

اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

Dependence of the Palestinian Media Elite on Social Networks as a Source of Information During Security Crises

أ/ يوسف أبو حشيش

1. الجامعة الإسلامية بغزة (فلسطين).

تاريخ القبول: 2022/12/18

تاريخ المراجعة: 2022/11/28

تاريخ الاستلام: 2022/09/28

ملخص:

تهدف الدراسة للتعرف على درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، واعتمدت على منهج المسح، وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، واستخدمت أداتي صحيفة الاستقصاء التي وزعت على عينة قوامها (200) مفردة من النخبة الإعلامية الفلسطينية، والمقابلة المعقمة لمجموعة من النخب والخبراء، واستندت الدراسة إلى نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام والقائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى أن درجة ثقة النخبة الإعلامية الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية متوسطة بنسبة 51.6%، وأهم الصفحات الإخبارية التي تعتمد عليها النخبة الإعلامية الفلسطينية كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية كانت وكالة شهاب للأنباء بنسبة 60.4%، يليها كل من شبكة قدس الإخبارية بنسبة 39.6%، ووكالة الصحافة الفلسطينية (صفا) بنسبة 34.1%، وأوصت الدراسة بتعزيز التعاون بين الجهات الأمنية والمؤسسات الإعلامية، وتفعيل دور النخب بشكل أكبر، وبناء جسور من الثقة المتبادلة بين جميع الأطراف، خاصة فيما يتعلق بإدارة الأزمات الأمنية، وزيادة الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

الكلمات المفتاحية: النخبة الإعلامية الفلسطينية، شبكات التواصل الاجتماعي، الأزمات الأمنية.

Abstract:

The study aims to identify the degree of dependence of the Palestinian media elite on social networks as a source of information during security crises. The study belongs to descriptive research, and relied on the survey method, within which the method of surveying media practice methods. It used the two tools of the survey newspaper, which was distributed to a sample of (200) individuals from the Palestinian media elite, and the sterilized interview to elites and experts. The study found that the degree of confidence of the Palestinian media elite in social media networks as a source of information during security crises is average at 51.6%, and the most important news pages on which the Palestinian media elite relies as a source of information during security crises was the Shehab News Agency with a rate of 60.4%, followed by the Quds Network News by 39.6%, and the Palestinian Press Agency (Safa) by 34.1%. The study recommended the need to enhance cooperation between security agencies and media institutions, activate the role of elites more, and build bridges of mutual trust. Among all parties, especially with regard to managing security crises, and increasing trust in social networks as a source of information.

Keywords: Palestinian media elite, Social networks, Security crises.

المؤلف المرسل: yhashish18@gmail.com

1. مقدمة:

مع انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في إطار ثورة التكنولوجيا والمعلومات والتطور المتسارع للتقنيات الرقمية، وبعد أن أصبح أكثر من نصف سكان العالم مستخدمين نشطين للإنترنت، وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي هي الطريقة الأسهل للتواصل بين الأفراد والمجموعات وتبادل المعلومات سواء على الصعيد المهني أو الإنساني، أصبح النشاط الرقمي يؤثر في الفكر إما تأثيراً، في ظل رغبة الدول والمنظمات المختلفة في السيطرة على الفضاء الرقمي، والتأثير على مستخدميها، أو التحكم في نشاطاتهم، وتوجيههم لخدمة مصالحها.

وقد غيرت شبكات التواصل الاجتماعي من طريقة تلقي الجمهور للمعلومات والأخبار، حيث تتزايد نسب استخدامها بشكل يومي، وترتفع نسبة مشاهدتها واستخدامها حين تركز وسائل الإعلام المتباينة على تسليط الضوء على قضية معينة أو خلق حدث إعلامي، فتعمل شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر بديلة للمعلومات والآراء حول القضايا الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، متحدية وظائف حراس البوابة المنتجين القدامى لوسائل الإعلام، حيث إن الناشطين السياسيين، والاجتماعيين يستخدمون الشبكة العنكبوتية لخلق أماكن بديلة لمناقشة قضايا أهملت من قبل الصفوة ووسائل الإعلام التقليدية (الخصاونة والعتوم، 2021، ص301).

ويعد دور النخبة بالغ الأهمية في شتى نواحي الحياة، وفي جميع المجالات، بما يملكون من صلاحيات وقدرات، وتحتل مواقع قيادية في مختلف الأماكن، كما أن النخب مهما تنوعت فهي جزء لا يتجزأ من المجتمع، وفي ضوء الدور المتزايد الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها الفائقة، فقد زاد اعتماد النخبة في المجتمعات المختلفة على شبكات التواصل الاجتماعي، سواء في تلقي المعلومات والأخبار، والمطالعة والتصفح، ومواكبة الأحداث والتطورات الجارية، أو في التواصل مع الجمهور والتفاعل معهم على كافة المنصات، وبالتالي تساعد في بناء الخطط المستقبلية من خلال استطلاع رأي الجمهور، وزيادة نسبة المعرفة بطبيعة الأحداث، فضلاً عن تأثيرها في اتخاذ القرارات الحاسمة.

ومع التبلور الكامل لعلم إدارة الأزمات كواحد من العلوم الإنسانية الحديثة، كان للبعد الإعلامي في إدارة الأزمات أهمية كبيرة، وتحديدًا في الأزمات الأمنية على وجه الخصوص، فالجماهير في وقت الأزمة الأمنية تصبح متشوقة لمعرفة ومشاهدة كافة الأخبار والأحداث التي تسببت بوقوع الأزمة، كما أن الدول التي تحدث بها الأزمات تصبح من مصلحتها نشر جهودها التي قامت بها لمواجهة الأزمات الأمنية، للتأكيد على سيطرتها وحرصها على المحافظة على الأمن والاستقرار للأفراد (اللحام وآخرون، 2014، ص239).

وفي الحالة الفلسطينية التي تحظى بخصوصية كبيرة، حيث تزدهم ساحتها بالأحداث الميدانية السياسية والعسكرية والأمنية المختلفة، وتعد فلسطين من الدول العربية الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي (المركز العربي لتطوير الإعلام، 2022)، وبالتالي يتزايد الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي من قبل النخب، لمتابعة المستجدات الأمنية، والعمل على استقراء الأحداث، والسرعة في اتخاذ القرارات المناسبة، نظراً لما تؤديه تلك الشبكات

من دور باعتبارها خط التماس الأول مع الأزمات الأمنية، إذ أن قدرتها في التأثير على الرأي العام، جعلتها الخطوة الأساسية، والجهة المهمة التي يجب التركيز عليها للتعامل مع الأزمات الأمنية.

لذا تأتي هذه الدراسة للتعرف على مدى اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، وتسليط الضوء على الشبكات والصفحات التي يتم الاعتماد عليها، ورصد الأسباب وطبيعة اعتماد النخبة الإعلامية على هذه الشبكات كمصدر للمعلومات، ودرجة الثقة فيها، والتأثيرات الناتجة عن اعتماد النخبة الإعلامية عليها خلال الأزمات الأمنية، والكشف عن السلبيات الناجمة، ومدى الاستفادة من شبكات التواصل في بناء المواقف واتخاذ القرارات بشأن الأزمات الأمنية.

2. مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، ودوافع الاعتماد عليها، وأهم الشبكات والصفحات التي يتم الاعتماد عليها، والعوامل المؤثرة، ودرجة الثقة فيها، والتأثيرات والمشكلات الناجمة، ومقترحات النخبة الإعلامية لتعزيز دورها في بناء المواقف واتخاذ القرارات بشأن الأزمات الأمنية.

لاحظ الباحث من خلال نشاطه الإعلامي، ومتابعته لشبكات التواصل الاجتماعي، ومعايشته لأحداث وأزمات كثيرة ومتلاحقة شهدتها الساحة الفلسطينية، اعتمادا واضحا على هذه الشبكات كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، ووسائل للمتابعة الحثيثة واللحظية للأحداث، لاسيما لدى النخبة الإعلامية، حيث يتكثف اعتماد النخبة على شبكات التواصل الاجتماعي، ويزداد تفاعلهم ورصدهم للأحداث، لاستقراء التفاصيل المتعلقة بالأزمات، والتنبؤ بأحداثها، واتخاذ القرارات المناسبة تجاهها، وتوظيف تلك الشبكات في إدارة الأزمات ومعالجتها.

وقد أجرى الباحث دراسة استكشافية ميدانية، من خلال توزيع استبانة على عينة عمدية قدرها 30 مبحوثا تم اختيارهم من النخبة الإعلامية الفلسطينية، ممن لديهم خبرة تزيد عن 15 سنة، وقد جاءت نتائج الدراسة الاستكشافية كما يأتي:

-تعتمد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية بدرجة كبيرة بنسبة 75%، وبدرجة متوسطة بنسبة 20%، وبدرجة ضعيفة بنسبة 5%.

-تبين أن متابعة النخبة الإعلامية الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية تركزت في معظمها لتطبيق واتساب، يليه في المرتبة الثانية موقع فيسبوك، ثم تويتر وتلغرام بنسب متفاوتة.

- جاءت الصفحات الإخبارية في مقدمة الصفحات التي تتابعها النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية، ثم الصفحات الشخصية لبعض الخبراء والمحللين السياسيين والأمنيين، ثم صفحات المشاهير والمؤثرين.

- أظهرت النتائج أن دوافع اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي متنوعة، حيث جاءت متابعة الأخبار السريعة في مقدمة الدوافع والأسباب، تليها متابعة ردود الفعل المختلفة على الأحداث والأزمات المختلفة، بما فيها الأزمات الأمنية.

- تبين أن النخبة الإعلامية الفلسطينية تثق بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية بدرجة كبيرة بنسبة 7%، وبدرجة متوسطة بنسبة 29%، وبنسبة 64% بدرجة متدنية، وهذا يدل على ضعف مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي لدى النخبة الإعلامية.

- نجحت شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور الفلسطيني وتوجيهه للتعامل مع الأزمات الأمنية بدرجة عالية بنسبة 35%، وبدرجة متوسطة بنسبة 40%، فيما رأى 25% من النخبة الإعلامية الفلسطينية أنها نجحت بدرجة متدنية.

- اتفقت النخبة الإعلامية الفلسطينية على أن من أبرز الأدوار الإيجابية التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية التصدي للإشاعة والدعاية السوداء والحرب النفسية الموجهة من العدو خلال الأزمات، بالإضافة إلى خلق رأي عام داعم ومساند للقضايا الوطنية.

- جاء تعزيز صمود وتماسك الجبهة الداخلية خلال الأزمات الأمنية بالمرتبة الأولى في مدى فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي، ثم حسن اتخاذ القرارات، يليه رفع الروح المعنوية للجمهور وذلك من وجهة نظر النخبة الإعلامية الفلسطينية.

- تباينت النتائج حول المعوقات التي تواجه اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية، وكان من أبرز تلك المعوقات كثرة المعلومات المتدفقة، وضخامة الماكنة الإعلامية للعدو، وإغلاق العديد من الصفحات ومحاربة المحتوى الفلسطيني.

- اتفقت النخبة الإعلامية الفلسطينية على ضرورة بناء استراتيجية إعلامية للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية، وأوصت بضرورة تشكيل غرفة إعلامية مشتركة لمتابعة هذه الشبكات خلال الأزمات الأمنية.

وبالتالي ستبحث تسعى الدراسة للإجابة عن تساؤل رئيسي، وهو: ما درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية؟

1.2. تساؤلات الدراسة:

1. ما أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها النخبة الإعلامية الفلسطينية كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية؟
2. ما الصفحات التي يتم متابعتها من قبل النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية؟
3. ما دوافع اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية؟
4. ما أهم العوامل المؤثرة في اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية؟
5. ما أبرز الأزمات الأمنية في قطاع غزة التي تابعتها النخبة الإعلامية الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
6. ما درجة ثقة النخبة الإعلامية الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية؟
7. ما التأثيرات المعرفية عن اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية؟
8. ما التأثيرات الوجدانية عن اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية؟
9. ما التأثيرات السلوكية عن اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية؟
10. ما المشكلات الناجمة عن اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية؟
11. ما مقترحات النخبة الإعلامية الفلسطينية لتعزيز دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء المواقف واتخاذ القرارات بشأن الأزمات الأمنية؟

2.2. فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الأوقات العادية ودرجة اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية.
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة ثقة النخبة الإعلامية الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية تعزى للمتغيرات الديموغرافية لديهم (النوع الاجتماعي والعمر والمؤهل العلمي وطبيعة العمل).

3. أهداف الدراسة:

- يتمثل هدف الدراسة الرئيسي في التعرف على درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، ويندرج تحت هذا الهدف الأهداف الفرعية الآتية:
- ✓ التعرف على أهم شبكات التواصل الاجتماعي والصفحات التي تعتمد عليها النخبة الإعلامية الفلسطينية كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية ودوافع الاعتماد.
 - ✓ الوقوف على العوامل المؤثرة في اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، ودرجة الثقة فيها.
 - ✓ تسليط الضوء على التأثيرات المترتبة على اعتماد النخبة الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية.
 - ✓ الكشف عن المشكلات الناجمة عن اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي، ومقترحاتهم لتعزيز دورها في بناء المواقف واتخاذ القرارات بشأن الأزمات الأمنية.

4. أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من النقاط الآتية:

- ✓ أهمية الدور الذي تؤديه النخبة الإعلامية في الساحة الفلسطينية، ومدى قدرة أفراد تلك النخبة على التأثير في الشارع الفلسطيني، وتوجيه الرأي العام في القضايا المصرية.
- ✓ قلة الدراسات الإعلامية التي تناولت الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، وربطها بالنخب الفلسطينية.
- ✓ أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث تغييرات على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، وتزايد أعداد مستخدميها من كل الفئات، خاصة خلال أوقات الأزمات الأمنية.
- ✓ تقديم تصور لصناع القرار عن خطورة دور شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات، وتأثيراتها المختلفة على كافة شرائح المجتمع.

5. حدود الدراسة:

- الحد الموضوعي: وهو اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية.
- الحد الزمني: وهو فترة إجراء المسح الميداني على عينة الدراسة، حيث قام الباحث بتوزيع الاستبانة خلال الفترة الواقعة ما بين 2022/5/10م وحتى 2022/6/10م.
- الحد المكاني: حدد الباحث المحافظات الجنوبية "قطاع غزة" مكانا للدراسة.

6. الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام والقائم بالاتصال:

1.6. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

استند مؤسساً نظرية الاعتماد "ميلفين ديفلير" و"ساندرا بول روكيتش" على المسائل الرئيسة التي جاءت بها التصورات النظرية التي سبقتها، ومنها: اهتمام البناء الوظيفي بالاستقرار الاجتماعي، والتركيز المتغير للمثال الخاص بالصراع، والتأكيد على التكيف الاجتماعي للمثال التطوري، والتركيز على إنشاء المعاني في المنظور التبادلي التفاعلي الرمزي،

وتفسير العوامل الفردية (البواعث، القيم، المواقف، والسلوك) من النموذج الإدراكي (Melvin & Rokeach, 1976, p224-226).

وتتمثل تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام فيما يأتي:

أ. **التأثيرات المعرفية:** ومنها **الغموض** الذي يحدث نتيجة لتناقص المعلومات التي يتعرض لها الأفراد، أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث، و**تشكيل الاتجاه** حيث تؤدي وسائل الإعلام دورا مهما في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع (عبد الحميد، 2004، ص302)، و**ترتيب الأولويات** حيث تقوم وسائل الإعلام بترتيب أولويات الجمهور إزاء القضايا البارزة من دون غيرها (المزاهرة، 2012، ص229)، و**اتساع المعتقدات** التي يتم تنظيمها في فئات بما ينعكس على الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية، و**القيم** التي تمثل مجموعة المعتقدات التي يشارك فيها أفراد جماعة ما، وتقوم وسائل الإعلام بتوضيحها (مكاوي، والسيد، 2017، ص324).

ب. **التأثيرات الوجدانية:** يقصد بها المشاعر والعواطف التي تظهر عندما تقدم معلومات معينة من خلال وسائل الإعلام تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم في الاتجاه الذي تستهدفه الرسائل الإعلامية (المزاهرة، 2012، ص228)، ومن هذه التأثيرات: **الفتور العاطفي** وعدم الرغبة في تقديم المساعدة للآخرين في أوقات العنف (مكاوي، والسيد، 2017، ص328)، و**الخوف والقلق** بسبب ما تقدمه وسائل الإعلام من أخبار سلبية، و**الدعم المعنوي والاعتزاز** حيث يلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات ووسائل الإعلام معبرة عن نفسه، وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية (عبد الحميد، 2004، ص304).

ت. **التأثيرات السلوكية:** وهي المتمثلة في الحركة أو الفعل الذي يظهر في سلوك علي، وهي ناتجة عن التأثيرات المعرفية والوجدانية، ومنها: **التنشيط** الذي قد يكون مفيدا، وقد يكون ضارا، و**الخمول** نتيجة التعرض لرسائل الإعلام المبالغ فيها، ما يدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل (Melvin & Rokeach, 1976, p271).

1.1.6. تطبيق مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام في الدراسة:

تفترض النظرية زيادة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات والأخبار من أجل تكوين مداركه إزاء ما يحدث في المجتمع أوقات الأزمات والصراعات والاضطرابات، لذا يعد هذا النموذج هو الأنسب لأهداف هذه الدراسة كونها تحاول استكشاف مدى اعتماد النخبة الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، كما تفيد النظرية في التعرف على نوع وحجم التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد، حيث يختلف حجمها تبعا للمتغيرات الديموغرافية، بالإضافة إلى التعرف على دوافع الباحثين في اعتمادهم على شبكات التواصل

الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، وعلاقة هذه الدوافع بحجم اعتمادهم على تلك الشبكات لاكتساب المعلومات، وهو ما تسعى الدراسة إلى معرفته.

2.6. نظرية القائم بالاتصال:

نشأت هذه النظرية على يد العالم "كورت لوين"، ويقصد بالقائم بالاتصال الشخص المخول بالتحكم في الرسالة الإعلامية، وتمثل القوى أو العلاقات التي يتأثر بها القائم بالاتصال، أثناء ممارسته لمهامه المؤسسات الإعلامية، في خصائص القائم بالاتصال والإحساس بالذات، والانتماءات والجماعات المرجعية، الضغوط المهنية وعلاقات العمل، العلاقات بمصادر الأنباء والمعلومات، تأثير السياسات الخارجية والداخلية، التوقعات الخاصة بجمهور المتلقين (عبد الحميد، 2004، ص93).

ولا تقل دراسات القائم بالاتصال أهمية عن دراسة مضمون الرسالة الإعلامية، وغالبا ما تتم دراسات القائم بالاتصال في إطار تحليل وسائل الإعلام بوصفها مؤسسات لها وظيفة اجتماعية، والظروف التي تؤثر على اختيار المحتوى (مكاوي، والسيد، 2017، ص175)، ويمثل القائم بالاتصال وحدة التحليل الأصغر في الإجابة عن الأسئلة الخاصة بمسؤولية صناعة المحتوى، ويعد أحد المفاهيم الخاصة بالعلاقات التنظيمية داخل المؤسسات الإعلامية.

وتتمثل العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال فيما يأتي (عبد الحميد، 2004، ص91-93):

أ. معايير المجتمع وقيمه وتقاليد: الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع.

ب. معايير ذاتية: عوامل التنشئة الاجتماعية والتعليم والاتجاهات والجماعات المرجعية.

ت. معايير مهنية: سياسة الوسيلة الإعلامية، المصادر، وعلاقات العمل وضغوطه.

ث. معايير الجمهور: طبيعة الجمهور، وتوعيته، ومواقفه.

1.2.6. تطبيق نظرية القائم بالاتصال في الدراسة:

تم توظيف نظرية القائم بالاتصال في هذه الدراسة للتعرف على طبيعة العلاقة بين النخبة الإعلامية الفلسطينية - باعتبارها القائم بالاتصال في هذه الحالة - والاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، والوقوف على المعايير والعوامل المؤثرة على هذا الاعتماد، بالإضافة إلى التعرف على اقتراحات النخبة الإعلامية في هذا الإطار، بهدف تعزيز الدور الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي والاستفادة منها كمصدر ذي ثقة للمعلومات خلال الأزمات الأمنية.

7. نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

1.7. نوع الدراسة: تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تستهدف دراسة طبيعة الظاهرة أو الموقف أو مجموعة من الأحداث، بهدف الحصول على معلومات كافية عنها (حسين، 1995، ص131).

2.7. منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على منهجين، هما:

1.2.7. منهج الدراسات المسحية: الذي يعرف بأنه أحد الأشكال الخاصة لجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، ويستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع المعلومات عنها من خلال مجموعة من الإجراءات التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها (العبد، 2000، ص167)، وفي إطار هذا المنهج تعتمد الدراسة على أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، ويقصد به "دراسة الجوانب والأساليب الإدارية والتنظيمية التي تتبعها أجهزة الإعلام وإدارته في مختلف المجالات الإعلامية، وذلك بهدف تصوير الواقع التطبيقي الفعلي، وتعرّف الطرق التي تتبعها هذه الأجهزة في ممارسة نشاطاتها المختلفة، باعتبار أن نجاح الجهود الإعلامية يبنى أساساً على مدى فاعلية الجوانب الإدارية والتنظيمية لها" (عبد الحميد، 2004، ص158)، واستخدم الباحث هذا الأسلوب للتعرف على اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية.

2.2.7. منهج دراسة العلاقات المتبادلة: ويسعى هذا المنهج إلى "دراسة العلاقة بين الحقائق التي تم التوصل إليها، بهدف التعرف إلى الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة والوصول إلى خلاصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الاتجاه الإيجابي" (حسين، 2006، ص131)، وفي إطار هذا المنهج استخدمت الدراسة أسلوب الدراسات الارتباطية الذي يسعى للتعرف على العلاقات بين المتغيرات المختلفة في الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضع الدراسة (حسين، 2006، ص161)، وبأني استخدام هذا الأسلوب للوقوف على طبيعة العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة، واختبار فروض الدراسة والتأكد من صحتها.

3.7. أدوات الدراسة: استخدمت الدراسة أداتين، هما:

1.3.7. صحيفة الاستقصاء "الاستبانة": وهي أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مقدماً، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر الباحثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم لتصرفات سلوكية معينة (حسين، 2006، ص151)، وقد قام الباحث باستخدام صحيفة الاستقصاء من أجل رصد وتحليل وتقييم مدى اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، وتكونت صحيفة الاستقصاء من عدة محاور، هي:

— المحور الأول: السمات العامة: النوع الاجتماعي والعمر والمؤهل العلمي وطبيعة العمل.

- المحور الثاني: متابعة النخبة الإعلامية الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي.
- المحور الثالث: طبيعة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية.
- المحور الرابع: التأثيرات المترتبة على اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية.
- المحور الخامس: المشكلات والمقترحات.

2.3.7. أداة المقابلة المعمقة: يمكن أن تجرى المقابلة في مكان عمل الشخص أو في المكان الذي يحدده، وهناك نوعان أساسيان من المقابلات: المقابلات المقتنة والمقابلات غير المقتنة (طابع، 2007، ص 74-75)، وقد قام الباحث بإجراء مقابلات مع عدد من الخبراء الأمنيين والنخب الإعلامية الفلسطينية ذات الشأن، للتعرف على آرائهم حول المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية، وأخذ وجهة نظرهم وتقييمهم لتطوير الدور الذي تقوم به هذه الشبكات، كما تمت الاستفادة من هذه المقابلات في تحليل نتائج الدراسة وتفسيرها.

8. إجراءات الصدق والثبات:

استخدم الباحث عدة خطوات لتحقيق صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبانة)، على النحو الآتي:

1.8. صدق الاستبانة:

أ. صدق المحكمين (الصدق الظاهري): قام الباحث بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من الخبراء والمختصين.

ب. صدق المقياس (صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة): يقصد بصدق الاتساق الداخلي، مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، حيث تم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة على عينة الدراسة، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمجال التابعة له وبلغت أدنى درجات معامل الارتباط (0.431) بينما بلغ أعلى ارتفاع له (0.871).

2.8. ثبات الاستبانة:

للتحقق من ثبات الاستبانة أجريت خطوات الثبات على العينة نفسها بطريقتين هما: التجزئة النصفية ومعامل كرونباخ ألفا، وتبين بعد استخدام طريقة التجزئة النصفية أن هناك معامل ثبات مرتفع نسبياً بلغ في أعلى مستوى له (0.926)، مما يدل على ثبات فقرات الاستبانة، وبعد استخدام طريقة ألفا كرونباخ تبين أن معاملات الثبات مرتفعة، مما يؤهل الأداة للقيام بدورها بكل ثقة، ويستخلص الباحث من نتائج اختباري الصدق والثبات أن أداة الدراسة صادقة في قياس ما وضعت لقياسه، كما أنها ثابتة بدرجة عالية جداً، ما يؤهلها لتكون أداة قياس مناسبة وفاعلة لهذه الدراسة.

9. مجتمع الدراسة وعينتها:

1.9. مجتمع الدراسة: يقصد بمجتمع الدراسة "جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث" (عدس، وآخرون، 1984، ص 109)، وقد بلغ عدد صحفيي قطاع غزة المسجلين في نقابة الصحفيين 750 صحفي وصحفية (الأسطل، مقابلة)، فيما بلغ عدد المسجلين في المكتب الإعلامي الحكومي 550 صحفي وصحفية، وغير مسجلين في سجلات نقابة الصحفيين (معروف، مقابلة)، وبذلك يكون المجموع 1300 صحفي وصحفية، وقد حدد الباحث مجتمع الدراسة هنا في النخبة الإعلامية الفلسطينية الذين مضى على عملهم 15 سنة فما فوق، وبلغ عددهم 320 مفردة، وفقاً للمصادر المذكورة.

2.9. عينة الدراسة: اختار الباحث العينة العمدية المتاحة المتمثلة في الأفراد الذين استطاع الوصول إليهم وعددهم 200 مفردة، وتكونت الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية، والأكاديميين المتخصصين بالإعلام، حيث توزع صحيفة الاستقصاء عليهم إلكترونياً ویدوياً، وكان عدد الاستجابات 182 استبانة، كما اختار الباحث مجموعة من النخب والخبراء، بهدف إجراء المقابلة المعمقة.

10. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

قام الباحث بتفريغ الاستبانة وتحليلها من خلال برنامج التحليل الإحصائي Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)، وقد تمّ استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

✓ إحصاءات وصفية، منها: النسبة المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي، ويستخدم هذا الأمر بشكل أساسي بهدف معرفة تكرار فئات متغير ما، ويفيد الباحث في وصف متغيرات الدراسة.

✓ معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لقياس صدق فقرات الاستبانة، وتحقيق فرضية الدراسة.

✓ اختبار (تحليل التباين الأحادي - One-Way ANOVA) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات الترتيبية.

✓ اختبار (ت لعينتين مستقلتين - Independent Sample T Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات.

11. المفاهيم الأساسية للدراسة:

• **النخبة:** تعرف النخب في علم الاجتماع بأنها الجماعات أو الفئات القليلة داخل المجتمع ولها مكانة اجتماعية عالية، ولا يعني هذا التميز بالضرورة سيطرة وهيمنة هذه النخب بالقوة على بقية أفراد المجتمع، بل يشير إلى أن عددًا محدودًا من أفراد المجتمع يتمتعون بسمات لها قيمة محددة كالمقدرة العقلية أو النوع الإداري المرتفع، أو التحصيل العلمي، وتتحول النخب المتخصصة بفعل استخداماتها الخاصة إلى جماعات قيادية (العزام، وكاتي، 2018، ص15).

• **ويعرف الباحث النخبة الإعلامية إجرائيًا بأنها:** "مجموعة الإعلاميين والصحفيين الذين لهم مكانة اجتماعية عالية، وتأثير في المجتمع، وهم هنا الصحفيون الذين مضى على عملهم الصحفي ما يزيد عن 20 سنة، والمسجلون رسميًا في كشوفات نقابة الصحفيين الفلسطينيين والمكتب الإعلامي الحكومي بقطاع غزة".

• **شبكات التواصل الاجتماعي:** هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو طلاب الثانوية (راضي، 2003، ص23).

• **الأزمات الأمنية:** الحالة التي يستفحل فيها الحدث الأمني، وتتصاعد فيها الأعمال المكونة له إلى مستوى التأزم، الذي تتشابك فيه الأمور، ويتعقد فيه الوضع إلى الحد الذي يتطلب معه ضرورة تكاتف جهود العديد من الجهات الأمنية وغير الأمنية، لإمكان مواجهته بحكمة وخبرة وقدرة على احتواء ما يترتب عليه من أضرار، والحيلولة دون استفحالها، وذلك بأمل الوصول إلى تحقيق الهدف المنشود والمتمثل في أقل قدر من الخسائر بأقل جهد وتكلفة، وضبط الجناة للاستفادة منهم في إمكانية التعرف على الأبعاد الحقيقية لتلك الأزمة منعا لتكرارها ودورها لانتشارها (عجوة، وفريد، 2001، ص169-170).

12. نتائج الدراسة الميدانية واختبار فروضها ومناقشتها:

تم اعتماد استجابات أفراد عينة الدراسة حسب مقياس خماسي التدرج من (1-5)، حيث تمثل (1) أدنى درجة موافقة أي منخفضة جداً، و (5) تمثل أعلى درجة موافقة أي عالية جداً، وبينهما: منخفضة (2)، ومتوسطة (3)، وعالية (4).

وتم تحديد طول الخلايا في المقياس الخماسي من خلال حساب المدى بين درجات المقياس (5-1=4)، ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس، للحصول على طول الخلية، أي (5/4=0.8)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس، (بداية المقياس، وهي واحد صحيح "1")، وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا في باقي الخلايا، وتم تقييم درجات الموافقة بحسب مقياس التدرج الخماسي المبين في الجدول الآتي:

جدول (1) الخلق المعتمد في الدراسة

درجة الموافقة	الوزن النسبي	طول الخلية
منخفضة جداً	من 20% - إلى أقل من 36%	من 1- إلى أقل من 1.8
منخفضة	من 36% - إلى أقل من 52%	من 1.8 - إلى أقل من 2.6
متوسطة	من 52% - إلى أقل من 68%	من 2.6 - إلى أقل من 3.4
عالية	من 68% - إلى أقل من 84%	من 3.4 - إلى أقل من 4.2
عالية جداً	من 84% - إلى 100%	أكبر من 4.2

أولاً: متابعة النخبة الإعلامية الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي:

1. درجة اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الأوقات العادية

جدول (2) يوضح اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الأوقات العادية

الدرجة	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً	المجموع	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	4	18	68	92	182	0.667	4.43	88.6
%	2.2	9.89	39.36	50.55	100			

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الوزن النسبي لدرجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي في الأوقات العادية بلغ 88.6%، وهو درجة كبيرة، حيث جاء في المرتبة الأولى بدرجة عالية جداً بنسبة 50.55%، وجاء في المرتبة الثانية بدرجة عالية بنسبة 39.36%، فيما جاء في المرتبة الثالثة بدرجة متوسطة بنسبة 9.89%، بينما جاء في المرتبة الأخيرة بدرجة منخفضة بنسبة 2.2%.

وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة الغلبان 2020 إلى أن ما نسبته 38.7% من النخب الفلسطينية يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول مسيرات العودة بدرجة عالية جداً، بينما 28.5% بدرجة عالية، و 27.7% بدرجة متوسطة.

ويتفق أيضاً مع دراسة أبو ليلة 2016 التي أظهرت أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني بنسبة 84.6%، وأوضحت الدراسة أن 48.1% منهم يوافقون بدرجة عالية على أنه يزداد اعتمادهم عليها في أوقات الأزمات.

وتؤكد هذه النتائج ما أشارت إليه نظرية الاعتماد، بأن قوة وسائل الإعلام تأتي لأن الأفراد ليسوا منعزلين وبينهم روابط اجتماعية، كما تتصور أن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر المعلومات، وهذه النقاط مجتمعة تتمثل بكل تأكيد في شبكات التواصل الاجتماعي.

ويرى الباحث أن هذه النتيجة تؤكد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في الواقع الفلسطيني، والإقبال الكبير الذي تحظى به في ظل الظروف والأوقات العادية، حيث فرضت نفسها على الساحة الإعلامية، وليس أدل على ذلك من النسب العالية في متابعتها من قبل النخبة الإعلامية الفلسطينية.

2. دوافع اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (3) يوضح أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الأسباب
96.7	176	الحصول على آخر الأخبار والمستجدات
37.4	68	الحصول على أفكار لموضوعات صحفية
28.6	52	التواصل مع مؤسسات صحفية
33	60	التواصل مع مصادر الأخبار
49.5	90	بناء العلاقات الاجتماعية والتواصل مع المعارف
27.5	50	التسلية وقضاء وقت الفراغ

(ن = 182)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الحصول على آخر الأخبار والمستجدات جاء في مقدمة أسباب استخدام النخبة الإعلامية الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 96.7%، ثم بناء العلاقات الاجتماعية والتواصل مع المعارف بنسبة 49.5%، وجاء في المرتبة الثالثة الحصول على أفكار لموضوعات صحفية بنسبة 37.4%، يليه التواصل مع مصادر الأخبار بنسبة 33%، ثم التواصل مع مؤسسات صحفية بنسبة 28.6%، وجاء في المرتبة الأخيرة التسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة 27.5%.

وهذا يتفق مع دراسة جاد الله 2020 التي توصلت إلى أن 84.6% من الصحفيين الفلسطينيين يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لأفكار لموضوعاتهم الصحفية.

ويتفق مع دراسة زقوت 2016 التي توصلت إلى أن أبرز الدوافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية كانت تلقي الأخبار بنسبة 94.3%، يليها الدردشة مع الأصدقاء بنسبة 68.3%.

ويتفق أيضاً مع دراسة بربخ 2015 التي توصلت إلى أن أبرز أسباب الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي 2014 هو الحصول على المعلومات والأخبار بنسبة 76.22%.

ويتفق مع دراسة سكيك 2014 التي توصلت إلى أن الشباب الفلسطيني يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بهدف الاطلاع على الأخبار بنسبة قدرها 78.9%.

ويرى الباحث أن النتيجة السابقة وربطها بنتائج الدراسات السابقة، يؤكد أن الدافع الأبرز للاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي هو الحصول على آخر الأخبار، وهي الميزة الأهم لدى هذه الشبكات، والتي جعلتها تتفوق على غيرها من وسائل الإعلام، حيث توفر هذه الشبكات السرعة والفورية في متابعة المستجدات.

وفي هذا السياق يقول إسلام شهبان الخبير الأمني والإعلامي (مقابلة) إن النخبة الإعلامية الفلسطينية، وتحديدًا في قطاع غزة، تلجأ لشبكات التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها لسرعتها في الحصول على آخر الأخبار والمعلومات حول القضايا المختلفة بشكل فوري، وهذا ما تفتقده غيرها من وسائل الإعلام.

ثانياً: طبيعة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية:

3. درجة اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام خلال الأزمات الأمنية

جدول (4) يوضح درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام خلال الأزمات الأمنية

الدرجة	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً	المجموع	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	8	2	44	74	54	182	0.987	3.9	78
%	4.4	1.1	24.2	40.7	29.7	100			

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الوزن النسبي لدرجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام خلال الأزمات الأمنية بلغ 78%، وهو درجة كبيرة، حيث جاء في المرتبة الأولى بدرجة عالية بنسبة 40.7%، وجاء في المرتبة الثانية بدرجة عالية جداً بنسبة 29.7%، فيما جاء في المرتبة الثالثة بدرجة متوسطة بنسبة 24.2%، ويليه في المرتبة الرابعة بدرجة منخفضة جداً بنسبة 4.4%، بينما جاء في المرتبة الأخيرة بدرجة منخفضة بنسبة 1.1%.

وهذا يتفق مع دراسة المدهون 2017 التي توصلت إلى أن النخب الفلسطينية السياسية يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات بدرجةٍ مرتفعةٍ جداً بنسبة 64.5%، بينما يستخدمه بدرجة متوسطة 33.6% أما من يستخدمه بدرجةٍ منخفضةٍ جداً 9.17%.

ويتفق مع دراسة زقوت 2016 التي توصلت إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يزداد في أوقات الأحداث والأزمات حيث بلغت النسبة 88%.

وهذا يتفق مع دراسة بريخ 2015 التي توصلت إلى النخب السياسية الفلسطينية اعتمدت على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات أثناء العدوان بدرجة عالية بنسبة 40.2%، بينما كان اعتمادهم بدرجة منخفضة 4.9%.

ويتفق ذلك أيضاً مع دراسة حسين 2016 التي توصلت إلى أن متوسط متابعة شبكات التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية بوزن نسبي 73.2% وهو متوسط نسبي مرتفع، إلا أن هذا المتوسط يزيد خلال الأزمات الأمنية بوزن نسبي 86%.

ويتفق أيضاً مع دراسة برغوث 2014 التي توصلت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني لمعرفة الأخبار عند حدوث الأزمات الأمنية.

وتتفق كل هذه النتائج السابقة مع نظرية الاعتماد التي تستند إليها هذه الدراسة، والتي تفترض زيادة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات والأخبار من أجل تكوين مداركه إزاء ما يحدث في المجتمع أوقات الأزمات والصراعات والاضطرابات، كما أشارت إلى ارتفاع اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في حالات نقص المعلومات، وهذا الأمر يظهر في أوقات الأزمات الأمنية، لذا يرى الباحث أن هذا النموذج هو الأنسب لأهداف هذه الدراسة كونها تحاول استكشاف مدى اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية.

وبمقارنة هذه النتيجة مع نتائج الجدول السابق حول اعتماد النخبة الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي في الأوقات العادية، يتبين أن هناك تقارباً كبيراً في النتائج، مع انخفاض طفيف في الاعتماد على هذه الشبكات خلال الأزمات الأمنية، وقد يرجع ذلك إلى ثقة بعض النخب في الإعلام التقليدي، إذا ما تعلق الأمر بمعلومات حول الأزمات الأمنية.

4. درجة اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي الآتية خلال الأزمات الأمنية

جدول (5) يوضح درجة اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي الآتية خلال الأزمات الأمنية

الشبكات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوزن النسبي
تويتر	26	30	54	46	26	1.25	2.91	58.2
يوتيوب	10	14	58	56	44	1.101	2.4	48
فيسبوك	62	70	34	8	8	1.049	3.93	78.6
واتساب	120	46	14	1	1	0.732	4.55	91
انستجرام	26	36	40	50	30	1.303	2.88	57.6
سناب شات	4	4	10	72	92	0.857	1.66	33.2
تليجرام	58	58	38	14	14	1.208	3.73	74.6
تيك توك	8	12	22	60	80	1.106	1.95	39
كلوب هاوس	6	6	16	70	84	0.969	1.79	35.8
زيلو	18	14	22	54	74	1.307	2.16	43.2

(ن = 182)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها النخبة الإعلامية الفلسطينية تطبيق واتساب بوزن نسبي بلغ 91%، ووسط حسابي 4.55، يليه فيسبوك بوزن نسبي بلغ 78.6%، ووسط حسابي 3.93، وحل تليجرام في المرتبة الثالثة، ثم تويتر وانستجرام بنسب متقاربة، يليهما كل من يوتيوب ثم زيلو ثم تيك توك ثم كلوب هاوس على الترتيب، وأخيراً بأقل نسبة سناب سات.

وتأتي هذه النتائج لتؤكد ما توصل إليه تقرير (إيبوك، 2021)، حول الواقع الرقمي الفلسطيني لعام 2021م، الذي أشار إلى أن واتساب يعتبر تطبيق التراسل الفوري المفضل لدى الفلسطينيين، حيث تبلغ نسبة استخدام التطبيق بين الفلسطينيين أكثر من 81%، وقد انتشرت مجموعات إخبارية كثيرة في أوساط الجمهور الفلسطيني.

وهذا يتفق مع دراسة ضيف 2017 التي توصلت إلى أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدم من قبل النخب الخليجية هي واتساب بنسبة 92.5%، وجاء بعدها يوتيوب بنسبة 82.2%، ثم تويتر بنسبة 77.3%، والإنستغرام بنسبة 72.1%.

وهذا يختلف مع دراسة الطالقة 2021 التي توصلت إلى أن أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الصحفيون هي: فيسبوك تلاها واتساب.

ويختلف مع دراسة المدهون 2017 التي توصلت إلى أن النخب السياسية الفلسطينية يستخدمون فيسبوك بنسبة 9.7%، في حين جاء ترتيب موقع تويتر في المرتبة الثانية بنسبة 47.9%، وتلاه موقع انستجرام بنسبة بلغت 6.24%.

ويختلف مع دراسة زقوت 2016 حيث أظهرت أن فيسبوك هو الأكثر شيوعاً في شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 95.4%، يليه تطبيق الواتساب بنسبة 92.6%، ويزداد استخدام التطبيقات في أوقات الأحداث والأزمات حيث بلغت النسبة 88%، ويختلف أيضاً مع دراسة برغوث 2014 التي توصلت إلى أن فيسبوك تصدر قائمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الباحثون، بينما حل يوتيوب ثانياً.

ويشير سلامة معروف رئيس المكتب الإعلامي الحكومي بغزة (مقابلة) إلى أن أكثر الشبكات التي يتم الاعتماد عليها خلال الأزمات الأمنية بشكل أساسي، هي واتساب، وذلك بهدف متابعة العمل والنقاش مع فئات نخبوية وشرائح مجتمعية نخبوية، في إطار المشاركة في العديد من المجموعات معها.

ويرى معروف أن فيسبوك يأتي ثانياً، وذلك لمتابعة نبض الرأي العام بشكل عام، باعتباره يعطي قراءة لما يشغل بال المواطنين والقضايا التي تتصدر اهتمامهم، كما يتم الاعتماد عليه في عملية نشر المعلومات والأخبار بشكل كبير، نظراً لقدرة فيسبوك على الوصول لجمهور بشريحة أوسع من غيره من شبكات التواصل الاجتماعي.

ويعزو الباحث اعتماد الغالبية العظمى من النخبة الإعلامية على واتساب لسهولة استخدامه وسرعة وصول الأخبار والمعلومات فيه بصورة فورية، فضلاً عن أنه لا يستهلك كميات كبيرة من البيانات في تحميل الرسائل، حيث يعد واحداً من أفضل تطبيقات التراسل الفوري المفضلة حول العالم، كما استثمره الفلسطينيون، على اختلاف فئاتهم، خاصة النخب الإعلامية، وذلك بإنشاء مجموعات لتبادل المعلومات والأخبار أولاً بأول.

وبخصوص فيسبوك، يرى الباحث أنه على الرغم من التضيق المستمر من هذا الموقع على المحتوى الفلسطيني، إلا أنه ما زال يتمتع بشعبية كبيرة لدى شرائح واسعة من الجمهور، ومن ثم فإن الوصول إلى هذه الشرائح من قبل النخبة الإعلامية يستلزم استخدام فيسبوك بشكل مستمر، رغم كل المعوقات.

وتظهر النتائج أن تطبيق تليجرام حل ثالثاً، حيث تزايد الإقبال عليه نتيجة حماية المستخدمين ودرجة الأمان الجيدة والمميزات المتعددة التي يرى كثير من النخب أن هذا التطبيق يتمتع بها، كما أن تويتر حل رابعاً، حيث اتجهت إليه بعض النخب تجنبا للتضيق على المحتوى الفلسطيني في فيسبوك.

وقد أشارت دراسة عبد ربه 2021 إلى أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي أماناً من وجهة نظر النخب الفلسطينية هو تطبيق تليجرام حيث جاء بالمرتبة الأولى بنسبة 45.9%، بينما جاء بالمرتبة الثانية تطبيق واتساب، ثم بالمرتبة الثالثة تويتر بنسبة 16.3%.

وبينت النتائج أيضا أن تطبيق كلوب هاوس يحظى باهتمام النخبة الإعلامية الفلسطينية بوزن نسبي 35.8%، وقد جذب هذا التطبيق مؤخرا اهتمام الإعلاميين الفلسطينيين في ظل انتهاكات المحتوى، حيث أصبح ملاذا آمنا بعيدا عن الحذف والتقييد، كما وفر فتح غرف الدردشة الصوتية والحوار النخبوي مع المجتمع العربي في القضايا الاجتماعية والسياسية، وتقريب وجهات النظر، والوصول إلى مجموعات عالمية لنشر الرواية الحقيقية والتحشيد إلى جانب القضية الفلسطينية.

5. أهم الصفحات الإخبارية عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها خلال الأزمات الأمنية

جدول (6) يوضح أهم الصفحات الإخبارية عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها خلال الأزمات الأمنية

النسبة	التكرار	الصفحة
16.5	30	وكالة الرأي
60.4	110	وكالة شهاب للأبناء
8.8	16	وكالة سما الإخبارية
34.1	62	وكالة الصحافة الفلسطينية (صفا)
39.6	72	شبكة قدس الإخبارية
27.5	50	وكالة فلسطين اليوم الإخبارية
18.7	34	المركز الفلسطيني للإعلام
25.3	46	الرسالة نت
16.5	30	فلسطين أون لاين
20.9	38	سبق 24
28.6	52	وكالة سند
5.5	10	الخامسة للأبناء
1.1	2	موقع صحيفة الأيام
1.1	2	موقع صحيفة الحياة الجديدة
15.4	28	وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا)
19.8	36	وكالة معا
23.1	42	دنيا الوطن
8.8	16	مصدر الإخبارية
7.7	14	تلفزيون فلسطين

(ن = 182)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أهم الصفحات الإخبارية عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها النخبة الإعلامية الفلسطينية خلال الأزمات الأمنية كانت وكالة شهاب للأخبار بنسبة 60.4%، يليها بفارق ملحوظ ونسب متفاوتة كل من شبكة قدس الإخبارية بنسبة 39.6%، ووكالة الصحافة الفلسطينية (صفا) بنسبة 34.1%، ووكالة سند بنسبة 28.6%، ووكالة فلسطين اليوم الإخبارية بنسبة 27.5%، والرسالة نت 25.3%، ودنيا الوطن بنسبة 23.1%، وقد جاء في آخر الترتيب بنسب متدنية كل من موقع صحيفة الأيام وموقع صحيفة الحياة الجديدة.

وهذا يختلف مع دراسة خليفة 2015 التي توصلت إلى أن وكالة معا الإخبارية احتلت المركز الأول كأكثر المواقع متابعة من قبل النخبة الإعلامية، يليها موقع دنيا الوطن، ثم وكالة (صفا)، ووكالة سما، يليها وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا)، وكانت مواقع وكالة فلسطين اليوم وموقع فلسطين الآن وموقع أمد للإعلام في مراكز متأخرة من حيث المتابعة.

كما يختلف أيضًا مع دراسة أبو ليلة 2016 التي أظهرت أن موقع دنيا الوطن جاء في مقدمة المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها الشباب في تنمية وعيهم الأمني بنسبة 50%، يليه موقع معا بنسبة 43.6%، ثم موقع المجد الأمني بنسبة 35.6% وما نسبته 33.2% يعتمدون على وكالة شهاب الإخبارية، ودراسة أبو مراد 2016 التي توصلت إلى أن وكالة معا الإخبارية حصلت على أعلى نسبة متابعة أثناء الأزمات من قبل النخبة السياسية الفلسطينية بنسبة 70%.

ويُرجع الباحث الاختلاف إلى أن هذه الدراسات لم تبحث في الصفحات الإخبارية على شبكات التواصل الاجتماعي، وإنما ركزت على المواقع الإخبارية، كما أن الدراسات أجريت بين عامي 2015م و2016م، ومع مرور السنوات فإن شعبية بعض المواقع قد تراجعت نظرا لتغير الخريطة الإعلامية المحلية، خاصة مع انتشار شبكات التواصل الاجتماعي وظهور العديد من الصفحات التي تلقى اهتماما لدى الجمهور أكثر من المواقع نفسها.

ويرى الباحث أن تصدر وكالة شهاب للأخبار مرده إلى نشاطها المستمر ومتابعتها الفورية للأحداث، من خلال العمل على تغطية الأخبار العاجلة، ومواكبتها واهتمامها الملحوظ بكافة منصات وشبكات التواصل الاجتماعي، وفي هذا الإطار أشار شادي أبو صبيحة مدير عام وكالة شهاب للأخبار (مقابلة) أن الإدارة عملت على تجهيز طاقم مختص بالإعلام الرقمي ومتابعة شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال تطوير منظومة النشر بما يتواءم مع جمهور كل شبكة ومنصة وفقا لمميزاتها.

6. درجة ثقتك في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

جدول (7) يوضح درجة ثقتك في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

الدرجة	منخفضة جدا	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً	المجموع	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	2	24	94	52	10	182	0.791	3.24	64.8
%	1.1	13.2	51.6	28.6	5.5	100			

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الوزن النسبي لدرجة ثقة النخبة الإعلامية الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية بلغ 64.8%، حيث جاء في المرتبة الأولى درجة متوسطة بنسبة 51.6% وجاء في المرتبة الثانية درجة عالية بنسبة 28.6%، فيما جاء في المرتبة الثالثة درجة منخفضة بنسبة 13.2%، ويليه في المرتبة الرابعة درجة عالية جداً بنسبة 5.5%، بينما جاء في المرتبة الأخيرة منخفضة جداً بنسبة 1.1%.

وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة سليم 2018 حيث أظهرت أن ثقة الشباب الفلسطيني بالموضوعات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة بنسبة 80.6%.

ويختلف ذلك مع دراسة أبو ليلي 2020 التي أظهرت أن ثقة النخبة الفلسطينية بأداء الإعلام المقاوم خلال الأزمات كانت عالية بوزن نسبي 79.4%.

ويرجع الباحث ذلك إلى أن هذه الدراسة بحثت في وسائل الإعلام بشكل عام، والتي كان معظمها القنوات التلفزيونية والإذاعات والصحف والتي بدورها تحظى بدرجة من المصداقية والثقة أكبر من تلك التي تحظى بها شبكات التواصل الاجتماعي.

ويتفق ذلك أيضاً مع دراسة الداغر 2017 التي توصلت إلى أن ثقة النخبة المصرية في المعلومات المتاحة عن الأزمات الأمنية المثارة في الإعلام التقليدي، تأخذ حيزاً من الثقة أكبر من شبكات التواصل الاجتماعي، كما أن اتجاهات النخبة حول المعايير الأخلاقية والمهنية عند تغطية الأزمة الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت سلبية في مجملها.

ويرجع الباحث ذلك إلى أن شريحة واسعة من الجمهور ومن ضمنهم النخب الإعلامية ما زالوا يرون في وسائل الإعلام التقليدي أنها أكثر ثقة ومصداقية في المتابعة في أوقات الأزمات الأمنية، خاصة في ظل عدم وجود رقابة حقيقية وصارمة تجاه ما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتحديدًا خلال الأزمات الأمنية.

ويؤكد ذلك ما توصلت إليه دراسة حسين 2016 من أن أكثر مصادر المعلومات التي تم الاعتماد عليها ضمن متابعة الجمهور لقضية التخابر عبر وسائل الإعلام كانت القنوات الفضائية، متقدمة عن شبكات التواصل الاجتماعي التي احتلت نسبة 18%.

ودراسة شاهين 2014 التي أظهرت أن القنوات الفضائية الخاصة تصدرت قائمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور المصري كمصادر للأخبار المتعلقة بالأزمات الأمنية.

7. العوامل المؤثرة في اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

جدول (8) يوضح أسباب تفضيل شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

النسبة	التكرار	الأسباب
72.5	132	يمكنني استخدامها بسهولة خاصة خلال الأزمات الأمنية
65.9	120	اشتمالها على خدمات تغطي الأحداث جيدا كالصور والفيديو والصوت
26.4	48	تتيح مجالا أوسع لحرية الرأي والتعبير حول ما يتعلق بالأزمات الأمنية
69.2	126	سرعتها في نقل الأخبار والمعلومات حول الأزمات الأمنية دون معوقات
8.8	16	أثق في المعلومات التي تقدمها حول الأزمات الأمنية
31.9	58	أفضل من الوسائل التقليدية التي نقل متابعتها خلال الأزمات الأمنية
49.5	90	تشعري أنني على تواصل دائم بالحدث المتعلق بالأزمة الأمنية
42.9	78	المتابعة الآنية واللحظية لما تقدمه من معلومات حول الأزمات الأمنية

(ن = 182)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن ما نسبته 72.5% من النخبة الإعلامية الفلسطينية يرون أن إمكانية استخدامها بسهولة خاصة خلال الأزمات الأمنية من أهم العوامل المؤثرة في الاعتماد شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، يليها سرعتها في نقل الأخبار والمعلومات حول الأزمات الأمنية دون معوقات بنسبة 69.2%، وجاء ثالثا اشتمالها على خدمات تغطي الأحداث جيدا كالصور والفيديو والصوت بنسبة 65.9%، ثم تشعري أنني على تواصل دائم بالحدث المتعلق بالأزمة الأمنية بنسبة 49.5%، ثم المتابعة الآنية واللحظية لما تقدمه من معلومات حول الأزمات الأمنية بنسبة 42.9%، وجاء في المرتبة الأخيرة أثق في المعلومات التي تقدمها حول الأزمات الأمنية بنسبة متدنية بلغت 8.8%.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة أبو مراد 2016 التي أظهرت أن أكثر أسباب اعتماد النخبة الفلسطينية وقت الأزمات على الصحافة الإلكترونية كانت سرعتها وفوريته في نقل الأخبار والمعلومات وسهولة الوصول إليها بنسبة 85%.

وهذا يتفق مع دراسة الغلبان 2020م التي توصلت إلى أن ما نسبته 60.6% من النخب الفلسطينية يفضلون شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول مسيرات العودة لاشتمالها على خدمات الصور والفيديو والصوت، بينما

50.4% يفضلونها لتمييزها إذا ما قورنت بالوسائل التقليدية، و41.6% لثقتهم في المعلومات التي تقدمها حول مسيرات العودة.

ويتفق ذلك أيضاً مع دراسة الداغر 2017 التي توصلت إلى أن دعم التغطية الإعلامية بالوسائل المتعددة عند تناول موضوعات الأزمات الأمنية جاء في مقدمة أسباب تفضيل النخبة المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالوسائل الأخرى، ثم جاءت التغطية المنتظمة للأحداث وإمكانية التفاعل مع الحدث بالمعلومات والصور ومقاطع الفيديو.

ويُرجع الباحث تركيز المبحوثين على سهولة الاستخدام والسرعة في نقل المعلومات، نظراً للحاجة الملحة لدى النخبة الإعلامية الفلسطينية في المتابعة الآنية للمستجدات والأخبار المتعلقة بالأزمات الأمنية وتطوراتها الميدانية السريعة والمتلاحقة.

وقد حصلت الثقة في المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي حول الأزمات الأمنية على أقل النسب، ويعزو الباحث ذلك إلى الضعف الواضح في الثقة فيما تنشره هذه الشبكات، نظراً لتسرع الكثير من القائمين عليها في نشر الأخبار والمعلومات حول الأزمات الأمنية، دون التحقق من مصدرها أو مدى مصداقيتها، فضلاً عن القصور في الرقابة والمتابعة، نظراً لكم الهائل من المعلومات المتدفقة عبر هذه الشبكات.

8. أهم الأزمات الأمنية التي تابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (9) يوضح أهم الأزمات الأمنية التي تابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الأزمات الأمنية
90.1	164	الأزمات الأمنية خلال معركة سيف القدس 2021
42.9	78	إلقاء القبض على بعض العملاء بين عامي (2021-2022)
30.8	56	قضايا التجسس والتخابر وتداعياتها
26.4	48	أحداث التسلسل نحو الحدود الشرقية
53.8	98	هروب أحد كبار العملاء من سجن الداخلية

(ن = 182)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الأزمات الأمنية خلال معركة سيف القدس 2021 كانت أهم الأزمات الأمنية التي تابعتها النخبة الإعلامية الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتها 90.1%، وجاء في المرتبة الثانية هروب أحد كبار العملاء من سجن الداخلية بنسبة بلغت 53.8%، يليها إلقاء القبض على بعض العملاء بين

عامي (2021-2022) بنسبة 42.9%، وحلت رابعا قضايا التجسس والتخاير وتداعياتها بنسبة 90.8%، وجاء في المرتبة الأخيرة أحداث التسلل نحو الحدود الشرقية 26.4%.

ويرى الباحث أن الأزمات الأمنية خلال معركة سيف القدس 2021 حظيت باهتمام كبير، نظرا لحساسية الحالة الأمنية أثناء أوقات المعارك والحروب، ما يتطلب متابعة لحظية لأي تطورات أمنية وميدانية، قد تؤدي بالضرورة إلى تغيير في مسار الحرب العسكرية، كما أن الظروف الناتجة عن الحرب من توقف الحركة والعمل الاعتيادي اليومي، أجبرت النخبة الإعلامية على التركيز على متابعة مجريات الأحداث، بما فيها الأزمات الأمنية، حيث يعد ذلك من صميم عمل معظم النخب الإعلامية الفلسطينية.

وحول هروب أحد كبار العملاء من سجن الداخلية، يُرجع الباحث اهتمام النخبة الإعلامية بمتابعة هذه الأزمة نتيجة الصدى الكبير الذي أحدثته في الشارع الغزي، نتيجة لبعض الإجراءات التي اتخذتها الأجهزة الأمنية في عملية البحث عن العميل، والتي أثارت انتباه وتساؤلات المواطنين حول أسبابها، فضلاً عن الشح في المعلومات حول الحادثة، حيث اقتصر الرواية الرسمية على بيان مقتضب لوزارة الداخلية، لم توضح فيه ملاسبات الحادثة، بالإضافة إلى تضارب الأنباء والأخبار حول طبيعة الهروب ومصير العميل الهارب، الأمر الذي أثار فضول الكثيرين لمتابعة الحدث عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ويرجع الباحث اهتمام النخبة الإعلامية بقضايا إلقاء القبض على العملاء، نظراً لما تمثله هذه الأحداث كحلقة مهمة في دائرة الصراع الخفي مع الاحتلال، حيث تلقت أجهزة مخابرات الاحتلال الإسرائيلي صفعات متعددة خلال العام الماضي، وذلك بعد اعتقال الأجهزة الأمنية في قطاع غزة، عددا من عملاء مؤخرًا، في ضربات أمنية متفرقة (المجد الأمني، 2022)، كان من أبرزها الإنجاز الكبير الذي سجلته أجهزة الأمن في قطاع غزة، بإعلان إلقاء القبض على أحد المتخابرين مع جهاز الاستخبارات الإسرائيلية واعتقاله مطلع عام 2022م، وهو المكلف بمهام ميدانية خارجية، والمتورط مباشرة في اغتيال الشهيد فادي البطش، برفقة آخرين (فلسطين أون لاين، 2022)، وقد أثار ذلك الحدث ضجة واسعة امتدت تداعياتها إلى شبكات التواصل الاجتماعي.

وحلت قضايا التجسس والتخاير مع الاحتلال الإسرائيلي رابعا، باعتبارها إحدى أبرز القضايا الحساسة ضمن الصراع المستمر مع الاحتلال، وهو ما دفع الكثيرين للتحذير من خطورة هذا الملف، الذي ظل جرحاً غائراً، الأمر الذي يشغل شبكات التواصل الاجتماعي، التي تساهم في إبراز إفشال المخططات الاستخبارية الإسرائيلية من جهة، وقد تكون سببا في تجنيد عملاء جدد من جهة أخرى.

وهذا يتفق مع دراسة أبو ليلة 2016 التي أظهرت أن قضية التخاير مع الاحتلال جاءت في مقدمة القضايا الأمنية التي يتابعها شباب محافظات غزة بنسبة 45.2%.

وجاء في المرتبة الأخيرة أحداث التسلسل نحو الحدود الشرقية، نظرًا لكونها تعد قضية قديمة حديثة تختلف دوافعها وأسبابها من حالة لأخرى، إلا أنها في الآونة الأخيرة باتت تحمل مخاطر كبيرة تستهدف المجتمع الفلسطيني، وبشكل خاص في قطاع غزة، وتبرز مع قضية تسلسل الشباب العزبي تساؤلات عن الدوافع والأسباب، كالحالة الاقتصادية والبطالة والحصار، إلا أن إغفال المخاطر الأمنية لهذه الظاهرة يعد سذاجة، وبُعدا عن واقع صراع العقول مع الاحتلال في محاولاته تجنيد عملاء جدد، لأن الاحتلال يعتبر المتسللين صيدًا سهلاً للإسقاط في وحل العمالة، ويعتبرهم كنز معلومات من خلال استجوابهم واستخلاص المعلومات الأمنية منهم (المجلد الأمني، 2022).

ثالثا: التأثيرات المترتبة على اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية:

9. التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

جدول (10) يوضح التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

النسبة	التكرار	التأثيرات المعرفية
83.5	152	الحصول على أخبار الأزمات لحظة وقوعها
41.8	76	تبصير الناس بطبيعة الأزمة الأمنية
29.7	54	المشاركة في أحداث المجتمع الجارية
44	80	القدرة على التحليل والتنبؤ بالأزمات الأمنية
36.3	66	الوصول الى كم هائل من المعلومات
37.4	68	المعرفة التامة بالمواقف المختلفة نحو الأزمات الأمنية
39.6	72	متابعة الجهود المبذولة لحل الأزمات الأمنية
50.5	92	متابعة تداعيات الأزمات وآثارها لدى الجمهور

(ن = 182)

جاء الحصول على أخبار الأزمات لحظة وقوعها في مقدمة التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية بنسبة 83.5%، وحل ثانيا متابعة تداعيات الأزمات وآثارها لدى الجمهور بنسبة 50.5%، يليه القدرة على التحليل والتنبؤ بالأزمات الأمنية بنسبة 44%، وجاء في المرتبة الرابعة تبصير الناس بطبيعة الأزمة الأمنية بنسبة بلغت 41.8%، ثم متابعة الجهود المبذولة لحل الأزمات الأمنية بنسبة 39.6%، ثم المعرفة التامة بالمواقف المختلفة نحو الأزمات الأمنية بنسبة 37.4%، وأخيرا المشاركة في أحداث المجتمع الجارية بنسبة 29.7%.

وهذا يتفق مع دراسة الزطمة 2019 التي أظهرت أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل معارف طلبة المرحلة الثانوية نحو القضايا الوطنية الفلسطينية بدرجة عالية بوزن نسبي 49.6%.

ويتفق مع دراسة سليم 2018 التي توصلت إلى أن ما نسبته 79.3% من الشباب الفلسطيني يعتقدون أن شبكات التواصل الاجتماعي زادت معرفتهم بالأحداث المتعلقة بالقضايا الوطنية وقضايا المقاومة.

ويرجع الباحث هذه النتائج إلى تركيز النخبة الإعلامية الفلسطينية على مسألة السرعة والفورية، باعتبارها أهم المميزات التي تدفعهم للاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا ما يفسر أن أهم التأثيرات المعرفية كانت الحصول على أخبار الأزمات لحظة وقوعها.

وجاء في المرتبة الثانية ضمن التأثيرات المعرفية متابعة تداعيات الأزمات وآثارها لدى الجمهور، ويعزو الباحث ذلك إلى الدور المهم الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي كأحد أهم الروافد التي تربط النخبة الإعلامية باهتمامات الجمهور، خاصة فيما يتعلق بالآثار الناجمة عن الأزمات الأمنية.

10. التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

جدول (11) يوضح التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

النسبة	التكرار	التأثيرات الوجدانية
68.1	124	الإحساس بالمسؤولية تجاه الأزمات الأمنية وآثارها
62.6	114	مشاركة الرأي العام اهتمامه بالأحداث والأزمات
48.4	88	زيادة الاهتمام بمتابعة المستجدات المتعلقة بالأزمة الأمنية
23.1	42	التأثير الكبير لدى قطاعات كبيرة من الجمهور خلال الأزمات
24.2	44	الشعور بالثقة العالية بما تقدمه من معلومات
28.6	52	زيادة التعاطف مع الآثار التي تسببها الأزمات الأمنية
35.2	64	الشعور بالقلق حيال ما يمكن أن يضر بالأمن

(ن = 182)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أبرز التأثيرات الوجدانية المترتبة على اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية كانت الإحساس بالمسؤولية تجاه الأزمات الأمنية وآثارها بنسبة 68.1%، يليه مشاركة الرأي العام اهتمامه بالأحداث والأزمات بنسبة 62.6%، ثم زيادة الاهتمام بمتابعة المستجدات المتعلقة بالأزمة الأمنية بنسبة 48.4%، وحل رابعاً الشعور بالقلق حيال ما يمكن أن يضر بالأمن بنسبة 35.2%، ثم

زيادة التعاطف مع الآثار التي تسببها الأزمات الأمنية بنسبة 28.6%، وجاء الشعور بالثقة العالية بما تقدمه من معلومات بنسبة 24.2%، وأخيرا التأثير الكبير لدى قطاعات كبيرة من الجمهور خلال الأزمات بنسبة 23.1%.

وهذا يتفق مع دراسة مضحي 2019 التي توصلت إلى أن التأثيرات الوجدانية لاعتماد النخبة الأكاديمية العراقية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار في الأزمات احتلت نسبة 83.7%، والتأثيرات السلوكية حصلت على نسبة 62.5%.

ويرجع الباحث النتائج السابقة إلى زيادة رغبة النخبة الإعلامية الفلسطينية في مشاركة الجمهور همومه والعمل على معالجتها، بالإضافة إلى الشعور بأهمية التواصل المستمر مع الجمهور، والإحساس بالمسؤولية ومشاركة الرأي العام اهتمامه بالأحداث والأزمات، فأفراد النخبة الإعلامية منغمسون في الأوساط الاجتماعية للجمهور، ويشاركونهم أوجاعهم ومشكلاتهم، ويتأثرون بالأزمات الأمنية وتداعياتها كما هو الحال لدى الجميع.

11. التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

جدول (12) يوضح التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

النسبة	التكرار	التأثيرات السلوكية
61.5	112	دعم المبادرات التي تهدف للحفاظ على أمن المجتمع
29.7	54	يمكن أن تؤدي إلى تغيير قرار مهني تجاه الأزمات الأمنية
62.6	114	كتابة المنشورات التي تدعم أمن المجتمع
40.7	74	المساهمة في الحد من الأزمات الأمنية وتخفيف حدتها
42.9	78	تزيد التفاعل مع الأحداث والتداعيات الناجمة عن الأزمة
31.9	58	تقديم المساعدة للجهات الأمنية وفقا للإمكانيات المتاحة
37.4	68	المشاركة في أنشطة عامة وخاصة للحفاظ على الأمن المجتمعي

(ن = 182)

جاءت كتابة المنشورات التي تدعم أمن المجتمع كأبرز التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية بنسبة 62.6%، يليها بفارق بسيط دعم المبادرات التي تهدف للحفاظ على أمن المجتمع بنسبة 61.5%، ثم تزيد التفاعل مع الأحداث والتداعيات الناجمة عن الأزمة بنسبة 42.9%، وحل رابعاً المساهمة في الحد من الأزمات الأمنية وتخفيف حدتها بنسبة 40.7%، ثم المشاركة في أنشطة عامة وخاصة للحفاظ على الأمن المجتمعي بنسبة 37.4%، وتقديم المساعدة للجهات الأمنية وفقاً للإمكانيات المتاحة بنسبة 31.9%، وجاء بأقل نسبة بلغت 29.7% يمكن أن تؤدي إلى تغيير قرار مهني تجاه الأزمات الأمنية.

وهذا يتفق مع دراسة عابد 2012 التي توصلت إحدى نتائجها إلى أن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو تعزيز السلم المجتمعي بوزن نسبي بلغ (64.8).

ويرى الباحث أن النتيجة السابقة تعد طبيعية نظرا لأن زيادة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية، تؤدي إلى كتابة المنشورات التي تدعم أمن المجتمع، ومساندة النخبة الإعلامية للمبادرات التي تهدف للحفاظ على أمن المجتمع.

ويلاحظ أن إمكانية أن تؤدي إلى تغيير قرار مهني تجاه الأزمات الأمنية احتلت النسبة الأقل بين التأثيرات السلوكية، ويرجع الباحث ذلك إلى أن القرارات المهنية لدى النخبة الإعلامية لا تتأثر بسهولة نتيجة ما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

رابعاً: المشكلات والمقترحات:

12. المشكلات الناجمة عن الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

جدول (13) يوضح المشكلات الناجمة عن الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

النسبة	التكرار	السلبيات
71.4	130	زعزعة أمن المجتمع الفلسطيني
41.8	76	إفشال عمل الأجهزة الأمنية
72.5	132	بث الخوف لدى الجمهور
37.4	68	تحريض المجتمع ضد الحكومة
48.4	88	التشهير بشخصيات عامة وخاصة
73.6	134	انتشار معلومات مجهولة المصدر
50.5	92	البحث عن الشهرة بتحقيق الإعجابات والمتابعات
39.6	72	عدم الموضوعية في معالجة الأزمات الأمنية
31.9	58	ضعف ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة فيها
51.6	94	استخدامها كوسيلة لترويج الإشاعات لأهداف معادية

(ن = 182)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أهم المشكلات الناجمة عن اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية كانت انتشار معلومات مجهولة المصدر بنسبة 73.6%، وفي المرتبة الثانية

بث الخوف لدى الجمهور بنسبة 725%، وجاء ثالثا زعزعة أمن المجتمع الفلسطيني بنسبة 71.4%، يليه استخدامها كوسيلة لترويج الإشاعات لأهداف معادية بنسبة 51.6%، ثم البحث عن الشهرة بتحقيق الإعجابات والمتابعات بنسبة بلغت 50.5%، وبدرجة أقل التشهير بشخصيات عامة وخاصة بنسبة 48.4%، ثم إفشال عمل الأجهزة الأمنية بنسبة 41.8%، وعدم الموضوعية في معالجة الأزمات الأمنية بنسبة 39.6%، ثم تحريض المجتمع ضد الحكومة بنسبة 37.4%، ولأخيرا ضعف ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة فيها بنسبة 31.9%.

وقد أظهرت دراسة الداغر 2017 أن اتجاهات النخبة المصرية حول المعايير الأخلاقية والمهنية عند تغطية الأزمات الأمنية عبر شبكات التواصل الاجتماعي جاءت سلبية في مجملها.

كما أظهرت دراسة أبو ليلة 2016 أن ما نسبته 42.8% من شباب محافظات غزة يتابعون مسألة مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي ضمن قضايا التوعية الأمنية.

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن أكثر السلبيات التي ركزت عليها النخبة هي انتشار معلومات مجهولة المصدر، وبث الخوف لدى الجمهور، ويرجع الباحث ذلك إلى الخوف الواضح لدى النخب الإعلامية من التأثيرات السلبية التي قد تتسبب بها شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية.

ويرى الباحث أن أكثر المشكلات التي ركزت عليها النخبة الإعلامية الفلسطينية ارتبطت بمسألة الثقة بشبكات التواصل الاجتماعي بشكل أو بآخر، كانتشار المعلومات مجهولة المصدر، وهذا بدوره يؤدي إلى زعزعة الأمن والاستقرار، ويؤثر سلبًا على صورة هذه الشبكات أمام المجتمع، خاصة إذا تعلق الأمر بالأزمات الأمنية.

وهذا يتفق مع توصلت إليه دراسة فيصل 2019 بأن عدم الثقة بمضامين شبكات التواصل الاجتماعي كان من أكبر معوقات استخدامها من قبل طلبة المرحلة الثانوية بنسبة 416%.

ويرى خالد صافي الاستشاري والمختص بالإعلام الرقمي (مقابلة) أن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع يتعدى إلى مستويات خطيرة، نظرا للسلبيات المتعددة الناجمة عنها خلال الأزمات الأمنية، مما يؤثر سلبا على وصول الرسالة للجمهور، الأمر الذي يتطلب تضافر الجهود لتحقيق أكبر استفادة ممكنة من هذه الشبكات بما يخدم المجتمع.

13. مقترحاتك لتعزيز استفادة النخبة الإعلامية من شبكات التواصل الاجتماعي وتحسين أدائها خلال الأزمات الأمنية؟

جدول (14) يوضح مقترحاتك لتعزيز استفادة النخبة الإعلامية من شبكات التواصل الاجتماعي وتحسين أدائها خلال الأزمات الأمنية

النسبة	التكرار	المقترحات
91.2	166	الاهتمام بالدقة والموضوعية في منشوراتها
70.3	128	التوعية الأمنية نحو الاستخدام الصحيح لها
40.7	74	التغطية الفورية والشاملة لوقائع الأزمات الأمنية وما يتبعها من تداعيات وآثار
58.2	106	توخي الحذر في عرض المنشورات المتعلقة بالاحتلال الإسرائيلي
50.5	92	ضرورة استغلالها في دعم الموقف الفلسطيني ودحض الرواية الإسرائيلية
44	80	استخدامها كوسيلة خطاب للعالم الخارجي بلغات مختلفة
47.3	86	السعي لكشف الجهات التي تقف خلف إثارة وإحداث الأزمات الأمنية
54.9	100	تفعيل دور الصفحات الرسمية والوطنية ومحاربة الصفحات المشبوهة
60.4	110	توعية النشطاء وإشراكهم ليكونوا سدا منيعا وداعما للجهات الأمنية في الحفاظ على الأمن

(ن = 182)

جاء في مقدمة المقترحات لتعزيز استفادة النخبة الإعلامية الفلسطينية من شبكات التواصل الاجتماعي وتحسين أدائها خلال الأزمات الأمنية الاهتمام بالدقة والموضوعية في منشوراتها بنسبة كبيرة بلغت 91.2%، وجاء ثانيا التوعية الأمنية نحو الاستخدام الصحيح لها بنسبة 70.3%، يليه توعية النشطاء وإشراكهم ليكونوا سدا منيعا وداعما للجهات الأمنية في الحفاظ على الأمن بنسبة 60.4%، وحل رابعا توخي الحذر في عرض المنشورات المتعلقة بالاحتلال الإسرائيلي بنسبة 58.2%، ثم تفعيل دور الصفحات الرسمية والوطنية ومحاربة الصفحات المشبوهة بنسبة 54.9%، يليه ضرورة استغلالها في دعم الموقف الفلسطيني ودحض الرواية الإسرائيلية بنسبة 50.5%، ثم السعي لكشف الجهات التي تقف خلف إثارة وإحداث الأزمات الأمنية بنسبة 47.3%، واستخدامها كوسيلة خطاب للعالم الخارجي بلغات مختلفة بنسبة 44%، وجاء في المرتبة الأخيرة التغطية الفورية والشاملة لوقائع الأزمات الأمنية وما يتبعها من تداعيات وآثار بنسبة 40.7%.

وجاء مقترح التوعية الأمنية متفقا مع دراسة أبو غالي 2018 التي توصلت إلى أن حملات التوعية الأمنية تزيد من المعرفة بالقضايا المختلفة، وخاصة في وقت الأزمات الأمنية، وقد حاز هذا المقترح على المرتبة الأولى، حيث بلغ الوزن النسبي له 85.1%.

ويؤكد ذلك ما أشارت إليه دراسة Ahmadi 2015 من أن وسائل الإعلام وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على الجمهور، خاصة في التعامل مع الأزمات الأمنية، في ظل التطور التكنولوجي، حيث تساهم في تشكيل الرأي العام للجمهور، لاسيما فيما يتعلق بالأزمات الأمنية.

وتبين النتائج أن المقترح الأكثر بروزا من النخبة الإعلامية الفلسطينية هو الاهتمام بالدقة والموضوعية في منشوراتها، ويرجع الباحث ذلك إلى تأكيد النخبة الإعلامية الفلسطينية على أن هناك ما يمكن وصفه بأزمة ثقة تجاه ما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بخصوص الأزمات الأمنية.

ولعل ما يؤكد ما سبق أن التوعية الأمنية نحو الاستخدام الصحيح لها احتلت المرتبة الثانية ضمن أهم المقترحات، حيث أن الممارسات السلبية تحتاج إلى توعية، يشعر الجميع بمسئوليته تجاه المجتمع، ويؤدي دوره المنوط في الحفاظ على الأمن والاستقرار.

وهذا يتفق مع ما ذكرته ديانا المغربي منسقة مهقى الإعلام الاجتماعي بغزة (مقابلة) حول ضرورة التوعية باستخدام السليم لشبكات التواصل الاجتماعي، ورفع الكفاءة المطلوبة للنخبة الإعلامية الفلسطينية، وتوجيه استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي نحو ما يخدم المجتمع ويحفظ استقراره، وتوصيل رسالتها بشكل أكثر وضوحا.

ويرى الباحث أن العمل وفقا لهذه المقترحات يساعد في الحد بشكل كبير من سلبية شبكات التواصل الاجتماعي، ويرفع من كفاءتها، حتى تؤدي دورها في رفع حالة الوعي والانتباه لدى النخبة الإعلامية الفلسطينية، حول طبيعة التعامل الأمثل مع هذه الشبكات وما ينشر عليها خلال الأزمات الأمنية، بما يحفظ أمن المجتمع واستقراره.

نتائج فروض الدراسة ومناقشتها:

الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الأوقات العادية ودرجة اعتمادهم عليها خلال الأزمات الأمنية.

ولدراسة هذه العلاقة تم استخدام معامل الارتباط بيرسون

جدول (15) بين درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الأوقات العادية ودرجة اعتمادهم عليها خلال الأزمات الأمنية

العلاقة بين المتغيرين	قيمة R	قيمة الدلالة	الدلالة
	0.019	0.001	دالة إحصائية

تشير النتائج إلى أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الأوقات العادية ودرجة اعتمادهم عليها خلال الأزمات الأمنية، حيث كانت قيمة معامل الارتباط 0.019، وقيمة الدلالة الإحصائية 0.001 وهي دالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أبو ليلي 2020 التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام المقاوم ودرجة الاعتماد عليها خلال الأزمات.

ويرى الباحث أن هذه النتيجة طبيعية، حيث أنه كلما زادت متابعة النخبة الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي، زاد الاعتماد عليها خلال الأزمات الأمنية.

وهذا يتفق مع نظرية الاعتماد التي تستند إليها الدراسة، والتي ترى أن المتابعة المستمرة لوسائل الإعلام تخلق حالة من الاعتماد اللاواعي عليها، وتصبح مصدرًا رئيسًا للرأي العام.

الفرض الرئيسي الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة ثقة النخبة الإعلامية الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية. ولدراسة هذه العلاقة تم استخدام معامل الارتباط بيرسون:

جدول (16) العلاقة بين درجة ثقة النخبة الإعلامية الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية

العلاقة بين المتغيرين	قيمة R	قيمة الدلالة	الدلالة
	0.328	0.000	دالة إحصائية

تشير النتائج إلى أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة النخبة الإعلامية الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، حيث كانت قيمة معامل الارتباط 0.328، وقيمة الدلالة الإحصائية 0.000 وهي دالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة بربخ 2014 التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة النخبة الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي وبين درجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م.

وتتفق أيضاً مع دراسة أبو مراد 2016 التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية ودرجة الثقة التي تتمتع بها كمصدر للمعلومات أثناء الأزمات.

ويرى الباحث أن ثبوت صحة هذا الفرض يدل على التأثير الكبير للثقة على درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، حيث ينعكس مستوى الثقة على تحديد درجة الاعتماد، فكلما زادت الثقة زاد الاعتماد على هذه الشبكات والعكس صحيح.

الفرض الرئيسي الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية تعزى للمتغيرات الديموغرافية لديهم (النوع الاجتماعي والعمر والمؤهل العلمي وطبيعة العمل).

1. الفرض الفرعي الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية تعزى للنوع الاجتماعي.

ولدراسة هذه الفرضية تم استخدام اختبار **T** لعينتين مستقلتين

جدول (17) الفروق بين درجة الاعتماد والنوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	ك	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	الدلالة الإحصائية
ذكر	171	3.89	0.991	0.657	0.637
أنثى	11	4.09	0.944		
المجموع	182				

تشير النتائج الى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية تعزى للنوع الاجتماعي، حيث كانت قيمة الاختبار 0.657 وقيمة الدلالة 0.637، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

ويلاحظ الباحث ارتفاع نسبة الذكور بين عينة الدراسة، وهذا يرجع إلى ضعف وجود العنصر النسائي في أوساط النخبة الإعلامية، خاصة بين ذوي الفئات العمرية الكبيرة.

ويعزو الباحث عدم وجود فروق بين الذكور والإناث إلى تشابه الظروف التي تعيشها النخبة الإعلامية الفلسطينية، وتوفر شبكات التواصل الاجتماعي للجنسين على حد سواء، ما ينعكس بالتالي على درجة اعتمادهم على هذه الشبكات.

2. الفرض الفرعي الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية تعزى للعمر. ولدراسة هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي

جدول (18) الفروق بين درجة الاعتماد والعمر

العمر	ك	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	الدلالة الإحصائية
أقل من 40 سنة	28	4.09	0.831	0.175	0.912

		0.9	3.93	118	من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة
		1.068	3.89	25	50 سنة إلى أقل من 60 سنة
		0.746	3.84	11	60 سنة فأكثر
		0.987	3.9	182	المجموع

تشير النتائج الى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية تعزى للعمر، حيث كانت قيمة الاختبار 0.175، وقيمة الدلالة الإحصائية 0.912، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$.

ويرجع الباحث عدم وجود فروق لأن النخبة الإعلامية الفلسطينية بمختلف الفئات العمرية تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل متقارب، حيث أن الشباب يعتمدون بنسبة كبيرة على هذه الشبكات بطبيعة الحال، أما الفئات العمرية الكبيرة فقد شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً منهم لمتابعة هذه الشبكات، وحرص معظمهم على مواكبة كل ما هو جديد في عالم الاتصال وتكنولوجيا المعلومات.

3. الفرضي الفرعي الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ في درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية تعزى للمؤهل العلمي. ولدراسة هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي

جدول (19) الفروق بين درجة الاعتماد والمؤهل العلمي

المؤهل العلمي	ك	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	الدلالة الإحصائية
أقل من بكالوريوس	24	3.33	1.049	6.669	0.102
بكالوريوس	108	3.89	1.035		
دراسات عليا	50	4.2	0.7		
المجموع	182	3.9	0.987		

تشير النتائج الى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية تعزى للمؤهل العلمي، حيث كانت قيمة الاختبار 6.669، وقيمة الدلالة الإحصائية 0.102، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$.

ويرجع الباحث هذه النتيجة إلى التقارب في المؤهلات العلمية للنخبة الإعلامية الفلسطينية، حيث إن الغالبية العظمى منهم هم من حملة الشهادات الجامعية، وبالتالي فإن هذا يعكس بدوره على ذوبان الفروقات بينهم في الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات الأمنية.

4. الفرضي الفرعي الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية تعزى لطبيعة العمل. ولدراسة هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي

جدول (20) الفروق بين درجة الاعتماد وطبيعة العمل

طبيعة العمل	ك	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	الدلالة الإحصائية
مهني	124	3.89	1.006	0.67	0.513
أكاديمي	32	4.06	0.84		
مهني وأكاديمي	26	3.77	1.07		
المجموع	136	3.57	0.987		

تشير النتائج الى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية تعزى لطبيعة العمل، حيث كانت قيمة الاختبار 0.67 وقيمة الدلالة الإحصائية 0.513، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

ويرجع الباحث عدم وجود فروق إلى أن جميع أفراد النخبة الإعلامية الفلسطينية يعيشون تقريبا نفس الظروف على اختلاف طبيعة عملهم، حيث إن العمل المهني الإعلامي يتطلب متابعة مستمرة لشبكات التواصل الاجتماعي، كما أن العمل الأكاديمي يستلزم من المختصين متابعة المستجدات، ليكونوا في صورة الأحداث المرتبطة بالأزمات الأمنية، نظراً لتأثيرهم المهم في توصيل الرسالة الإعلامية، والتأثير في وعي الأجيال المتعاقبة.

خلاصة نتائج الدراسة وتوصياتها:

خلاصة نتائج الدراسة:

1. الوزن النسبي لدرجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي في الأوقات العادية بلغ 88.6%، وهو درجة كبيرة، حيث جاء في المرتبة الأولى بدرجة عالية جدا بنسبة 50.55%، وجاء في المرتبة الثانية بدرجة عالية بنسبة 39.36%، فيما جاء في المرتبة الثالثة بدرجة متوسطة بنسبة 9.89%، بينما جاء في المرتبة الأخيرة بدرجة منخفضة بنسبة 2.2%.

2. جاء الحصول على آخر الأخبار والمستجدات في مقدمة دوافع اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 96.7%، ثم بناء العلاقات الاجتماعية والتواصل مع المعارف بنسبة 49.5%، وجاء في المرتبة الثالثة الحصول على أفكار لموضوعات صحفية بنسبة 37.4%، يليه التواصل مع مصادر الأخبار بنسبة 33%، ثم التواصل مع مؤسسات صحفية بنسبة 28.6%، وجاء في المرتبة الأخيرة التسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة 27.5%.

3. الوزن النسبي لدرجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام خلال الأزمات الأمنية بلغ 78%، وهو درجة كبيرة، حيث جاء في المرتبة الأولى بدرجة عالية بنسبة 40.7%، وجاء في المرتبة الثانية بدرجة عالية جداً بنسبة 29.7%، فيما جاء في المرتبة الثالثة بدرجة متوسطة بنسبة 24.2%، ويليه في المرتبة الرابعة بدرجة منخفضة جداً بنسبة 4.4%، بينما جاء في المرتبة الأخيرة بدرجة منخفضة بنسبة 1.1%.

4. أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها النخبة الإعلامية الفلسطينية تطبيق واتساب بوزن نسبي بلغ 91%، ووسط حسابي 4.55، يليه فيسبوك بوزن نسبي بلغ 78.6%، ووسط حسابي 3.93، وحل تليجرام في المرتبة الثالثة، ثم تويتر وانستجرام بنسب متقاربة، يليهما كل من يوتيوب ثم زيلو ثم تيك توك ثم كلوب هاوس على الترتيب، وأخيراً بأقل نسبة سناب سات.

5. أهم الصفحات الإخبارية عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها النخبة الإعلامية الفلسطينية كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية كانت وكالة شهاب للأخبار بنسبة 60.4%، يليها بفارق ملحوظ ونسب متفاوتة كل من شبكة قدس الإخبارية بنسبة 39.6%، ووكالة الصحافة الفلسطينية (صفا) بنسبة 34.1%، وكالة سند بنسبة 28.6%، ووكالة فلسطين اليوم الإخبارية بنسبة 27.5%، والرسالة نت 25.3%، ودنيا الوطن بنسبة 23.1%، وقد جاء في آخر الترتيب بنسبة متدنية كل من موقع صحيفة الأيام وموقع صحيفة الحياة الجديدة.

6. الوزن النسبي لدرجة ثقة النخبة الإعلامية الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية بلغ 64.8%، حيث جاء في المرتبة الأولى بدرجة متوسطة بنسبة 51.6% وجاء في المرتبة الثانية

درجة عالية بنسبة 28.6%، فيما جاء في المرتبة الثالثة درجة منخفضة بنسبة 13.2%، يليه في المرتبة الرابعة درجة عالية جداً بنسبة 5.5%، بينما جاء في المرتبة الأخيرة منخفضة جداً بنسبة 1.1%.

7. ما نسبته 72.5% من النخبة الإعلامية الفلسطينية يرون أن إمكانية استخدامها بسهولة خاصة خلال الأزمات الأمنية من أهم العوامل المؤثرة في اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، يليها سرعتها في نقل الأخبار والمعلومات حول الأزمات الأمنية دون معوقات بنسبة 69.2%، وجاء ثالثاً اشتغالها على خدمات تغطي الأحداث جيداً كالصور والفيديو والصوت بنسبة 65.9%، ثم شعري أنني على تواصلٍ دائمٍ بالحدث المتعلق بالأزمة الأمنية بنسبة 49.5%، ثم المتابعة الآتية واللحظية لما تقدمه من معلومات حول الأزمات الأمنية بنسبة 42.9%، وجاء في المرتبة الأخيرة أثق في المعلومات التي تقدمها حول الأزمات الأمنية بنسبة متدنية بلغت 8.8%.

8. الأزمات الأمنية خلال معركة سيف القدس 2021 كانت أهم الأزمات الأمنية التي تابعتها النخبة الإعلامية الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتها 90.1%، وجاء في المرتبة الثانية هروب أحد كبار العملاء من سجن الداخلية بنسبة بلغت 53.8%، يليها إلقاء القبض على بعض العملاء بين عامي (2021-2022) بنسبة 42.9%، وحلت رابعاً قضايا التجسس والتخابر وتداعياتها بنسبة 90.8%، وجاء في المرتبة الأخيرة أحداث التسلل نحو الحدود الشرقية 26.4%.

9. جاء الحصول على أخبار الأزمات لحظة وقوعها في مقدمة التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية بنسبة 83.5%، وحل ثانياً متابعة تداعيات الأزمات وآثارها لدى الجمهور بنسبة 50.5%، يليه القدرة على التحليل والتنبؤ بالأزمات الأمنية بنسبة 44%، وجاء في المرتبة الرابعة تبصير الناس بطبيعة الأزمة الأمنية بنسبة بلغت 41.8%، ثم متابعة الجهود المبذولة لحل الأزمات الأمنية بنسبة 39.6%، ثم المعرفة التامة بالمواقف المختلفة نحو الأزمات الأمنية بنسبة 37.4%، وأخيراً المشاركة في أحداث المجتمع الجارية بنسبة 29.7%.

10. أبرز التأثيرات الوجدانية المترتبة على اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية كانت الإحساس بالمسؤولية تجاه الأزمات الأمنية وآثارها بنسبة 68.1%، يليه مشاركة الرأي العام اهتمامه بالأحداث والأزمات بنسبة 62.6%، ثم زيادة الاهتمام بمتابعة المستجدات المتعلقة بالأزمة الأمنية بنسبة 48.4%، وحل رابعاً الشعور بالقلق حيال ما يمكن أن يضر بالأمن بنسبة 35.2%، ثم زيادة التعاطف مع الآثار التي تسببها الأزمات الأمنية بنسبة 28.6%، وجاء الشعور بالثقة العالية بما تقدمه من معلومات بنسبة 24.2%، وأخيراً التأثير الكبير لدى قطاعات كبيرة من الجمهور خلال الأزمات بنسبة 23.1%.

11. جاءت كتابة المنشورات التي تدعم أمن المجتمع كأبرز التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية بنسبة 62.6%، يليها بفارق بسيط دعم المبادرات التي تهدف للحفاظ على أمن المجتمع بنسبة 61.5%، ثم تزيد التفاعل مع الأحداث والتداعيات الناجمة عن الأزمة بنسبة 42.9%، وحل رابعا المساهمة في الحد من الأزمات الأمنية وتخفيف حدتها بنسبة 40.7%، ثم المشاركة في أنشطة عامة وخاصة للحفاظ على الأمن المجتمعي بنسبة 37.4%، وتقديم المساعدة للجهات الأمنية وفقاً للإمكانيات المتاحة بنسبة 31.9%، وجاء بأقل نسبة بلغت 29.7% يمكن أن تؤدي إلى تغيير قرار مهني تجاه الأزمات الأمنية.

12. أهم المشكلات الناجمة عن اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية كانت انتشار معلومات مجهولة المصدر بنسبة 73.6%، وفي المرتبة الثانية بث الخوف لدى الجمهور بنسبة 72.5%، وجاء ثالثاً زعزعة أمن المجتمع الفلسطيني بنسبة 71.4%، يليه استخدامهما كوسيلة لترويج الإشاعات لأهداف معادية بنسبة 51.6%، ثم البحث عن الشهرة بتحقيق الإعجابات والمتابعات بنسبة بلغت 50.5%، وبدرجة أقل التشهير بشخصيات عامة وخاصة بنسبة 48.4%، ثم إفشال عمل الأجهزة الأمنية بنسبة 41.8%، وعدم الموضوعية في معالجة الأزمات الأمنية بنسبة 39.6%، ثم تحريض المجتمع ضد الحكومة بنسبة 37.4%، ولأخيرا ضعف ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة فيها بنسبة 31.9%.

13. جاء في مقدمة المقترحات لتعزيز استفادة النخبة الإعلامية الفلسطينية من شبكات التواصل الاجتماعي وتحسين أدائها خلال الأزمات الأمنية الاهتمام بالدقة والموضوعية في منشوراتها بنسبة كبيرة بلغت 91.2%، وجاء ثانيا التوعية الأمنية نحو الاستخدام الصحيح لها بنسبة 70.3%، يليه توعية النشطاء وإشراكهم ليكونوا سداً منيعاً وداعماً للجهات الأمنية في الحفاظ على الأمن بنسبة 60.4%، وحل رابعاً توخي الحذر في عرض المنشورات المتعلقة بالاحتلال الإسرائيلي بنسبة 58.2%، ثم تفعيل دور الصفحات الرسمية والوطنية ومحاربة الصفحات المشبوهة بنسبة 54.9%، يليه ضرورة استغلالها في دعم الموقف الفلسطيني ودحض الرواية الإسرائيلية بنسبة 50.5%، ثم السعي لكشف الجهات التي تقف خلف إثارة وإحداث الأزمات الأمنية بنسبة 47.3%، واستخدامها كوسيلة خطاب للعالم الخارجي بلغات مختلفة بنسبة 44%، وجاء في المرتبة الأخيرة التغطية الفورية والشاملة لوقائع الأزمات الأمنية وما يتبعها من تداعيات وآثار بنسبة 40.7%.

خلاصة نتائج فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي في الأوقات العادية ودرجة اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، حيث كانت قيمة معامل الارتباط 0.019، وقيمة الدلالة الإحصائية 0.001، وهي دالة إحصائياً عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$.

2. توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة النخبة الإعلامية الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية، حيث كانت قيمة معامل الارتباط 0.328، وقيمة الدلالة الإحصائية 0.000، وهي دالة إحصائياً عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$.

3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ في درجة اعتماد النخبة الإعلامية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الأمنية تعزى للمتغيرات الديموغرافية لديهم (النوع الاجتماعي والعمر والمؤهل العلمي وطبيعة العمل).

توصيات الدراسة:

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة الميدانية من النتائج، التي يمكن أن يبنى عليها، لذلك يقدم الباحث عددا من التوصيات والمقترحات للجهات المعنية، وذلك على النحو الآتي:

- تعزيز التعاون بين الجهات الأمنية والمؤسسات الإعلامية، وتفعيل دور النخب بشكل أكبر، وبناء جسور من الثقة المتبادلة بين جميع الأطراف، خاصة فيما يتعلق بإدارة الأزمات الأمنية، وزيادة الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.
- التركيز على نشر المعلومات التي تصدر عن الصفحات الموثوقة والرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي، وتعزيز التأثيرات الإيجابية للاعتماد عليها من قبل النخبة الإعلامية الفلسطينية.
- العمل على بناء استراتيجية إعلامية لتوحيد الجهود بين الجهات المختصة، بهدف ضبط ممارسات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وضمان عدم تجاوزها لما يمكن أن يخل بالأمن والاستقرار.
- ضرورة عقد دورات وتقديم إرشادات مستمرة بهدف التوعية الأمنية للنخب الإعلامية، من أجل الاستفادة الأمثل من شبكات التواصل الاجتماعي، وكيفية إدارتها والتعامل معها خلال الأزمات الأمنية.
- العمل على إصدار تشريعات وضوابط يتم تحديثها باستمرار، ووضع قوانين وعقوبات رادعة للمخالفين، بهدف الحد من فوضى المعلومات والنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ووضع الجميع أمام مسؤولياتهم تجاه الحفاظ على أمن المجتمع.

- محاربة الصفحات المشبوهة والهابطة والمنحرفة على شبكات التواصل الاجتماعي، والتي ينشط عملها خلال الأزمات الأمنية، ويتم ذلك من قبل الجهات المختصة، بالتعاون بين وزارة الداخلية ووزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.
- ضرورة تركيز النخبة الإعلامية على تحذير الجمهور الفلسطيني من الصفحات المزيفة والمشبوهة، كتلك التي تديرها مخبرات الاحتلال الإسرائيلي، للنيل من شبابنا وطلبتنا وكافة شرائح المجتمع.
- عدم تعاطي الصحفيين الفلسطينيين والنخبة الإعلامية بشكل خاص مع رسائل التصيّد الإلكتروني، والحذر من الهويات المزيفة على شبكات التواصل الاجتماعي، والتحقق من إعدادات الخصوصية.
- العمل على نشر المعلومات التي تصدر عن الجهات الرسمية، وخاصة فيما يتعلق بأي أحداث أمنية، والابتعاد عن نشر معلومات سرية قد تضر بسير العمل الأمني، والتروي قدر الإمكان لعدم الوقوع في فخ نشر الإشاعات والأخبار المضللة.
- ينبغي على النخب الإعلامية عدم اللهث وراء الشهرة والتميز والسبق الصحفي، دون النظر إلى المخاطر الأمنية التي قد تعود على المجتمع أو على فئة معينة منه، وألا يكون الإنجاز الشخصي أو المهني على حساب أمن المجتمع.

المراجع:

أولا- المراجع العربية:

- أبو صبحة، شادي. مدير عام وكالة شهاب للأنباء. (مقابلة). قابله: يوسف أبو حشيش. بتاريخ 2022/6/9م.
- أبو غالي، أحمد. إدارة الإعلام الأمني الفلسطيني ودوره في التوعية المجتمعية (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، وجامعة الأقصى. (2018م).
- أبو ليلة، أيمن. اعتماد شباب محافظات غزة على المواقع الفلسطينية في تنمية وعيهم الأمني (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: الجامعة الإسلامية. (2016م).
- أبو ليلى، أحمد. تقييم النخبة الفلسطينية لأداء الإعلام المقاوم خلال الأزمات: دراسة ميدانية في محافظات غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: الجامعة الإسلامية. (2020م).
- أبو مراد، ماجد. اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية أثناء الأزمات: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: الجامعة الإسلامية. (2016م).
- الأسطل، تحسين. نائب رئيس نقابة الصحفيين. (مقابلة). قابله: يوسف أبو حشيش. بتاريخ 2022/1/29م.
- إي بوك. الموقع الرقمي الفلسطيني لعام 2021م. غزة، فلسطين. [www:ipoke.co](http://www.ipoke.co) (2022م).
- بريخ، نضال. اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: الجامعة الإسلامية. (2015م).
- برغوث، إسماعيل. اعتماد الشباب الفلسطيني على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية. (2014م).
- جاد الله، سامي. اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لأفكار الموضوعات الصحفية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: الجامعة الإسلامية. (2020م).
- حسين، سمير. بحوث الإعلام الأسس والمبادئ. ط2. القاهرة: عالم الكتب. (1995م).
- حسين، محمود.. إدارة الحملات الإعلامية ودورها في توجيه الرأي العام: الحملة الوطنية لمكافحة النخابر: دراسة حالة (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، وجامعة الأقصى. (2016م).
- الخصاونة، صخر، والعتوم، سهل. دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين: دراسة ميدانية. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية، مج29، ع(1). (2021م).

- خليفة، شيرين. اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التزام المواقع الإخبارية الفلسطينية بأخلاقيات المهنة: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة. (2015م).
- الداغر، مجدي. اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر بعد 30 يونيو 2013م مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً: دراسة ميدانية. الكويت: مجلة حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، مج38، ع(479). (2017م).
- راضي، زاهر. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. جامعة عمان الأهلية، مجلة التربية، ع(15). (2003م).
- الزطمة. مدحت. استخدامات طلبة المرحلة الثانوية لشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل معارفهم نحو القضايا الوطنية الفلسطينية والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية في محافظات غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية. غزة. (2019م).
- زفوت، هشام. استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: الجامعة الإسلامية. (2016م).
- سكيك، هشام. دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية: دراسة ميدانية وتحليلية (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: الجامعة الإسلامية. (2014م).
- سليم، توفيق. استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وعيهم بقضايا المقاومة: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: الجامعة الإسلامية. (2018م).
- شاهين، هبة. المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب: دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية. القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب. (2014م).
- شهبان، إسلام. الخبر الأمني والإعلامي. (مقابلة). قابله: يوسف أبو حشيش. بتاريخ 2022/1/29م.
- صافي، خالد. استشاري ومختص بالإعلام الرقمي. (مقابلة). قابله: يوسف أبو حشيش. بتاريخ 2022/5/21م.
- ضيف، زهير حسين. دوافع استخدام النخب الخليجية لوسائل التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققة. مجلة دراسات الطفولة، مج20، ع(7). (2017م).
- ضيف، زهير حسين. دوافع استخدام النخب الخليجية لوسائل التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققة. مجلة دراسات الطفولة، مج20، ع(7). (2017م).
- طابع، سامي. مناهج البحث وكتابة المشروع المقترح للبحث. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام. (2007م).
- الطالقة، مصعب. استخدام الصحفيين الفلسطينيين لشبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بمسيرات العودة: دراسة ميدانية في محافظات غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: الجامعة الإسلامية. (2021م).

- عابد، زهير. دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي: دراسة وصفية تحليلية. مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، مع 26، ع(6). (2012م).
- عبد الحميد، مُجد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط2. القاهرة: عالم الكتب. (2004م).
- عبد الحميد، مُجد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط3. القاهرة: عالم الكتب. (2004م).
- عبد ربه، عثمان. اتجاهات النخب الفلسطينية نحو الأمن الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على المحتوى الفلسطيني: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: الجامعة الإسلامية. (2021م).
- العبد، عاطف. المنهج العلمي في البحوث الإعلامية. القاهرة: دار الهاني. (2000م).
- عجوة، علي، وفريد، كريم، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات. القاهرة: عالم الكتب. (2001م).
- عدس، عبد الرحمن، وآخرون. البحث العلمي: مفهومه، أدواته، أساليبه. القاهرة: دار الفكر المعاصر. (1984م).
- العزام، عبد المجيد، وكاتب، هاديا. اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي: دراسة استطلاعية. الأكاديمية العربية في الدنمارك. (2018م).
- الغلبان، وسام. اعتماد النخبة الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول مسيرات العودة: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: الجامعة الإسلامية. (2020م).
- فلسطين أون لاين، "عمليل الموساد" في غزة. (موقع إلكتروني) تمت زيارته بتاريخ 2022/6/1م.
- فيصل، علاء. استخدامات المعلمين الفلسطينيين لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الوطني لدى طلبة المرحلة الثانوية: دراسة ميدانية في محافظات غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: الجامعة الإسلامية. (2019م).
- اللحام، محمود، وآخرون. الإعلام الأمني. ط1. عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع. (2014م).
- المجد الأمني، التسلسل نحو العدو الصهيوني.. مخاطر أمنية واجتماعية. (موقع إلكتروني). تمت زيارته بتاريخ 2022/5/27م.
- المجد الأمني، غزة والاحتلال.. 8 ضربات استخباراتية وأمنية لصالح المقاومة. (موقع إلكتروني). تمت زيارته بتاريخ 2022/5/27م.
- المدهون، فداء. اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا وجامعة الأقصى. (2017م).

- المركز العربي لتطوير الإعلام، تقرير النشاط الرقمي الأسبوعي. (موقع إلكتروني). تمت زيارته بتاريخ 2022/5/27م.
- المزاهرة، منال. نظريات الاتصال. ط1. عمان: دار المسيرة. (2012م).
- المصري، إبراهيم. استخدام النخبة لمواقع التواصل الاجتماعي في تسويق القضية الفلسطينية. طرابلس: المؤتمر الدولي الثالث عشر، فلسطين قضية وحق. ص ص 57-73. (2016م).
- مضحي، جمال. اعتماد النخبة الأكاديمية على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار في الأزمات: دراسة حالة الاعتداء الإرهابي على حي الزهور في تكريت بتاريخ 2017/4/4م. مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، جامعة تكريت. (2019م).
- معروف، سلامة. رئيس المكتب الإعلامي الحكومي، قابله: يوسف أبو حشيش. بتاريخ 2021/2/21م.
- المغربي، ديانا. منسقة مقهى الإعلام الاجتماعي بغزة. (مقابلة). قابلهما: يوسف أبو حشيش. بتاريخ 2022/5/23م.
- مكاي، حسن، والسيد، ليلي. الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. (2017م).
- وافي، أمين، واللوح، محمود. اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات وانعكاسها على أدائهم المهني: دراسة ميدانية في محافظات قطاع غزة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 9، العدد 2، الصفحة 100-161. (2021م).

ثانيا-المراجع باللغة الأجنبية:

- Ahmadi, I. (2015). Role of media on crisis management. *Exploratory Studies in Law and Management*, 2(3), 190-197.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication research*, 3(1), 3-21.
- Stieglitz, S., Mirbabaie, M., Fromm, J., & Melzer, S. (2018). *The Adoption of social media analytics for crisis management-Challenges and Opportunities*. In ECIS (p. 4).