن نسبي مرجح بنسبة (14,5%)، وكذلك جاء برنامج ثورة شعب في مرتبة متساوية وبنفس الوزن النسبي المرجح مع برنامج في فلك السياسة، وهذه النتيجة تدل على تصدر برامج عينة الدراسة المتابعة من قبل الشباب الفلسطيني أثناء الأزمات المختلفة.

وجاءت قناة النجاح الفضائية ببرنامجها يحدث في فلسطين بالدرجة الرابعة، ضمن البرامج السياسية التي يتابعها الشباب الفلسطيني بوزن نسبي مرجح بنسبة (14,4%)، بينما الدرجة الخامسة كانت لبرنامج هذا المساء على قناة القدس اليوم الفضائية بوزن نسبي مرجح بنسبة (14,2%)، يليه برنامج حديث الساعة على قناة الكوفية الفضائية بوزن نسبي مرجح بنسبة (14,1%)، في حين جاء في المرتبة السابعة والأخيرة برنامج حدث وأبعاد على قناة فلسطين اليوم الفضائية بوزن نسبي مرجح بنسبة (13,6%).

تشير نتائج الجداول السابق إلى دور الفضائيات الفلسطينية في امداد الشباب الفلسطيني بالمعلومات أثناء الأزمات، وهناك عدة دراسات توصلت لدور الفضائيات الفلسطينية لدى المبحوث في الحصول على معلوماته، كدراسة (حسين أبو شنب وماجد التريان، 2006م).

3 - أبرز الأزمات التي يتابعها الجمهور الفلسطيني في البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية الفلسطينية أثناء الأزمات.

جدول رقم (3) أبرز الأزمات التي يتابعها الجمهور الفلسطيني في البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الفلسطينية

أبرز الأزمات	التكرار والنسبة	ك	%
عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة	324		81.0
التهجير القسري لسكان قطاع غزة خطة ترامب	171		42.8
اتفاق الهدنة بين حماس والاحتلال الإسرائيلي	127		31.8
معاناة الأسرى في سجون الاحتلال	112		28.0
معاناة النازحين في مراكز الإيواء في قطاع غزة	106		26.5
اعتداءات وانتهاكات المستوطنين في الضفة	105		26.3
تدمير البنية التحتية في غزة والضفة الغربية	90		22.5
الحملة العسكرية على شمال الضفة الغربية	88		22.0
احتلال محور فيلادلفيا وإغلاق معبر رفح	63		15.8
جملة من اجابوا	400		

من المسلم به اهتمام المتلقي بالمواضيع التي تشكل أهمية بالنسبة له والمواضيع القريبة منه ومن مجتمعه، والتي تشكل تهديداً له فالأشياء القريبة في الخبر الإعلامي تعنيه أكثر من البعيدة، حيث يقوم المتلقي بالاختيار وانتقاء الأزمات والقضايا والمشكلات التي تهمه وتمس مصالحه الشخصية ويكون على دراية بها، وعند مراجعة الجدول السابق يتبين أن أبرز الأزمات التي تم تناولها في المعالجة الإعلامية هي أزمات تمس مصالح المواطن الفلسطيني، ويتضح أن النسبة الأكبر من الجمهور الفلسطيني يتابعون أزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة، حيث بلغت النسبة (81%) من الأزمات.

وجاءت أزمة التهجير القصري لسكان قطاع غزة خطة ترامب في المرتبة الثانية بنسبة تكرار بلغت (42,8%)، فيما احتلت المرتبة الثالثة أزمة اتفاق الهدنة بين حماس والاحتلال الإسرائيلي بنسبة (31,8%)، يليها أزمة معاناة الأسرى في سجون الاحتلال بنسبة (28%)، ويليها أزمة معاناة النازحين في مراكز الإيواء في قطاع غزة بنسبة (26,5%)، يليها أزمة اعتداءات وانتهاكات المستوطنين في الضفة بنسبة (26,3%)، يليها أزمة تدمير البنية التحتية في غزة والضفة الغربية بنسبة (22,5%)، يليها أزمة الحملة العسكرية على شمال الضفة الغربية بنسبة (22%)، وفي المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية للأزمات جاءت أزمة احتلال محور فيلادلفيا وإغلاق معبر رفح بنسبة (15,8%).

4 - وجهة نظر الجمهور الفلسطيني عينة الدراسة حول رد فعل دولة الكيان الإسرائيلي على أحداث 7 أكتوبر.

جدول رقم (4) وجهة نظر الجمهور الفلسطيني عينة الدراسة حول رد فعل دولة الكيان الإسرائيلي على أحداث 7 أكتوبر.

وجهة نظر الجمهور	التكرار والنسبة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
نعم	118	29.5	1.71	0.457	
لا	282	70.5			
الإجمالي	400	100			

يتضح من نتائج الجدول السابق أن غالبية الجمهور الفلسطيني عينة الدراسة لم يتوقعوا ردة فعل دولة الكيان الإسرائيلي على أحداث 7 من أكتوبر بنسبة بلغت (70,5%)، ونرى أن هذه النتيجة واقعية وتتسق مع كل التجارب السابقة فيما يتعلق بالعدوان المتكررة على قطاع غزة، حيث كانت رادات الفعل من قبل دولة الكيان على أحداث مماثلة إلى حد ما، أقل حدة بكثير مما حدث، وكانت نسبة من توقعوا ردة فعل دولة الكيان الإسرائيلي على أحداث 7 من أكتوبر (29,5%)، ويمكن مبررهم هو أن حدة أحداث 7 من أكتوبر مختلفة تماماً عن ما سبقها من أحداث.

5 - مدى تأثير درجة اهتمام الجمهور الفلسطيني بالأزمة المطروحة في البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية الفلسطينية بالاتجاه الذي يتبناه نحوها .

جدول رقم (5) تقييم الجمهور الفلسطيني وتأثير درجة اهتمامه بالأزمات السياسية المطروحة في البرنامج الحوارية السياسية بالاتجاه الذي يتبناه نحوها

درجة التقييم	التكرار والنسبة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق	218	54.5	2.35	0.792	
محايد	102	25.5			
غير موافق	80	20			
الإجمالي	400	100			

تشير بيانات الجدول السابق إلى تأثير درجة اهتمام الجمهور الفلسطيني بالأزمات السياسية التي يتم معالجتها من خلال البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، وذلك حسب الاتجاه الذي يتبناه المبحوث نحو الأزمة سواء إيجابي أو سلبي، فالنسبة الأكبر كانت لدرجة موافق بنسبة (54,5%)، يليها درجة محايد بنسبة (25,5%)، في حين الدرجة الأقل كانت لدرجة غير موافق بنسبة (20%).

6 - درجة ثقة الجمهور الفلسطيني بالبرامج الحوارية السياسية التي يعتمد عليها لاستقاء معلوماته منها حول الأزمات المختلفة .

جدول رقم (6) ثقة الجمهور الفلسطيني بالبرامج الحوارية السياسية أثناء الأزمات

درجة الثقة	التكرار والنسبة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
اثق بدرجة كبيرة من 8 - 10 درجات	148	37	2.21	0.700	
اثق بدرجة متوسطة من 4 - 7 درجات	187	46.8			
اثق بدرجة ضعيفة من 1 - 3 درجات	65	16.2			
الإجمالي	400	100			

يثق غالبية الشباب الفلسطيني بدرجة متوسطة في البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات أثناء الأزمات، وتركزت إجاباتهم بين درجتَي ثقة الرابعة والسابعة، بنسبة بلغت (46,85%) من إجمالي الإجابات، وكانت الثقة الأقل بنسبة قليلة (16,2%) من العينة، والثقة بدرجة كبيرة بنسبة (37%) من العينة، وتتشابه النتيجة مع دراسة سابقة حول درجة

ثقة متوسطة للمبحوث بوسائل الاعلام (عماد شلي، 2007م)، حيث تأتي الثقة بالبرامج التلفزيونية أثناء الأزمات من خلال المصادقية والإجابة عن المعلومات التي يريدها المتلقي بوضوح، والاقتراب من الحيادية.

7 - وجهة نظر الجمهور الفلسطيني عينة الدراسة عن مدى كفاية البرامج الحوارية السياسية للتعبير عن أزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة.

جدول رقم (7) وجهة نظر الجمهور الفلسطيني عن مدى معالجة البرامج الحوارية السياسية أزمة العدوان على قطاع غزة

وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة	التكرار والنسبة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
كافية تماماً	86	21.5	2.70	0.984	
كافية إلى حد ما	173	43.2			
غير كافية	141	35.3			
الإجمالي	400	100			

يتضح من نتائج الجدول السابق أن غالبية الجمهور الفلسطيني يرون أن معالجة البرامج الحوارية السياسية لأزمة العدوان الأخير على قطاع غزة كافية إلى حد ما بنسبة بلغت (2%, 43)، وكافية تماماً (21,5%)، إذن تظهر النتائج أن أغلب الإجابات كانت بين كافية تماماً وكافية إلى حد ما بنسبة بلغت (64,7%)، وهذا يدل على قوة تأثير هذه البرامج على سلوك الجمهور، حيث توصلت عدة دراسات على وجود تأثير لوسائل الإعلام على سلوكيات الجمهور، وقدرتها على التأثير على التعليم والثقافة والقيم، بل هي إحدى المكونات التربوية الرئيسية للجمهور والذي تؤثر على مدى صحة سلوكه الإنساني، (محمد الرفاعي، 2011م)، وجاء في الترتيب الأخير غير كافية للتعبير عن هذا الحدث بنسبة بلغت (35,3%)، وقد تم تصميم هذا السؤال أنه من يجب بعدم كفاية البرامج الحوارية السياسية للتعبير عن أزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة ينتقل للإجابة على السؤال التالي الخاص بأهم المقترحات التي يراها الشباب الفلسطيني مناسبة لزيادة متابعة البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية.

8 - مدى مناقشة الجمهور الفلسطيني للأزمات التي يتابعها في البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية.

جدول رقم (8) مدى مناقشة الجمهور الفلسطيني للأزمات التي تتابعها في البرامج الحوارية السياسية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	التكرار والنسبة	المناقشة
0.428	1.76	76	304		نعم
		24	96		لا
		100	400		الإجمالي

ينتج عن أي مناقشة حرة لأي أزمة التوصل لأفضل الحلول لها، ويترتب على ذلك تحقيق أكبر قدر ممكن من الإشباع للجمهور من خلال وسائل الإعلام، الذي تجعل من المضمون الذي تقدمه أكثر أهمية وجاذبية، إذن المناقشات الحرة مهمة وضرورية لوسائل الإعلام (سليمان صالح، 2012م)، ويتبين من نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (76%) من الجمهور الفلسطيني يناقش مضمون الأزمات التي تعرضها البرامج الحوارية السياسية، بينما كان ما نسبته (24%)، وتتشابه هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت لها دراسة علاء الشامي حيث بلغت نسبة المشاركون في المناقشات (89%)، (علاء الشامي، 1201م).

9 - اتجاه الجمهور الفلسطيني نحو أداء الحكومة الفلسطينية إزاء أزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي الأخيرة على قطاع غزة من خلال معالجتها في البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية.

جدول رقم (9) استجابات الجمهور الفلسطيني لقياس اتجاهاتهم نحو أداء الحكومة الفلسطينية إزاء أزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي الأخيرة على قطاع غزة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا يقوم بها		يصعب التحديد		يقوم بها		نمط الاستجابة الأداءات
			%	ك	%	ك	%	ك	
82.8	0.701	2.48	12.0	48	27.8	111	60.2	241	لديها خطة استراتيجية لدعم صمود الشعب الفلسطيني في ظل حرب الإبادة
82.3	0.693	2.47	11.5	46	30.3	121	58.2	233	تتخذ القرارات المناسبة أثناء الأزمات
78.6	0.729	2.36	15.0	60	34.3	137	50.7	203	الالتزام بواجباتها اتجاه المواطنين في غزة في ظل عدوان دولة الكيان الإسرائيلي
77.3	0.764	2.32	18.3	73	31.7	127	50.0	200	تركز اهتمامها بمحافظات دون الأخرى
72.0	0.759	2.16	22.0	88	40.0	160	38.0	152	تتعامل بمهنية في تقديم الخدمات بعيدا عن الحسابات الحزبية
69.4	0.808	2.08	28.8	115	34.2	137	37.0	148	تتعامل مع الجمهور بشكل متساوي دون تمييز
68.9	0.774	2.07	26.8	107	39.8	159	33.4	134	يوجد تقصير في الاهتمام بقضايا الشباب
68.3	0.779	2.05	28.0	112	39.3	157	32.7	131	عاجزة عن ضبط الفلتان الأمني
67.9	0.730	2.04	24.8	99	46.7	187	28.5	114	غير ناجحة في مواجهة الأزمة المالية التي تمر بها
65.3	0.768	1.96	31.5	126	41.0	164	27.5	110	تقيد حرية الرأي والتعبير
400									جملة من اجابوا

وتشير نتائج الجدول ارتفاع أوزان العبارات الإيجابية حيث جاء في مقدمة مجمل العبارات عبارة لديها خطة استراتيجية لدعم صمود الشعب بوزن نسبي (82,8) تليها عبارة تتخذ القرارات المناسبة أثناء الأزمات بوزن نسبي بلغ (٨٢,3) تليها الالتزام بواجباتها اتجاه المواطنين في غزة في ظل عدوان دولة الكيان الإسرائيلي بوزن نسبي بلغ (78,6)،

وعلى الرغم من صدارة العبارات الإيجابية للأوزان النسبية إلا أن النتائج تشير ارتفاع في بعض أوزان العبارات السلبية حيث جاءت في المرتبة الرابعة عبارة سلبية تركّز اهتمامها بمحافظات دون الأخرى بوزن نسبي بلغ (3,77).

وكان أقل وزن نسبي في العبارات الإيجابية للبارتين التاليتين تتعامل بمهنية في تقديم الخدمات بعيدا عن الحسابات الحزبية بوزن نسبي بلغ (72)، وتتعامل مع الجمهور بشكل متساوي دون تمييز بوزن نسبي بلغ، (4,19)، بينما جاءت في مؤخرة الأوزان النسبية العبارات السلبية التالية عاجزة عن ضبط الفلتان وفوضى السلاح، وغير ناجحة في مواجهة الأزمة المالية التي تمر بها، وتقيد حرية الرأي والتعبير وتقمع الحريات بأوزان نسبية متتالية بلغت (3,68)، و(9,17)، و(3,65)، ووفق مقياس متغير الاتجاه نحو الحكومة نسبة (41,4%) من المبحوثين اتجاهات إيجابية نحو الحكومة، وبنسبة (23,2%) اتجاهات محايدة، بنسبة (35,4%) اتجاهاتهم سلبية.

وتفسير ما سبق من نتائج هو تقبل الجمهور الفلسطيني للحكومة الفلسطينية التي كشفت في مارس 2024م وإعلان رئيس وزرائها الدكتور محمد مصطفى أن الحكومة لديها خطط تنموية وستعمل بما يخدم المواطنين بعيداً عن الخلافات السياسية، وستعمل على إنهاء الحرب العدوانية على قطاع غزة والضفة الغربية، وستبذل قصارى جهدها لإعادة الأعمار في قطاع غزة، ولم تتعرض الحكومة للانتقادات الكبيرة في وسائل الإعلام الفلسطينية على اعتبار أنها تقوم بمهام خدمية أكثر من تصدرها لقضايا الخلاف السياسي، ورغم ذلك تأثرت الحكومة باتجاهات سلبية لعدم إجماع القوى السياسية على تكليفها، وانحصار عملها إلى حد ما في الضفة الغربية باعتبار سيطرة حركة حماس على قطاع غزة.

10 - اتجاه الجمهور الفلسطيني نحو أداء إدارة حماس في قطاع غزة إزاء أزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي الأخيرة على القطاع من خلال معالجتها في البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية.

جدول رقم (10) استجابات الجمهور الفلسطيني لقياس اتجاهاتهم نحو إدارة حماس في قطاع غزة إزاء أزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي الأخيرة على القطاع

الأداءات	نمط الاستجابة		يقوم بها		يصعب التحديد		لا يقوم بها		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
تميز بين المواطنين في تقديم المساعدات أثناء العدوان	275	68.8	79	19.7	46	11.5			2.57	0.690	85.8
تقييد حرية الرأي والتعبير	268	67	90	22.5	42	10.5			2.57	0.676	85.5
تفرض ضرائب خارج إطار القانون	249	62.3	101	25.2	50	12.5			2.50	0.708	83.3
تتعامل بشفوية وحزبية لصالح أنصارها	243	60.8	101	25.2	56	14			2.47	0.728	82.3
عزلت قطاع غزة عن العالم الخارجي	242	60.5	76	19	82	20.5			2.40	0.807	80.0
تفرض الأمن بقوة القانون	237	59.3	70	17.4	93	23.3			2.36	0.835	78.7
عملت على تحصين الجبهة الداخلية أثناء العدوان	128	32	135	33.7	137	34.3			1.98	0.815	65.9
تحارب الفساد في المؤسسات التي تديرها	92	23	150	37.5	158	39.5			1.84	0.774	61.2
أسست لقضاء عادل ونزيه في قطاع غزة	77	19.3	142	35.4	181	45.3			1.74	0.761	58.0
تسعى بشكل دائم لتطوير الخدمات للجمهور	73	18.3	140	35	187	46.7			1.72	0.755	57.2
جملة من اجابوا											
400											

تشير نتائج الجدول السابق أن الجمهور الفلسطيني تبني اتجاهات سلبية أكبر تجاه إدارة حماس في غزة حيث تصدرت العبارات السلبية مقدمة الأوزان النسبية، ورغم ذلك تبني الجمهور الفلسطيني اتجاهات إيجابية نحو إدارة حماس في بعض الأزمات من خلال ارتفاع الأوزان النسبية المعبرة عن هذه الأزمات تحديداً، وهو ما يشير إلى أن الشباب الفلسطيني لديه تقييم موضوعي إلى حد ما قائم على قناعاته بإيجابية الأداء في بعض الأزمات والقضايا.

ويتضح من النتائج ارتفاع أوزان جميع العبارات السلبية حيث جاء في مقدمة مجمل العبارات عبارة تميز بين المواطنين في تقديم المساعدات أثناء العدوان بوزن نسبي بلغ (8، 85)، تليها مباشرة تقييد حرية الرأي والتعبير والتعددية بوزن نسبي بلغ (5، 15)، وفي المرتبة الثالثة عبارة

تفرض ضرائب خارج إطار القانون بوزن نسبي بلغ (83,3) تليها عبارة تتعامل بفئوية وحزبية لصالح أنصارها بوزن نسبي بلغ (82,3)، بينما جاء في مؤخرة الأوزان النسبية للعبارات السلبية عبارة عزلت قطاع غزة عن العالم الخارجي بوزن نسبي بلغ (80).

وبرغم من صدارة العبارات السلبية للأوزان النسبية إلا أن النتائج تشير إلى ارتفاع في أوزان بعض العبارات الإيجابية حيث جاءت في مقدمة العبارات الإيجابية عبارة تفرض الأمن بقوة القانون بوزن نسبي بلغ (78,7)، وتأتي باقي العبارات الإيجابية في مؤخرة الأوزان النسبية كالتالي عملت على تحصين الجبهة الداخلية أثناء العدوان، وتحارب الفساد في المؤسسات التي تديرها، وأسست لقضاء عادل ونزيه في غزة، وتسعى بشكل دائم لتطوير الخدمات للجمهور في قطاع غزة بأوزان نسبية متتالية بلغت (15,9)، و(2,1)، و(58)، و(57,2)، ووفق مقياس متغير الاتجاه نحو إدارة حماس في غزة بنسبة بلغت (37,3%) من المبحوثين اتجاهات إيجابية نحو إدارة حماس في غزة، وبنسبة (24,3%) اتجاهات محايدة، وبنسبة بلغت (38,4%) اتجاهاتهم سلبية.

وتفسير ما سبق من نتائج أنه يوجد تأثير للاختلافات بين حركة حماس مع الرئيس محمود عباس وحركة فتح على الاتجاهات نحو إدارتها بغزة، كذلك انعكاس الأوضاع الاقتصادية الصعبة التي يعاني منها المواطنون في قطاع غزة وتحميل إدارة حماس المسؤولية عن هذه الأوضاع باعتبارها تقوم بمهام حكومية في قطاع غزة منذ سيطرة حركة حماس على القطاع عام 2007م، وغالبًا لا تفرق بعض وسائل الإعلام الفلسطينية بين حركة حماس وإدارتها الحكومية بغزة وقد تعرضت لكثير من الانتقادات من قبل القنوات الفضائية خاصة المقربة من حركة فتح والتي لا تعطيها أي صبغة قانونية شرعية باعتبار وجود حكومة فلسطينية قائمة مكلفة من الرئيس بالمقابل تشيد قنوات أخرى مقربة من توجهات حركة حماس بأدائها وشرعية وجودها.

11 - تأثيرات متابعة الجمهور الفلسطيني عينة الدراسة للبرامج الحوارية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية.

جدول رقم (11) تأثيرات التعرض للبرامج الحوارية السياسية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبدا		أحيانا		دائما		مستوى التأثير التأثير
			%	ك	%	ك	%	ك	
81.3	0.712	2.44	13	52	30.3	121	56.7	227	مناقشة المعلومات مع الآخرين
77.0	0.735	2.31	16.3	65	36.5	146	47.2	189	تبديد الغموض جراء نقص المعلومات وتناقضها لدي
80.3	0.720	2.41	13.8	55	31.8	127	54.4	218	تكوين اتجاهات ومعتقدات حول الأزمة المطروحة
75.8	0.766	2.28	19.3	77	33.7	135	47	188	تغير اتجاهك نحو الأزمة المطروحة
75.9	0.792	2.28	21.3	85	29.7	119	49	196	تبديد حالة القلق والخوف جراء التعرض المستمر لوسائل الإعلام
76.9	0.710	2.31	45,2	58	40.3	161	14,5	181	الشعور بالاغتراب نتيجة المعلومات المقدمة
74.5	0.801	2.24	23	92	30.5	122	46.5	186	زيادة نشاطك اتجاه الأزمة المطروحة
69.9	0.812	2.10	38.3	114	33.2	133	28.5	153	المشاركة في نشاط ميداني أو مظاهرة أو اعتصام
71.7	0.836	2.15	43,5	114	28,5	112	28	174	المشاركة في ندوة ومعارض حول الأزمة
400									جملة من اجابوا

أولاً: التأثيرات المعرفية

تشير نتائج الجدول السابق أنَّ نسبة (56,75) من الجمهور الفلسطيني يناقشون دائماً المعلومات مع الآخرين في البرامج التي يتابعونها، بنسبة (30,3)، ولا يناقشون ابداً بنسبة (13)، إذن وفق النتائج السابقة كانت النسبة الأكبر من الجمهور الفلسطيني يناقش تلك الأزمات المتابعة بنسبة بلغت (87)، ووفق وزن نسبي بلغ (81,3).

ويتضح من نتائج الجدول أيضاً أنَّ الجمهور الفلسطيني يعتمدون دائماً على البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات العربية، لتبديد الغموض نتيجة نقص المعلومات بنسبة بلغت (47,2) من إجمالي العينة، بينما جاء من يتابعونها أحياناً للحصول على تلك المعلومات بنسبة بلغت (36,5)، في حين كانت نسبة الغير متابعين من الجمهور الفلسطيني لتبديد الغموض، ولنقص المعلومات (16,3)، وبالتالي ووفق النتيجة السابقة يتبين أن غالبية أفراد العينة تتابع تلك البرامج بنسبة إجمالية بلغت (83,7)، وذلك وفق وزن نسبي بلغ (77).

بينما بلغت نسبة من يعتمدون دائماً على تلك البرامج لتكوين اتجاهات ومعتقدات حول الأزمة المطروحة (54,4)، وبلغت نسبة من يتابعون أحياناً تلك البرامج لتكوين اتجاهات ومعتقدات حول الأزمة المطروحة (31,8)، ومن لا يتابع بلغت نسبتهم (13,8) ووفق ما سبق من نتيجة يتبين أن غالبية أفراد عينة الدراسة تتابع تلك البرامج لتكوين الاتجاهات بنسبة إجمالية بلغت (85,2)، وذلك وفق وزن نسبي بلغ (80,3).

إذن يتبين من نتائج جدول التأثيرات المعرفية أنَّ هناك تأثيرات معرفية على غالبية الجمهور الفلسطيني من البرامج الحوارية في الفضائيات الفلسطينية حول مختلف الأزمات المطروحة.

وبناءً على نتائج الجدول الأول المتعلق بالتأثيرات المعرفية جراء التعرض للمعلومات في البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، أنَّ أكثر التأثيرات هي مناقشة المعلومات حول الآخرين، وذلك ووفق وزن نسبي بلغ (81,3)، وجاء في المرتبة الثانية تكوين اتجاهات ومعتقدات اتجاه الأزمة المطروحة وذلك وفق وزن نسبي بلغ (80,3)، وجاء تبديد المعلومات جراء نقص في المعلومات وتناقضها بالترتيب الثالث، وذلك وفق وزن نسبي بلغ (77).

ثانياً: التأثيرات الوجدانية

تبين نتائج الجدول الخاص بالتأثيرات الوجدانية على أنَّ الجمهور الفلسطيني، يغيرون اتجاهاتهم نحو الأزمات المطروحة في البرامج الحوارية السياسية، وذلك بنسبة بلغت (47)، بينما ما نسبتهم (33,7) يغيرون اتجاهاتهم اتجاه ما طرحه تلك البرامج من أزمات أحياناً، في حين كان (19,3) لا يتأثرون بالمعلومات المطروحة بالبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، إذن بلغت نسبة من يتأثرون هي الأكثر بين أحياناً ودائماً بنسبة بلغت (80,7)، وذلك وفق وزن نسبي بلغ (75,8).

في حين من يتابعون البرامج الحوارية لتبديد حالة القلق والخوف جراء التعرض المستمر لوسائل الإعلام بلغت نسبتهم (49%)، وبلغت نسبة من يتابعونها أحياناً (29,7%) من العينة، وبلغت نسبة (21,35) ممن لا يتابعون تلك البرامج لتبديد حالة القلق والخوف جراء التعرض المستمر لوسائل الإعلام، وبالتالي تقل عندهم تلك التأثيرات الوجدانية، إذن ووفقاً للنتيجة السابقة يتضح أن ما نسبتهم دائماً وأحياناً هي الأكبر حيث تبلغ نسبتهم معاً (78,7%) من إجمالي أفراد العينة، وهذا يدل على وجود تأثير وجداني فيما يتعلق بتلك المتابعة، وذلك وفق وزن نسبي بلغ (75,9).

وبلغت نسبة الشباب الفلسطيني ممن لا يشعرون بالاغتراب نتيجة التعرض للمعلومات المقدمة في البرامج الحوارية السياسية (14,5%)، ويليهما أحياناً تؤثر بهم تلك المعلومات بنسبة بلغت (40,3%)، وتوجد تأثيرات وجدانية فيما يتعلق بالاغتراب ما نسبته (45,2%) من الجمهور الفلسطيني، وبالتالي كانت النسبة الأكبر من العينة تتأثر بتلك المعلومات وتشعر بالاغتراب نتيجة حيث تبلغ نسبتهم (85,5%)، وذلك وفق وزن نسبي بلغ (76,9).

وبناءً على نتائج الجدول الثاني المتعلق بالتأثيرات الوجدانية جراء التعرض للمعلومات في البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، أي أن أكثر التأثيرات الوجدانية هي الشعور بالاغتراب نتيجة المعلومات المقدمة بوزن مرجح نسبي بلغ (76,9)، بينما جاء تبديد حالة القلق والخوف جراء التعرض المستمر لوسائل الإعلام في الترتيب الثاني بوزن مرجح نسبي بلغ (75,9)، وجاء في الترتيب الثالث تغيير اتجاه المبحوث اتجاه الأزمة المطروحة، وذلك وفق وزن نسبي بلغ (75,8).

ثالثاً: التأثيرات السلوكية

يتضح من نتائج التأثيرات السلوكية أن غالبية العينة يزيد نشاطها اتجاه الأزمة المطروحة عند الاعتماد على البرامج الحوارية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، فقد بلغت نسبتهم (77%)، ويظهر في تفاصيل الجدول أن من يعتمد على البرامج الحوارية السياسية لزيادة النشاط اتجاه الأزمة المطروحة قد بلغت (46,5%)، في حين بلغت نسبة من يزيد نشاطهم أحياناً (30,55%)، ومن لا يزيد نشاطهم اتجاه القضية المطروحة بلغت نسبتهم (23%) من أفراد العينة، وذلك وفق وزن نسبي بلغ (74).

وجاء نسبة من يشاركون بنشاط ميداني، ومظاهرة أو اعتصام كانت نسبتهم الأكبر ممن لا يشاركون بتلك الفعاليات جراء تعرضهم واعتمادهم على تلك البرامج المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، فقد بلغت نسبتهم (38,3%) من العينة، بينما من يشاركون أحياناً في تلك الفعاليات (33,2%)، وقد قلت نسبة من يشاركون في تلك الفعاليات بنسبة بلغت (28,5%) من أفراد العينة، وذلك وفق وزن نسبي بلغ (69,9).

وتشير نتائج الجدول حول مشاركة الجمهور الفلسطيني في معارض أو ندوات عن الأزمة المطروحة، إلى أن غالبية العينة، «لا يشاركون» أبداً تلك المعارض أو الندوات عند التعرض لتلك

البرامج، وكانت نسبتهم (43,5%)، بينما كانت نسبة من يشاركون أحياناً (28,5%)، وكانت النسبة الأقل ممن يشاركون في تلك الندوات والمعارض حول الأزمة المطروحة بنسبة قد بلغت (28%).

تظهر نتائج الجدول الثالث المتعلقة بالتأثيرات السلوكية جراء التعرض للمعلومات في البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الفلسطينية، أنَّ أكثر التأثيرات السلوكية، هي زيادة نشاط المبحوث اتجاه القضية المطروحة، وذلك وفق وزن نسبي بلغ (74)، والمشاركة في نشاط ميداني ومظاهرة واعتصام، بالترتيب الثاني، وذلك وفق وزن نسبي بلغ (71,7)، وفي الترتيب الثالث تأتي المشاركة في ندوة ومعارض حول الموضوع وذلك وفق وزن نسبي بلغ (69,9).

بناءً على ما سبق من نتائج يتبين أنَّ أكثر التأثيرات هي المعرفية، بمتوسط بلغ (7,03)، ثم تليها التأثيرات الوجدانية بمتوسط بلغ (6,87)، ويليهما السلوكية بمتوسط بلغ (6,56)، وتشير العديد من الدراسات التي تحدثت عن تأثيرات الاعتماد على البرامج في الوسائل الإعلامية مثل دراسة (محمد سيد، 2009م)، ودراسة (علي علاقة، 2009م)، ودراسات أخرى أشارت، لتأثيرات جزئية، حيث أشارت دراسة (طارق الأوجلي، 2012م) لتأثيرات معرفية فقط جراء الاعتماد، في حين أشارت دراسات أخرى إلى عدم وجود تأثيرات جراء الاعتماد مثل دراسة (حنان إسماعيل، 2011م).

اختبار فروض الدراسة الميدانية:

1- الفرض الرئيسي الأول:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات؛ وكل من مستوى معرفته بتلك الأزمات، ودرجة الثقة بالبرامج الحوارية السياسية المقدمة في القنوات الفضائية الفلسطينية.

يتفرع عن الفرض الرئيسي فرضين فرعيين:

1- اختبار الفرض الفرعي الأول من الفرض الرئيسي الأول:

لاختبار الفرض الفرعي الأول من الفرض الرئيسي الأول الخاص بقياس مستوى كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، ومستوى معرفته بتلك الأزمات، تم استخدام معامل بيرسون للارتباط الخطى لقياس الارتباط بين المتغيرين السابقين، حيث كانت النتائج على الشكل التالي:

جدول رقم (12) الارتباط بين كثافة التعرض ومستوى المعرفة

العلاقة بين كثافة التعرض ومستوى المعرفة	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	درجة ثقة
	**0.319	0,01	99%

** دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99 %

يتضح من نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية واتجاهه نحو الأزمات، ومستوى معرفته بتلك الأزمات، حيث قيمة معامل بيرسون تساوي (0,319)، وهي قيمة متوسطة القوة عند مستوى معنوية (0,01)، ودرجة ثقة (99%)، وهذا يدل على وجود ارتباط طردي بين المتغيرين فكلما زادت مستوى كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، زاد مستوى المعرفة لديه بالأزمات.

مناقشة الفرض الفرعي الأول من الفرض الرئيسي الأول:

التلفزيون وسيلة ما فوق واقعية، أي واقعية أكثر من الواقع فأى معلومة لا تعرض على التلفزيون أقل واقعية، على اختلاف الأزمة المعروضة، وبعبارة أخرى نستمد كثير من وعينا

من التليفزيون (محمد إسماعيل، 2012م)، وتتميز البرامج الحوارية بأهميتها بالحث على التفكير بالمعلومات المعروضة، من خلال سمة المناقشة التي توفرها حول الأزمات، وتقديم ما يسمى بالإحساس المجتمعي المشترك، وتقديمها للمعلومات والحقائق بطريقة مبسطة بتلقائية خارجة عن الملل وقريبة من ثقة الجمهور (عاطف العبد، 2008م)، ولذلك تتعدد الدوافع التي يعتمد عليها الجمهور لمتابعته للبرامج الحوارية، من دوافع طقوسية ودوافع نفعية، حيث يعتبر الحصول على المعرفة من أهم الدوافع النفعية للتعرض للبرامج الحوارية لتحقيق الاتزان النفسي واستمرار التواصل مع الآخرين (محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 2007م).

وتشير نتائج الجدول السابق على تلك الأهمية، وتوصلت العديد من الدراسات إلى نتائج تؤكد العلاقة بين كثافة التعرض ومستوى المعرفة، حيث أشارت دراسة (لمياء سعد، 2007م) بأهمية التليفزيون في الحصول على المعرفة والمعلومات وقت الأزمات، ودراسة (أمنية الغانم، 2009م) بمتابعة البرامج الحوارية للحصول على المعلومات أثناء الأزمات، ودراسة (نوال عسكر، 2010م) بوجود علاقة دالة بين التعرض للقنوات الإخبارية والحصول على المعرفة، بينما أشارت (ياسمين عبد المنعم، 2011م) بوجود علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة بين مدى التعرض لبرامج الرأي في الحصول على المعلومات ومستوى المعرفة.

2- اختبار الفرض الفرعي الثاني من الفرض الرئيسي الأول:

لاختبار الفرض الفرعي الثاني من الفرض الرئيسي الأول الخاص بقياس مستوى كثافة تعرض الشباب الفلسطيني للبرامج الحوارية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، ودرجة الثقة في تلك البرامج، تم استخدام معامل بيرسون للارتباط الخطي لقياس الارتباط بين المتغيرين السابقين، حيث كانت النتائج على الشكل التالي:

جدول رقم (13) الارتباط بين كثافة التعرض ودرجة الثقة بالبرامج الحوارية السياسية

الارتباط بين كثافة التعرض ودرجة الثقة بالبرامج الحوارية السياسية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	درجة ثقة
	0.375**	0,01	99%

** دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99 %

يتضح من نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، ودرجة الثقة بتلك البرامج، حيث قيمة معامل بيرسون

تساوي (0,375)، وهي قيمة متوسطة القوة عند مستوى معنوية (0,01)، ودرجة ثقة (99%)، وهذا يدل على وجود ارتباط طردي بين المتغيرين فكلما زاد مستوى تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، زادت الثقة بتلك البرامج.

مناقشة الفرض الفرعي الثاني من الفرض الرئيسي الأول:

تتشابه نتيجة الفرض الفرعي السابق مع نتائج الدراسات الإعلامية السابقة، حيث توصلت دراسة (عائشة الفاشي، 2012م)، إلى ارتفاع درجة الثقة بوسائل الإعلام في المجتمع العماني، وأشارت دراسة (أماني محمود، 2010م) إلى وجود علاقة طردية بين كثافة التعرض والثقة بوسائل الإعلام.

خلاصة نتائج الفرض الرئيسي الأول:

أثبتت الدراسة صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، وكل من **مستوى معرفته** بتلك الأزمات، و**درجة الثقة** بالبرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الفلسطينية.

الفرض الرئيسي الثاني:

يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات، والتأثيرات الناتجة عن مشاهدة هذه البرامج (معرفية - وجدانية - سلوكية).

تم استخدام معامل (بيرسون)، لقياس العلاقة بين المتغيرين السابقين، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (14) الارتباط بين كثافة التعرض، والتأثيرات السلوكية والوجدانية والمعرفية

الارتباط بين معدل التعرض والتأثيرات	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
تأثيرات سلوكية	**0.245	0.01
تأثيرات وجدانية	**0.283	0.01
تأثيرات معرفية	0.018	0,0892

* دال احصائيا عند مستوى معنوية 50.0 ودرجة ثقة 59 %

** دال احصائيا عند مستوى معنوية 10.0 ودرجة ثقة 99 %

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، ومستوى التأثيرات السلوكية، حيث قيمة معامل الارتباط بيرسون (0,245)، وهي قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية (0,01)، ودرجة ثقة تساوي (99%)، وهذا يعني أنه يوجد ارتباطاً طردياً بين المتغيرين، بحيث كلما زاد معدل تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية زاد مستوى التأثيرات السلوكية لدى المبحوثين.

تبين من نتائج الدراسة أنه يوجد علاقة بين كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، ومستوى التأثيرات الوجدانية، حيث قيمة معامل الارتباط بيرسون (0,283)، وهي قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية (0,01)، ودرجة ثقة تساوي (99%)، وهذا يعني أنه يوجد ارتباطاً طردياً بين المتغيرين، بحيث كلما زاد معدل تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية زاد مستوى التأثيرات الوجدانية لدى المبحوثين.

يتضح من نتائج الدراسة أنه لا يوجد علاقة بين كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، ومستوى التأثيرات المعرفية، حيث قيمة معامل الارتباط بيرسون (0,018)، وهي قيمة غير دالة احصائياً وبالتالي لا يوجد ارتباطاً بين المتغيرين، أي بين معدل التعرض للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، ومتغير التأثيرات المعرفية.

مناقشة الفرض الثاني:

يحاول الجمهور تحقيق حاجاته المعرفية أو الوجدانية أو السلوكية، والتي لا يستطيع إشباعها بالوسائل التقليدية، من خلال الوسائل البديلة وهي وسائل الإعلام، وبناءً على تلك الحاجات تحققت تأثيرات وجدانية وسلوكية لتعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، على حساب التأثيرات المعرفية، وتشير بعض من الدراسات الإعلامية إلى تلك التأثيرات الناجمة عن التعرض أو جزء منها، فدراسة (مجيب الشمري، 2012م) تحدثت عن وجود تأثيرات سلوكية نتيجة التعرض للفضائيات التليفزيونية، وفي دراسة (عربي المصري، 2015م) تبين وجود تأثيرات وجدانية، وتشير بعض من الدراسات الأخرى إلى تحقيق تأثيرات وجدانية ومعرفية وسلوكية ناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام، كدراسة (أحمد رضوان، 2016م)، و(علي جمعة، 2015م)، وتشير دراسات أخرى إلى عدم وجود علاقة بين التعرض للبرامج الحوارية والتأثيرات الناتجة عنها كدراسة (حنان إسماعيل، 2011م).

خلاصة الفرض الثاني:

أثبتت الدراسة صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات، وتأثيرات ذلك التعرض سلوكياً ووجدانياً، ولم تثبت وجود علاقة بين كثافة التعرض، والتأثيرات المعرفية.

الفرض الرئيسي الثالث:

يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى الاهتمام بأزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة، ومستوى مناقشة الجمهور الفلسطيني لتلك الأزمة. تم استخدام معامل (بيرسون)، لقياس العلاقة بين المتغيرات السابقة، حيث كانت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (15) العلاقة بين مستوى الاهتمام بأزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة وزيادة مناقشة الجمهور الفلسطيني لتلك الأزمة

مناقشة الجمهور الفلسطيني حول أزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة المقدمة في البرامج الحوارية السياسية بالفضائيات الفلسطينية	مستوى الاهتمام بأزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة
قيمة بيرسون	
**0.216	

** دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99%

ثبت من نتائج الدراسة صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين بمستوى الاهتمام بأزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة، وزيادة درجة مناقشة الجمهور الفلسطيني لتلك الأزمة المقدمة في البرامج الحوارية السياسية بالفضائيات الفلسطينية، حيث كانت قيمة بيرسون (0,216)، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية (0,216)، ودرجة ثقة (99%)، وبالتالي يزيد مستوى مناقشة الجمهور الفلسطيني لأزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة المقدمة في البرامج الحوارية السياسية بالفضائيات الفلسطينية، بازدياد مستوى الاهتمام بتلك الأزمة.

مناقشة الفرض الرئيسي الثالث:

كل ثقافة تستطيع من خلال وسائل الإعلام أن تعيد اكتشاف ذاتها، والتوافق مع الثقافات والهويات المختلفة، مما يمهّد الطريق لوحدة إنسانية في ظل التعدد فمسئولية تفعيل دور الإعلام في حوار الثقافات تقع على عاتق الدولة والقائمين بالاتصال في المجال الاعلامي لخلق تحليلات محايدة وموضوعية دون إثارة النعرات والكراهية (ثريا البدوي، 2008م)، وتعمل على ذلك بمشاركة الضيوف وخلق مستحدثات تكنولوجية لجذب الجمهور (Jeffery, 2009)، وتشير بعض من الدراسات إلى اهتمام البرامج الحوارية في جذب الجمهور ليناقدش تلك الأزمات (حنان إسماعيل، 2011م)، حيث زادت نسبة المعتمدين على البرامج الحوارية من الجمهور الفلسطيني بمستوى المشاركة حيث كانت نسبة الإجابة بنعم (304)، مقابل (96)، للإجابة بـ لا، من نسب المشاركين في تلك البرامج المعتمد عليها، وتشير نتائج دراسة عن جامعتين

سورتين إلى أنهم يناقشون القضايا التي يتابعونها على وسائل الإعلام أحياناً ودائماً بنسبة بلغت (٦٦,٣٧%) (علي جمعة، 2015م).

خلاصة الفرض الرئيسي الثالث:

أثبتت الدراسة صحة الفرض الرئيسي الرابع المتعلق بمستوى مناقشة الجمهور الفلسطيني لأزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة المقدمة في البرامج الحوارية السياسية بالفضايا الفلسطينية، بازدياد مستوى الاهتمام بتلك الأزمة.

الفرض الرئيسي الرابع:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين معدل متابعة الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات، واتجاهاتهم نحو أداء كل من (الحكومة الفلسطينية، ادارة حماس في غزة).

تم استخدام معامل (بيرسون)، لقياس العلاقة بين المتغيرات السابقة، حيث كانت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (16) الارتباط الخطي بمعدل متابعة الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، واتجاهاتهم نحو الكيانات السياسية الفلسطينية

معدل متابعة الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية	الاتجاهات نحو معدل المتابعة الكيانات السياسية الفلسطينية
قيمة بيرسون	
**0.314	الحكومة الفلسطينية
**0.230	ادارة حماس في غزة

** دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99 %

توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة ذات دلالة احصائية بين معدل متابعة الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، واتجاهاتهم نحو الحكومة الفلسطينية برئاسة الدكتور محمد مصطفى من خلال إدراك المبحوثين لواقع الكيانات السياسية الفلسطينية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0,314) وهي قيمة دالة احصائياً، وذلك عند مستوى معنوية (0,01) ودرجة ثقة تساوي (99%).

توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة ذات دلالة احصائية بين معدل متابعة الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، واتجاهاتهم نحو إدارة حماس في غزة من خلال إدراك المبحوثين لواقع الكيانات السياسية الفلسطينية، وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0,230) وهي قيمة دالة احصائياً، وذلك عند مستوى معنوية (0,01) ودرجة ثقة تساوي (99%).

مناقشة الفرض الرئيسي الرابع:

تتشابه هذه النتيجة مع دراسة (محمود حجاج، 2012م)، ودراسة (ريهام حسين، 2010م)، حيث توصلتا إلى وجود علاقة ارتباطية بين التعرض والاتجاهات المتكونة، بينما اختلفت مع دراسة (شيماء ذو الفقار، 2008م) حيث لم يثبت وجود علاقة بين التغطية وشرعية النظام السياسي.

خلاصة الفرض الرئيسي الرابع:

ثبت صحة الفرض السادس بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين معدل متابعة الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، واتجاهاتهم نحو أداء كل من (الحكومة الفلسطينية، إدارة حماس في غزة)، وبذلك يتبين أن الاتجاهات التي يكونها الجمهور الفلسطيني نحو الكيانات يرتبط إلى حد ما بمتابعة البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية.

أهم نتائج البحث:

أولاً- الدراسة الميدانية

1 - أكثر البرامج الحوارية السياسية متابعة من قبل الجمهور الفلسطيني والمقدمة في الفضائيات الفلسطينية هو برنامج ستوديو السابعة الذي يقدم على قناة معاً الفضائية بوزن نسبي مرجح بنسبة (14,8%) حيث تعتبر قناة معاً قناة مستقلة لا تتبع إدارياً لإدارة حركة حماس في قطاع غزة، ولا للحكومة الفلسطينية في الضفة الغربية، وفي المرتبة الثانية جاء برنامج في فلك السياسة على قناة فلسطين الفضائية، بوزن نسبي مرجح بنسبة (14,5%)، وجاء برنامج ثورة شعب في مرتبة متساوية وبنفس الوزن النسبي المرجح مع برنامج في فلك السياسة.

2 - النسبة الأكبر من الجمهور الفلسطيني يتابعون أزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة، وجاءت أزمة التهجير القصري لسكان قطاع غزة خطة ترامب في المرتبة الثانية، فيما احتلت المرتبة الثالثة أزمة اتفاق الهدنة بين حماس والاحتلال الإسرائيلي، يليها أزمة معناه الأسرى في سجون الاحتلال، ويليهما أزمة معناه النازحين في مراكز الإيواء في قطاع غزة.

3 - تبنى أفراد عينة الدراسة اتجاهات إيجابية أكبر نحو الأزمات والقضايا التي تناولتها الدراسة حيث تصدرت قضية المقاومة الشعبية ضد الاحتلال الإسرائيلي أكثر القضايا إيجابية لدى الباحثين حيث جاءت في المرتبة الأولى بوزن نسبي بلغ (78,8)، يليها المقاومة المسلحة بوزن نسبي بلغ (٣,78) وهذا يعكس إجماعاً فلسطينياً على تأييد المقاومة الفلسطينية ضد دولة الكيان الإسرائيلي باختلاف أدواتها سواء سلمية أو عسكرية.

4 - غالبية الجمهور الفلسطيني عينة الدراسة لم يتوقعوا ردة فعل دولة الكيان الإسرائيلي

على أحداث 7 من أكتوبر بنسبة بلغت (70,5%)، وكانت نسبة من توقعوا ردة فعل دولة الكيان الإسرائيلي على أحداث 7 من أكتوبر (29,5)، ومبررهم هو أن حدة أحداث 7 من أكتوبر مختلفة تماماً مما سبقها من أحداث اتجهت دولة الكيان الإسرائيلي.

5 - غالبية الجمهور الفلسطيني يثق بدرجة متوسطة في البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات، وتركزت إجاباتهم بين درجتي ثقة الرابعة والسابعة، من أصل عشرة درجات.

6 - غالبية الجمهور الفلسطيني عينة الدراسة يرى أن معالجة البرامج الحوارية السياسية لأزمة العدوان الأخير على قطاع غزة كانت بين كافية تماماً وكافية إلى حد ما بنسبة بلغت (64,7%)، هذا يدل على قوة تأثير هذه البرامج على سلوك الجمهور.

7 - تبني الجمهور الفلسطيني اتجاهات إيجابية أكبر تجاه الحكومة الفلسطينية برئاسة الدكتور محمد مصطفى حيث تصدرت العبارات الإيجابية مقدمة الأوزان النسبية، ورغم ذلك تبني الشباب الفلسطيني اتجاهات سلبية نحو الحكومة بارتفاع أوزان العبارات السلبية إلى حد ما، وهو ما يشير إلى أن الاختلاف في أداء الحكومة في الأزمات المختلفة يتبعه اختلاف في تقييم الجمهور للحكومة حسب أدائها.

8 - الجمهور الفلسطيني تبني اتجاهات سلبية أكبر تجاه إدارة حماس في غزة حيث تصدرت العبارات السلبية مقدمة الأوزان النسبية، ورغم ذلك تبني الجمهور الفلسطيني اتجاهات إيجابية نحو إدارة حماس في بعض الأزمات من خلال ارتفاع الأوزان النسبية المعبرة عن هذه الأزمات تحديداً، وهو ما يشير إلى أن الجمهور الفلسطيني لديه تقييم موضوعي إلى حد ما قائم على قناعته بإيجابية الأداء في بعض الأزمات والقضايا.

ثانياً- خلاصة نتائج فروض الدراسة

1 - أثبتت الدراسة صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، ومستوى معرفته بتلك الأزمات، ودرجة الثقة بالبرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الفلسطينية.

2 - أثبتت الدراسة صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية أثناء الأزمات، وتأثيرات ذلك التعرض سلوكياً ووجدانياً، ولم تثبت وجود علاقة بين كثافة التعرض، والتأثيرات المعرفية.

3 - أثبتت الدراسة صحة الفرض الرئيسي الرابع المتعلق بمستوى مناقشة الجمهور الفلسطيني لأزمة عدوان دولة الكيان الإسرائيلي على قطاع غزة المقدمة في البرامج الحوارية السياسية بالفضائيات الفلسطينية، بازدياد مستوى الاهتمام بتلك الأزمة.

4 - ثبت صحة الفرض السادس بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين معدل متابعة الجمهور الفلسطيني للبرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية، واتجاهاتهم نحو اداء كل من (الحكومة الفلسطينية، ادارة حماس في غزة)، وبذلك يتبين أن الاتجاهات التي يكونها الجمهور الفلسطيني نحو الكيانات السياسية الفلسطينية يرتبط إلى حد ما بمتابعة البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات الفلسطينية.

هوامش الدراسة:

أولاً: العربية

أحمد الشحات. (2024)، دور البرامج التلفزيونية الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري وسلوكياته الاتصالية نحو قضايا التعليم قبل الجامعي. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.

أحمدون أبو بكر. (يوليو، 2023). توظيف البرامج التفاعلية في مواجهة الأزمات: دراسة تحليلية. **المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل**، العدد 16، ص ص 1-23.

أمانى محمود. (2010م). مدى اعتماد الشباب المصري على شبكة الإنترنت في متابعة القضايا العربية بالتطبيق على القضية الفلسطينية. **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص 47.

أيمن أبو زيد. (2006م). اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية خلال الأزمات. **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 141.

أيمن نداء، و شيماء ذو الفقار. (2014م). **دراسات في نظريات الرأي العام**. القاهرة: دار المدينة للطباعة، ص 170.

ثريا البدوي. (2008م). دور الإعلام في دعم المواطنة في مصر. **المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام، الإعلام وتحديث المجتمعات العربية**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 166-163.

جعفر محمد. (ديسمبر، 2024). البرامج الحوارية التلفزيونية في أوقات الأزمات السياسية: دراسة قيمة لعينة من برنامج «أستوديو الجزائر» بقناة البلاد الجزائرية. **مجلة علوم الإنسان والمجتمع**، المجلد 9، العدد 1، ص ص 284-305.

حسين عباس. (2024). دور البرامج الحوارية في فضائيات الأحزاب الإسلامية بترتيب أولويات الجمهور العراقي إزاء القضايا الوطنية. **مجلة ميسان للدراسات الأكاديمية**، العراق، جامعة ميسان، كلية التربية الأساسية، المجلد 23، العدد 50.

حنان إسماعيل. (2011م). المعالجة الاخبارية العربية في شبكتي سي ان ان واليونيوز. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص 91.

خالد الصوفي، و علي البريهي. (يناير، 2014م). دور الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو الربيع العربي. **مجلة رؤية استراتيجية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية**، المجلد الثاني، العدد 5، ص 53.

ساي طايح. (2001م). بحوث الإعلام، القاهرة، دار النهضة العربية، ص 256.

سليمان صالح. (2012م). **أخلاقيات الإعلام**. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ص ص 33-70.

سما إبراهيم. (إبريل، 2025). اتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية المجتمعية المقدمة في البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، الجزء 2، العدد 74.

شيماء ذو الفقار. (2007م). العلاقة بين التعرض للمواد الإخبارية في التلفزيون المصري واتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة. **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 93-91.

شيماء ذو الفقار. (2008م). دور المادة الإخبارية في التلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص 262.

طارق الأوجلي. (2012م). اعتماد الجمهور الليبي على قناة الجماهيرية الفضائية، في التوعية بقضايا التنمية البشرية. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الاتصال والإعلام، ص 217.

عاطف العبد. (2008م). **الإعلام والمجتمع**. القاهرة: دار الفكر العربي، مصر، القاهرة، ص ٢٦.

عاطف العبد (2008). **القنوات المتخصصة أنواعها جمهورها بحوثها وأخلاقياتها**، مكتبة فيروز، المعادي، مصر، القاهرة، ص ١٧.

عائشة الفاشي. (2012م). استخدامات المرأة العمالية لوسائل الإعلام والإشاعات المتحققة. **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص 297.

عدلي رضا، و خالد صلاح الدين. (إبريل-يونيو، 2013م). اتجاهات الرأي العام نحو الانقسات السياسية في مصر: استطلاع للرأي العام خلال شهر مارس 2013م. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد 13، العدد 3، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 29-1.

علاء الشامي. (2011م). دور وسائل الاتصال المباشر والراديو والتلفزيون في نشر المعلومات الصحية العامة بين الشباب المصري. **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص 71.

علي جمعة. (سبتمبر، 2015). الشباب السوري ومدى اعتماده على البرامج الحوارية التلفزيونية أثناء الأزمات. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، العدد 7، جامعة القاهرة - كلية الاعلام - قسم الإذاعة والتلفزيون، ص 650.

علي علاقة. (2009م). الانتماء الحزبي في مصر بالتعرض للمواد السياسية في الراديو والتلفزيون، دراسة ميدانية. **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الاعلام، ص 88.

غادة مصطفى. (2013م). معالجة المواقع الإخبارية والمنظمات العربية والدولية على شبكة الإنترنت للقضايا السياسية والعربية واتجاهات الجمهور المصري نحوها. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، قسم الإعلام، كلية آداب، جامعة الزقازيق، ص 84.

لمياء سعد. (2007م). تأثير التعرض للأخبار والبرامج الإخبارية للقنوات الفضائية على المستوى المعرفي للجمهور. **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص 163.

- محمد أبو الفحم. (2023). معالجة القضايا السياسية الفلسطينية في القنوات العربية والموجهة باللغة العربية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو منظمة التحرير الفلسطينية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، قسم الدراسات الإعلامية، معهد الدراسات والبحوث العربية.
- محمد إسماعيل. (2012م). الإعلام وما بعد الحداثة الأسس النظرية والتطبيقات الاتصالية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الثالث، العدد الثالث، ص52.
- محمد حسن. (2024). اعتماد الجمهور العراقي على البرامج الحوارية التلفزيونية المقدمة على المواقع الإخبارية الإلكترونية في الحصول على المعلومات حول نتائج الانتخابات العراقية. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
- محمد الرفاعي. (2011). دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية، دراسة تحليلية، **مجلة جامعة دمشق**، المجلد ٢٧، العدد الأول والثاني، ص٧٢.
- محمد سيد. (2009م). دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون، ص49.
- محمد عبد الحميد. (2000م). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب، ط.3، ص158.
- محمد عبد الحميد. (2007م). **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**. القاهرة: عالم الكتب، الطبعة الثانية، ص ٢٧٩.
- نشوى عقل. (2006م). المعالجة التلفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو البرلمان. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- نهى العبد. (2017م). اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات، بالتطبيق على أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، العدد23.
- ولاء العقاد. (2024). معالجة القضايا المقدمة في برامج الرأي الجماهيرية في الفضائيات العربية واتجاهات النخبة المصرية نحوها. **كلية الدراسات الإسلامية والعربية**، جامعة الأزهر، شعبة الصحافة والإعلام، ص91.

ثانياً: الأجنبية

- Boyle, T. (2014). Presidential Priming: Incumbent and Challenger Advertising. *Atlantic Journal of Communication*, Vol.12(No.4), pp.200-215.
- Claassen, R. (2008, Aug). Information Effects and Campaign Effects: Maximum Effects for Minimum Citizens. *Paper presented at the annual meeting of the APSA 2008 Annual Meeting, Hynes Convention Center*, Boston, Massachusetts, p. 11.
- Donovan, T., Tolbert, C., & Smith, D. (2012, October). Priming Presidential Votes by Direct Democracy. *The Journal of Politics*, Vol.70 (No.4), pp.1217-1231.
- Gylnn, C. (2017). when oprah interviews political correlation of day time talk show viewing. *Journal of broadcasting and electronic media*, Vol.51 (No.2).
- Holmes, J., & Doorn, B. (2012). Priming and Presidential Approval: Asymmetric Effects of Positive and Negative Information. *Paper presented at the annual meeting of the ISPP 35th Annual Scientific Meeting*, Chicago, IL, p. 4.
- Iyenger, S., & Kinder, D. (1987). *News That Matters: Television and American Opinion*, Chicago, University of Chicago, p. 115.
- Jeffery, P. (2009). 'Beyond Prime Time, Television Programming in the post-network era'. Edition by Amanda D. Lotz, First Publshed, New York, Routledge, p.15.
- Lecheler, S., Vreese, C., & Slothus, R. (2012). Issue Importance as a Moderator of Framing Effects. *Communication Research*, Vol.36 (No.3), pp.403-404.
- Lemarie, L., Chebat, J., & Bellavance, F. (2018). "Reckless driving promotion and prevention: priming effects". *Journal of Social Marketing*(Issue:2), Vol.8, PP.220-236.
- Martinez, M. (2012). Priming and Context Through Cognitive and Advertising Lenses. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, , Phoenix, AZ, p.2.
- Mendelsohn, M. (1994). The Media's Persuasive effects: The priming of leadership in 2004 Canadian Elections. *Canadian Journal of Political Science*(No.4), p. 85.
- Michael, W., Carranza, E., & Craig, R. (2013). Mistaken Identity Activating Conservative Political Identities Induces 'Conservative' Financial Psychological Science, Vol.19 (No.11), PP.1154-1155.
- Moy, P., Michael, A., & Verena, K. (2016). Priming Effects of Late-Night Comedy. *International Journal of Public Opinion Reseach*, Vol.18 (No.2), p. 200.
- Ostrom, C., & Simon, D. (2003). The President's Public" *American Journal of Political Science*, Vol. 32, p. 1103.
- Rhee, J. (2003). Strategy and Issue Frames In Election Campaign Coverage A Social Cognitive Account of Framing Effects. *Journal of Communication*, Vol. 47 (No.3), p. 42.
- Sheafer, T., & Weimann, G. (2015, June). Agenda Building, Agenda Setting, Priming. Individual Voting Intentions, and the Aggregate Results: An Analysis of Four Israeli Elections. *Jornal of communication*, pp.347-365, p.350.
- Shirley, S. (2012). The Knowledge Gap Hypothesis in Singapore: The Roles of Socioeconomic Status, Mass Media, and Interpersonal Discussion on Public Knowledge of the HINI Flu Pandemic" *Mass Communication and Society*, Vol.15, pp.695-717.
- Wimmer, R., & Domminick, J. (2006). *Mass Media Research. 8th Edition*, U. S. A, p. 179.

