

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

٥.١ تمهيد

يتضمن هذا الفصل مناقشة نتائج الدراسة التي توصلت إليها الباحثة من خلال دراسة موضوع استخدامات خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك وانعكاساتها في تعزيز فاعلية طرح القضايا الفلسطينية لدى الجمهور، بالإضافة إلى تقديم مجموعة من التوصيات في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها والتي يمكن الاستفادة منها في تطوير خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك.

٥.٢ تحليل النتائج

اختارت الباحثة عينة عمدية في تحليل جميع مفردات عينة الدراسة خلال المدة المحددة للدراسة خلال الأشهر (يناير ومايو وأغسطس من عام ٢٠٢١)، وهو ما يضمن الخروج بنتائج دقيقة يمكن تعميمها. حيث أخضعت استمارة تحليل المضمون بعد تصميمها، للتجربة من خلال إجراء دراسة لمدة عشرة أيام على مواقع الدراسة، قبل الدخول في العينة التي تم اعتمادها للدراسة، حيث تم تعديل بعض الفئات، وإضافة فئات لم تكن موجودة. عرضت الباحثة استمارة تحليل المضمون على عدد من الأكاديميين في مجال الإعلام لتحكيمها، حيث تم تسجيل بعد الملاحظات، التي كان لها أثر كبير في تصحيح استمارة تحليل المضمون وخروجها بالشكل النهائي الذي تم تطبيق الدراسة عليه.

وفي هذا الجزء يتم عرض النتائج وفقاً لفئات استمارة تحليل المضمون التالية:

١. فئة القضايا الفلسطينية

أظهرت النتائج أن القضايا الفلسطينية السياسية كانت من أكثر القضايا تغطية من خلال خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك لدى عينة الدراسة وذلك بنسبة ٤٧,٩٪، وتعكس هذه النتيجة مدى اهتمام صفحات الفيس بوك الإخبارية في تسليط الضوء بشكل مباشر على الأخبار والأحداث السياسية الجارية في فلسطين، وترى الباحثة ان هذه النتيجة منطقية نظراً لان فلسطين تشهد بشكل يومي أحداث سياسية ساخنة نتيجة ممارسات الاحتلال القمعية التي يتبعها ضد الفلسطينيين الأمر الذي جعل الأخبار والأحداث السياسية روتين يومي بالنسبة للفلسطينيين بشكل عام والمؤسسات الإعلامية بشكل خاص، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة إسلیم (٢٠١٨) التي احتلت فيها المواضيع السياسية المرتبة الأولى في متابعة المبحوثين للمواضيع الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي.

وتشير النتائج إلى أن صفحة موقع دنيا الوطن عبر الفيس بوك تفوقت على نظيراتها في تغطية القضايا السياسية عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك حيث منحتها مساحة ٥٧٪، بينما كانت نسبة تغطية صفحة تلفزيون فلسطين بنسبة ٤٦,٦٪، وأخيراً صفحة إذاعة صوت الشعب بنسبة ٤٤٪.

وفي سؤالنا لمدير عام تلفزيون فلسطين في المحافظات الجنوبية رأفت القدرة (٢٠٢١) حول سبب إعطاء القضايا السياسية أولوية في التغطية الإخبارية عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك قال بأن الفيديوهات التي تحمل المضمون السياسي تلاقي اهتمام واضح من قبل المتابعين مما يؤثر إيجابياً على تفاعل المتلقي مع هذه المادة، لهذا نحاول دائماً ان نضع المتلقي بصورة الأحداث اليومية فور وقوعها.

وهذا ما أكده مدير صحيفة دنيا الوطن محمد عيسى (٢٠٢١) بأن القضايا السياسية في

صحيفة دنيا الوطن تحتل حيز كبير في التغطية الإعلامية نظراً لأن فلسطين يوماً بما أحداث واعتقالات ومواجهات مع قوات الاحتلال الإسرائيلي، لهذا يكون جل تركيزنا على عرض القضايا السياسية بكافة الأبعاد.

وأوضح مدير عام إذاعة صوت الشعب د. باسم وشاح (٢٠٢١) بأن القضايا السياسية وموضوعاتها أصبحت تشكل ركن أساسي في حياة المتلقي الفلسطيني، نظراً للأحداث الجارية بشكل يومي ومتلاحق، لهذا تعمل الإذاعة على التركيز على هذه القضايا لكي تلي حاجة المواطن الفلسطيني أولاً من اخبار ومعلومات عن طبيعة الاحداث التي لا تنتهي.

ويبين المختص في الاعلام الاجتماعي سائد حسونة (٢٠٢١) أن اهتمام مواقع عينة الدراسة في القضايا السياسية يعطي مؤشر قوي على أن التغطية السياسية طغت على تغطية مستجدات الحالة الوبائية لجائحة كورونا، بسبب تنامي ونيرة التعقيدات السياسية خلال العام، الامر الذي أعطى صفحات الفيسبوك أولوية في ترشيح هذه المواضيع التي تم استخدامها على حساب قضايا أخرى.

وبالعودة إلى النتائج فقد جاءت القضايا الصحية في المرتبة الثانية بعد القضايا السياسية من حيث تغطية الأحداث عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك، حيث ترى الباحثة أن اهتمام عينة الدراسة بالقضايا الصحية بغير العادة جاء بسبب انتشار فيروس كورونا الذي أثر على جوانب الحياة كافة رغم أن تغطية الاعلام الفلسطيني لم تكن كافية بالشكل المطلوب.

وتقاربت نسبة اهتمام صفحة تلفزيون فلسطين وصفحة إذاعة صوت الشعب في الاهتمام بتغطية الموضوعات الصحية عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك، حيث حصلت صفحة تلفزيون

فلسطين ٣,٣٢٪، بينما صفحة إذاعة صوت الشعب ١,٣٢٪، بينما حصلت صفحة موقع دنيا الوطن على نسبة ٤,١٧٪.

وفي هذا الإطار خصصت المؤسسات الاعلامية الجزء الأكبر من مساحاته لتغطية فيروس كورونا ولتقل الأخبار الرسمية، ونجح في الدعاية للوقاية كالتباعد الاجتماعي وحظر الاختلاط واتباع القواعد، وكان التزام المواطنين في مواقع انتشار الوباء مُرضياً بوجود خطر ملموس، أما التحقيقات والقصة الصحافية المكتوبة والمصورة التي تفسر ما يحدث فكانت محدودة أو غائبة، ولا تتناسب مع التفاعل والتعاضد المجتمعي والتطوع والدعم، ولا مع معاناة الناس الذين انقطعت موارد عيشهم، ولا مع جيش العاطلين عن العمل، وقبل الجائحة كان صوت الإعلام الخاص أعلى من الإعلام الرسمي في إثارة قضايا المجتمع ومسألة المسؤولين، لكنه تراجع خلال الجائحة ولم ينجح في سد الفجوات التي خلّفها الإعلام الرسمي. ومن جهة أخرى، تسللت الإشاعات والمعلومات الخاطئة إلى المواطنين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وبعض مراكز المعلومات التي تداولت الشائعات كأخبار دون أن تعالجها من خلال ذوي الاختصاص في الجهاز الصحي، فانعكس التداول سلباً على الرأي العام (عبد الحميد، ٢٠٢٠).

ومن اللافت للانتباه بأن القضايا الفلسطينية التكنولوجية والتعليمية والثقافية، وحتى القضايا الاجتماعية والاقتصادية تم تناولها بشكل خجول، دون التطرق إلى ابعادها رغم أهمية تلك القضايا في حياة المواطن الفلسطيني، ولعل ذلك يعود لأن عام ٢٠٢١ شهد العديد من الاحداث السياسية والصحية التي طغت على طبيعة التغطية الإخبارية عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك.

٢. الموضوعات الفلسطينية

ويقصد بالموضوعات الفلسطينية هي تلك الموضوعات التي تنبثق من القضايا الفلسطينية، ويعبر الموضوع بشكل دقيقة على طبيعة القضية التي تم تناولها في التغطية الإخبارية، وتوصلت النتائج أن الاحتلال الإسرائيلي كان من أبرز الموضوعات السياسية التي تم تغطيتها عبر خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك ولعل ذلك السبب يعود إلى ممارسات الاحتلال اليومية بحق الفلسطينيين في الضفة الغربية والقدس. فقد كشف مركز أبحاث الأراضي (٢٠٢١) أن جيش الاحتلال الإسرائيلي هدم ٩٥٠ منزلاً ومنشأة فلسطينية، وأقام ١٥ بؤرة استيطانية، في الضفة الغربية المحتلة، بما فيها القدس الشرقية، خلال عام ٢٠٢١. وأظهر التقرير الإحصائي السنوي الصادر عن "التجمع الوطني لأسر شهداء فلسطين" (٢٠٢١)، أن عدد الشهداء الذين ارتقوا خلال العام ٢٠٢١ بلغ ٣٥٧ شهيداً، جراء استهدافهم من قبل قوات الاحتلال وتعتبر هذه النسبة الأعلى في تاريخ الاحتلال الإسرائيلي منذ احتلال فلسطين في العام ١٩٤٨م. واعتقلت قوات الاحتلال الإسرائيلي نحو ٨ آلاف مواطن ومواطنة، خلال العام ٢٠٢١، من بينهم أكثر من ١٣٠٠ قاصر، و١٨٤ من النساء، فيما وصل عدد أوامر الاعتقال الإداري الصادرة إلى ١٥٩٥ أمراً.

وتقاربت نتائج عينة الدراسة في الاهتمام بالتغطية الإخبارية عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك في موضوع الاحتلال حيث أفردت صفحة تلفزيون فلسطين مساحة التغطية بنسبة ٤٠,٦٪، بينما صفحة موقع دنيا الوطن وصلت نسبة تغطيتها ٤٠٪، وأخيراً صفحة إذاعة صوت الشعب بنسبة وصلت إلى ٣٨,٣٪.

وأوضح مدير عام تلفزيون فلسطين في المحافظات الجنوبية بأن القناة تحاول تغطية معظم القضايا الفلسطينية والعربية لكن التركيز يكون بالأساس على الموضوعات التي تتعلق بالحقوق الفلسطينية السياسية والمدنية والقضايا التي تتعلق بالانتهاكات والجرائم الاسرائيلية التي ترتكب بحق المواطنين في مختلف المحافظات الفلسطينية والتي ينقلها تلفزيون فلسطين وقناة فلسطين مباشرة أولاً بأول كما انه يركز على القضايا التراثية والهوية الفلسطينية ونقل كافة الفعاليات التراثية على الهواء مباشرة وايضاً ولا ينسى الجوانب الفنية والثقافية وكل ما يخدم القضية الفلسطينية ونقله على الهواء مباشرة من داخل فلسطين أو حتى من خارج فلسطين من خلال مكاتب تلفزيون فلسطين المنتشرة في أكثر من دولة.

وأشار المختص في الاعلام الرقمي أحمد شقورة (٢٠٢١) أن انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي المستمرة بحق المواطنين في فلسطين جعلت التغطية الإعلامية تتركز على ممارسات الاحتلال القمعية، وتسليط الضوء على هذه الممارسات تعتبر مسؤولية اجتماعية تقع على عاتق كافة المؤسسات الإعلامية من اجل المساهمة في تسليط الضوء على جرائم الاحتلال الإسرائيلي المستمرة في كل من الضفة الغربية والقدس وقطاع غزة.

وبينت نتائج الدراسة أن المشاركة السياسية احتلت المرتبة الثانية في فئة الموضوعات السياسية ويليهها قضايا المقاومة، والملفت للانتباه أن قضايا التخابر والانقسام والمصالحة والحصار وحرية التنقل والسفر لم تولي لها المواقع عينة الدراسة اهتمام، رغم أن قضايا الحصار وحرية التنقل والسفر من الموضوعات الهامة جداً التي يجب ان تهتم بها صفحات الفيس بوك الإخبارية في فلسطين بشكل عام وفي قطاع غزة بشكل خاص، خاصة أن صفحة موقع دنيا الوطن وصفحة إذاعة صوت الشعب على الفيس بوك تتركز تغطيتهم الإعلامية في قطاع غزة، ومعظم من يعملوا في هذه المؤسسات من قطاع غزة وعلى اطلاع كامل بواقع القطاع الكارثي الناجم عن الحصار وصعوبة التنقل والسفر، وبرغم ذلك لم يكن هناك

اهتمام واضح بهذه المواضيع التي تعتبر شريان الحياة الذي يعاني من حصار خانق، وذلك عقب فوز حركة حماس في الانتخابات التشريعية عام ٢٠٠٦ ومنذ ذلك الوقت يفرض الاحتلال الإسرائيلي حصار وقيود على دخول الوقود والبضائع وحركة المواطنين من وإلى القطاع. وعلى مر السنين، عملت السلطات الإسرائيلية على ترسيخ سياسة عزل قطاع غزة، من خال فصله عن الضفة الغربية فيما سمي "سياسة الفصل"، ومنع الطلاب الجامعيين في غزة من تلقي التعليم في جامعات الضفة الغربية، كما جرى منع العديد من الأكاديميين والطواقم الطبية والخبراء من التنقل، بالإضافة إلى حرمان الغالبية العظمى من العائلات داخل وخارج القطاع من الالتقاء ولم الشمل.

وأشارت دراسة سكسك (٢٠١٤) أن موضوعات الأسرى من القضايا الأكثر تناولاً على شبكات التواصل الاجتماعي تلاها موضوعات القدس ومن ثم المصالحة الفلسطينية.

وبالعودة إلى النتائج فقد كشفت النتائج أن موضوع الأمراض المعدية التي تناولتها الموضوعات الصحية جاءت بنسبة استخدام مرتفعة، ويعود ذلك لانتشار فيروس كورونا الذي انتشر في كل أنحاء العالم، لهذا احتل مساحة واسعة في التغطية الإخبارية على خاصية البث المباشر على الفيس بوك، حيث وصل أعداد الحالات المصابة في فيروس كورونا عام ٢٠٢١م المسجلة لدى وزارة الصحة الفلسطينية ٤٤١ ألف حالة، في حين بلغت عدد الوفيات ٤٩٧٣ حالة، ووصل عدد المطعمين إلى ١,٨ مليون شخص تلقوا التطعيمات ضد فيروس كورونا (وزارة الصحة، ٢٠٢١).

وكشفت النتائج عن وجود قصور واضح في تغطية الموضوعات الرياضية والدينية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية لدى عينة الدراسة بصورة عامة رغم أهمية تلك الموضوعات في صنع التنوع الإعلامي، خاصة بأن المتلقي الرقمي يحتاج إلى تنوع الموضوعات بشكل كبير.

٣. النطاق الجغرافي

ويقصد بالنطاق الجغرافي هو مكان وقوع الحدث التي قامت به صفحات الفيس بوك الإخبارية عبر خاصية البث المباشرة بتغطيته، وكما يبدو في النتائج فإن التركيز كان على الأحداث الواقعة في قطاع غزة بنسبة ٤٩٪، تليها بنسبة متقاربة الضفة الغربية بنسبة ٤٥,٢٪، وتعزو الباحثة أن سبب ارتفاع نسبة تغطية الاخبار عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك في قطاع غزة يعود لأن صفحة موقع دنيا الوطن وصفحة إذاعة صوت الشعب تتواجد مكاتبهم الرئيسية في قطاع غزة ومعظم مراسليهم في قطاع غزة، لهذا ارتفعت النسبة بدرجة متقاربة عن الضفة الغربية، ويقصد هنا بالضفة الغربية بالجزء المتبقي من فلسطين (بحدود الانتداب البريطاني) الذي لم يسقط بعد النكبة عام ١٩٤٨، والذي ضُم إلى الأردن بعد معركة القدس في مؤتمر أريحا عام ١٩٥١، تشكل مساحتها ما يقارب ٢١٪ من مساحة فلسطين التاريخية (من النهر إلى البحر) أي حوالي ٥٨٦٠ كيلومترا مربعا، وتشمل جبال نابلس وجبال القدس بما في ذلك الجزء الشرقي من مدينة القدس وجبال الخليل وغربي غور الأردن، ومع قدوم السلطة الفلسطينية عام ١٩٩٥، تم تقسيم الضفة الغربية إلى ١١ محافظة وهم جنين، وطوباس وطولكرم، ونابلس، وقلقيلية، وسلفيت، رام الله والبيرة، أريحا، القدس، بيت لحم، الخليل (الجزيرة، ٢٠٢١).

ولا بد من الإشارة إلى أن القدس والأراضي المحتلة لم تحظى بتغطية إعلامية كافية مقارنة بالمناطق الأخرى، برغم أن شهر ابريل ومايو ٢٠٢١ شهد أحداث عنيفة في القدس نتيجة تصاعد عمليات التهويد والتشريد في القدس بشكل عام وفي حي الشيخ جراح بشكل خاص، وترى الباحثة أن هذا يعود بسبب تضيق الاحتلال على الصحفيين واعتقالهم ومنعهم من تغطية الأحداث في هذه المناطق التي تشهد مواجهات مباشرة بين الاحتلال الإسرائيلي والمتظاهرين.

وأظهرت نتائج الدراسة أن صفحة إذاعة صوت الشعب كان نطاقها الإعلامي في قطاع غزة مرتفع مقارنة بصفحات عينة الدراسة حيث وصلت نسبة التغطية عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك ٨٦,٣٪، وتليها صفحة دنيا الوطن بنسبة ٥٥٪، ومن ثم صفحة تلفزيون فلسطين بنسبة ٢٠,٩٪.

وحول هذه النتيجة قال المختص في الاعلام الاجتماعي سائد حسونة أن المنطقة الجغرافية التي تبث منها صفحة الفيس بوك تؤثر على طبيعة وحجم التغطية، من حيث تكلفة التنقل من مكان إلى آخر ومناطق الضفة الغربية تكلفة التنقل من مكان إلى آخر يعتبر مرتفع جداً مقارنة بقطاع غزة، وعامل الإمكانيات المتوفرة مع الوسائل الإعلامية في قطاع غزة والمساحة المخصصة للتغطية أوسع منها في الضفة المحتلة، بسبب سياسات الاحتلال القمعية ضد المرسلين خصوصاً وتقييد عملهم الميداني وبالتالي حجب إمكانية البث المباشر من هذه المنطقة، مع أخذ بعين الاعتبار سياسة فيس بوك في تقييد وحظر المحتوى الفلسطيني في كلا المنطقتين.

وبين المختص في الاعلام الرقمي م. محمد محارب أن قطاع غزة يتمتع بحرية أكبر من حيث إمكانية تغطية الاخبار مقارنة في الضفة الغربية التي يتحكم بها الاحتلال الإسرائيلي ويمنع التصوير في الأماكن الحساسة، إضافة إلى ذلك فإن تواجد مقر موقع دنيا الوطن وموقع إذاعة صوت الشعب في قطاع غزة ساهم بشكل أساسي في تغطية الأحداث بشكل أكبر مقارنة بالضفة الغربية.

وترى الباحثة أن الصحفيين في قطاع غزة تعرضوا لأكثر من حرب خلال الأعوام السابقة، الأمر الذي ساعدهم في اكتساب خبرات ومهارات أكبر في التعرف على طرق وأساليب تغطية النزاعات والتصعيدات المستمرة في ظل ممارسات الاحتلال الوحشية بحق الفلسطينيين بشكل عام والصحفيين بشكل خاص، مما ساهم في إمكانية تغطية الأحداث بشكل مباشر من قلب الحدث دون الشعور بالرهبة

نتيجة تراكم الأحداث العنيفة وإمكانية تحمل ضغط العمل أثناء التصعيد، حيث كشفت لجنة دعم الصحفيين (٢٠٢١) أن "إسرائيل" ارتكبت ٦٥٢ انتهاكاً بحق الإعلاميين في الأراضي الفلسطينية المحتلة منذ بداية عام ٢٠٢١. وكشفت نقابة الصحفيين الفلسطينيين (٢٠٢١) إن الاحتلال الإسرائيلي قصف بالطائرات الحربية ودمر أكثر من ٣٣ مؤسسة إعلامية، وارتكب مجزرة بحق الإعلام الفلسطيني والصحفيين في بيوتهم الآمنة أدت إلى إلحاق إصابات مباشرة في صفوفهم، وألحقت أضراراً بأكثر من ٧٠ صحفياً في قطاع غزة، كما أصاب نحو ١٠٠ صحفي في الضفة بما فيها القدس.

٤. فئة المصدر

أظهرت النتائج أن المصادر الذاتية التي اعتمدت عليها صفحات الفيس بوك الإخبارية في عينة الدراسة أثناء تغطية الأحداث عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك كانت مرتفعة، وهذا يدل على أن صفحات عينة الدراسة تهتم بتغطية الأحداث من خلال مراسليها في الميدان لنقل الاخبار.

وأوضحت النتائج أن صفحة تلفزيون فلسطين وصفحة إذاعة صوت الشعب اعتمد على المراسلين في تغطية الأخبار والأحداث عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك بنسبة ١٠٠٪، بينما صفحة موقع دنيا الوطن كان اعتمادها بشكل كبير على القنوات والإذاعة في نقل الأخبار والأحداث عبر خاصية البث المباشر وذلك بنسبة ٩٦,٤٪، وترى الباحثة أن هذا السبب يعود إلى وجود استديو مجهز بشكل كامل في كل من إذاعة صوت الشعب وقناة فلسطين الأمر الذي أدى إلى سهولة نقل البث مباشرة، فهنا الامر يتطلب فقط كاميرا وجهاز ربط من أجل تحويل البث من الاستديو إلى صفحات الفيس بوك الإخبارية، على عكس موقع صحيفة دنيا الوطن التي لا تمتلك استديو مجهز بشكل كامل مقارنة بالإذاعات والقنوات الإخبارية، رغم أن صحيفة دنيا الوطن

بدأ تستفيد من هذه الخاصية من خلال استضافة بعض الشخصيات و بث اللقاء بشكل مباشر،

لكن يبقى العمل غير منتظم كما هو في الاستديوهات الرسمية.

وبين مدير عام تلفزيون فلسطين في المحافظات الجنوبية رأفت القدرة (٢٠٢١) أن قناة

فلسطين تهتم بشكل واضح بخاصية البث المباشر على الفيس بوك وكل البرامج التي يتم بثها

فضائياً يتم ربطها إلكترونياً عبر هذه الخاصية التي ساعدت بشكل كبير في الوصول إلى شرائح

جديد في المجتمع ان فيس بوك اصبح واسع الانتشار بدرجة كبيرة جدا ولا يشترط متابعة بث

القناة من المنزل وعلى شاشة التلفزيون حيث من السهل جدا لاي مواطن يحمل هاتفا ذكيا ان

يتابع بث القناة على موقعها على فيس بوك ومن اي مكان دون التقيد بمحدود الزمان والمكان،

لهذا قمنا بتخصيص دائرة كاملة للإعلام الالكتروني الذي يتابع اولاً باول ما يبث على قنوات

فلسطين ونقله مباشرة على صفحة تلفزيون فلسطين وقناة فلسطين مباشر حيث نسبة المشاهدة

عبر فيس بوك تصل الى ارقام عالية جداً.

وأوضح مدير موقع دنيا الوطن محمد عيسى (٢٠٢١) أن موقع دنيا الوطن يهتم بشكل كبير في

خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك، لهذا هناك برامج يتم إعدادها وبثها بشكل مباشر من خلال هذه

الخاصية، وبرغم الصعوبات الكبيرة التي واجهتنا في بداية الأمر بسبب عدم توفر المعدات اللازمة للخروج

ببث مباشر بشكل احترافي، لكن تمكنا في نهاية الامر من الخروج بلقاءات عديدة من خلال استخدام

هذه الخاصية التي ساهمت بشكل كبير في زيادة متابعة الجمهور للقضايا اليومية.

وبين مدير عام إذاعة صوت الشعب د. باسم وشاح (٢٠٢١) أن الإذاعة تعطي أهمية كبيرة لخاصية

البث عبر الفيس بوك ويتواجد طاقم متخصص على مواقع التواصل الاجتماعي يقوم بمتابعة كل ما

يتعلق بالمحتوى الإلكتروني، كما أنها تضع القوانين واللوائح التي تنظم تواجد الإذاعة على المنصات الإلكترونية، وتسعى لتغذية البث المباشر بكل ما يتعلق بمخرجات الإذاعة، وأشار إلى أن الإذاعة تسعى للتطوير منصاتهما عبر وسائل التواصل الاجتماعي لأننا واجهنا صعوبة في بداية الأمر نظراً لعدم وجود متخصصين بهذا المجال لكن مع مرور الوقت بدأ الأمر يسير بشكل أفضل وبدأ المذيعين والمذيعات يأخذن الأمر بجدية أكبر واحترافية أكثر بعد تفاعل المشاهدين الإيجابي عبر التعليقات الإعجابات، وأضاف أن الإذاعة قامت بإنشاء صفحة خاصة عبر الفيس بوك يتم من خلالها فقط بث كافة البرامج والحلقات التي تتم عبر الإذاعة بشكل مباشر على صفحة الإذاعة في الفيس بوك.

٥. فئة الخدمات التفاعلية

يقصد بالخدمات التفاعلية هي العناصر التي من خلالها يعبر المتلقي عن رأيه في الفيديو التي يتم بثها عبر الفيس بوك والتي تتمثل في الإعجاب، والتعليق والمشاهدة والمشاركة، وهذه الخدمات تعبر عن مدى تفاعل الجمهور مع الفيديو المنشور من عدمه.

١. الإعجابات

أظهر نتائج الدراسة أن الإعجاب على فيديوهات البث المباشر عبر الفيس بوك كان مرتفع حيث بلغت نسبة الفيديوهات التي حصلت على أكثر من ٢٠٠ إعجاب ٣٢,٩٪، وهذا يدل على تفاعل المتلقي مع فيديوهات البث المباشر بشكل كبير من خلال الضغط على أيقونات الإعجاب، ويجدر بالإشارة إلى ان موقع فيس بوك يعتمد على أكثر من شكل كنموذج للتفاعل من خلال خيار الإعجاب ويولي تتمثل بالـ (أعجبني، أحببته، أدهمني، أضحكني، أدهشني، أحزنني، اغضبني) والشكل التالي يوضح هذه الأيقونات بشكل مباشر.



رسم توضيحي ٥،١: يوضح أشكال التفاعل من خلال الاعجاب

فقد كان التفاعل من خلال أيقونة الاعجاب مرتفع جداً صفحة موقع دنيا الوطن حيث وصلت النسبة إلى ٨٧,٢٪، وهذا نسبة تعبر بشكل مباشر على حجم التفاعل الكبير الذي يتم عبر صفحة موقع دنيا الوطن، وتعزو الباحثة أن سبب هذا الارتفاع يعود لان دنيا الوطن تسعى دائماً إلى بث الفيديوهات التي يميل المتلقي إلى مشاهدات، فبرغم أن صفحة موقع دنيا الوطن استخدم خاصية البث المباشر على الفيس بوك بشكل أقل مقارنة في صفحة قناة فلسطين و صفحة إذاعة صوت الشعب، إلا ان التفاعل كان على هذه الصفحة مرتفع بشكل كبير، بينما صفحة قناة فلسطين وإذاعة صوت الشعب، كانت عليها تفاعل لكن ليست بالصورة التي على موقع دنيا الوطن، ويعود ذلك لان قناة فلسطين وإذاعة صوت الشعب يعتمدوا على بث كافة البرامج والنشرات التي تتم خلال اليوم، ولا يتم تخصيص نشرات بحد ذاتها على الفيس بوك، وانما ما يبث على التلفاز والإذاعة يتم بثه بشكل مباشر عبر الفيس بوك، لهذا ليس كل ما يبث ينال اعجاب المتلقي، على عكس صحيفة دنيا الوطن التي تستغل خاصية البث المباشر في حالة وجود أحداث محلية أو دولية لتسليط الضوء عليها بشكل مباشر لهذا تكون المواد المنشورة على صفحة دنيا الوطن أقرب إلى المشاهد نظراً لأنها تحاكي حدث معين يهم فئة كبيرة من الجمهور.

وهذا ما أكدت دراسة (محمد، ٢٠١٩) بأن القنوات المتخصصة في فيس بوك تجتد نسب

التفاعل أعلى من الفضائيات والتي تبث عبر منصة الفيس بوك وكذا الحال في المشاهدة والتفاعل، حيث

كانت القنوات المتخصصة في الفيس بوك أكثر انتشاراً مقارنة بالقنوات الفضائية التي تبث بالوسيلة

العادية التلفزيون وتبث أيضاً على الفيس بوك، فكلما خرجت الكاميرا عن الشكل المعتاد في الأخبار والبرامج للشكل العادي بدون محسنات الإضاءة والديكور كانت أقرب لجمهور المتابعين.

وأشار مدير موقع دنيا الوطن محمد عيسى (٢٠٢١) أسباب اهتمام دنيا الوطن بالبت المباشر عبر الفيس بوك هو خلق قضايا اجتماعية وقيادة الرأي العام نحو قضية معينة، خاصة بأن هناك تفاعل بشكل كبير من الشباب الفلسطيني قد يصل إلى عشرات الآلاف وقد تصل إلى مئات الآلاف، لهذا فقد ساعدت هذه الخاصية إلى الوصول إلى معظم المتابعين، نظراً لأن هذه الخاصية ترسل اشعار بأن هناك بث مباشر يتم عبر هذه الصفحة، مما يعزز إمكانية وصول هذا البث إلى كافة المتابعين.

وأضاف مدير إذاعة صوت الشعب د. باسم وشاح (٢٠٢١) أن الإذاعة تسعى للتطوير منصات عبر وسائل التواصل الاجتماعي لأننا واجهنا صعوبة في بداية الأمر نظراً لعدم وجود متخصصين بهذا المجال لكن مع مرور الوقت بدأ الأمر يسير بشكل أفضل وبدأ المذيعين والمذيعات يأخذن الأمر بجدية أكبر واحترافية أكثر بعد تفاعل المشاهدين الإيجابي عبر التعليقات الإعجابات.

ولم تتفق دراسة (محمد، ٢٠١٩) مع نتيجة هذه الدراسة التي توصلت إلى أن نسب الاعجاب على خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك تكون أقل من النشر النصي والنشر بالصور الثابتة فقط، لكنه يجد نسبة المشاركة أكبر بكثير، ونسب المشاهدة عالية.

المختص في الاعلام الرقمي م. محمد محارب (٢٠٢١) قال بأن سبب ارتفاع نسبة الإعجابات يعود لسهولة التعبير عما يجول في داخل المتلقي، فإذن أحب المادة تفاعل من خلال أيقونة أحبيني، مؤكداً بأن الجمهور الفلسطيني بشكل عام كسول نوعاً عندما يريد التعبير عن رأيه في الفيديو المنشور يكتفي فقط بالتفاعل عبر أيقونات الاعجاب دون الحاجة إلى بذل المزيد من الوقت في التعليق على الفيديو.

وقال المختص في الاعلام الاجتماعي سائد حسونة (٢٠٢١) ارتفاع نسبة الإعجابات يعتبر

طبيعي في صفحات الفيسبوك كحركة مرور اعتيادية على الصفحات الإخبارية كتصنيف اهتمام للمستخدم، حيث إن شركة فيسبوك تعطي أولوية للصفحات "الممولة" في رفع نسبة الوصول وتنشيط المتصفح وترشيحها للباحثين عن نفس الاهتمام من المستخدمين، بالإضافة إلى أن عدد ساعات البث المباشر تؤثر إيجابيا في هذه النسبة بطريقة تراكمية.

وقال استشاري الاعلام الرقمي محمد فروانة (٢٠٢١) بأن ارتفاع نسبة الإعجابات عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك مقارنة بأدوات التفاعل الأخرى وهذا يعود لسهولة هذا الخيار أمام المتلقي، لهذا تعتبر هذه النتيجة منطقية، لأنه في الدقيقة الواحدة يتم نشر ملايين المشورات والفيديوهات التي تتم عبر موقع الفيس بوك، لهذا من سمات جمهور الاعلام الرقمي أنه يتميز بالسرعة أثناء تصفح هذه المواقع لكي يشاهد أكبر قدر ممكن من المواد المنشورة، فيكون خيار الاعجاب بالنسبة للمتلقي أفضل وأسرع ويؤدي بالغرض.

٢. التعليقات

أظهر النتائج أن نسبة التعليقات التي حصلت على أقل من ٥٠ تعليق كانت مرتفعة بشكل عام، حيث وصلت إلى ٥٧,٤٪، وهذا يدل أن فيديوهات البث المباشر على الفيس بوك لدى عينة الدراسة لم تحظى باهتمام في التعليقات.

وتبين النتائج أن صفحة موقع دنيا الوطن كانت التفاعل عبر التعليقات مرتفع حيث وصلت نسبة التعليقات التي تجاوزت أكثر من ٢٠٠ تعليق ٢٤,٢٪، وهذه نسبة مرتفعة تظهر حجم تعاطي

الجمهور مع الموضوعات التي يتم بثها عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك، بينما صفحة تلفزيون فلسطين وإذاعة صوت الشعب كانت نسبة التعليقات التي حصلت على أقل من ٥٠ إعجاب مرتفعة.

وتعزو الباحثة أن سبب التفاعل الكبير من خلال التعليقات على صفحة موقع دنيا الوطن هو أن صفحة دنيا الوطن تستخدم خاصية البث المباشر على صفحتها بما يتناسب مع حاجات ورغبات جمهور وسائل التواصل الاجتماعي، لهذا تجد التفاعل مرتفع، على عكس تلفزيون فلسطين وإذاعة صوت الشعب، اللتان يكتفیان فقط في بث ما هو موجود من برامج ونشرات معدة مسبقاً لجمهور التلفزيون والمذيع.

ويرى مدير عام تلفزيون فلسطين رأفت القدرة (٢٠٢١) أن هناك تفاعل كبير للمواطنين والشباب من خلال التعليقات التي يتشاركون بها عبر المباشر اثناء البرامج والنشرات إضافة إلى أن خاصية البث عبر فيس بوك تغطي مؤشر لقياس مستوى رضا المواطن من خلال التعليقات التي يقوموا بتدوينها بشكل لحظي، مشيراً إلى أن هذه الخاصية حققت نجاحاً كبيراً جداً إذا ما نظرنا إلى حجم وأعداد المتابعين لصفحة التلفزيون وأعداد المشاهدين في ذات اللحظة للبث المباشر إضافة للتعليقات التي يرسلها المشاهدين على الصفحة واستحسانهم ورضاهم لمستوى الاداء والتفاعل من قبل المشاهدين بالتعليقات يضعنا نحن أمام مسؤولية أكبر لننظر عند حسن ظن المواطن سواء الفلسطيني او العربي الذي ينتظر دوماً أن نقدم الأفضل.

وأشار مدير إذاعة صوت الشعب (٢٠٢١) إلى أن خاصية البث المباشر على الفيس بوك جعلت المتابعون يتفاعلوا بشكل كبير وواضح على الفيديوهات التي يتم بثها وذلك من خلال ارسال

الرسائل الخاصة لعرض مشاكلهم على الهواء، ويولي المذيعين أهمية لذلك ويقومون بالتفاعل مع كل التعليقات وقراءتها على الهواء بهدف تعزيز التفاعلية مع الجمهور.

وكشفت دراسة الزاهر (٢٠١٩) بأن مقاطع فيديو البث المباشر على الفيس بوك تولد ١٠ تعليقات أكثر من التعليقات على أشرطة الفيديو العادية، كما أن البث المباشر يتيح للجمهور التفاعل وطرح الأسئلة وإبداء الملاحظات، واستقبال أجوبة في الوقت ذاته ما يجعلها الأداة الأكثر تحقيقاً للتفاعل داخل الفيس بوك.

وبينت دراسة محمد (٢٠١٩) أن البث المباشر عبر الفيس بوك لا يكتفي المتلقي بالمشاهدة فقط بل يتفاعلوا بالتعليق، وبالتالي هي وسيلة تفاعلية جيدة.

وأكدت دراسة جونسون (٢٠١٨) أن مقاطع فيديو البث المباشر عبر الفيس بوك تفوقت على مقاطع الفيديو المسجلة مسبقاً من حيث التعليقات بمتوسط ٢١ تعليق مقارنة بالفيديوهات المسجلة مسبقاً التي وصلت إلى متوسط ٥ تعليقات، بالإضافة إلى أن خاصية البث المباشر على الفيس بوك يكون الرد على الأسئلة التي تتم من خلال التعليقات فور ظهورها، مما يعود بالفائدة الكبيرة على المستخدم، ويصنع تفاعل فوري بين المرسل والمتلقي.

ويقول المختص في الاعلام الاجتماعي سائد حسونة (٢٠٢١) أن هذه النتيجة تعطي انطباع على تفاعل المستخدمين مع الصفحة بشكل إيجابي، حيث إنهما أثارت إعجاب المستخدم الأمر الذي دفعه للتعليق، ما يعني أن نسبة الإعجاب تزيد من نسبة التعليقات، بالإضافة إلى المرونة التي تقدمها آلية البث المباشر في إظهار "الانفعالات" وترك مساحة مباشرة للتعليق، وفق دراسة جيدة لتجربة المستخدم

في هذه الخاصية، بمجرد بدء البث المباشر، سيعرض العمود الأيمن التعليقات على منشور البث المباشر؛ مما يتيح لمدير الصفحة الإشراف على المناقشة ومراقبة البث المباشر في الوقت ذاته.

٣. المشاهدات

أظهر نتائج الدراسة أن نسبة المشاهدة على خاصية البث المباشر على الفيس بوك كانت مرتفعة حيث بلغت النسبة ٤١,٩٪ للفيديوهات التي حصلت من ٥٠٠٠ إلى ١٠٠٠٠ مشاهدة، وهذا النتيجة تظهر حجم اهتمام المتلقي في متابعة الأخبار والأحداث عبر هذه الخاصية.

حيث وصلت نسبة المشاهدات من ٥٠٠٠ إلى ١٠٠٠٠ في صفحة دنيا الوطن عبر هذه الخاصية ٨٥,٢٪، وهذه نسبة منطقية نظراً لطريقة تناول دنيا الوطن للمواضيع بطريقة مختلفة، بالإضافة إلى أن عدد المتابعين عبر صفحة دنيا الوطن وصل إلى أكثر من ١,٨ مليون متابع، وفي المرتبة الثانية جاءت صفحة تلفزيون فلسطين بنسبة وصلت ٤٩,٨٪، حيث بلغ عدد المتابعين عبر صفحة التلفزيون على الفيس بوك أكثر من ٤,٨ مليون متابع، أما صفحة إذاعة صوت الشعب فكانت نسب المشاهدات متواضعة مقارنة مع صفحة دنيا الوطن وتلفزيون فلسطين، حيث وصلت نسبة مشاهدة فيديوهات البث المباشر التي حصلت على أقل من ١٠٠٠٠ مشاهدة ٥٣,٥٪، وهذا يعود لعدة أسباب أهمها أن صفحة إذاعة صوت الشعب على الفيس بوك جديداً نوعاً مقارنة بصفحة دنيا الوطن وتلفزيون فلسطين، وعدد المتابعين بلغ أكثر من ٥١,٢ ألف متابع إضافة إلى أن صفحة إذاعة صوت الشعب متخصصة فقط لنشر البث المباشر على الصفحة على عكس صفحة دنيا الوطن وتلفزيون فلسطين اللتان ينشروا عليها العديد من المواد الإعلامية المختلفة مثل الصور والفيديوهات العادية.

ويعقب مدير تلفزيون فلسطين في المحافظات الجنوبية رأفت القدرة (٢٠٢١) أنه تم تخصيص

دائرة كاملة للإعلام الإلكتروني الذي يتابع أولاً بأول ما يث على قنوات فلسطين ونقله مباشرة على

صفحة تلفزيون فلسطين وقناة فلسطين مباشر حيث نسبة المشاهدة عبر فيس بوك تصل الى ارقام عالية

جداً.

وهذا ما يتفق عليه مدير موقع دنيا الوطن محمد عيسى (٢٠٢١) بأن هناك تفاعل بشكل كبير

جداً من الشباب الفلسطيني حيث أن عدد المشاهدين عبر خاصية البث المباشر وصلت يصل إلى

عشرات الآلاف وقد تصل إلى مئات الآلاف.

ويقول مدير إذاعة صوت الشعب د. باسم وشاح (٢٠٢١) أن خاصية البث المباشر عبر الفيس

بوك فقد ساعدت في الحصول على مشاهدين جدد من خلال متابعة البث عبر الفيس بوك والرجوع له

في أي وقت، وأكد أن الإذاعة تعطي أهمية كبيرة لخاصية البث عبر الفيس بوك ويتواجد طاقم متخصص

على مواقع التواصل الاجتماعي يقوم بمتابعة كل ما يتعلق بالمحتوى الإلكتروني، كما أنها تضع القوانين

واللوائح التي تنظم تواجد الإذاعة على المنصات الإلكترونية، وتسعى لتغذية البث المباشر بكل ما يتعلق

بمخرجات الإذاعة.

وبين استشاري الاعلام الرقمي محمد فروانة (٢٠٢١) بأن التنوع في النشر على صفحات الفيس

بوك يساعد على زيادة التفاعل بشكل كبير، وتخصيص صفحة بحد ذاتها لبث فقط الفيديوهات على

صفحة الفيس بوك لا يشجع المتلقي على متابعة الصفحة بشكل مستمر، لان من سمات المتلقي الرقمي

انه يفضل دائماً ان يكون هناك تنوع في أشكال تناول المادة الإخبارية.

٤ . المشاركات

أظهر نتائج الدراسة المشاركات على البث المباشر في الفيس بوك كان منخفضة، حيث كانت نسبة عدد المشاركات التي حصلت على أقل من ٥٠ مشاركة ٩٩,٩٪، وهذه يدل على أن المتابعين للبث المباشر على الفيس بوك لا يهتمون في مشاركة هذه الفيديوهات، ويكتفوا فقط أما بالإعجاب أو التعليق أو المشاهدة.

ويرى المختص في الاعلام الاجتماعي سائد حسونة (٢٠٢١) أن منصة فيسبوك بطبيعة الحال لا تعطي أهمية في التفاعل للمنشورات بما فيها البث المباشر المعاد مشاركتها بينما تعطي أولوية قصوى للمنشورات الرئيسية، لهذا يظهر في الاحصائيات العدد الأقل دائما للمشاركات، ويصل عدم الاهتمام لدرجة الصفر في صفحات عديدة، وهذا العدد يعطي مؤشر على أهمية المحتوى المتضمن للبث المباشر المعاد مشاركتها كونه حصل على هذا العدد من المشاركات.

ويشير المختص في الاعلام الرقمي م. محمد محارب بأن عدم اهتمام المشاهدين في مشاركة البث المباشر عبر الفيس بوك يأتي نتيجة الموضوعات الكثيرة التي يتم تعطيها في البث الواحد، لهذا يكتفي المشاهد في متابعة البث والحصول على المعلومات الأخبار التي يحتاجها، بالإضافة إلى أن عملية المشاركة عندما يقوم بها المتابع تتم على صفحة الشخصية، مما يشكل مصدر ازعاج بشكل غير مباشر للأصدقاء، لهذا يكون الخيار الأمثل للمتلقي عدم مشاركة البث المباشر، إلا في حالات معينة يكون لسبب يهم المتلقي بشكل أساسي.

وكشفت دراسة سكسك (٢٠١٤) بأن حجم المشاركات في أقل من ٥٠ مشاركة للمواضيع

الإخبارية التي تتعلق بالقضايا الوطنية الفلسطينية حصلت على نسبة ٩٧,٧٪.

٦. أشكال التفاعل:

يقصد بأشكال التفاعل الطريقة التي من خلالها يعبر فيها المتلقي عن رأيه من خلال التعليقات على البث المباشر عبر الفيس بوك، وتكون أشكال التفاعل إما من خلال التعليق بالنصوص أو رموز أو صور، الرموز يقصد بها هنا "إيموشن".

وأظهر نتائج الدراسة أن التفاعل من خلال النصوص حصل على مرتبة مرتفعة وصلت لنسبة ٩٠,٨٪، ومن ثم الرموز حصلت على نسبة ٩,٢٪، وأخيراً الصور لم تحصل على أي نسبة تذكر.

وترى الباحثة أن ارتفاع نسبة التفاعل من خلال النصوص نتيجة تعبر منطقياً لأن المتلقي عندما يعبر عن رأيه من خلال التعليقات فبكل تأكيد سيحاول جاهداً أن يعبر من خلال كلمات توصف اتجاهاته ورأيه في الفيديو، أما بخصوص التفاعل من خلال الرموز فإن المتلقي يمكن أن يتفاعل من خلال أيقونة الإعجاب التي وفرت أكثر من نموذج للتعبير عن المادة دون الحاجة لوضع أيقونات داخل البث المباشر، بالإضافة إلى أن التعبير من خلال الرموز يحتاج إلى معرفة في كيفية استخدام هذه الرموز وآلية اختيارها والتعبير عنها، خاصة أن العديد من المتابعين لا توجد لديهم دراية كافية بطريقة استخدام الرموز في التعبير عن آرائهم.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة محمد (٢٠١٩) بأن المشاهدين لخاصية البث المباشر عبر الفيس بوك يقومون بالتعليق من خلال النص وليس بالرمز أو الصورة الثابتة.

ويقول استشاري الاعلام الرقمي محمد فروانة (٢٠٢١) بأن الجمهور الرقمي بشكل عام جمهور يهتم في التعبير عن رأيه من خلال التعليقات النصية، بعيداً عن الرموز والصور التي يمكن أن يجد صعوبة في استخدامها، لهذا عندما يقوم المشاهد بالتعليق فبكل تأكيد سيقول ما بداخله ليعبر بشكل مباشر

على البث المباشر الذي يتم عبر الفيس بوك، بالإضافة إلى أن هناك العديد من المؤسسات الإعلامية التي بدأت تأخذ التعليقات التي تتم بشكل مباشر على محمل الجد، وهناك الكثير من المشاهدين ينشروا مناقشاتهم او حتى انتقاداتهم لفعل ما لا يعجبهم، لهذا يكون المتلقي حريص جداً على التعبير عما يجول بداخله من خلال النصوص.

٧. مدة مقطع البث المباشر عبر الفيس بوك

أظهرت نتائج الدراسة العامة بأن مقاطع البث المباشر على الفيس بوك التي كانت أقل من ساعة حصلت على نسبة ٤١,٨٪، وهذا يدل على أن مواقع عينة الدراسة كانت تحرص على أن تكون مدة البث مناسبة.

أما على صعيد صحيفة موقع دينا الوطن فقد كانت مدة مقاطع البث المباشر عبر الفيس بوك أقل من ١٥ دقيقة وذلك بنسبة ٥١٪، مقارنة في صفحة تلفزيون فلسطين وإذاعة صوت الشعب اللتان كان مدة البث في معظم مقاطع الفيديو أقل من ساعة، وترى الباحثة بأن صفحة دنيا الوطن لا تبث الفيديوهات وفق برنامج ثابت لديها، وإنما تقوم في بث بعض القضايا التي تهتم المشاهدة مع أخذها بعين الاعتبار أن المتلقي الرقمي لا يمكن أن يشاهد فيديو طويل نظراً لطبيعة وسائل التواصل الاجتماعي التي تتميز بالسرعة، لكن على صعيد صفحة تلفزيون فلسطين وإذاعة صوت الشعب فكان من المنطقي أن تكون مدة البث أقل من ساعة لان العينتين يقوموا ببث البرامج والنشرات التي تتم عبر التلفزيون أو الإذاعة بشكل مباشر على الفيس بوك، ومعظم البرامج وال فقرات دائماً ما تكون أقل من ساعة، لهذا انعكست مدة توقيت البرامج والنشرات على مدة البث على الفيس بوك.

ويشير المختص في الاعلام الاجتماعي سائد حسونة (٢٠٢١) إلى أن فيس بوك تتيح البث المباشر حتى ١٢ ساعة متواصلة في كل مرة، وعادة يستخدم هذه الميزة الذي يقدمون محتوى الألعاب الإلكترونية، لهذا من الممكن أن يرجع سبب قصر المدة في الصفحات الإخبارية لمدراء الصفحات انفسهم، ويرجع هذا إلى عدم الخبرة الكافية في استخدام الخاصية، أو المسألة التقنية بسبب الانقطاع المتكرر للإنترنت في الأراضي الفلسطينية، او اغلاق البث بشكل متكرر للمضمون الواحد ويتم بثه على عدة منشورات، وحذف المنشور القديم من البث المباشر، الأمر الذي يقلل من الجهد التراكمي لتفاعل الصفحة.

ويقول المختص في الاعلام الرقمي م. محمد محارب (٢٠٢١) بأن البرامج بشكل عام التي يتم بثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة في التلفزيون يكون مدتها ساعة تلفزيونية أي ما يتراوح ٥٠ دقيقة، بالإضافة إلى أن طبيعة القضايا التي يتم طرحها بشكل لا تطلب مدة طويلة لسرد هذه القضية او تسليط الضوء عليها، مؤكداً بأن المقاطع التي يتم بثها لمدة تزيد أكثر من ساعة يكون مضمونها بالغالب ترفيهي أكثر.

وأضح المختص في الاعلام الرقمي أحمد شقوة (٢٠٢١) بأن متوسط المشاهدات على البث المباشر يكون بالآلاف لهذا في حال صادف بأن هذا المقطع طويل نسبة المشاهدة تصبح متفاوتة، مما يسبب ملل للمتلقي، لهذا تحرص معظم المؤسسات الإعلامية على أن تكون مدة البث المباشر عبر الفيس بوك مناسبة للمشاهد لضمان الوصول على أعلى نسبة مشاهدة.

٨. نوع البث

ويقصد بنوع البث الآلية التي من خلالها تم تغطية البث، وهناك نوعان للتغطية الاحداث من خلال خاصية البث المباشر إما ميدانياً من خلال التجول في الشارع والطرق أو المؤتمرات والاحداث التي تتم في الميدان، وإما داخلياً من خلال الاستعانة بالاستديوهات المجهزة بشكل كامل من حيث الإضاءة والديكور.. الخ.

وأظهرت نتائج الدراسة ان النسبة العامة الأعلى لتغطية الأحداث والفعاليات كانت للبث الداخلي وذلك بنسبة ٧٠,٧٪، وأما على صعيد مواقع عينة الدراسة فقد استخدمت صفحة دنيا الوطن البث الميداني بشكل أكبر وذلك بنسبة ٦٨,٨٪، ويعود ذلك لان موقع دنيا الوطن لا توجد لديه استديوهات متخصصة مثل القنوات والاذاعات، وكان مجمل تغطية الاحداث تتم من خلال الميدان، لهذا كانت نوع البث الميداني مرتفع مقارنة بالبث الداخلي، أما صفحة تلفزيون فلسطين وإذاعة صوت الشعب فقد كانت نسبة استخدام البث الداخلي أعلى بسبب وجود استديوهات معدة مسبقاً وجاهزة للبث بشكل فوري.

ويرى المختص في الاعلام الرقمي م. محمد محارب (٢٠٢١) بأن وجود طواقم العمل داخل المؤسسات الإعلامية يتطلب منها بشكل دائم بإجراء البث بشكل مباشر ومنظم على منصات التواصل الاجتماعي، وعندما يكون البث المباشر داخلي تسهل عملية ربط الفيديو بالمنصات الاجتماعية، لأنه يكون معد مسبقاً لهذه الحالة، فقط ما يحاجه رابط البث ليتم ربطه على مواقع التواصل الاجتماعي، على عكس ذلك عندما تكون في الميدان فتكون العملية أصعب، واذا كانت الانترنت ضعيف في الميدان فهذا

خلل أكبر يمكن ان يحدث، ومن الممكن أن يتوقف البث في هذه الحالة، على عكس ذلك في الاستديوهات الي تكون مجهزة بإنترنت سريع جداً يتناسب مع حجم المواد التي يتم بثها.

٩. طبيعة البث

ويقصد بطبيعة البث طريقة توظيف البث المباشر عبر خاصية الفيس بوك في التواصل مع الجمهور، حيث قامت الباحثة يوضع نوعان وهما أن يكون البث تشاركي بمعنى ان يتم مشاركة الجمهور في البث المباشر بشكل مباشر والرد على استفساراته وتعليقاته أثناء البث، أما النوع الثاني من البث وهو البث السردى، ويقصد بها أن يكون الجمهور هنا متلقي يعبر عن رأيه لكن يتم الرد عليه لاحقاً من خلال الطاقم المختص في وسائل التواصل الاجتماعي وليس بشكل فوراً، وتقيس هذه الأداة كيفية تفاعل الوسيلة مع الجمهور.

أظهر نتائج الدراسة بأن طبيعة البث كان سردي بشكل مرتفع جداً وذلك بنسبة ٩٩,٩٥، وترى الباحثة بأن هذه نسبة منطقة لان طبيعة المواضيع التي تتم عبر صفحات الفيس بوك الإخبارية في فلسطين تكون جادة لهذا لا تتيح إمكانية التواصل المباشر وقراء التعليقات عبر هذه الخاصية، لان البث التشاركي يتناول الموضوعات الترفيهية مثل المسابقات واللقاءات الحوارية التي تتم مع الجمهور بشكل مباشر، والتي يتعمد عليه المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التسويق.

وأشار م. محمد محارب (٢٠٢١) إلى أن طبيعة الموضوعات التي تتم عبر المواقع يغلب عليها الطابع الرسمي، لهذا من الصعب ان تجد مذيع يقوم بالرد على تساؤلات الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلا في حالات معينة يكون هدفها تعزيز التواصل مع المتلقي.

وترى الباحثة أن عدم مشاركة الجمهور بشكل مباشر وعلني أثناء البث المباشر يعتبر تقصير من قبل موقع عينة الدراسة، لأن هذا يساعد على الدمج بين الوسائل التقليدية والحديثة في عرض المادة الإعلامية، وتشير إلى أن وجود تفاعل بين المتلقي والمذيع يصنع آفة وتقارب بينه وبين الوسيلة، وتعزز رجوع الصدى بشكل كبير، لهذا يعتبر البث المباشر من خلال تشارك الجمهور بالمادة الإعلامية ميزة تساعد على توطيد العلاقة مع الجمهور بشكل مباشر.

١٠. نسبة استخدام عينة الدراسة لخاصية البث المباشر

أظهرت نتائج الدراسة بأن صفحة تلفزيون فلسطين كان أكثر استخداماً لخاصية البث المباشر عبر الفيس بوك وذلك بنسبة ٤٣,٩٪، وتليها صفحة إذاعة صوت الشعب بنسبة ٣٤,٨، وأخيراً صفحة موقع دنيا الوطن بنسبة ٢١,٣٪.

وتعزو الباحثة بأن سبب ارتفاع نسبة استخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك لصالح صفحة تلفزيون فلسطين يعود إلى طبيعة البرامج والنشرات المتكررة والتي تتم خلال اليوم، بالإضافة إلى أن تلفزيون فلسطين يمتلك المعدات والأستوديوهات اللازمة في لبث البرامج والنشرات، فقط كل ما يحتاجه وجود برنامج يربط بين ما يبث على الفضائية والفيس بوك، وكذلك الحال بالنسبة لصفحة إذاعة صوت الشعب، أما عن سبب حصول صفحة موقع دنيا الوطن على النسبة الأخير في تغطية الأحداث عبر خاصية البث المباشر يعود إلى أن موقع دنيا الوطن يعتمد بشكل أساسي على ما يتم تغطيته ميدانياً نظراً لعدم وجود استديو مجهز بشكل كامل كما هو الحال في التلفزيون والفضائية.

وأشار المختص في الاعلام الاجتماعي سائد حسونة (٢٠٢١) هذا حصول صفحة تلفزيون فلسطين وإذاعة صوت الشعب على الأنسب الأعلى في استخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك

مقارنة بصفحة دنيا الوطن يعتبر مؤشر طبيعي واعتيادي حيث يعود لطبيعة الوسيلة الإعلامية، فالتلفزيون يقدم على مدار الساعة محتوى مرئي مصنوع بشكل خاص مع توفر عدد مستقر من الإمكانيات والمراسلين الذين ينقلون من الميدان، فبث البرامج المسجلة أو النقل المباشر من الميدان تعد وظيفة سهلة للعاملين في التلفزيون، مع ربط البث التلفزيوني مع تقنية البث المباشر عبر فيسبوك، وحيث أن معظم الإذاعات تعمل في نطاق محلي تحصل على مؤشرات أقل مع حساب النسبة المتفاوتة بين إذاعة وأخرى بما تمتلك من معدات وتجهيزات معدة لغرض البث المباشر، وبكل تأكيد فإن طبيعة الصحافة الإلكترونية تختلف عن الصحافة المرئية والمسموعة من ناحية توفر المراسلين والمعددين والتجهيزات لغرض البث المباشر، هذا لا يعني البتة أن ما سبق يتفوق على الإعلام الرقمي في البث المباشر بل يوجد عينات تفوق العمل المرئي والمسموع في عدد المشاهدات وحركات المرور على المادة الصحفية، حسب بقعة الانتشار والاختصاص وجودة المحتوى المقدم.

تحليل النتائج في ضوء أهداف الدراسة

١. ما مدى استخدام خاصية البث المباشر في صفحات الفيس بوك لدى عينة الدراسة؟

أظهرت نتائج الدراسة أن خاصية البث المباشر تم استخدامها بشكل كبير، وأن صفحة تلفزيون فلسطين على الفيس بوك احتلت المرتبة الأولى من حيث استخدام هذه الخاصية وذلك بنسبة (٤٣،٩٪)، ويليه صفحة إذاعة صوت الشعب على الفيس بوك بنسبة (٣٤،٨٪)، وأخيراً صفحة دنيا الوطن على الفيس بوك بنسبة (٢١،٣٪). ويعود ذلك لعدة أسباب أهمها أن موقع تلفزيون فلسطين كان يقوم ببث معظم البرامج والنشرات التي يقوم بها عبر الفضائية، فكان من السهل ربط هذه البرامج من خلال خاصية البث المباشر، لهذا كان من المتوقع أن يكون تلفزيون فلسطين من أكثر المواقع استخداماً لهذه الخاصية،

اما موقع إذاعة صوت الشعب فإنه يولي ايضاً اهتمام خاص في خاصية البث المباشر وذلك بسبب انشاء صفحة خاصة على الفيس بوك تهتم فقط في بث البرامج والنشرات بشكل دوري ومباشر عبر الفيس بوك، بينما موقع دنيا الوطن احتل في المركز الأخير باستخدام خاصية البث المباشر برغم أن التفاعل عبر موقع دنيا الوطن كان مرتفع جداً بناءً على نتائج الدراسة، ويعود السبب أن موقع دنيا الوطن يقوم باستخدام هذه الخاصية عندما يكون هناك حدث أو تغطية معينة، برغم أن الموقع بدأ يلجأ حديثاً إلى استخدام هذه الخاصية في تغطية العديد الاحداث والفعاليات في فلسطين.

وتلجأ معظم المؤسسات الإعلامية إلى استغلال هذه الخاصية التي تعتبر مجانية، بهدف الوصول إلى جمهور جديد بعيداً عن الجمهور التقليدي الذي بدأ يشهد عزوف عن متابعة وسائل التواصل التقليدية، خاصة أن العصر الذي نعيش فيه يتسم بالسرعة والفورية، لهذا من السهل جداً استخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك مقارنة بالقنوات الفضائية والاذاعات التي تحتاج إلى إعداد مسبق من أجل تصوير حدث ما، لكن عبر الفيس بوك كل ما يحتاجه الصحفي هو هاتف محمول متصل في الانترنت.

أكد (القدرة، ٢٠٢١) أن قناة تلفزيون فلسطين عملت على استثمار خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك بشكل واضح وكبير، وهناك اقبال كبير جداً من الجمهور على متابعة هذه الخاصية، لان هذه الخاصية تمكنك من متابعة الاحداث من خلال هاتف المحمول واثناء تصفحك مواقع التواصل الاجتماعي، دون الحاجة إلى متابعة التلفزيون بشكل مباشر، رغم أن مازال التلفزيون لديه جمهوره الخاص، لكن عبر الفيس بوك الامر مختلف كلياً.

وبين (عيسى، ٢٠٢١) أنه تم تخصيص مساحة معينة بهدف بث أي حدث طارئ بشكل عبر الموقع الإلكتروني وصفحة الفيس بوك التي تشهد في العديد من الأحيان مئات الآلاف من المشاهدات على البث المباشر، وهذا يشكل إضافة نوعية لموقعنا الاخباري. وبرغم من سياسة الفيس بوك التي تساهم في تقليل نسب الوصول بشكل عام على المنشورات العامة، إلا أن خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك لها ميزة أنها ترسل اشعار لجميع المتابعين للصفحة أن يجري حالياً بث مباشر، وهذا بحد ذاته اعلان ممول غير مباشر للصفحة، لهذا يسهل وصول أي بث يتم عبر الصفحات إلى الجمهور الرقمي.

وهذا ما أكدته المتخصص في مجال الإعلام الرقمي (فروانة، ٢٠٢١) بأن خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك ساهمت بشكل كبير في وصول الفيديوهات إلى المشاهدين، نظراً لأن ميزة إرسال الاشعار لكافة المتابعين لهذه الصفحة تقوم بدور المنبه للمتلقي الرقمية، وتشعره بوجود بث عبر هذه الصفحة، لهذا بدأ حالياً معظم المؤسسات الإعلامية إلى الاعتماد على هذه الخاصية في إيصال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي. وتأكيداً على ذلك بينت (دراسة الزهر، ٢٠١٩) أن الخوارزميات المستخدمة من قبل موقع الفيس بوك تتيح لأي بث مباشر جديد بالظهور في أعلى الصفحة الرئيسية لمستخدم فيس بوك، وحتى وإن كان هذا المستخدم غير متفاعل مع الصفحة في السابق أو مع منشوراتها، ما يعطي لهذا البث لحظة توافق توقيت بثه، ولعل ظهور الإشعارات لدى المستخدمين بمجرد إطلاق البث المباشر، يعزز من قيمة هذه السمة، ويسمح بذلك بتجاوز عتبة ١٦ بالمئة التي حددتها إدارة فيس بوك والتي تعيق الصفحات للوصول إلى جميع معجبيها.

٢. ما أهم القضايا الفلسطينية التي تتناولها خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك لدى عينة

الدراسة؟

تبين أن القضايا السياسية من أهم القضايا الفلسطينية التي يتم تناولها من خلال خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك بنسبة (٤٩,٩٪)، وكان في إطار الموضوعات السياسية موضوع الاحتلال الذي وصلت نسبته إلى (٣٩,٧)، وتليها موضوعات المشاركة السياسية بنسبة (٢٣,٣٪)، ومن ثم موضوع المقاومة بنسبة (٢٠,٣٪). أما القضايا الصحية فقد وصلت نسبة الاستخدام إلى (٢٩٪) وفي إطار القضايا الصحية احتلت الأمراض المعدية المرتبة الأولى بنسبة (٩٠,٦٪). بينما القضايا الاقتصادية وصلت نسبة الاستخدام إلى (٨٪)، واحتل موضوع البطالة والفقر المرتبة الأولى بنسبة (٣٩,٣٪)، وتليها موضوع غلاء المعيشة بنسبة (٢٥,٠٪)، ومن ثم موضوعات القروض والمشاريع بنسبة (٢١,٤٪). وقد تم استخدام القضايا الاجتماعية بنسبة وصلت (٣,٩٪)، ومن ثم القضايا الثقافية بنسبة (٣,٤٪)، وتليها القضايا الرياضية بنسبة (٣,٠٪). وهذه النتيجة تدعم ما توصلت له الدراسات السابقة بأن القضايا السياسية من أكثر الموضوعات التي تهم بها الصفحات الإخبارية على الفيس بوك، وهذا ما أكدته دراسة (سكيك، ٢٠١٤)، أن الشباب الفلسطيني يتفاعل القضايا السياسية مثل قضايا الأسرى والقدس واللاجئين والاستيطان والمصالحة بدرجة كبيرة جداً.

وتوصلت دراسة (الزطمة، ٢٠١٩) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في زيادة معارف المتلقي في القضايا السياسية المتمثلة بقضايا القدس والأسرى والحصار. ودراسة (أبو زيد، ٢٠١٢) التي أكدت أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الوعي السياسي لأفراد المجتمع. وأكد (القدرة، ٢٠٢١) بأن الرسالة الإعلامية التي كُنت تحمل المضمون السياسي من أكثر المواد التي تلاقى اهتمام وتفاعل من قبل الجمهور وذلك يعود لعدة أسباب أن فلسطين مصنفة على أنها منطقة صراع مستمر مع

الاحتلال الإسرائيلي لهذا يوماً، يكون هناك أحداث سياسية وتطورات على الساحة الفلسطينية، بفعل الاحتلال والاحتكاك المباشر مع الفلسطينيين في كافة المناطق المختلفة.

ومن خلال النتائج المتحصل عليها من تحليل السؤال الثاني يتضح جلياً أن القضايا السياسية من اهم القضايا التي تهتم بها مواقع الدراسة، وهذا الاهتمام منطقي خاصة أن فلسطين تشهد بشكل يومي أحداث سياسية مختلفة بسبب وجود الاحتلال الإسرائيلي، إضافة إلى ذلك عدم استقرار المنطقة بشكل عام، بفعل الازمات السياسية التي أثرت على الشرق الأوسط بشكل عام وفلسطين بشكل خاص. وجاء في المرتبة الثانية من حيث الاهتمام القضايا الصحية، ويعود ذلك نظراً لانتشار فايروس كورونا الذي انتشر في كافة أنحاء العالم وأصبح حديث وسائل الاعلام المختلفة.

٣. ما حجم تفاعل الجمهور مع القضايا المطروحة عبر خاصية البث المباشر في الفيس بوك لدى عينة الدراسة؟

وفقاً للنتائج التي تم التوصل إليها خلال الفصل الرابع تبين للباحثة وجود تفاعل مرتفع على فيديوهات البث المباشر المنشورة على صفحات عينة الدراسة في الفيس بوك فقد تبين أن ما نسبة (٣٢,٩%) من هذه المقاطع حصلت على أكثر من ٢٠٠ إعجاب، بينما ما نسبته (٢٧,٢%) حصلت على إعجاب من ٥٠ إلى أقل من ١٠٠ إعجاب، وما نسبة (٢٠,٦%) حصلت على أقل من ٥٠ إعجاب، وما نسبته (١٩,٣%) حصلت على إعجاب من ١٠٠ لأقل من ٢٠٠ إعجاب. أما فيما يتعلق بالتفاعل من خلال التعليقات فقد كان هان أقل ٥٠ تعليق وذلك بنسبة (٧٥,٤%)، وما نسبته (٢١,٠%) من ٥٠ لأقل من ١٠٠ تعليق، وما نسبته (١٤,٤%) من ١٠٠ لأقل من ٢٠٠ تعليق، وما نسبته (٧,٢%) من ٢٠٠ تعليق فأكثر. أما فيما يتعلق بنسب المشاهدات فقط وصلت المشاهدات من

٥٠٠٠ لأقل من ١٠٠٠٠ مشاهدة إلى نسبة (٤١,٩٪)، بينما ما نسبته (٣٧,١٪) من ١٠٠٠ لأقل من ٥٠٠٠ مشاهدة، ويلها ما نسبته (١٨,٦٪) حصل على أقل من ١٠٠٠ مشاهدة، وما نسبته (٢,٤٪) حصل على ١٠٠٠٠ مشاهدة فأكثر، ولكي نحصل على نتيجة أكثر دقة تؤكد فاعلية فيديوهات البث المباشر المنشورة عبر صفحة الفيس بوك سيتم تمثيل النسب بأرقام متفاوتة من (١ إلى ٤) بحث يمثل الرقم (١) تفاعل ضعيف ويمثل رقم (٢) تفاعل متوسط، ويمثل رقم (٣) تفاعل مرتفع، ويمثل رقم (٤) تفاعل مرتفع جداً وفق الآتي:

أقل من ٥٠ إعجاب = ١*٤٤ عند ضرب القيمة التي تساوي هذا البند بعدد الفيديوهات التي حصلت على أقل من ٥٠ إعجاب يصبح الناتج (١٤٤)، من ٥٠ إلى ١٠٠ إعجاب = ٢*١٩٠ عند ضرب القيمة التي تساوي هذا البند بعدد الفيديوهات التي حصلت من ٥٠ إلى ١٠٠ إعجاب يصبح الناتج (٣٨٠)، من ١٠٠ إلى ٢٠٠ إعجاب = ٣*١٣٥ عند ضرب القيمة التي تساوي هذا البند بعدد الفيديوهات التي حصلت من ١٠٠ إلى ٢٠٠ إعجاب يصبح الناتج (٤٠٥) أكثر من ٢٠٠ إعجاب = ٤*٢٣٠ عند ضرب القيمة التي تساوي هذا البند بعدد الفيديوهات التي حصلت على أكثر من ٢٠٠ إعجاب يصبح الناتج (٩٢٠). وهكذا بالنسبة للتعليقات أقل من ٥٠ تعليق = ١*٤٠١ (٤٠١)، من ٥٠ إلى ١٠٠ تعليق = ٢*١٤٧ (٢٩٤)، من ١٠٠ إلى ٢٠٠ تعليق = ٣*١٠١ (٣٠٣)، أكثر من ٢٠٠ تعليق = ٤*٥٠ (٢٠٠). أما المشاهدات فكانت مجموع ما أقل من ١٠٠٠ مشاهدة = ١*١٣٠ (١٣٠)، من ١٠٠٠ إلى ٥٠٠٠ = ٢*٢٥٩ (٥١٨)، من ٥٠٠٠ إلى ١٠,٠٠٠ = ٣*٢٩٣ (٨٧٩)، أكثر من ١٠,٠٠٠ = ٤*١٧ (٦٨). بينما المشاركات كانت أقل من ٥٠ مشاركة = ١*٦٩٨ (٦٩٨)، من ٥٠ إلى ١٠٠ مشاركة = ٢*١ (٢)، من ١٠٠ إلى ٢٠٠ مشاركة = ٣*٠ (٠) أكثر من ٢٠٠ مشاركة = ٤*٠ (٠).

وبناءً على ذلك كان مجمل التفاعل عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك (٥٣٤٢). فقد حصل المركز الرقم (١) على عدد (١٣٧٣) تفاعل وذلك بنسبة (٢٥,٧٪)، وبينما الرقم (٢) حصل على (١١٩٤) تفاعل وذلك بنسبة (٢٢,٣٪)، بينما الرقم (٣) حصل على (١٥٨٧) تفاعل وذلك بنسبة (٢٩,٧٪)، بينما الرقم (٤) حصل على (١١٨٨) وذلك بنسبة (٢٢,٢٪)، وبناءً على ذلك فإن الرقم (٣) حصل على المرتبة الأولى من حيث عدد التفاعل وهذا يدل على أن التفاعل على فيديوهات البث المباشر عبر الفيس بوك كان مرتفع.

وجاءت أكثر من دراسة تدعيم هذه النتيجة مثل دراسة الدرعاوي (٢٠١٩) التي أكدت أن التفاعل على خدمات البث المباشر عبر الفيس بوك يكون من خلال المشاهدة، تلاقيها التفاعل عن طريق زر الإعجاب، ودراسة محمد (٢٠١٩) أن البث المباشر وسيلة ممتازة في بث الأخبار والتفاعل بها، وتؤثر وبشكل كبير جداً في تشكيل الرأي العام، خاصة أن المتلقي لا يكتفي بالمشاهدة فقط بل يتفاعلون بالتعليق وبالتالي هي وسيلة تفاعلية جيدة، ودراسة جونسون (٢٠١٨) التي بينت تفوقت مقاطع الفيديو التي تم بثها بشكل مباشر عبر الفيس بوك على اهتمام وتفاعل أكثر مقارنة في مقاطع الفيديو التي تم تسجيلها مسبقاً.

وترى الباحثة أن خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك لها دور كبير في توصيل الرسالة الإعلامية إلى المتلقين خاصة أننا نعيش في عصر رقمي سريع جداً، وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي الوسيلة الأساسية التي يعتمد عليها المتلقي لمشاهدة ومتابعة الأخبار، لعدة أسباب أهمها سهولة تصفح هذه المواقع وسرعتها في نقل الأحداث عكس الوسائل المختلفة التي ينحصر التفاعل بها باتجاه واحد فقط، والتي تحتاج إلى تخطيط مسبق من أجل عرض الحدث على الجمهور، بينما البث المباشر عبر الفيس بوك فقط يحتاج إلى هاتف محمول مزود بكاميرا لكي ينقل الحدث بشكل مباشر.

واحتل التفاعل باستخدام النصوص المرتبة الأولى في الاشكال المستخدمة في التفاعل مع الفيديو الذي يتم بثه عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك بنسبة (٨،٩٠٪)، ويليهما الرموز بنسبة (٢،٩٠٪)، وتتيح خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك للجمهور التفاعل وطرح الأسئلة وإبداء الملاحظات واستقبال الأجوبة بشكل لحظي، مما يعني تحقيق رجع الصدى بشكل مباشر، وهذا الميزة غير متوفرة في العديد من الوسائل الإعلامية المختلفة التي تستخدم لعرض المادة الإعلامية مما يجعلها الأداة الأكثر تحقيفاً للتفاعل داخل فيس بوك.

وهذا ما أظهرته دراسة (سامي، ٢٠٢٠) بأن خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك لا يكتفي الناس بالمشاهدة فقط بل يتفاعلون بالتعليق، فبتالي هي وسيلة تفاعلية جيدة، وأن هذه الخاصية مازالت مسيطرة على جمهور المتابعين بالنص وليس الرمز أو الصورة الثابتة. وخلص القول أن خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك تلعب دوراً مهماً في تحقيق التفاعلية، وذلك من خلال استخدام أساليب التفاعل المختلفة (الإعجاب، التعليق، المشاهدة، المشاركة) وهو ما يظهر مدى اهتمام الجمهور في متابعة هذه الخاصية بشكل مستمر، ولعل اهتمام إدارة شركة الفيس بوك في اظهار هذه الخاصية للمتلقين ساهمت في وصول البث إلى أكبر قدر ممكن من المتابعين عبر الصفحات المختلفة، وهنا تبرز الأهمية التي تكتسبها مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وفيس بوك بشكل خاص كمنبر إعلامي أو فضاء اتصالي تفاعلي يساهم في انتشار الرسالة الإعلامية بسرعة هائلة، مع التأكيد على خاصية الأنية التي تتميز بها. ومن الاسباب التي تجعل الجمهور يهتم بالبث المباشر عبر فيس بوك هو الانتشار الواسع لفيس بوك وعدم تقيد المشاهد بحدود الزمان والمكان فمن يمتلك جهاز هاتف ذكي يستطيع مشاهدة تلفزيون فلسطين على صفحته على فيس بوك من الشارع او العمل او السيارة او خلال السفر دون الحاجة لوجود جهاز التلفاز

الذي يضطره للتواجد في مكان معين بالإضافة الى رجوع الصدى وتعليقات المواطنين لقياس رضاهم عن مستوى الأداء (القدرة، ٢٠٢١).

٤. ما هي انعكاسات استخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك على الرسالة الإعلامية لدى عينة الدراسة؟

أظهرت نتيجة المقابلة التي قامت الباحثة بإعدادها ان خاصية البث المباشر كان لها دور بارز وإيجابي على الرسالة الإعلامية، فقد أكد (القدرة، ٢٠٢١) خلال سؤاله عن انعكاس استخدام خاصية البث المباشر على تلفزيون فلسطين أن استخدام هذه الخاصية أثرت بشكل إيجابي على نقل الأخبار في فلسطين، لأنها تعبر الوسيلة الأسهل لوصول المشاهد إلى الرسالة الإعلامية مقارنة بالتلفزيون التي تلتزم بمواعيد وبرامج محدد، بينما عند الطريق الفيس بوك يمكنك متابعة النشرة أو البرنامج في أي وقت يريده المشاهد، وكانت الرسالة الإعلامية التي تحمل المضمون السياسي من أكثر المواد التي تلاقي اهتمام وتفاعل من قبل الجمهور، وفي نفس الصدد أشار إلى أن هذه الخاصية أتاحت للكثير من الصحفيين من بث أحداث مثيرة بشكل مباشر للمتابعين دون قيود ومتابعة تفاعلهم مع الأحداث أو البرامج وهو ما كان ليحصل دون توفر هذه الميزة، وأن تلفزيون فلسطين يهتم بهذا الخاصية بدرجة كبيرة جداً في غالبية البرامج ونشرات الاخبار لاسيما البرامج التي تكون على الهواء مباشرة أو حتى الاحداث الجارية وحتى البرامج والفعاليات المسجلة يتم بثها عبر الفيس بوك في نفس موعد بثها على القناة، ويولي تلفزيون فلسطين اهمية كبرى للبث على صفحته على الفيس بوك حيث ان فيس بوك أصبح واسع الانتشار ولا يشترط متابعة بث القناة من المنزل وعلى شاشة التلفزيون حيث من السهل جداً لاي مواطن يحمل هاتفاً ذكياً أن يتابع بث القناة عبر فيس بوك ومن أي مكان دون التقيد بحدود الزمان والمكان، خاصة بأن هذه الخاصية

حققت نجاحاً كبيراً في تلفزيون فلسطين نظراً لحجم وأعداد المتابعين لصفحة التلفزيون وأعداد المشاهدين في ذات اللحظة للبث المباشر إضافة للتعليقات التي يرسلها المشاهدين على الصفحة واستحسانهم ورضاهم لمستوى الاداء والتفاعل من قبل المشاهدين بالتعليقات يضعنا نحن أمام مسؤولية أكبر لكي نبقي عند حسن ظن وثقة المواطن سواء الفلسطيني او العربي الذي ينتظر منا دوماً أن تقدم الأفضل.

وكشف (عيسى، ٢٠٢١) أن خاصية البث المباشر تتميز بالسرعة والنشر فوراً من مكان الحدث دون الحاجة إلى معدات تلفزيون ضخمة، وأن كل ما يلزم فقط هواتف محمول متصل بالإنترنت من أجل نقل الحدث فور وقوعه، لهذا فقد أثرت خاصية البث المباشر بشكل إيجابي على الرسالة الإعلامية، وأصبح من السهل جداً نقلها والتفاعل معها، لان من خلال خاصية البث المباشر يمكن أن يصل البث إلى كل من ينصفح الفيس بوك، يمكن بسهولة التفاعل مع الفيديو أثناء البث بشكل مباشر.

وبين (وشاح، ٢٠٢١) أن هذه خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك أتاحت للكثير من الصحفيين في دول العالم بث أحداث ساخنة بشكل مباشر للمتابعين دون قيود ومكنت الإذاعات في دول العالم في بث البرامج الإذاعية بشكل مباشر للمتابعين ومتابعة تفاعلهم مع البرامج وهو ما كان ليحصل دون توفر هذه الميزة، فقد ساعدت هذه الخاصية في الحصول على مشاهدين جدد من خلال متابعة البث عبر الفيس بوك والرجوع له في أي وقت، وأضاف أن هذه الخاصية اوجدت جمهور جديد ومتفاعل مع المواد الإخبارية التي يتم ادراجها بشكل يومي على صفحة الفيس بوك، وهذا يعزز مكانة الإذاعة في نظر جمهورها عبر الوسائل الأحدث، فضلاً عن التواصل والتفاعل مع الجمهور وسماع آرائهم وذلك من خلال استغلال خاصية إمكانية التعليق على البث بشكل مباشر متى يشاء ويشارك في العملية الإعلامية والاتصالية بدون قيود أو شروط وبدون تكلفة، مؤكداً أن الإذاعة تقوم بصناعة التفاعل مع جمهورها عبر البث المباشر في الفيس بوك من خلال قرأ التعليقات التي تتم عبر هذه الخاصية، الامر

الذي ساهم في زيادة تفاعلية الجمهور، وأنه يتم دائماً تذكير المستمعين للإذاعة بضرورة متابعة البث المباشر عبر الفيس بوك بهدف استثمار هذه الخاصية وإتاحة الفرصة للمتلقي بالتعبير عن آرائه وأفكاره بكل حرية . كما تتفق نتيجة دراسة (محمد، ٢٠١٩) أن خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك تؤثر بشكل كبير جداً في تشكيل الرأي العام، وأن في البث المباشر لا يكفي المتلقي بالمشاهدة فقط بل يتفاعلون بالتعليق، وبالتالي هي وسيلة تفاعلية جيدة.

٥. ما هي أوجه التشابه والاختلاف بين صفحات الفيس بوك عينة الدراسة في استخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس ل طرح القضايا الفلسطينية من حيث القضايا، والموضوعات، والمصادر، والنطاق الجغرافي، وأشكال التفاعل، والمدة الزمنية ونوع وطبيعة البث، ونسبة استخدام البث؟

تقاربت نسب تناول الموضوعات السياسية من خلال استخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك بين مواقع الدراسة، حيث بلغت في موقع دنيا الوطن نسبة (٥٧,٠٪)، وفي موقع تلفزيون فلسطين نسبة (٤٦,٦٪)، ومواقع إذاعة صوت الشعب نسبة (٤٤,٠٪). أما على صعيد القضايا الصحية فقد اهتم موقع تلفزيون فلسطين بنسبة (٣٢,٣٪)، أما موقع إذاعة صوت الشعب وصلت نسبة الاهتمام (٣٢,١٪)، بينما موقع دنيا الوطن كان بنسبة (١٧,٤٪). اختلفت القضايا الفلسطينية بحسب النطاق الجغرافي بين مواقع الدراسة فقد كان النطاق الجغرافي لموقع دنيا الوطن أثناء تغطية القضايا الفلسطينية في قطاع غزة بنسبة (٥٥,٠٪)، بينما موقع تلفزيون فلسطين كان النطاق الجغرافي في تغطية القضايا الفلسطينية في الضفة الغربية بنسبة (٧١,٣٪)، بينما موقع إذاعة صوت الشعب، كان النطاق الجغرافي في تغطية القضايا الفلسطينية في قطاع غزة بنسبة (٨٦,٣٪)، تعزو الباحثة أن المكان الجغرافي للمواقع الدراسة أثر في عملية للتغطية، خاصة أن موقعي دنيا الوطن وإذاعة صوت الشعب مقرهم الرئيس في

قطاع غزة، بينما موقع تلفزيون فلسطين مقره الرئيس في الضفة الغربية. اختلفت مواقع عينة الدراسة في فئة المصادر التي يتم الاعتماد عليها أثناء البث المباشر عبر الفيس بوك فقد اعتمد موقع دنيا الوطن على القنوات والإذاعات في عملية البث المباشر عبر الفيس بوك بنسبة (٩٦,٤٪)، بينما اتفق موقعي تلفزيون فلسطين وإذاعة صوت الشعب على المراسل المصدر الرئيس في عملية بث الفيديوهات عبر خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك بنسبة (١٠٠٪). تفاوتت مواقع عينة الدراسة في نسب التفاعل على فيديوهات البث المباشر التي تتم عبر الفيس بوك فقد حصل موقع دنيا الوطن على نسبة (٨٧,٢٪) على الفيديوهات التي حصلت أكثر من ٢٠٠ اعجاب، بينما موقع تلفزيون فلسطين حصل على نسبة (٣٧,٨٪) على الفيديوهات التي حصلت من ٥٠ أقل ١٠٠ اعجاب، بينما موقع إذاعة صوت الشعب حصل على نسبة (٥٠,٢٪) على الفيديوهات التي حصلت أقل ٥٠ اعجاب، وعلية فإن التفاعل من خلال زر الاعجاب حصل في دنيا الوطن على المرتبة الأولى. تقاربت مواقع عينة الدراسة على حجم التعليقات التي تتم عبر الفيديوهات التي يتم بثها مباشراً عبر الفيس بوك حيث كانت التعليقات أقل من ٥٠ تعليق في دنيا الوطن بنسبة (٢٨,٢٪)، بينما في موقع تلفزيون فلسطين وصلت بنسبة (٥٥,٤٪)، وموقع إذاعة صوت الشعب بنسبة (٧٧,٨٪). اختلفت نسبة المشاهدات التي حصدها مواقع عينة الدراسة اثناء البث المباشر عبر الفيس بوك فقد وصلت في دنيا الوطن نسبة المشاهدات من ٥٠٠٠ أقل ١٠٠٠٠ مشاهدة (٨٥,٢٪)، بينما في موقع تلفزيون فلسطين وصلت نسبة المشاهدات من ٥٠٠٠ أقل ١٠٠٠٠ مشاهدة (٤٩,٨٪)، اما في موقع إذاعة صوت الشعب وصلت المشاهدات أقل من ١٠٠٠ مشاهدة (٥٣,٥٪). اتفقت مواقع عينة الدراسة على مشاركة البث المباشر عبر الفيس بوك فقد كانت عدد المشاركات أقل من ٥٠ في موقع دنيا الوطن بنسبة (٩٩,٣٪)، بينما في موقع تلفزيون فلسطين (١٠٠٪)، وفي موقع إذاعة صوت الشعب (١٠٠٪). اختلفت مواقع عينة الدراسة في مدة البث المباشر عبر الفيس بوك فقد

حصلت مدة البث أقل من ١٥ دقيقة في موقع دنيا الوطن في المرتبة الأولى بنسبة (٥١,٠٪)، بينما مدة البث أقل من ساعة جاءت في موقع تلفزيون فلسطين بنسبة (٥١,١٪)، بينما في موقع إذاعة صوت الشعب وصلت مدة البث أقل من ساعة نسبة (٤٣,٦٪). اختلف موقع دنيا الوطن مع موقعي الدراسة في نوع البث حيث احتل البث الميداني النسبة الأعلى بنسبة (٦٩,٨٪)، واتفق موقعي الدراسة على نوع البث الداخلي حيث وصلت نسبة البث الميداني في تلفزيون فلسطين (٦٩,٣٪)، وفي إذاعة صوت الشعب وصل بنسبة (٩٦,٨٪)، اتفق مواقع عينة الدراسة على طبيعة البث، حيث كان البث السري الطريقة المستخدمة بدرجة كبيرة جداً في عملية البث المباشر عبر الفيس بوك، فقد حصل موقع دنيا الوطن على نسبة (١٠٠٪)، موقع تلفزيون فلسطين (١٠٠٪)، موقع إذاعة صوت الشعب (٩٩,٦٪). اختلفت مواقع عينة الدراسة في نسبة استخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك فقط احتل موقع تلفزيون فلسطين المرتبة الأولى في نسبة استخدام هذه الخاصية بنسبة (٤٣,٩٪)، تلتها في المرتبة الثانية موقع إذاعة صوت الشعب بنسبة (٣٤,٨٪)، وأخيراً موقع دنيا الوطن بنسبة (٢١,٣٪). رغم أن موقع دنيا الوطن في المرتبة الأخيرة في عدد مرات استخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك، إلا أنه احتل المرتبة الأولى في تفاعل الجمهور والانتشار مع المادة المنشورة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمد، ٢٠١٩) أن القنوات المتخصصة في الفيس بوك هي أكثر انتشاراً مقارنة بالقنوات الفضائية التي تبث بالوسيلة العادية وتبث أيضاً عبر الفيس بوك، فكلما خرجت الكاميرا عن الشكل المعتاد في الأخبار والبرامج للشكل العادي بدون محسنات الإضاءة والديكور كانت أقرب لجمهور المتابعين.

٥,٣ ملخص نتائج الدراسة:

بعد استعراض نتائج الدراسة ومناقشتها فقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

١. أظهرت نتائج الدراسة أن هناك اهتمام في خاصية البث المباشر لدى عينة الدراسة، وأن موقع تلفزيون فلسطين كان في المرتبة الأولى من حيث درجة الاهتمام بنسبة (٤٣،٩٪).
٢. بينت نتائج الدراسة أن القضايا السياسية من أكثر القضايا التي يتم تناولها عبر خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك وذلك بنسبة (٤٩،٩٪)، تليها القضايا الصحية التي وصلت إلى (٢٩٪).
٣. أظهرت نتائج الدراسة ضعف استخدام القضايا التكنولوجية والدينية والتعليمية التي تن تناولها عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك.
٤. أظهرت نتائج الدراسة تفاعل المتلقي مع الرسالة الإعلامية التي يتم بثها عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك بشكل مرتفع.
٥. بينت نتائج الدراسة بأن التفاعل من خلال النصوص كان من أبرز الأشكال التي يتم استخدامها للتفاعل عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك.
٦. كشفت نتائج الدراسة أن خاصية البث المباشر أثرت بشكل إيجابي على الرسالة الإعلامية، وساهمت في انتشار الرسالة الإعلامية والتفاعل معها بشكل مرتفع.
٧. بينت نتائج الدراسة عن تقارب عينة الدراسة في تناول القضايا السياسية عبر خاصية البث المباشر على الفيس بوك، واختلفت بحسب النطاق الجغرافي بين مواقع الدراسة، واختلفت عينة الدراسة في فئة المصادر التي يتم الاعتماد عليها أثناء البث المباشر عبر الفيس بوك، تفاوتت مواقع عينة الدراسة في نسب التفاعل على فيديوهات البث المباشر التي تتم عبر الفيس بوك، تقاربت مواقع عينة الدراسة على حجم التعليقات التي تتم عبر الفيديوهات التي يتم بثها مباشراً عبر الفيس بوك، اختلفت نسبة المشاهدات التي حصدها مواقع عينة الدراسة أثناء البث المباشر عبر الفيس بوك، اتفقت مواقع عينة الدراسة على مشاركة البث المباشر عبر الفيس بوك، اختلفت مواقع عينة الدراسة في مدة البث

المباشر عبر الفيس بوك، واتفق موقعي الدراسة على نوع البث الداخلي حيث احتل البث الميداني النسبة الأعلى، اتفق مواقع عينة الدراسة على طبيعة البث، حيث كان البث السردي الطريقة المستخدمة بدرجة كبيرة جداً، اختلفت مواقع عينة الدراسة في نسبة استخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك.

٨. كشفت نتائج الدراسة أن مدة البث المباشر عبر الفيس بوك كان أقل من ساعة وذلك بنسبة وصلت إلى ٤٢,٨٪، يليه أقل من نصف ساعة بنسبة ٢٠,٦٪.

٩. أظهرت نتائج الدراسة بأن خاصية البث المباشر على الفيس بوك اعتمدت بشكل أساسي على البث الداخلي وذلك بنسبة ٧٠,٧٪.

٥،٤ اسهامات الدراسة

تمثل الدراسة من الناحية العملية إضافة نوعية، حيث تساهم هذه الدراسة في ارشاد المؤسسات الإعلامية على كيفية استخدام خاصية البث المباشر بالطرق الصحيحة، واستثمار هذه الخاصية بما يساهم في انتشار الرسالة الإعلامية بشكل واسع لأن خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك تعتبر من التقنيات الحديثة لهذا يمكن ان تشكل هذه الخاصية ميزة تنافسية تسعى لها المؤسسات الإعلامية لما لها من آثار مشهودة في زيادة أعداد المتابعين والمشاهدات، إضافة إلى أن هذه الدراسة تشكل دليل واضح للصحفيين بهدف توظيف هذه الخاصية في عرض الرسالة الإعلامية، ومساعدة المنصات الإخبارية عبر وسائل التواصل الاجتماعي على الفهم الأعمق للعوامل التي تزيد من تفاعلية المستخدمين مع هذا المحتوى الهجين بما يمكنها من اتخاذ سياسات أفضل أثناء عملية النشر. أما من الناحية العلمية تساهم الدراسة في تقديم رؤية متكاملة عن خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك بإطارها النظري وتطبيقها العملي، وتعد المكتبة

الإعلامية العربية وخاصة الفلسطينية بدراسات حول البث المباشر عبر الفيس بوك، نظراً لوجود ندرة في الدراسات العربية التي تناولت هذه الخاصية، وفرت هذه الدراسة بيانات علمية مبنية على تحليل دقيق لمنصات التواصل الاجتماعي حول مدى فعالية البث المباشر عبر الفيس بوك مما يؤثر إيجابياً على معدل مشاركة المتلقيين في بيئة الاعلام الرقمي.

وتأتي أهمية هذه الدراسة في توقيتها، كونها تأتي في توقيت حساس جداً في القضية الفلسطينية، بدايةً من مشاريع الاستيطان والتهويد بالقدس، ومحاولة تصفية القضية الفلسطينية، وانتهاءً بالضغوطات التي تُمارس حالياً على الشعب الفلسطيني من خلال التطبيع مع الاحتلال الإسرائيلي التي تشهد ذروتها في الفترة الحالية، خاصة بأن الدراسة تسلط الضوء على خاصية جديدة يمكن من خلالها توصيل الرسالة الإعلامية ذات المضمون الفلسطيني للعالم أجمع.

كما يمكن للمؤسسات الإعلامية الاستفادة من نتائج وتوصيات الدراسة، لتعزيز جودة البث المباشر على الفضائيات والإذاعات والمواقع والصحف، وتحديد مواطن الضعف وعلاجها، وتعزيز مواطن القوة، بالإضافة إلى أهمية نتائج الدراسة لمختلف المؤسسات الإعلامية والمعنية في توظيف الإعلام الرقمي بشكل فعال في تناول وعرض القضايا الفلسطينية، وستؤدي الدراسة إلى زيادة الإدراك بين الصحفيين حول آلية البث المباشر عبر الفيس بوك وأهميته في عرض القضايا الفلسطينية، نظراً لأن الدراسة ستشكل مرجعاً مهماً لإستخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك في تناول القضايا الفلسطينية بطريقة أكثر فعالية.

ربطت الدراسة ما بين نظرية ترتيب الأولويات كأداة تحليلية قادر على تحليل أداء ودور خاصية

البث المباشر عبر الفيس بوك وبين ترتيب القضايا الفلسطينية لأجندته وأولوياته، ومدى قدرتها في التعامل بمرونة مع هذه القضايا في ضوء قوالب حديثة متجددة.

٥،٥ توصيات الدراسة

بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة توصي الباحثة بما يلي:

١. توجيه الفضائيات والإذاعات إلى الخروج عن المألوف في الطرح والنقل المباشر للحصول على نتائج وانتشار أكبر (نقابة الصحفيين الفلسطينيين، والمكتب الإعلامي الحكومي).
٢. ضرورة اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بتوظيف خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك بشكل أكبر والعمل على الاستفادة من هذه الخاصية التي تعتبر مجانية (المؤسسات الإعلامية الفلسطينية).
٣. يجب أن تهتم المؤسسات الإعلامية بتبادل النقاش بشكل مباشر من خلال ربط تعليقات الجمهور عبر فيديو البث المباشر بالرد عليه من خلال البث، وذلك لتحقيق درجة استجابة سريعة في التفاعلية (المؤسسات الإعلامية الفلسطينية).
٤. ضرورة الاهتمام بالموضوعات الترفيهية أثناء البث من أجل كسر حدة الموضوعات الجادة، خاصة ان المتلقي يتشجع لمشاهدة الفيديوهات التي تتميز بالحيوية والمرونة (المؤسسات الإعلامية الفلسطينية).
٥. الاهتمام بكتابة عنوان البث المباشر بقدر الاهتمام بالوصف، لان عندما يتم إرسال إشعار بالبث المباشر يقوم فيس بوك بعرض العنوان على المتلقي، لهذا الاهتمام بالعنوان لا يقل أهمية عن كتابة وصف الفيديو (المؤسسات الإعلامية الفلسطينية).

٦. ما يعرض على شاشات التلفاز والإذاعات مخصص لهذه الوسائل، لهذا يجب عرض ما هو مناسب

لخصائص وسمات المتلقي الرقمي الذي يتميز بالسرعة لأن نقل ما يبث على القنوات والإذاعات لا

يحفز المتلقي على التفاعل مع الفيديوها، لأن معظم هذه البرامج يتجاوز مدتها أكثر من نصف

ساعة، وهذه المدة تعتبر كبيرة جداً بالنسبة للمشاهد الذي يطمح بمشاهدة أكبر قدر ممكن من

المحتويات بوقت وجيز (المؤسسات الإعلامية الفلسطينية).

٧. العمل على توفير تدريب للعاملين في غرف الاخبار على كيفية استخدام خاصية البث المباشر

بشكل حيوي وفعال خاصة في ميدان الأحداث، مما ينعكس بدروه على الرسالة الإعلامية والمضمون

المقدم لجمهور المشاهدين، والاسهام في امتلاك المؤسسة الإعلامية التقليدية لأدوات البقاء والمنافسة

(نقابة الصحفيين الفلسطينيين، والمكتب الإعلامي الحكومي).

٨. ضرورة تعميم الدراسة على المؤسسات الإعلامية، وكذلك على القطاعات ذات الصلة، لما فيها من

نتائج تساهم في تعزيز تفاعل المتلقي مع الرسالة الإعلامية.

٩. تدريب طاقم العمل في المؤسسات الإعلامية والاهتمام بالتفاعل مع الجمهور والرد عليه في أقرب

وقت ممكن، والتعرف على أهمية كل أداة ودورها الذي تحققه في عملية التفاعل (نقابة الصحفيين

الفلسطينيين، والمكتب الإعلامي الحكومي).

١٠. تدريب طاقم العمل على كيفية استخدام برامج البث المباشر بطريقة فعالة، لضمان خروج البث

بالشكل المطلوب (نقابة الصحفيين الفلسطينيين، والمكتب الإعلامي الحكومي).

١١. بات لزاماً على القنوات الإخبارية أن تنحو منحىً إيجابياً وسريعاً نحو الاعتماد على خاصية البث

المباشر عبر الفيس بوك، وأن تتعطى بذكاء مع المستخدم الرقمي، وأن تفهم احتياجاته وتحترم عقله،

مع ضرورة الاخذ بالاعتبار سرعة تطور قدرات هذا المتفاعل يوماً بعد يوم (المؤسسات الإعلامية الفلسطينية).

١٢. على الباحثين ومراكز الدراسات والمهتمين بالإعلام الرقمي، إعداد المزيد من الدراسات لمعرفة الأسلوب الأمثل لإستخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك، لما له من أهمية في إيصال الرسالة الإعلامية بشكل أني وسريع (مراكز الدراسات البحثية في الجامعات والمؤسسات).

١٣. دعوة الباحثين وطلبة الدراسات العليا لإجراء المزيد من الدراسات حول خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك بحيث يتم التعمق فيها وبأدواتها بشكل أكبر (مراكز الدراسات البحثية في الجامعات والمؤسسات).

٥،٦ الخلاصة

استعرضت الدراسة في هذا الفصل النتائج التي توصلت اليها الدراسة، حيث توصلت الدراسة إلى اهتمام عينة الدراسة بخاصية البث المباشر، وان القضايا السياسية من أبرز القضايا التي يتم تناولها عبر هذه الخاصية، وعن تفاعل المتلقي مع المواد التي يتم بثها عبر خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك بشكل مرتفع، وأن أن خاصية البث المباشر أثرت بشكل إيجابي على الرسالة الإعلامية، ومن ثم عرجت على اسهامات الدراسة، حيث ساهمت ان هذه الدراسة تقدم إستراتيجية للعاملين في المواقع والمؤسسات الإعلامية والإخبارية لتطوير وتحسين المضمون الإعلامي من خلال استخدام خاصية البث المباشر للفيس بوك، وتنبيه المؤسسات الإعلامية الأخرى على ضرورة استخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك والاستفادة منه في طرح القضايا الفلسطينية، ومن عرضت الدراسة توصيات الدراسة حيث توصي الدراسة بتوجيه الفضائيات والإذاعات إلى الخروج عن المألوف في الطرح والنقل المباشر للحصول على

نتائج وانتشار أكبر، تعميم الدراسة على المؤسسات الإعلامية، وكذلك على القطاعات ذات الصلة، لما فيها من نتائج تساهم في تعزيز تفاعل المتلقي مع الرسالة الإعلامية، إعداد المزيد من الدراسات لمعرفة الأسلوب الأمثل لإستخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك، لما له من أهمية في إيصال الرسالة الإعلامية بشكل أني وسريع.

٥,٧ خاتمة الدراسة

تناولت الدراسة استخدام خاصية استخدامات خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك وانعكاساتها في تعزيز فاعلية طرح القضايا الفلسطينية لدى الجمهور، وتكونت الدراسة من خمسة فصول، حيث استعرض الفصل الأول أهمية خاصية البث المباشر في تعزيز تفاعلية طرح القضايا الفلسطينية على صفحات الفيس بوك، وذكرت مشكلة البحث مدعماً إياها بالأدلة على ثبوت الدراسة من خلال إجراء دراسة استطلاعية والاستعانة بالدراسات المتعلقة بالموضوع، مع ذكر لأسئلة الدراسة وأهدافها، ومن ثم عرج الفصل على عرض حدود الدراسة ومن ثم ذكرت مصطلحات الدراسة وهو عبارة عن شرح لمفردات عنوان الدراسة، أما الفصل الثاني فقد تناول المحاور التي تدور حول عنوان الرسالة سواء الدراسات القريبة من هذه الرسالة أو التي يكون فيها بعض المحاور التي ترتبط في مفرداتها بهذه الرسالة، وذكرت الدراسة موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة حيث أن هذه الرسالة تركز على معرفة فاعلية استخدام خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك في طرح القضايا الفلسطينية وهي دراسة وصفية على عينة من أبرز المواقع الإلكترونية والفضائية والإذاعية عبر الفيس بوك وهي كالتالي: موقع دنيا الوطن وموقع فضائية تلفزيون فلسطين وإذاعة صوت الشعب، بينما تطرق الفصل الثالث إلى نوع المنهج العلمي المتبع في الدراسة مع تعريفه حيث تنتمي هذه الدراسة بحوث الدراسات الوصفية، وفي إطاره منهج المسح، التي

ستعتمد على أسلوب تحليل المضمون للحصول على البيانات والمعلومات، وتناولت مجتمع الدراسة وذلك لأن تحديده يعد من الأمور الرئيسة عند إجراء أي بحث، ثم بينت الأداة المستخدمة في دراستها ألا وهي استمارة تحليل المضمون والمقابلة، وتأكدت من أداة صدق الاستمارة، وعرضت الدراسة الاستطلاعية وكانت عبارة عن دراسة تحليلية لمقاطع البث المباشر للمواقع الإلكترونية عبر الفيس بوك، ومقابلة مع القائمين على تلك المواقع عبر الفيس بوك المستخدمة خاصة البث المباشر، أما بخصوص الفصل الرابع فقد كشف نتائج تحليل الدراسة التي توصلت إليها الباحثة خلال تحليل فيديوهات البث المباشر عبر الفيس بوك وذلك لمدة ٣ شهور (يناير، ومايو، وأغسطس ٢٠٢١)، وقد بلغ عدد فيديوهات البث المباشر الذي تم تحليله ٦٩٩ فيديو، ومن ثم عرضت الدراسة جدول النتائج والرسوم البيانية، بينما الفصل الخامس فقد ناقش نتائج الدراسة التي توصلت إليها الباحثة حيث توصلت الدراسة إلى اهتمام عينة الدراسة بخاصية البث المباشر، وأن القضايا السياسية من أبرز القضايا التي يتم تناولها عبر هذه الخاصية، وعن تفاعل المتلقي مع المواد التي يتم بثها عبر خاصية البث المباشر عبر الفيس بوك بشكل مرتفع، وأن خاصية البث المباشر أثرت بشكل إيجابي على الرسالة الإعلامية، ومن ثم اسهامات الدراسة، وأهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة.