

الهيئة الاستشارية العلمية

الاتصال والتنمية

Communication & Development

مجلّة بحثيّة محكّمة تعنى بشؤون الاتصال والتنمية في المجال العربي

مدير التحرير: أ.د. هيثم قطب

رئيسة التحرير: أ. د. مى العبدالله

الهيئة الاستشارية العلمية

أ.د. ابتسام القادري - جامعة السليمانية - العراق أ.د. ابراهيم خصاونة - جامعة الزرقاء - الأردن أ.د. أيثار العبيدي - الجامعة العراقية - العراق أ.د. أحمد حيداس - جامعة الرباط - المغرب أ.د. الصادق رابح - جامعة قطر- قطر أ.د. برتران كابدوش - جامعة غرونوبل3 - فرنسا أ.د. بوعمامة العربي - جامعة مستغانم - الجزائر أ.د. خزيم الخالدي - جامعة اليرموك - الأردن أ.د. عدنان خوجة - الجامعة اللبنانية - لبنان د. سليمان أعراج - جامعة الجزائر 3- الجزائر أ.د. صالح أبو أصبع - جامعة فلدلفيا - الأردن أ.د. عبد الرزاق الدليمي- جامعة البرموك - الأردن أ.د. عبد الكريم الدبيسي - جامعة الزرقاء - الأردن أ.د. عبد الملك الدناني- جامعة أبو ظبى - الإمارات المتحدة أ.د. عبد الرحمن الشامى- جامعة قطر- قطر د.عبد الكريم الزياني- جامعة أم القيوين - الإمارات المتحدة د. عبد الكريم شين- جامعة الجزائر د.غادة عثمان - جامعة دبي - الإمارات المتحدة د. فاتن بن لاغة- جامعة السلطان قابوس - عمان أ.د. فاضل البدراني- الجامعة العراقية - العراق أ.د. ماجد تربان- جامعة الأقصى- فلسطين د. فيصل كامل نجم الدين- كلية الخوارزمي الدولية - الإمارات المتحدة د. مثاني أبشر- جامعة دبي- دولة الإمارات المتحدة د. محبوب هاشم- الجامعة الأميركية في الشارقة - الإمارات المتحدة د. محسن كشكول- الجامعة العراقية- العراق د. محمد صبرى صالح- جامعة دهوك- العراق أ.د. محمد عبد الوهاب العلايلي- جامعة الرباط - المغرب أ.د. هاشم التميمي - جامعة بغداد - العراق

تصدر عن
الرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال
الرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال
(AARCS) e-mail:rabitaarabiya@hotmail.com Tel/Fax: 01807245

علم وخبر رقم 586 تاريخ 2014-04-04
دار النهضة العربية
للطباعة والنشر والتوزيع بيروت- لبنان
Tel:00 961 1 854161 e-mail: darnahda@gmail.com
تصميم الغلاف: أحمد عثمان
الإشتراكات السنوية: 100 دولار أميري









- الكلمة الافتتاحية: الاتصال في الحرب والأزمات
أ.د.مي العبدالله
-أثر التعلّم الانفعالي الاجتماعي في التعافي من الأزمات والحدّ من الفاقد التعليمي
د. وصال حلبي - أ. فياض الحلبي
- يورانيوم الإعلام الجديد آليات هندسة الجمهور في ظل الحروب الرقمية
د. علي أحمد
- الأزمات الصحية بالمواقع الإخبارية الفلسطينية في ظل حصار غزّةً «دراسة تحليلة مقارنة»
د.أحمد عرابي حسين الترك - أ. أسامة توفيق خضر طه
الذكاء الاصطناعي وتحديات المعلومات المضللة عبر الإنترنت
د. إبراهيم فؤاد الخصاونة - د. عبدالكريم علي الدبيسي
توظيف الناطق باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي (أفيخاي أدرعي) للأطر الإعلامية وتقنيات الدعاية للتأثير
على تصورات الجمهور خلال أحداث رمضان 2022
د. معين الكوع - د. ديما صوالحة - د. ديانا شرار
دور وسائل التواصل الاجتماعي والاعلام الرياضي في تحقيق الامن الاجتماعي:
د. خالد ممدوح العزي
الكلمة الخاتمة
د. تراز منصور



قواعد النشر في المجلة

تمثّل مجلة «الاتّصال والتنمية» فضاءً بحثيا لنشر البحوث والدراسات الأصيلة والمبتكرة والملتزمة بشروط الكتابة العلمية. وتهدف المجلة إلى تجاوز ندرة الفضاءات المخصّصة للنشر الأكاديمي، وزيادة فرص اللقاء والحوار بين الباحثين العرب، وتطوير حقل الدراسات التي تتمحور حول الاتّصال والتنمية، وذلك من خلال تيسير عملية تبادل المعارف والتجارب البحثية. كما تسعى المجلة الى تشجيع آليات النشر، مما يسمح بخلق فضاءات نشر جديدة بالنسبة للباحثين العرب، والتعريف ببحوثهم وإسهاماتهم في مجال الدراسات الاتّصالية والتنموية لدى الأوساط الأكاديمية في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، والأوساط المهتمة بإشكاليات الاتّصال والتنمية.

ترحُّب المجلة بمساهمات السادة الباحثين وتقبل نشر الدراسات والبحوث وفقا للقواعد التالية:

- 1. أن يكون البحث أصيلا غير منشور سابقاً.
- 2. أن يتبع البحث الأصول العلمية والمنهجية.
- 3. تخضع البحوث المعدة للنشر للتحكيم. ويمكن أن يُطلب من الباحث إجراء التعديلات على ضوء ملاحظات المحكمن.
 - 4. يرفق البحث بسيرة علمية موجزة عن كاتبه.
- 7. يطبع البحث على الحاسوب بخط 14 Times New Roman للغة العربية و12 Times New العجم البحث على الحاسوب بخط 14 Roman للغة الأجنبية على أن يكون عدد الكلمات بين 4000 كلمة، بما في ذلك الحواشي والملاحق وقائمة المراجع والمصادر.
 - 6. تأتي المصادر مع الهوامش في آخر البحث.
- 7. يرفق مع البحث باللغة العربية ملخص باللغة الثانية (الفرنسية أو الإنجليزية)، على أن لا تزيد كلمات الملخص على 300 كلمة.
- 8. كتابة المراجع على مثال: مي العبدالله. (2020). متاهة التواصل الاجتماعي، بيروت: دار النهصة العربية، ص.24-22.
 - 9. تقبل الأبحاث باللغات الثلاث: العربية، والفرنسية والانجليزية.
 - 10. ترسل البحوث الى رئاسة التحرير على العنوان:rabitaarabiya@hotmail.com

عنوان محور العدد القادم: متاهات التواصل الاجتماعي في الفضاء العام



الكلمة الافتتاحية الاتصال في الحرب والأزمات

أ.د.مي العبدالله

يتزايد الحديث عن دور وسائل الإعلام والاتصال في تكريس قيم الحوار والتعايش السلمي في زمن تتنامى فيه مختلف انواع الصراعات التي اثقلت الانسانية بالجراح، ذلك أن التاريخ الحديث يضع وسائل الإعلام والاتصال في قفص الاتهام على خلفية التأجيج والتحريض الذي يمارسه ناشطون في هذا القطاع الحيوي، إبان العديد من النزاعات السياسية والحروب المتنقلة من منطقة الى اخرى عبر العالم.

ومن وحي الانعكاسات السلبية للتغطيات الإعلامية لعدد من النزاعات عبر العصور، إنبثق الرهان الدولي على زرع ثقافة السلام، مع ما تقتضيه من استثمار في نشر ثقافة التواصل، لتوجيه قوة تأثيره في احداث التغيير ونشر الوعي بوسائل سلمية تحفظ السلم والانسجام بين القوى والشرائح المكونة للمجتمعات المتصارعة.

تم توظيف الدراسات الميدانية علميا على دور وسائل الإعلام والاتصال في إثارة النزاع وتأجيج الخلافات والحث على الكراهية أكثر من دورها في السلام. وقد خلفت السياسات الدعائية والتحريضية منذ العصر النازي الى اليوم إرثا ضخما يوثق الطريقة التي تحول بها التواصل من أداة لربط الجسور وفتح مسالك تدفق المعلومات بشكل سيار، إلى كيان ينفخ في نار العنف. وتكرر ذلك على نحو مهول في عصر التبشير بالحداثة والحرية والمساواة وحقوق الانسان، حين دقت نواقيس الجيل الجديد للحروب بعد نهاية الحرب الباردة وذوبان جليد الاستقطاب الأيدولوجي بين المعسكرين، وعادت البشرية لتحبس انفاسها على وقع المستجدات الامنية الاليمة. وهي تراقب حجم الشرور التي قد يقترفها الفاعل الإعلامي، تنفيذا لأجندة سياسية وعسكرية تقوم على زرع الحقد والكراهية وشيطنة الآخر.

تخلق الحرب أجواء مثالية لتزايد الطلب على المعلومة التي تلبي حاجة المواطن إلى فهم حقائق النزاع ومستقبله الفردي، ومآل الجماعة التي ينتمي إليها وسبل الحياة تحت القصف، إلخ. فالحروب هي حدث إعلامي من الدرجة الأولى، فسرديات النزاعات الدولية ومشاهد الدمار تغير طبيعة المعلومة، وتقود السلطات السياسية والعسكرية إلى محاولة التحكم منهجيا في مضمون الخطاب الاعلامي. وقد تناول باحثون عديدون عمليات التلاعب بالرأي العام، ليس فقط من قبل الأنظمة السلطوية، وإنما أيضا من قبل حكومات الدول الديمقراطية بتواطؤ مع مؤسسات صحفية مرموقة كما حدث في حرب الخليج.



وإن كان توظيف المحتوى الإعلامي في ترويج الأجندات السياسية لهذه القوة أو تلك أمرا غير جديد، فإن الحروب العرقية دفعت بالمؤسسات الإعلامية إلى لعب أدوار بالغة الفظاعة، توخت زرع الرعب والتحريض على ارتكاب جرائم ضد الآخر من منطلقات عرقية أو عقائدية كما حدث في البلقان.

هكذا، بدأ دور وسائل الإعلام والاتصال في مناطق النزاع يستأثر باهتمام المنظمات غير الحكومية التي تنبهت منذ التسعينيات إلى ضرورة تغذية بيئة مؤسساتية وتشريعية ملائمة، وضمان التفاف القوى السياسية والمجتمعية حول تصور ديمقراطي لدور التواصل يحرر الإعلام والاتصال من سطوة الاستقطاب وحروب الوكالة، وتكريس تقاليد تدريب منتظم يغرس ثقافة السلام في المنظومة العقائدية للصحفى.

وبات دعاة السلام يؤمنون أكثر من أي وقت مضى بالوظيفة الاجتماعية الرمزية لوسائل الإعلام والاتصال، التي لا تنحصر في القيام بفعل الإخبار، بل في إعطاء معنى للعالم المحيط بالناس. إذ يقتضي إعطاء المعنى الأخذ بعين الاعتبار إنعكاسات كل فعل إعلامي واتصالي، ومدى مساهمته في إحداث أثر إيجابي في المجتمع. وهذا ما يجعل من الصحفي فاعلاً اجتماعياً، وليس مجرد شاهد على الأحداث. ويحذر الباحثون من مخاطر انخراط وسائل الإعلام والاتصال في ممارسة التضليل خلال الأزمات والحروب خاصة، وترويج الإشاعات، وتغذية الجهل والأحكام المسبقة، في عالم يشهد الكثير من التغيرات، ومنطقة تحفل بالنزاعات والمخاطر على جميع الأصعدة.

كما لا ينبغي إغفال الواقع الجديد لحركة المعلومات في زمن الحروب والأزمات، التي عرفت انفجاراً غير مسبوق قلب حقائق حقبة التسعينيات. قتطور تكنلوجيا المعلومات وظهور شبكة الانترت، وانتشار وسائط التواصل الاجتماعي خلق عالماً جديداً حافلاً بفيض بالمعلومات والأفكار، كسر احتكار وسائل الإعلام التقليدية لمصادر الخبر، حيث أصبح المواطن الحائز على الوسيط التكنولوجي المعلوماتي (هاتف جوال، أو حاسوب..) له دور الفاعل المساهم في صناعة الخبر، وبالتالي في التأثير في الرأي العام. هذا الواقع الجديد، بقدر ما يعقد الرهان على وسائل الإعلام والاتصال، يفتح المجال لمهام وفرص جديدة ترتسم أمام الجهات الدولية والمحلية المعنية بصناعة السلام العالمي.

تعتبر المعلومات الموجهة لعامة الناس متغيرًا مهمًا ، بل وحيويًا بالنسبة للجيوش وإدارات النزاعات. في رأي دونالد رامسفيلد Donald Rumsfeld نفسه ، «النضال ليس فقط ساحة المعركة، ولا يمكن كسبه أو خسارته إلا في محكمة الرأي العام».

محور العدد: الاتصال في الحرب والأزمات

أثر التعلّم الانفعالي الاجتماعي في التعافي من الأزمات والحدّ من الفاقد التعليمي

د. وصال حلبي الجامعة اللبنانية وجامعة الجنان

أ. فياض الحلبي

منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة - اليونسكو

المستخلص:

تسلط الدراسة الحالية الضوء على تدخلات التعلم الانفعالي الاجتماعي التي يمكن الاعتماد عليها داخل الفصول المدرسية كجزء من منهجيات تعافي الطلاب من الصدمات وتمكنهم من الصمود ومواجهة الأزمات التي تعصف بالقطاع التعليمي كما حدث خلال جائحة كورونا مؤخرًا. وتركز الدراسة على ضرورة عدم الإفراط في التركيز على الفاقد المعرفي والأكاديمي فقط، بل الانتباه لمجمل كفايات ومهارات الطالب الوجدانية والمهارية والاجتماعية، وهذا يمكن من خلال توظيف استراتيجيات التعلم الانفعالي الاجتماعي من ضمن العملية التعلمية إلى جانب تعزيز المكتسبات التعلمية، كما تربط الدراسة بين تدخلات التعلم الانفعالي الاجتماعي من جهة ومدى انعكاس هذه التدخلات على مهارات التعاون والتواصل وإدارة العلاقات الاجتماعية وإدارة الأزمات وتوجهات الطلاب ومشاركاتهم الصفية ودافعيتهم نحو التعلم.

Abstract:

The current article highlights Social Emotional Learning (SEL) interventions that can be implemented within classrooms as part of strategies to help students recover from trauma, build resilience, and navigate the crises that affect the education sector, as witnessed during the recent COVID-19 pandemic. The study emphasizes the importance of not solely focusing on cognitive and academic deficits but also giving attention to the overall emotional, social, and interpersonal competencies and skills of students. This can be achieved by incorporating SEL strategies into the learning



process alongside enhancing academic achievements. The study also explores the relationship between SEL interventions and their impact on collaboration skills, communication skills, social relationship management, crisis management, student behavior and attitudes, classroom participation, and motivation towards learning. **Keywords:** Social-Emotional Learning, Learning Loss, Learning Engagement, Crisis Management, Recovery.

تههيد

لقد شهد العالم منذ الثورة الصناعية تغيرات كبيرة ومتلاحقة شديدة التأثير في جميع المجالات والقطاعات، وطبيعة الحال أيضًا ما شهده القطاع التعليمي من تغيير في شكل العملية التربوية والتعلمية، حيث بات ما يعرف بالتعليم الإلكتروني يشكل جزءًا أساسيًا من مشهدية التعليم في دول العالم عمومًا وفي العالم العربي على وجه الخصوص، ومع تنامي دمج التكنولوجيا بالتعليم وتوظيفها لتحسين النواتج التعلمية ولتعزيز دافعية المتعلمين نحو مزيد من التعلم، زاد الاستثمار في العالم بشكل كبير في برامج الألعاب التربوية والمحاكاة والمعامل الافتراضية وتقنيات التعلم القائمة على الواقع الافتراضي والواقع المعزز، ظهر إلى العلن مدى الارتباط بين المهارات الرقمية والتقنية من جهة، والمعرفية من جهة ثانية، وفي المقلب الآخر ظهر إلى العلن مصطلح «الأنسنة»، والتشديد على عدم الإسراف بالتقنية على حساب البيداغوجيا، وبالتالي عدم طغيان الأنشطة التعاونية التفاعلية بين المتعلم وأقرانه من جهة وبين المتعلمين والمعلم من جهة ثانية، للإبقاء على أجواء العمل الفريقي والتفاعل والتعاون والنقاش والحوار كمبادئ أساسية ينبغي تعزيزها في البيئة الصفية التعلمية المعاصرة.

إزاء هذا الواقع التطويري للمشهد التربوي على مستوى العالم، وبالتوازي مع العمل على زيادة فاعلية النظم التعلمية في توفير مخرجات تعليمية قادرة على مواجهة التحديات وعلى توفير حاجة السوق المتنامية، كان لا بد من الانتباه للتراجع الملحوظ في الوضع التعليمي سواء على مستوى المكتسبات التعلمية أو على مستوى تسرب الطلاب من المدارس، وكان لا بد من التوقف عند الأرقام الخطيرة التي سجلتها دراسة للبنك الدولي عام 2019 أي قبل حدوث جائحة كورونا، والتي تحدثت عن تسرب 15مليون طفل في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من مدارسهم، مع وجود خطر زيادة هذا العدد لـ 25 مليون طفل أيضًا في المنطقة نتيجة لأزمات عديدة متداخلة وأوضاع اقتصادية وسياسية مضطربة في سوريا واليمن وغيرهما (البنك الدولي، و2019)، فضلًا عن ما شهدته جائحة كورونا من إغلاق للمدارس على مستوى العالم، الأمر الذي خلق صدمات عند العديد من الطلاب والأطفال على وجه الخصوص، وبالتالي زيادة خطر الفقر التعليمي من جهة والتسرب من جهة ثانية، فكان لا بد من العمل على تطوير استراتيجيات للتعافي قكن النظم التعليمية من الاستجابة من جهة ثانية، فكان لا بد من العمل على تطوير استراتيجيات للتعافي قكن النظم التعليمية من الاستجابة من جهة ثانية، فكان لا بد من العمل على تطوير استراتيجيات للتعافي قكن النظم التعليمية من الاستجابة من جهة ثانية، فكان لا بد من العمل على تطوير استراتيجيات للتعافي قكن النظم التعليمية من الاستجابة

للأزمات والصمود في وجه الأوضاع المضطربة، سياسيًا واقتصاديًا وصحيًا، ومن جانب آخر إيلاء الطلاب أهمية كبرى للتعافي من الأزمات وذلك من خلال العمل على زيادة وعي المتعلمين وبناء قدراتهم وتمكينهم من إدارة تعلمهم وتوجيه سلوكياتهم وانفعالاتهم عبر تعزيز دور التعلم الانفعالي الاجتماعي Learning SEL لما يلعبه من دور في التخفيف من هذه الصدمات، الأمر الذي ينعكس إيجابًا على الوضع التعليمي ككل.

أولًا. إشكاليّة الدراسة:

لطالما تداخلت العوامل المؤدية إلى حدوث هدر تعليمي يتمثل في عدم القدرة على تحقيق النواتج التعلمية من قبل عدد غير قليل من الطلاب، من مشكلات على صعيد المناهج الدراسية، وآليات التقييم والتقويم المعتمدة، مرورًا بمشكلات اجتماعية كالعامل الاقتصادي والمعيشي لأُسر الطلاب فضلًا عن ظاهرة التنمر المدرسي، ثم برزت جائحة كورونا لتقض مضاجع واضعي السياسات التربوية والقائمين على النظم التعليمية في العالم، إذ أظهرت ارتباك النظم التعليمية في الاستجابة المنظمة والمرنة للأزمات، الأمر الذي أدى إلى تعميق الفجوات الاجتماعية والتعلمية بين الطلاب والأطفال، حيث لم يكن جميعهم قادرين للنفاذ إلى المواد التعليمية خلال فترة إغلاق المدارس والذهاب إلى خيار التعليم من بعد في غالبية الدول، كذلك برزت عوامل عديدة كالدخل الفردي والوضع الاقتصادي لأسر الطلاب، والتفاوت في المهارات الرقمية والتقنية لدى الطلاب أنفسهم وأولياء أمورهم أيضًا، الأمر الذي لا يتقاطع مع أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة وتحديدًا الهدف الرابع في إتاحة التعلم للجميع، من خلال ثلاث ركائز رئيسية هي إتاحة النفاذ للمواد التعليمية، وتعزيز التعاون والمشاركة، بالإضافة إلى بناء مهارات الطلبة وأولياء أمورهم وتمكينهم من الصمود في بيئة تعلمية مناسبة (اليونيسف واليونسكو والبنك الدولي، 2022).

تأسيسًا على ما ذكر، سارعت النظم التعليمية بإجراء تدخلات سريعة وعاجلة، للتخفيف من مشاعر القلق والتوتر والحد من صدمات الانقطاع عن التعليم لدى الأطفال والطلاب، وذلك من خلال تطوير خطط للتعافي تتمثل في الأخذ بعين الاعتبار النقص الأكاديمي المعرفي على صعيد الأهداف التعلمية، بالإضافة للتنبه لمهارات وكفايات وجدانية وسلوكية واجتماعية من شأنها التخفيف من حدة حالات القلق والاضطراب التي يعانيها الطلاب في الأزمات، وبالتالي كان لا بد من التفكير باستراتيجيات التعلم الانفعالي الاجتماعي والذي يسمح للطلاب بتطوير الوعي الذاتي، وتعزيز العلاقات الاجتماعية، ويمكنهم من اتخاذ القرار، بالإضافة لكفايات إدارة الذات ودمجها في خطط تعويض الطلاب عما فاتهم من هدر وفاقد تعليمي على مستوى المهارات



من هنا جاءت هذه الدراسة في محاولة لإيجاد حلول حول ماهية الاستراتيجيات الناجعة التي يمكن اعتمادها لتعزيز التعلم الوجداني الاجتماعي لدى الطلاب إلى جانب التعليم الأكاديمي، بهدف التعافي من الأزمات والتخفيف من الفاقد التعليمي على صعيد المعارف والمهارات والكفايات التعلمية والوجدانية والسلوكية.

كما ستحاول هده الدراسة البحثيّة، توفير حلول وإجابات عن جملة من التساؤلات المطروحة حول استخدام التعلم الانفعالي الاجتماعي للتعافي من الأزمات والحد من الفاقد التعليمي، ويمكن تلخيصها على الشكل الآتي:

- ما استراتيجيات التعلم الانفعالي الاجتماعي الناجعة التي يمكن اعتمادها للتعافي من الأزمات والحدّ من الفاقد التعليمي لدى الطلاب؟
- لأي مدى مكن أن تسهم استراتيجيات التعلّم الانفعالي الاجتماعي بزيادة الدافعية نحو التعلم وتعزيز المكتسبات التعلمية؟

ثانيًا. فرضيّات الدراسة:

الفرضيّة الأولى: التعلم الانفعالي الاجتماعي يساعد الطلاب على الصمود والتعافي من الصدمات.

الفرضيّة الثانية: التعلم الانفعالي الاجتماعي يزيد من دافعية الطلاب نحو التعلّم ويعزز من مكتسباتهم التعلمية.

ثالثًا. أهمّية الدراسة:

لهذه الدراسة البحثية أهميّتان، أهميّة نظريّة عامة وأخرى تطبيقية، هكن ذكرهما على النحو الآتي:

أ - الأهميّة النظريّة

تكمن أهميّة هذه الدراسة التي نعالجها، بأنها قد تسلط الضوء على توجهات حديثة وكفايات متداخلة مع التعلم المعرفي والنواتج الأكاديء البحتة، وهي استراتيجيات التعلم الانفعالي الاجتماعي والتي يمكن أن تلعب دورًا إيجابياً في الوصول إلى متعلّم واع لذاته وقادر على إدارة مشاعره وعلاقاته الاجتماعية مع أقرانه ومعلميه بشكل واضح وإيجابي، متفاعل مع بيئته التعليميّة، فهي إذا تعطي الأهمية لجوانب التعلم الوجدانية والمهارية والاجتماعية بشكل يتكامل مع الجانب المعرفي النظري، بما يخدم تحقيق الكفايات والأهداف التربوية والتعليميّة، فضلاً عن تشجيع مهارات التعاون والتواصل والقدرة على اتخاذ القرار وغيرها من مهارات القرن الواحد والعشرين المطلوب تعزيزها لدى الطلاب.

ب. الأهميّة التطبيقيّة

لهذه الدراسة أهميّة تطبيقية كبرى في جوانب عدّة من العمليّة التعليمية والتعلّمية، نذكر منها:

قد تسهم هذه الدراسة في اتخاذ القامين على العملية التربوية والنظم التعليمية القرار بدمج استراتيجيات التعلم الانفعالي الاجتماعي في المناهج الدراسية والعمل على أنشطة تعلمية متداخلة وقامة على الكفايات وليس فقط على الأهداف.

إن هذه الدراسة قد تسمح بتشكيل إطار مقترح كاستراتيجيات تعلم يمكن اللجوء غليها عند حدوث أزمات في قطاع التعليم قد تؤدي لإغلاق المدارس كما حدث أثناء جائحة كورونا، وبالتالي الإعداد بشكل مسبق لتأهيل المعلمين والطلاب وأولياء الأمور على هذه الاستراتيجيات لاعتمادها بشكل مدروس ومخطط له كوسيلة تحدُّ من الأزمات وتخفف من مظاهر الفاقد التعليمي لدى الطلاب.

رابعًا. أهداف الدراسة:

انطلاقاً ممّا سبق وتمّ ذكره في اهميّة الدراسة، هناك أهداف عدّة لهذه الدراسة البحثيّة، منها ما هو عام ومنها ما هو خاص للوصول إلى توفير إجابات عن التساؤلات الفرعيّة الخاصّة بالدراسة، ويمكن تلخيصها على النحو الآتي:

أ - الهدف العام:

الهدف من هذه الدراسة هو الكشف على أثر استراتيجيات التعلم الانفعالي الاجتماعي في التعافي من الصدمات وفي تخفيف الفاقد التعليمي.

ب - الأهداف الخاصة:

- تحديد مرتكزات التعلم الانفعالي الاجتماعي ومجالات استخداماته في العملية التعلمية.
 - التعرّف إلى تأثير التعلم الانفعالي الاجتماعي على المكتسبات التعلمية لدى الطلاب.
- الكشف عن استراتيجيات التعلم الانفعالي الاجتماعي التي يمكن اعتمادها من أجل التعافي من الأزمات والصدمات في قطاع التعليم.

خامسًا. مصطلحات الدراسة

1. التعلّم الإلكتروني: هو من استراتيجيات التعلم التي تعتمد على توظيف تقنية المعلومات والاتصالات في العملية التعلمية، وهي تعتمد الوسائط الرقمية من محتوى بصري كالفيديوهات التعلمية، ورسوم وصور ومدونات، وأنشطة التقييم القائمة على الحاسوب وشبكة الإنترنت، وذلك من خلال تطبيقات



إلكترونية ومنصات خاصة كأنظمة إدارة التعلم أوما يعرف بـ Learning Management System LMS (اليونسكو، 2020).

2. التعلم الانفعالي الاجتماعي Social Emotional Learning SEL: التعلم الانفعالي الاجتماعي وعرف أيضًا بالتعلم العاطفي الاجتماعي والتعلم الانفعالي الاجتماعي، وهو عبارة عن أنشطة واستراتيجيات تهدف للتخفيف من الأمية العاطفية، وذلك من خلال مجموعة كفايات ومهارات تكسب المتعلم إلى جانب تعلماته الأكاديمية والمعرفية، فهم وإدارة مشاعره الخاصة والتعبير عنها وتنظيم العلاقات مع الآخرين، بالإضافة لمهارات الإنصات والمثابرة والتواصل الإيجابي وتعزيز الثقة بالنفس (الشبكة المشتركة لوكالات التعليم في حالات الطوارئ، 2018).

8. أنسنة التعليم: هو التعليم الذي يأخذ بعين الاعتبار الحضور الوجداني للمعلم والبعد الإنساني للعلاقات الاجتماعية والتفاعل بين المتعلمين أنفسهم وبين المتعلمين ومعلميهم، وبالتالي يسمح بتوفير بيئة تعلم قائمة على تنمية الشخصية والتعبير عن المشاعر والمخاوف وتعزيز التواصل وتقبل الآخر ونبذ اشكال الانطواء والعنف (Golz et al., 2019).

4. الفاقد التعليمي: الفاقد التعليمي أو الهدر التعليمي أو خسارة التعلم، هو ما فات الطلاب من التعليم، وتم وصفه بأنه ما كان يجب أن يكتسبه الطلاب من مواقف تعلمية ومعارف وكفايات وقيم في الحالات الطبيعية، ولم تكتسب نتيجة ظروف معينة، وهو إذا الفارق بين ما كان متوقعًا أن يكتسبه الطالب من معرفة ومهارات تعلمية واتجاهات، وبين ما اكتسبه فعليًا (الزغيبي، 2021).

سادسًا. منهج الدراسة:

انطلاقاً من طبيعة الدراسة العلميّة، فإن المنهج الذي سيتمّ اعتماده هو المنهج الوصفي الذي يعمل على تفصيل الدراسة لتحقيق جزءاً هامًا من مخرجاتها والمتمثلة في الاطلاع على الأدبيات والتجارب والممارسات الفضلى في استخدام استراتيجيات التعلم الانفعالي الاجتماعي للتعافي من الأزمات وللتخفيف من الفاقد التعليمي، فما يناسب ذلك هو المنهج الوصفي لما له من قدرة على وصف الواقع الراهن كما هو، وتحديد العلاقة بين متغيرات الدراسة، ويسمح بإجراء الدراسات الميدانية لتأكيد أو نفي الفرضيات موضوع الدراسة. وحيث أن المنهج الوصفي لا يكفي وحده بل لا بد من مشاركة مناهج أحرى فتم اختيار المنهج التحليلي، عيث سيعمل المنهج التحليلي في هذه الدراسة على تحديد أجزاء الإشكاليّة بعد تفكيكها، ومن ثم قيام هذا المنهج بالملاحظة ومراقبة التفاصيل والتقويم والنقد والتحليل لكل جزء من الأجزاء وصولاً إلى التركيب والتعميم وتقديم الاستنتاجات والتوصيات (كلية الآداب والعلوم الإنسانية في الجامعة اللبنانية، 2020).

سابعاً. حدود الدراسة:

تركز الدراسة على الكشف عن أثر التعلم الانفعالي الاجتماعي في التعافي من الأزمات والحد من الفاقد التعليمي، وسوف ترتبط نتائج الدراسة بالمحدّدات الآتية:

أ -الحُدود الموضوعيّة: تُركز الدراسة على التعرف إلى دور التعلم الانفعالي الاجتماعي وإسهاماته في صمود النظم التعليمية في وجه الأزمات، فضلًا عن كشف أثر التعلم الانفعالي الاجتماعي في تعافي الطلاب والحدّ الفاقد التعليمي لديهم.

- ب الحدود المكانيّة: مدارس التعليم الأساسي في طرابلس.
- ج الحدود الزمنيّة: أثناء وبعد جائحة كورونا بين عامي 2019 و2021.
- د الحدود البشريّة: ستشمل العيّنة معلّمات ومعلّمي مراحل التعليم الأساسي ما قبل الثانوي.

ثامناً. الدراسات السابقة:

كفايات التعلم العاطفي والاجتماعي لطلاب الحلقة الثانية من التعليم الأساسي بسلطنة عمان (المطري وآخرون، 2022):

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن كفايات التعلم الانفعالي والاجتماعي لدى طلاب الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في سلطنة عُمان، وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية بلغ عددها 936 طالبة وطالبًا من طلاب الحلقة الثانية، وأظهرت نتائجها عن 5 كفاءات يتضمنها التعلم الاجتماعي والعاطفي وهي إنجاز المهام، إدارة الانفعالات، العلاقات الاجتماعية مع الآخرين، التعاون وتقبل الآخر، بالإضافة إلى 30 مؤشرًا للتحقق من هذه الكفايات، وخلصت الدراسة إلى توصيات لوزارة التربية بضرورة دمج كفايات التعلم الاجتماعي والعاطفي مع المقررات الدراسية بالإضافة لتأهيل الطلاب والمعلمين حول كيفية التعامل مع هذه الرامج.

الفاقد التعليمي خلال جائحة كورونا: مفهومه وتقديره وآثاره واستراتيجيات استدراكه (الزغيبي، 2021):

هدفت هذه الدراسة إلى تقدير الفاقد التعليمي الناتج عن إغلاق المدارس أثناء جائحة كورونا، ولحظ مختلف المؤشرات والمظاهر المتعلقة به، وترجمت الهدر التعليمي لدى الطلاب بأشهر زمنية من خلال استخدام تقنيات الانحراف المعياري عن المعدلات المطلوبة في حالات التعليم المنتظمة، واللافت هو تطرق الدراسة إلى جوانب غير معرفية وأكاديمية تأثر بها الطلاب وهي الجوانب العاطفية والانسانية والاجتماعية ووجدت ارتباطًا وثيقًا بين التوازن النفسي وبين التحصيل الأكاديمي، وخلصت بضرورة تقديم أشكال الدعم



النفسي والاجتماعي للطلاب إلى جانب المعارف والعلوم الأساسية بهدف استدراك ما فاتهم من نقص معرفي وإنساني واجتماعي.

Happy Schools Guide and Toolkit: A Resource for Happiness, Learners' Well-being and Social and Emotional Learning in the Asia-Pacific Region (UNESCO, 2022):

هدفت هذه الدراسة إلى تبيان أهمية رفاهية المتعلم كعنصر أساسي من أجل التنمية الاجتماعية وأمر ضروري لتحقيق النواتج التعلمية بفاعلية، وتظهر الدراسة كيف كشفت جائحة كورونا الحاجة الماسة على تعزيز الأبعاد غير المعرفية للتعلم، كالتعلم العاطفي والاجتماعي ودعم مبادرات تعزيز حق التعلم للجميع وتقديم مبادرات الدعم النفسي للمتعلمين ولأولياء أمورهم وللمعلمين على حد سواء، لردم الفجوة الناتجة عن عدم المساواة بين الأطفال في الوصول للتعلم، وللتخفيف من توتر المتعلمين وضغوط البيئة الصفية ووسيلة للحد من الآفات الاجتماعية كالتنمر، وكذلك تعزيز وعي المتعلمين بالمشكلات المحيطة بهم كخطوة أساس للتعامل مع الصدمات وتوجيه السلوكيات بهدف التعافى.

Mindfulness-based Social Emotional Learning in a Hybrid Education Environment (Mischenko, 2021):

تسلط هذه الدراسة الضوء على مختلف الأزمات التي تعصف بعدد من الدول الحروب والنزاعات المسلحة التي أدت إلى تهجير الآلاف من الأطفال والشباب وبالتالي تسربهم من المدارس، بالإضافة للأوبئة الصحية والطبيعية التي تؤدي إلى اضطراب في العملية التعلمية، الأمر الذي يؤثر على تحقيق السلام الداخلي وتعزيز المواطنة ويعيق أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة، وتستعرض الدراسة تجارب ونهاذج لعب التعلم العاطفي والاجتماعي أوما يعرف بالـ SEL دورًا في تسليح الأطفال والشباب بالقيم والمهارات اللازمة لمواجهة التحديات والصعوبات العالمية ولزيادة قدرات الصمود لمواجهة الأزمات بشكل فاعل.

تعقيب على الدراسات السابقة:

يمكن القول من خلال ما تقدم من أدبيّات سابقة تناولت مفهوم التعلّم الانفعالي الاجتماعي، أنها أجمعت على أهمية تدخلات الـ SEL في تمكين الأطفال والشباب وتعزيز قدرتهم على الصمود في وجه الأزمات، من خلال تنمية مهارات التواصل والتعاون وإدارة الانفعالات وتنظيم العلاقات الاجتماعية، وأظهرت مدى انعكاس هذه التدخلات إيجابًا على البيئة الصفية، كما تقاطعت الدراسات على ضرورة التوازن في الاهتمام بين الجوانب المعرفية للطالب وبين الجوانب النفسية والوجدانية والاجتماعية. في حين انفردت دراسة المطري بالحديث عن الكفايات والمؤشرات الرئيسية للتعلم الانفعالي الاجتماعي.

1- الإطار النظرى:

لطالما تلازمت الحياة البشرية بأزمات متعدّدة ومتشابكة، لأسباب وظروف عديدة ومتنوعة، ومنها ما هو طبيعي كالأعاصير والزلازل والفيضانات كإعصار كاترينا في الولايات المتحدة عام 2005 والزلزال الذي ضرب مدينة كهرمان مرعش في تركيا عام 2023، ومنها ما هو الصحي كانتشار الأوبئة الفتاكة كما جرى مؤخرًا خلال جائحة كورونا في مارس 2019، ومنها ما هو ناتج عن النزاعات المسلحة وما ينجم عنها من تعطيل للحياة العادية والمرافق الحيوية وتهجير للعائلات من مناطقها، ولطالما تركت هذه الأزمات ظلالها الثقيلة على المجتمعات في جميع القطاعات وفي طليعتها قطاع التعليم حيث أولما يتأثر الأطفال والطلاب بإغلاق المدارس نتيجة الأزمات وبالتالي توقف العملية التعلمية مع كل ما ينتج عن ذلك من قلق وتوتر وشعور بعدم الانتظام فضلًا عن ازدياد معدلات التسرب وتراجع المكتسبات التعلمية.

أولًا: الأزمات والتعليم أ - مفهوم الأزمات

تعرف الأزمات بأنها حالة غير طبيعية يعيشها مجتمع معين نتيجة ظروف متداخلة، ويمكن أن يتأثر بها الفرد أو المجتمع ككل حسب طبيعة الأزمة، ويمكن تعريفها بأنها حالة من عدم الانتظام أو اللاتوازن والتي تفرض تغيرات في السلوك والروتين والعادات المتبعة، وتفرض على الفرد أو المجتمع اتخاذ قرار سريع لاحتواء الأزمة أو التصدي لها ومعالجتها، و توجد مصطلحات عديدة، كثيرًا ما تُستخدم في الحديث عن الأزمات وتداعياتها مثل: حالة الأزمات المتراع أو النزاع Conflict، والسياقات المتأثرة بالأزمات (UNESCO, 2016).

ب - تأثير الأزمات على التعليم (جائحة كورونا نموذجًا)

ولطالما ارتبط التعليم بالأزمات كونه سياق مجتمعي وانعكاس لما تعيشه المجتمعات، فقد يتأثر الأطفال والشباب بالأزمات الإنسانية بشكل كبير لكونها تؤدي إلى انقطاع طويل الأجل عن كل مناحي الحياة، كالصحة والتعليم والترفيه. ويمكن للأزمات أن تفكك العلاقات الأسرية وتمزق التماسك الاجتماعي، كما يمكنها التسبب في مشاعر الخوف والارتياب والعزلة والحزن والفقد والغضب، كما تؤثر الأزمات أيضًا على مجريات الأمور للمجتمعات المحلية كما للأسر والتي تؤثر بدورها على نمو وتطور الأطفال والفتيان والشباب. بالإضافة إلى ذلك يمكن أن يؤدي التعرض إلى تلك الأزمات وبشكل متكرر، وخاصة لدى الأطفال، إلى خلل في السلوك والتعلم والصحة النفسية والبدنية يمكن أن يمتد لمدى الحياة (اليونسكو واليونيسف والبنك الدولي، 2020).



وبالعودة لجائحة كورونا، والتي تأثر بها 1.6 مليار طالب نتيجة الإغلاق القسري للمؤسسات التعليمية، فقد كان هناك تأثير كبير وحاد على النواتج التعلمية، بالرغم من محاولة النظم التعليمية تأمين بدائل للتعليم والذهاب نحو خيارات متنوعة كالتعليم عن بعد والتعليم من خلال التلفاز والمنصات الإلكترونية، لكن وفق دراسة للبنك الدولي في نهاية 2020، فقد كانت خسائر التعلم فادحة وكبيرة، وزادت الأزمة من انعدام المساواة بين الأطفال والشباب في الوصول إلى المواد التعليمية والحصول على فرص التعلم وخاصة في البلدان متوسطة ومنخفضة الدخل (اليونسكو واليونيسف والبنك الدولي، 2020)، وقدرت الخسائر غير المباشرة انخفاضًا مقداره 3 % مدى الحياة نتيجة الهدر التعليمي الناتج عن أزمة كورونا وإغلاق المدارس .(Hanushek & Woesseman, 2020)

وتؤكد منظمة الصحة العالمية على أن جائحة كورونا لها عبء مباشر محدود على صحة الأطفال، حيث يمثلون حوالي 8.5% من الحالات المبلغ عنها على مستوى العالم، وعدد قليل للغاية من الوفيات. ولكن في المقابل، فإن لإغلاق المدارس آثاراً سلبية واضحة على صحة الطفل والتعليم والتنمية ودخل الأسرة والاقتصاد (World Health Organization WHO, 2020). العام

ومن جانب آخر، فقد تأثر عدد كبير من الطلاب ويمكن وصفه بجيل كامل نتيجة الحالة الصادمة التي أوجدتها أزمة كورونا، وهذا التأثير تخطى الجانب الأكادمي والتعلّمي لناحية المكتسبات، ليطال الجانب النفسي والعقلي والصحى والوجداني للطلاب، إذ ظهرت حالات التوتر والقلق لديهم بشكل واضح، وحتى بعد عودتهم للمدارس كان من الواضح تأثر رفاه الطلاب وتنشئتهم الاجتماعية وتفاعلهم النشط مع أقرانهم نتيجة التواجد القسرى في المنازل والتغيب عن المدارس، الأمر الذي قد يكون له ارتدادات مستقبلية على سوق العمل (اليونيسيف، 2021).

وكذلك كان الأمر مقلقًا للهيئات التعليمية، إذ وجد المعلمون أنفسهم في مواجهة الأزمة غير المخطط لها مع أخذ قرار التعليم عن بعد لضمان استمرار العملية التعليمية دون تحضير مسبق، وقد أشارت دراسة مسحية أجرتها اليونسكو للكشف عن استجابة الدول العربية للتعليم في أثناء جائحة كورونا وشارك فيها معلمون من مختلف الدول العربية، إلى افتقار حوالي 47% من المعلمين للتأهيل والدعم المطلوب لناحية المهارات الرقمية المطلوبة على صعيد استراتيجيات التعليم عن بعد وآليات التقييم المتصلة، وكذلك الأمر بالنسبة لأولياء أمور الطلاب الذين شملتهم الدراسة نفسها إذ تحدث حوالي %41.3 ممن شاركوا بالدراسة المسحية عن عدم تواصل إدارة المدرسة أو المعلمين معهم لمساعدتهم أو إرشادهم حول كيفية دعم أبنائهم في التعليم عن بعد، كذلك عبر %39 منهم عن مخاوفهم بشأن عزلة أبنائهم وعدم حصولهم على الدعم النفسى المطلوب (اليونسكو، 2020). وذكر Baron في دراسته «أساسيّات الدعم النفسي والاجتماعي أثناء الأزمات» مدى أهمية التدخلات النفسية والاجتماعية في حالات الطوارئ لضمان استيفاء الشروط الخاصة بالمعايير الدنيا لصحة وسلامة وكرامة الأطفال والأسر. وفي هذا المجال تعد الرعاية المركزة للأطفال الذين لديهم مخاوف محددة اجتماعية أو صحية أو مخاوف خاصة بالحماية أمرا بالغ الأهمية لضمان أفضل الممارسات، مما يمنح المجتمعات المحلية حق الامتياز لاستخدام نقاط قوتها ومواردها لتحسين قدرتها على الصمود، للوفاء بمعايير الصحة والرفاه الأساسية للناس، فإنّ الحصول على الخدمات الأساسية والأمن أمر بالغ الأهمية. وللتخفيف من آثار الكوارث الطبيعية والصحية والحروب، يجب أن يعزز الدعم النفسي والاجتماعي حقوق الإنسان والكرامة والمساواة ويعزز رفاه الأطفال والأسر والمجتمعات (Baron, 2010).

وتحدث Merrill في دراسته حول ضرورة عدم الإفراط في التركيز فقط على الجانب المعرفي في تعويض الفاقد التعليمي الناتج عن أزمة كورونا في حين أن الجهد الأساسي يجب ان ينصب في تعويض النقص في المشاعر والسلوكيات النفسية والوجدانية والتي يمكن أن تمتد سنوات عديدة في المستقبل، ودعا صانعي القرار التربوي إلى التركيز على الجانب الانفعالي والاجتماعي كضرورة للتعافي من أزمة كورونا (Merrill, 2021).

بناءً على ما تم ذكره، سارعت النظم التعلمية في تطوير استراتيجيات التعافي من جائحة كورونا وتعويض الفاقد التعليمي، مع التركيز على أنشطة التعلم الانفعالي الاجتماعي كمقدمة للتخفيف من مشاعر التوتر والقلق من المستقبل والتكيف مع الأزمات مستقبلًا للمعلمين والطلاب وأولياء أمورهم على حد سواء، جنبًا إلى جنب مع خطط تعويض النقص في المكتسبات الأكاديمية والمعرفية.

ثانيًا: التعلم الانفعالي الاجتماعي Social Emotional Learning SEL

إن التعلّم الانفعالي الاجتماعي لم يعد نشاطًا ثانويًا يمكن التفكير به في محطات وحالات خاصة تتطلب تدخلات محددة، بل أصبح ركيزة أساسية إلى جانب التعلّم الأكاديمي والمعرفي، وفي ما يلي سيتم تناول التعلّم الانفعالي الاجتماعي على صعيد المفهوم والكفايات، المتطلبات، وأثره في تعويض الفاقد التعليمي الناتج عن الأزمات كحائحة كورونا.

أ - مفهوم التعلّم الانفعالي الاجتماعي

إن التعليم في بيئة تعلمية صحية وآمنة شكلت مسعى دامًا لدى القائمين على العملية التربوية والتعليمية لتحقيق رفاه المتعلمين وتعزيز دافعيتهم واستعداداتهم نحو التعلم وتعزيز المكتسبات، وذهبت العديد من النظم التعليمية حول العالم لدمج التعلم الانفعالي الاجتماعي مع المناهج الدراسية في سبيل تحقيق رفاهية المتعلمين وخاصة في مراحل التعافي من الأزمات النفسية، ولكن ما هو التعلّم الانفعالي الاجتماعي؟ وما هي



كفاياته، فوائده ومنهجياته؟

التعليم الانفعالي الاجتماعي هو جملة مواقف واتجاهات وأنشطة متنوعة يستطيع المتعلم من خلالها أن يدرك ذاتيًا حقيقة مشاعره وسلوكياته وانفعالاته ويصبح قادرًا على إدارتها، وبالتالي تتعزز عنده القدرة على اتخاذ القرار، كما تنظم هذه المواقف التعلمية المختلفة علاقاته الاجتماعية مع أقرانه، وتوجيه الانفعالات وتوظيفها نحو المشاركة الفاعلة والإيجابية مع الآخرين (جبران، 2018).

ب - كفايات التعلّم الانفعالي الاجتماعي

وضعت منظمة CASEL Collaborative for Academic, Social, and Emotional Learning إطارًا يشكل مرتكزات التعلّم الانفعالي الاجتماعي أو السمات الخاصة للمتعلمين أو المهارات غير المعرفية التي يهدف إكسابها للطلاب وهي كالآتي:

- الوعي الذاتي: من خلال قدرة المتعلّم على إدراك مشاعره وانفعالاته وإدارتها، وبالتالي تنمية هذه الانفعالات من خلال تحليل مواطن الضعف والقوة.
- إدارة الذات: قدرة المتعلّم على توجيه انفعالاته وسلوكياته بشكل إيجابي وتحفيز ذاته وتوجيهها نحو تحقيق الأهداف الشخصية.
- الوعي الاجتماعي: قدرة المتعلّم على التحسس بمشاعر الآخرين ومشكلاتهم ومراعاة منظورهم الخاص لمختلف المواقف الحياتية.
- إدارة العلاقات الاجتماعية: قدرة الفرد على تنظيم علاقاته مع الآخرين على نحو صحي وسليم وتطوير مهارات التواصل الإيجابي وتقبل الآخر.
- اتخاذ القرار: قدرة المتعلّم على اتخاذ قرار مسؤول بعد مراعاة معايير مجتمعية وأخلاقية ومراعاة المساحات الشخصية للآخرين (CASEL, 2017).

ج. أهمية التعلّم الانفعالي الاجتماعي

تناولت العديد من الدراسات أهمية التعلم الانفعالي الاجتماعي وانعكاس ذلك إيجابًا على تحقيق النواتج التعلمية المأمولة وعلى سلوكيات واتجاهات الطلاب، إذ ذكرت منظمة CASEL في دراسة تم نشهرها عام 2017أن التعلم الانفعالي العاطفي يخفف من الفروق الفردية بين المتعلمين وكذلك يقارب بين نسب إنجاز المتنوعة للطلاب داخل الفصل الواحد (CASEL, 2017).

وأشار Durlak وزملاؤه أن التعلّم الانفعالي الاجتماعي أنتج زيادة في معدلات التحصيل الأكاديمي في نتائج التقييمات الختامية بمعدل ما يقارب الـ 15% للطلاب الذين خضعوا لأنشطة التعلم الانفعالي الاجتماعي،

بالإضافة لتحسن في نسب الدوام المدرسي وتخفيف منحلات التنمر المدرسي التي كانت تلاحظ بين الطلاب (Durlak et al., 2011).

وفي دراسة مشابهة أعدتها Jones وزملاؤها، تم الكشف عن أن الطلاب الذين خضعوا لتدخلات التعلم الانفعالي الاجتماعي، كانت استجابتهم للتحصيل الأكاديمي متقدمة مقارنة بأقرانهم في نفس الفصل، كما كشفت الدراسة بأن أثر هذه التدخلات بقى ممتدًا من 12 شهرًا إلى 18 شهرًا لدى هؤلاء الطلاب (Jones et al., 2017).

د - منهجيات تعزيز التعلّم الانفعالي الاجتماعي

لحظ العديد من التربويون في العقد الأخير منهجيات واستراتيجيات لتعزيز التعلّم الانفعالي الاجتماعي بشكل منظم وأوصى البعض بضرورة دمج هذه التدخلات والاستراتيجيات مع المنهاج المدرسي بشكل اعتيادي ولا يتم اللجوء إليه فقط في الحالات الخاصة، وقد وضعت تعاونية التعلم الأكاديمي والاجتماعي والعاطفي أربع منهجيات رئيسية يمكن الاستناد إليها لتعزيز التعلم الانفعالي الاجتماعي، ويمكن تلخيصها وفق الشكل التالى:

- تخصيص حصص تعلم مباشرة للتعلم الانفعالي الاجتماعي ووضع مناهج خاصة وكفايات وأسس تقييم
 متصلة.
- اعتماد استراتيجيات تدريس تدعم بيئات التعلم الانفعالي الاجتماعي التعلم التعاوني والعمل الجماعي
 والمهام الأدائية المشتركة.
- استخدام تدخلات التعلم الانفعالي الاجتماعي ضمن المنهاج الأكاديمي كتوظيف مكتسبات العلوم مثلًا للتخفيف من مشكلة تنمر أو معالجة مشكلة مجتمعية.
- خلق بيئة مدرسية وصفية تراعي رفاه المتعلمين وتأخذ ميولهم بعين الاعتبار وتعزز ظروف التعلم الانفعالى الاجتماعي (RAND, 2017).

ثالثًا: دور التعلم الانفعالي الاجتماعي في التعافي من الأزمات

أظهر المحور السابق أهمية التعلّم الانفعالي الاجتماعي ودوره في تحسين اتجاهات الطلاب وقيمهم وسلوكهم وانعكاس ذلك على التعلّم الأكاديمي المعرفي، وهذا في حالات التعليم المنتظمة الاعتيادية، لذا فمن الضرورة بمكان أن يذهب القيمون على العملية التربوية والتعليمية للاستفادة من تدخلات التعلم الانفعالي الاجتماعي في أوقات الأزمات للتخفيف من الصدمات ومن حالات التوتر والقلق التي يعيشها الطلاب جراء الحالات غير المتوازنة والمفاجئة، كما حدث في أثناء جائحة كورونا عندما وجد الطلاب بل والمعلمون أيضًا أنفسهم في مواجهة وضع صحى ونفسي مقلق لم يشهد العالم له مثيل، فتم اللجوء إلى استراتيجيات التعلم



الانفعالي الاجتماعي كوسيلة للتخفيف من أزمة كورونا من جهة، وللبناء بشكل افضل والتسريع في تعويض الفاقد على المستوى النفسي والوجداني من جهة ثانية (Reimers, 2021).

لقد تجلى الفاقد الوجداني والمهاري والنفسى والاجتماعي لدى الطلاب إلى جانب الفاقد في المعارف والمكتسبات التعلمية، ففي دراسة أجرتها منظمة إنقاذ الطفل Save the children في نهاية عام2020، شملت طلابًا وأولياء أمورهم من 46 دولة فكانت النتائج مقلقة، إذ عبّر حوالي %90 من أولياء الأمور عن ازدياد العزلة والمشاعر السلبية والقلق لدى أبنائهم، كذلك عبر حوالي %56 من الطلاب عن انزعاجهم لعدم قدرتهم التواصل مع أصدقائهم، ومع بدء العودة التدريجية لفتح المدارس أظهر الطلاب نشاطًا متفاوتًا في التعاون والمهارات مقارنة عما كانوا عليه قبل الأزمة (Save the Children, 2021).

وذكرت دراسة للبونسكو حول فاقد التعلّم، أن تحول التعليم من التقليدي إلى التعليم عبر الإنترنت عن بُعد، زاد من فجوة عدم المساواة بين الشباب والأطفال، حيث لم تتوفر لدى البعض الأجهزة الذكية للحصول على فرص التعلُّم، الأمر الذي دفع العديد منهم نحو الإحباط وخلق عندهم مشاعر سلبية خاصة مع غياب الدعم النفسي والاجتماعي، الأمر الذي انعكس أيضًا على أولياء أمورهم الذين دُفعوا للعب دور المدرسة من المنازل مع حرصهم على توفير الأمن الغذائي والاقتصادي لعائلاتهم، من هنا برزت الحاجة الماسة لتقديم التدخلات الاجتماعية والنفسية والصحية إلى جانب خدمات التعلّم كمقدمة أولى للصمود في وجه الأزمة ثم التعافي من تبعاتها (البونسكو، 2022).

تأسيسًا على ما تم ذكره، فقد سارعت النظم التعليمية إذًا على مستوى العلم وبعد استيعابها جزئيًا لصدمة جائحة كورونا والتي فرضت إغلاق جميع المرافق الحياتية والتشغيلية في البلاد وما فيها المؤسسات التعليمية، وركزت وزارات التربية وإدارات المدارس والمنظمات الدولية على برامج الدعم النفسي والاجتماعي وتدخلات التعلم الانفعالي للتخفيف من الفاقد التعليمي الناتج عن جائحة كورونا، إلى جانب برامج الدعم الأكاديمي لتعويض النقص على مستوى المعارف والأهداف التعلمية، ففي الولايات المتحدة الأمريكية أشرفت وزارة التربية على برنامج للتدخلات الإسعافية النفسية دعمًا لرفاه الطالب ومراعاة لكفايات التعلم الانفعالي الاجتماعي، وهي عبارة عن حزمة من الأدوات التي يتم التدخل بها مع الطلاب الذين يعانون من أزمات نفسية وقلق نتيجة الجائحة، وتساعد على توفير الرفاه النفسي والتكيف مع الأحدث الطارئة ,Hanover) .2020)

وفي أستراليا قامت وزارة التربية بإشراك خريجين جامعيين بعد تأهيلهم على التدريس المساند لحصص التعلُّم الانفعالي الاجتماعي لدعم الطلاب، وذلك من خلال مجموعة من الاستراتيجيات والأنشطة تتمحور حول التواصل والإصغاء الجيد، وإبداء التعاطف والمساعدة على إدارة الذات لتمكين الفرد من الصمود بالإضافة لدمج مجموعة كفايات غير أكاديمية مع المنهاج بل تشمل رفاه الطالب ومجموعة متطلباته الفردية والاجتماعية للتخفيف من آثار صدمة أزمة كورونا وللتسريع ببرنامج التعافي (OECD, 2020).

كذلك الأمر في الدول العربية، ففي لبنان مثلًا، قامت وزارة التربية والتعليم بتصميم برنامج خاص عرف بدرنامج الدعم النفسي الاجتماعي»، والذي تمّ تصميمه على مدى أربعة أسابيع في بداية العام الدراسي، تضمن مقاربات خاصة لأنشطة الدعم النفسي والاجتماعي للطلاب في أوقات الأزمات لمختلف الفئات الطلابية والمراحل العمرية (المركز التربوي للبحوث والإنهاء، 2022).

ولكن يبقى السؤال عن مدى فعالية برامج الدعم النفسي والاجتماعي وتدخلات التعلّم الانفعالي الاجتماعي في التخفيف من الصدمات والتعافي من الأزمات، وهذا ما سيجيب عليه الفصل اللاحق حيت تم إجراء دراسة ميدانية حول أثر التعلم الانفعالي الاجتماعي في التعافي من الأزمات ومواجهة الفاقد التعليمي.

2- أثر التعلم الانفعالي الاجتماعي في التعافي من الأزمات ومواجهة الفاقد التعليمي:

عطفًا على أدبيًات الجانب النظري وما تمّ سرده من تعريف لمفهوم الأزمات وتأثيرها على قطاع التعليم وحالة اللاتوازن في سير العملية التعلمية، وكذلك أهمية تدخلات التعلّم الانفعالي الاجتماعي في التخفيف من الصدمات والتعافي من الأزمات، تم إجراء هذه الدراسة الميدانية في هذا الفصل للكشف عن حقيقة أثر التعلّم الانفعالي الاجتماعي على سلوكيات الطلاب والتعافي من الأزمات كجائحة كورونا ومدى التخفيف من الفاقد التعليمي وتحسين النواتج التعلمية المرجوّة.

أولًا، منهج الدراسة:

نظرًا لطبيعة الدراسة ووفقًا لمخرجاتها، فإن المنهج الذي سيتبعه الباحث هو المنهج الوصفي التحليلي، لدراسة متغيّرات البحث من حيث الخصائص والعلاقات والعوامل المؤثرة من جهة، ولتوفير قاعدة بيانات يحكن ان تفيد من خلال التحليل في جملة خلاصات وتوصيات لفهم الواقع الراهن والتحضير للمستقبل (نجاحي، 2019)، وفي هذا الجانب سيتم في مرحلة أولى عملية تجميع ووصف لما قامت به الهيئات التعليمية على صعيد تدخلات واستراتيجيات التعلم الانفعالي الاجتماعي، ورصد ملاحظات السلوكيات والتوجهات الخاصة بالطلاب في هذا الجانب وتاليًا تحليل الإجابات حول مختلف جوانب هذه التدخلات ومدى انعكاسها على مكتسبات الطلاب.

ثانيًا، مُجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في مدارس طرابلس للتوجه إلى معلّمي التعليم الأساسي (من مرحلة الروضات ولغاية صف التاسع أساسي)، طالما هم المعنيّون بالدرجة الأولى بتنفيذ استراتيجيّات التعلّم داخل الفصول



الدراسيّة، وهم الأجدر على رصد المتغيّرات الناتجة عن هذه الاستراتيجيات لدى الطلاب، سلبًا أم إيجابًا، وكذلك للوقوف على آرائهم حول توصياتهم المتصلة لمواجهة التحديات إن وجدت من جهة، ولتجويد هذه الممارسات من جهة ثانية.

ثالثًا، عينة الدراسة:

بها أن أهداف الدراسة كانت الكشف استراتيجيّات التعلّم الانفعالي الاجتماعي الذي يمكن اعتمادها مع الطلاب للتعافي من الأزمات ومدى فعاليتها، فتم اللجوء إلى الأسلوب العشوائي في اختيار العيّنة من مدارس متنوعة في طرابلس، مع مراعاة أن تشمل العيّنة القطاعين العام (الرسمي الحكومي) والخاص بالإضافة لمعلمي برامج التعليم غير النظامي والذي تقوم به منظمات ومؤسسات تربوية كبرامج دعم إضافية خارج أوقات التعلّم الرسمي في المدارس، بهدف دعم الطلاب الذي يعانون من ضعف تربوي وأكاديمي بالمهارات والكفايات والدعم الأكاديمي والاجتماعي المناسبين لتدارك الضعف والهدر على مستوى المكتسبات، وقد تم توجيه الاستبانة إلكترونيًا لعدد من مجتمع الدراسة المذكور أعلاه، فاستجاب 81 معلمة ومعلمًا لأداة الدراسة.

رابعًا، أدوات الدراسة:

تمثلت أدوات الدراسة في استبانة تم توجيهها للمعلمات والمعلمين، حول استراتيجيات التعلم الانفعالي الاجتماعي ومدى فعالية هذه الاستراتيجيات في تعزيز مكتسبات الطلاب وتعزيز دافعيتهم نحو التعلم. واشتملت الاستبانة على المحاور التالية:

- المحور الأول: البيانات العامة، ويتكون هذا المحور من أسئلة تطلب بيانات عامة المستجيبين للاستبانة
 كالمراحل التعليمية التي يدرسونها وعدد سنوات خبرة التعليم والمؤهل التعليمي.
- المحور الثاني: تألف هذا المحور من ثلاث فقرات، وشملت الفقرة الأولى أسئلة لاستطلاع آراء المعلّمين حول مدى اعتماد التعلم الانفعالي الاجتماعي كركن دائم في العملية التعليمية أم يتم اللجوء إليه عند الضرورة وفي اثناء الأزمات التعليمية، في حين ركزت الفقرة الثانية على ماهية استراتيجيّات التعلم الانفعالي الاجتماعي التي يتمّ اعتمادها داخل الفصول المدرسية، أما الفقرة الثالثة فركزت على أثر هذه الاستراتيجيات على سلوكيات الطلاب ومكتسباتهم التعلمية.

بعد إعداد أداة الدراسة ومراجعتها، والتأكد من مدى اتساقها مع أهداف الدراسة، تم تصميم الأداة إلكترونيًا وتوجيهها عبر الإنترنت واستجاب للاستبانة 81 معلمة ومعلمًا، وسيتم استعراض استجاباتهم في السياق التالى.

3- نتائج الدراسة:

لقد استجاب 81 معلمة ومعلمًا لأداة الدراسة، وتنوعت مراكز المؤسسات التعليمية التي يعملون فيها بين القطاعين الرسمي الحكومي (وعددهم 42) والقطاع الخاص (وعددهم 23) بالإضافة لعينة ممن يعملون مع المنظمات غير الحكومية في تقديم برامج الدعم والتعويض المكملة للطلاب المتعثرين والمتسربين (وعددهم 26) وقد توزعت مؤهلاتهم التعليمية وسنوات الخبرة لديهم وفق الجدول (1) التالي:

سنوات الخبرة	والمؤهل وعدد	القطاع التعليمي	ىحسى	العتنة	حدول 1
٠, ٠	3 - 3 - 3	O C		**	-3 .

ون للاستبانة	المعلمون المستجيب		
النسبة المئوية	1 <11	الإجابة المقترحة	الفقرة
(%)	التكرار		
51.8	42	حكومي	القطاع
48.2	39	خاص	
100%	81	المجموع	التعليمي
48.14	39	بكالوريوس	
17.2	14	دبلوم عالي	
29.6	24	ماجستير	أعلى مؤهل
4.9	4	دكتوراة	أكاديمي
-	-	ثانوية عامة	
100.0%	81	المجموع	
33.3	27	أقل من 5 سنوات	
38.2	31	بین 5و 10 سنوات	سنوات
28.5	23	أكثر من 10 سنوات	الخبرة
100	81	المجموع	

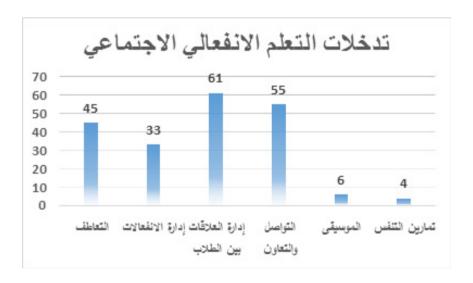
ويظهر الجدول (1) كيف تنوعت عيّنة الدراسة، وتقاربت نسب القطاعين العام والخاص، وبالنسبة لمتغير المؤهل التعليمي فكانت النسبة الأكبر من العينة تنتمي لمرحلة الدراسات العليا (51.7%)، وبالنسبة لسنوات الخبرة فكانت النسبة الأكبر من المستجيبين (66.7%) وهذا يشير إلى أن الاستجابات ستكون متصلة بالواقع ومبنية على خبرة ودراية بجوضوع الدراسة.

وبالنسبة للنتائج المتعلقة بالمحور الثاني، التعلّم الانفعالي الاجتماعي، أجاب 26 معلمًا فقط بأنهم يعتمدون حصصًا ثابتة للتعلم الانفعالي الاجتماعي في حين أجاب 49 معلمًا بأنه يتم إجراء تدخلات الـ SEL عند الضرورة، وأجاب 6 بـ لا أعلم، وتدل هذه النتائج على أنه في الحالات الاعتيادية يتم اللجوء لتدخلات التعلم



الانفعالي الاجتماعي في المدارس عند وجود حاجة لذلك، بينما في برامج التعويض والدعم الأكاديمي فإنه يتمّ دمجها بشكل ثابت من ضمن منهاج التعويض المقرر.

وبالنسبة للسؤال المتعلق بتلقي التدريب والدعم الكافيين حول استراتيجيات الـ SEL أجاب 67 معلمًا (\$2.17%) بأنهم تلقوا تدريبًا حول التعلم الانفعالي الاجتماعي من قبل دار المعلمين تحت مسمى «برنامج التعافي بالتعلم العاطفي الاجتماعي» وكيفية توظيفه لصالح حسن سير العملية التعليمية، في حين أجاب 14 معلمًا (\$17.8%) بأنهم لم يتلقوا تأهيلًا في هذا الجانب، وهذا يدل على أن غالبية المعلمين تلقت تدريبًا حول منهجيًات الـ SEL، وبالنسبة للعناوين التدريبية فتراوحت الإجابات بين كيفية التعاطف مع الطالب وتفهم المخاوف وتعلم تقبل الآخر وإدارة الأزمات والعلاج من خلال تقديم الدعم النفسي والاجتماعي، وأما الكفايات المطلوب التركيز عليها مع الطلاب فأتت الإجابات وفق الشكل التالى:



رسم توضيحي 1 أهم تدخلات التعلم الانفعالي الاجتماعي

يظهر الرسم التوضيحي (1) أهم تدخلات التعلّم الانفعالي الاجتماعي التي تمّ اللجوء إليها من قبل المعلّمين والأخصائيين، وأتت النسبة الأكبر لإدارة العلاقات بين الطلاب (61 إجابة ما نسبته حوالي %75) ثم تلاها مهارة التعاون والتواصل بنسبة (%60) وبعدها التعاطف بنسبة (%55) ويمكن القول بأن طبيعة الجائحة التي فرضت بقاء الطلاب في منازلهم وخلقت شعورًا بالتوتر جعلت من كفايات التواصل والتعاون والتعاطف وتنظيم العلاقات مع الآخرين مهارات أساسية في سبيل التعافي، كذلك تظهر النتائج لجوء البعض للموسيقي وتمارين التنفس كخطوات إضافية.

وبالنسبة للسؤال حول أهم الاستراتيجيّات التي تم اعتمادها للوصول إلى الكفايات المرجوة من التعلم

الانفعالي الاجتماعي، فكانت الإجابات كما يظهر في الجدول (2): جدول 2 تدخلات الـ SEL خلال جائحة كورونا

جيبون للاستبانة	المعلمون المست		
النسبة المئوية	1.5	الإجابة المقترحة	الفقرة
(%)	التكرار		
		دمج ممارسات التعلّم الانفعالي	
32	26	الاجتماعي SEL ضمن المنهاج	
		الدراسي والمقرّر التعليمي	
70	57	اعتماد استراتيجيّات تراعي التعلّم	
70	5/	التعاوني وعمل المجموعات	تدخلات
76.5	62	تعزيز مهارات التكيّف مع الأزمات	SEL الـ
		تتبّع بيانات الطلاب (الحالات	خلال
28.3	23	المتعثرة، حالات العزلة والانطواء،	جائحة
		سلوك سلبي)	كورونا
		توفير تدخلات اجتماعية وعاطفية	
29.6	24	مستمرة كجزء من استجابة	
		مدرسية لرفاهية الطلاب	
9.8	8	غير ذلك	

يظهر الجدول (2) تدخلات التعلّم الانفعالي الاجتماعي التي تمّ اللجوء إليها خلال جائحة كورونا، والنسبة الأكبر (76%) كانت لتعزيز مهارة التكيّف مع الازمات ربما من أجل تفادي ما جرى خلال جائحة كورونا من تخبط عند الانتقال بشكل مفاجئ نحو التعليم من بُعد.

وبالنسبة للسؤال المتعلق حول تقديم الدعم النفسي والاجتماعي للطلاب، فأجاب 57 معلمًا بالنفي وعدم تقديم الدعم النفسي والاجتماعي أثناء الجائحة، في حين أن 73 (90%) معلًما أفاد بتقديم الدعم النفسي والاجتماعي بعد الجائحة، كما هو مبيّن في الجدول (4) أدناه:



جدول 3 تقديم الدعم النفسي والاجتماعي للطلاب اثناء وبعد الجائحة

		المعلمون المستجيبون للاستبانة	
الفقرة	الإجابة المقترحة	التكرار	النسبة المئوية
		3,5	(%)
تقديم	أثناء جائحة كورونا	24	29.6
الدعم	-555, * *		
النفسي			
والاجتماعي	بعد جائحة كورونا	73	90
للطلاب			

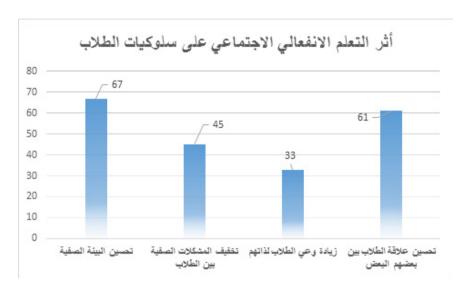
وتدل أرقام الجدول (3) أعلاه، على توجه عام للنظام التعليمي في لبنان بالذهاب إلى تدخلات الـ SEL بعد جائحة كورونا لتعويض الفاقد التعليمي والنقص في المهارات الاجتماعية الناتج عن جائحة كورونا، أما بالنسبة لأولياء الأمور فتم التوجه إليهم أثناء الجائحة بسلسلة فيديوهات تحمل رسائل حول كيفية التعامل مع الأزمة وتشجيع أبنائهم على التعلّم.

وبالنسبة لأسئلة المحور الرابع والمتعلقة بتقييم أثر تدخلات الـ SEL، أتت إجابات المعلّمين حول آليات تقييم هذه التدخلات والاستراتيجيات كما يظهر في الجدول (4):

جدول 4 وسائل تقييم أثر تدخلات الـ SEL

المعلمون المستجيبون للاستبانة			
النسبة المئوية (%)	التكرار	الإجابة المقترحة	الفقرة
33.2	27	بطاقات الملاحظة	وسائل
79	64	تقدير ات المعلمين	وآليات
32	26	دراسة مسحية	تقييم أثر
_	_	تقييمات خاصة كتقييم	تدخلات الـ
		الميول والكفاءة	SEL

ويظهر الجدول (4) أنه ما من وسائل خاصة معتمدة لتقييم أثر تدخلات التعلّم الانفعالي الاجتماعي، بل تم الاكتفاء ببطاقات الملاحظة وتقديرات المعلّمين (79%)، فين حين أفاد المعلمون في بعض المدارس (32%) عن إجراء دراسة مسحية مع أولياء أمور الطلاب لتتبع سلوكيات أبنائهم والمتغيرات الناجمة عن تدخلات الـ SEL. وعن سؤال انعكاس تدخلات الـ SEL على سلوكيات الطلاب، أفاد 67 معلمًا (82%) عن تحسن البيئة الصفية بعد اعتماد استراتيجيات الـ SEL وهي نسبة مرتفعة على حدّ كبير، وكذلك أجاب 61 معلمًا (75%) عن تحسن علاقة الطلاب ببعضهم البعض وتخفيف المشكلات الصفية، كما هو مبيّن في الرسم التوضيحي (2) أدناه:



رسم توضيحي 2 أثر التعلم الانفعالي الاجتماعي على سلوكيات الطلاب

وتظهر نتائج الرسم البياني (2) أعلاه، بأن تدخلات التعلّم الانفعالي الاجتماعي ساهمت إلى حدّ كبير بتحسين سلوكيات الطلاب إذ تحسنت البيئة الصفية بشكل ملحوظ كما باتت علاقة الطلاب ببعضهم البعض أكثر تنظيمًا، وفي المقابلات تدنت نسبة المشكلات الصفية، فيمكن القول إذًا أن التعلم الانفعالي الاجتماعي ينعكس إيجابًا على سلوكيات الطلاب عمومًا، وهذه النتائج تتقاطع مع الدراسات السابقة كدراسة المدارس السعيدة لليونسكو ودراسة ميشنكو التان وجدتا علاقة بين تدخلات الـ SEL وبين تمكين الطلاب من مواجهة الأزمات وانعكاسها إيجابًا على سلوكياتهم وانفعالاتهم.

وحول أثر التعلّم الانفعالي الاجتماعي على المكتسبات التعلمية ودافعية التعلّم، أجاب 55 معلمًا (%75) عن تحسن درجات الطلاب في الاختبارات وزيادة مشاركتهم في الأنشطة الصفية، وأفاد كذلك 49 معلمًا (%60) عن ازدياد دافعية الطلاب نحو التعلّم، وتتلخص الإجابات في الجدول (5) أدناه:



جدول 5 أثر التعلم الانفعالي الاجتماعي على دافعية التعلم

بون للاستبانة	المعلمون المستجي		
النسبة المئوية	1 6.11	الإجابة المقترحة	الفقرة
(%)	التكرار		
60	49	زيادة دافعية التعلّم	
		تحسن درجات الطلاب في	أثر التعلم
75	55	-	الانفعالي
		الاختبارات	الاجتماعي
54.3	44	تحسن في مشاركة الطلاب	**
34.3	44	بالأنشطة	على دافعية
		ما من تأثير للتعلّم الانفعالي	التعلم لدى
3.7	3	الاجتماعي على دافعية	الطلاب
		المتعلمين	

وتظهر أرقام الجدول (5) أعلاه، بأن تدخلات التعلّم الانفعالي الاجتماعي ساهمت بتحسين مكتسبات الطلاب وزيادة الدافعية لديهم، كما تحسنت بشكل متوسط إلى مرتفع مشاركتهم في الأنشطة الصفية، ومكن بناءً على ما تقدم القول بأن هناك علاقة بين إجراء تدخلات الـ SEL من جهة وبين تحسين دافعية الطلاب وتعزيز مكتسباتهم من جهة ثانية، وهذا يتقاطع أيضًا مع دراسة ديرلاك التي كشفت عن دور تدخلات الـ SEL في زيادة تحقيق النواتج التعلمية المأمولة وتعزيز التعلّم لدى الطلاب.

خاتمة

لقد أظهرت نتائج الدراسة لجوء المعلّمين لتدخلات التعلّم الانفعالي الاجتماعي كوسيلة للتعافي من أزمة كورونا، بعد ملاحظة ازدياد حالات التوتر والقلق وضعف المشاركة لدى الطلاب، وتم التركيز على تعزيز مهارات وكفايات التعاطف والإصغاء وتنظيم العلاقات بين الطلاب والتواصل والتعاون، وذلك عبر استراتيجيّات مختلفة كالتعلم التعاوني وتعزيز مهارات التكيف مع الأزمات، وتتبع حالات الطلاب المقلقة كالعزلة والانطواء وإجراء تدخلات عاطفية ووجدانية، الأمر الذي أدى لتحسن البيئة الصفية وتقبل الطلاب لبعضهم البعض وتحسنًا في تعاون الطلاب في مشاركات الطلاب الصفية، وهذا يؤكد الفرضية الأولى للدراسة القائلة بأن التعلم العاطفي الاجتماعي يساعد الطلاب على الصمود والتعافي من الصدمات.

كما أظهرت نتائج الدراسة ترابطًا بين تدخلات الـ SEL وتحسن في دافعية التعلّم ودرجات الطلاب في الاختبارات، وهذا يؤكد فرضية الدراسة الثانية بأن التعلم الانفعالي الاجتماعي يزيد من دافعية الطلاب نحو

التعلّم ويعزز من مكتسباتهم التعلمية.

وخلاصة القول بناء على كل ما تقدم، فقد أصبح المتعلّم اليوم بحاجة لمجموعة من المهارات والكفايات المعقدة والمتنوعة والمتكاملة، ولم يعد الجانب المعرفي لوحده كافيًا لتسليح الطلاب بالمقدرة على حل المشكلات، الأمر الذي يتطلب تدخلات اجتماعية ووجدانية إلى جانب التعليم الأكاديمي لمساعدة المتعلمين على الوعي بذاتهم، وتعزيز مهارات التعاون والتواصل والتكيّف والتي هي من مهارات القرن الواحد والعشرين المطلوب تعزيزها.

ومن جهة ثانية فإن النظم التعليمية مدعوّة اليوم لإعادة التفكير في الشكل التربوي وإعادة صياغة المناهج التربوية بشكل يسمح بدمج تدخلات التعلّم الانفعالي الاجتماعي، الأمر الذي يؤدي إلى تعزيز دافعية الطلاب نحو التعلّم وتجويد تحقيق النواتج التعلمية المرجوة، وذلك من خلال الاستراتيجيّات التالية:

- حمج التعلّم الانفعالى الاجتماعى مع المنهاج الدراسى.
 - تعزيز مهارات التعاون والتواصل لدى الطلاب.
- إجراء أنشطة تمكن الطلاب من إظهار التعاطف والإصغاء وتقبل الآخر.
- مساعدة الطلاب على وعيهم لذاتهم وتنظيم علاقاتهم الاجتماعية مع الآخرين.
 - اعتماد تمارين الاسترخاء كالتنفس العميق والعلاج بالموسيقي.
- الانتباه لحالات التوتر والعزلة والانطواء لدى الطلاب من أجل القيام بتدخلات الـ SEL.
 - تأهبل المعلّمن على القيام بتدخلات الـ SEL المناسبة.
 - تطوير أدوات تقييم للمهارات الاجتماعية والوجدانية لدى الطلاب.
 - التواصل مع أولياء أمور الطلاب وإشراكهم في خطط التعافي من الأزمات.



المصادر والمراجع

المراجع العربية

- 1 جبران، وحيد. (2022). بين الفاقد التعلمي والفاقد الاجتماعي العاطفي. منهجيّات (8).
- 2 الزغيبي، محمد. (2021). الفاقد التعليميّ خلال جائحة فيروس كورونا: مفهومه وتقديره وآثاره واستراتيجيّات استدراكه. مجلة العلوم التربوية، 3(33)، 577-543.
 - 3 المركز التربوى للبحوث والإنماء. (2022). برنامج الدعم النفسي الاجتماعي في خلال الأزمات وحالات الطوارئ.
 - 4 كلية الآداب والعلوم الإنسانية في الجامعة اللبنانية. (2020). دليل مناهج البحث العلميّ.
 - 5 المطري، علي سعيد، المقبلي، موزة عبد الله والمعولي، إيان محمد. (2022). درجة امتلاك الطلبة لكفاءات التعلم الأساسي بسلطنة عُمان.
 - 6 نجاحي، نجلاء وسيبوكر، إسماعيل. (2019). أهمية المنهج الوصفي للبحث في العلوم الإنسانية.
 - 7 اليونسكو. (2020). استجابة الدول العربية للاحتياجات التعليمية في جائحة كورونا.
 - 8 اليونيسيف، واليونسكو والبنك الدولي. (2022). انطلاقة من تعافي التعليم نحو تحقيق تحول في التعليم.

المراجع الأجنبية

- 1- Baron, N. (2010). Six Orientation Seminars to Disseminate and Implement the IASC Guidelines on Mental Health and Psychosocial Support in Emergency Settings. IASC Reference Group.
- 2- CASEL Collaborative for academic, social, and emotional learning. (2017). To Reach the Students,

 Teach the Teachers: A National Scan of Teacher Preparation and Social & Emotional Learning.
- 3- Dulak, J., Weissberg, R., Dimnicki, A., Taylor, R., & Schellinger, K. (2011). The Impact of Enhancing Students' Social and Emotional Learning: A Meta-Analysis of School-Based Universal Interventions.
- 4- Golz, R., Graumann, O., & Whybra, D. (2019). The Humanization of Education: Some Major Contemporary Challenges for an Innovative Concept.
- 5- Hanover Research (2020). Best practices for learning loss recovery.
- 6- Hanushek, E. A., & Woessmann, L. (2020). The economic impacts of learning losses. OECD

- Education Working Papers No. 225; OECD Education Working Papers, Vol. 225.
- 7- Inter-agency Network for Education in Emergencies INEE. (2018). Guidance Note on Psychosocial Support.
- 8- Jones, S.M., & Doolittle, E. (2017). Social and Emotional Learning: The Future of Children.
- 9- Merrill. S. (2021). Too Much Focus on 'Learning Loss' Will Be a Historic Mistake.
- 10- Mischenko, p. (2021). Mindfulness-based social emotional learning in a hybrid education environment.
- 11-OECD (2020). A framework to guide an education response to the COVID-19 Pandemic of 2020.
- 12- RAND. (2017). Social and Emotional Learning Interventions.
- 13- Reimers, F. (2021). Education and Covid-19: recovering from the shock created by the pandemic and building back better.
- 14- Save the children. (2021). Lebanon Education in Crisis: Raising the alarm.
- 15- UNESCO, UNICEF & World Bank (2020). What Have We Learnt? Overview of Findings from a Survey of Ministries of Education on National Responses to COVID-19.
- 16- UNESCO, UNICEF & World Bank. (2022). From Learning Recovery To Education Transformation.
- 17- UNESCO. (2022). COVID-19 school health and safety protocols: good practices and lessons.
- 18- UNESCO. (2022). Happy Schools Guide and Toolkit: A Resource for Happiness.
- **19** UNESCO. (2020). *Policy brief Distance Learning in the Arab States.*
- **20** UNICEF. (2021). Out Of School Children.
- 21- World Health Organization WHO. (2020). Mental health and psychosocial support aspects of the COVID-19 response (No. WPR/DSE/2020/007). WHO Regional Office for the Western Pacific.
- 22- World Bank. (2019). Ending Learning Poverty What Will It Take?

32 الإتصال والتنمية

محور العدد: الاتصال في الحرب والأزمات

يورانيوم الإعلام الجديد آليات هندسة الجمهور في ظل الحروب الرقمية

د. علي أحمد الجامعة اللنانية

ملخص:

يتناول المقال مفهوم «يورانيوم الإعلام الجديد»، ويُركز بشكل خاص على آليات هندسة الجمهور في ظل الحروب الرقمية. يبدأ المقال بتعريف الحرب النفسية كوسيلة للتأثير على الرأي العام من خلال العوامل النفسية. مع مرور الوقت ومع التطور التكنولوجي، شهدت هذه الحروب تحولًا نوعيًا نحو البُعد الرقمي، مما أسفر عن ظهور ما يُعرف بالجيوش الرقمية. هذه الجيوش تستخدم منصات التواصل الرقمي لنشر المعلمات المضللة والدعاية بهدف تحقيق أهدافها. يُظهر المقال الأهداف المتنوعة لهذه الجيوش، التي قد تشمل الدعم السياسي أو التدخل في العمليات الانتخابية. كما يُركز المقال على الأهمية الاستراتيجية لفهم وظائف وأساليب الجيوش الرقمية في العصر الحالي، خصوصًا بالنظر إلى التأثيرات المحتملة على الأمان العالمي والمؤسسات الديمقراطية.

Abstract:

The article addresses the concept of "New Media Uranium," with a specific focus on the mechanisms of audience engineering in the age of digital wars. The article begins by defining psychological warfare as a means to influence public opinion through psychological factors. Over time, with technological advancements, these wars underwent a qualitative shift towards the digital realm, leading to the emergence of what is known as digital armies. These armies utilize digital communication platforms to disseminate misleading information and propaganda to achieve their objectives. The article highlights the diverse goals of these digital armies, which may include political support or interference in electoral processes. Moreover, the article emphasizes the strategic importance of understanding the roles and methods of digital armies in the current era, especially considering the potential impacts on global security and democratic institutions.

مقدمة:

تعرّف الحرب النفسية بأنها استخدام الوسائل النفسية للتأثير على سلوك العدو ومعنوياته واتخاذ قراراته، وقد شكّلت جانباً هاماً من النزاعات على مر التاريخ (2011،Daugherty). مع التطور السريع والتبني العالمي لتكنولوجيا المعلومات والتواصل الرقمي، تطورت الحرب النفسية، مما أدى إلى ظهور جيوش رقمية تستخدم مختلف التكتيكات للتأثير على الرأي العام والسلوك. يعتبر دراسة الجيوش الرقمية واستراتيجياتها أمراً بالغ الأهمية لفهم مشهد الحرب المعلوماتية الحالي وتداعياته المحتملة على الأمان العالمي والرأي العام والمؤسسات الدعقراطية (Baines & Jones, 2021).

يشير مصطلح "الجيوش الرقمية" إلى مجموعات منظمة أو شبكات تستخدم منصات الاتصال الرقمية لنشر المحلومات المضللة والدعاية والقيام بالهندسة الاجتماعية لتحقيق أهدافها (Woolley & Howard, 2016).. يمكن أن تتراوح هذه الأهداف بين تعزيز الأجندات السياسية المحددة والتقويض الثقة في المؤسسات وزرع الفتنة أو التدخل في العمليات الانتخابية. غالبًا ما تستخدم الجيوش الرقمية حسابات مؤتمتة، تعرف بـ "البوتات"، وحسابات تعمل بواسطة البشر يطلق عليها "الترول" لتعزيز رسائلها والتلاعب بالنقاش عبر الإنترنت (Ferrara). (2020).

أصبحت منصات الاتصال مثل وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة والمنتديات عبر الإنترنت الميدان الرئيسي للجيوش الرقمية في الحرب النفسية. تقدم هذه المنصات العديد من المزايا، بما في ذلك القدرة على الوصول إلى جمهور كبير بتكلفة ضئيلة، واستهداف مجموعات معينة أو أفراد، ونشر المعلومات بسرعة وبشكل فيروسي (.2018،Tucker et al). علاوة على ذلك، تجعل الخصوصية والطابع اللامركزي لهذه المنصات من الصعب تعقب مصادر الحملات، مما يسمح للجيوش الرقمية بالعمل بحرية نسبية لهذه المنصات من الصعب تعقب مصادر الحملات، مما يسمح للجيوش الرقمية بالعمل بحرية نسبية (.2019،Bradshaw & Howard)

نتيجة لذلك، أصبحت منصات الاتصال أدوات حاسمة للجيوش الرقمية لتشكيل الرأي العام وتحقيق أهدافها. تجعل الطبيعة المتواجدة لهذه المنصات جزءاً لا يتجزأ من حياة الناس اليومية، مما يجعلهم أكثر عرضة للتأثر بالجيوش الرقمية (.2018،Vosoughi et al). لذا، من الضروري فهم استراتيجيات الجيوش الرقمية ووضع تدابير فعّالة للحد من تأثيرها على المجتمع.

تتلخص أهداف هذا البحث في: أول، استكشاف الاستراتيجيات التي تستخدمها الجيوش الرقمية على منصات الاتصال في الحرب النفسية، مع التركيز على نشر المعلومات المضللة والدعاية والهندسة الاجتماعية؛ ثانياً، دراسة تأثير هذه الاستراتيجيات على الرأي العام والثقة في المؤسسات والعمليات الديمقراطية؛ وثالثاً، مناقشة التدابير المحتملة والتوصيات للحد من آثار الحرب النفسية الرقمية. يهدف هذا البحث إلى المساهمة في توسيع المعرفة حول الحرب المعلوماتية وتقديم رؤى لصناع القرار ومشغلي منصات الاتصال والمستخدمين.



تعتبر دراسة الجيوش الرقمية واستراتيجياتها موضوعاً ذا اهتمام متزايد في الأوساط الأكاديمية وصناعة السياسات. قام الباحثون بدراسة مختلف جوانب الحرب النفسية الرقمية، بما في ذلك التكتيكات المستخدمة من قبل الجهات الفاعلة الحكومية وغير الحكومية، ودور منصات الاتصال، والآثار الأخلاقية لهذه الممارسات (2017، Marwick & Lewis 2020، Ferrara \$ 2021، Baines & Jones).

في هذا البحث سنقدم الحرب النفسية وتطورها في العصر الرقمي. بعد ذلك، سنناقش بتفصيل استراتيجيات الجيوش الرقمية، بما في ذلك نشر المعلومات المضللة والدعاية والهندسة الاجتماعية، وتحليل تأثيرها على الرأي العام. أخيرًا، سنقترح تدابير مضادة وتوصيات للتخفيف من آثار الحرب النفسية الرقمية واقتراح مجالات للبحث المستقبلي.

الأسس النظرية للحرب النفسية

تعتبر الحرب النفسية استخدام مجموعة متنوعة من التكتيكات والاستراتيجيات للتأثير على تصورات ومواقف وسلوكيات جمهور مستهدف لتحقيق هدف معين، وغالبا ما يكون ذلك للإضعاف العدو أو الحصول على ميزة استراتيجية (Linebarger) لقد كانت جزأ من الحروب على مر التاريخ، بأمثلة تمتد من الحملات الدعائية القديمة إلى استخدام البث الإذاعي في الحرب العالمية الثانية (1997،Taylor).

تشمل إحدى النظريات الأساسية للحرب النفسية نظرية "الرصاصة السحرية" التي تقترح أنه يمكن حقن الرسائل مباشرة في عقول الجمهور، مما يؤدي إلى تغييرات سلوكية فورية وموحدة (1927،Lasswell). ومع ذلك، تم تفنيد هذه النظرية إلى حد كبير، حيث تقلل من تقدير تعقيد السلوك البشري ودور الوكالة الفردية في معالجة الرسائل والاستجابة لها (1955،Katz & Lazarsfeld).

تقترح نظرية "نظرية تدفق الاتصال ذي الخطوتين "Two Step Flow Theory أن تأثير وسائل الإعلام الجماعية يتم توسطه من خلال قادة الرأي الذين يفسرون المعلومات وينشرونها لشبكاتهم الاجتماعية Katz الجماعية يتم توسطه من خلال قادة الرأي الذين يفسرون المعلومات وينشرونها للبكاتهم الاجتماعي والثقافي الذي تتلقى 1955، Lazarsfeld فيه الرسائل ودور المؤثرين الرئيسيين في تشكيل الرأي العام.

نظرية أخرى ذات صلة هي نظرية "الأجندة"، التي تشير إلى أن وسائل الإعلام تلعب دورا هاما في تحديد القضايا والمواضيع التي تعتبر مهمة للجمهور، بدلا من تأثير آرائهم المباشرة (McCombs & Shaw)، 1972. تظهر هذه النظرية التأثير الهيكلي لوسائل الإعلام على مواقف الجمهور وتوجيه انتباههم إلى قضايا معينة.

تطور استراتيجيات الحرب النفسية الرقمية

مع تطور التكنولوجيا وظهور منصات الاتصال الرقمية، فقد أصبحت الحرب النفسية تتجه نحو مستوى

أعلى من التعقيد والفعالية (Singer & Brooking)، 2018 . هذا التطور الكبير بات يتضمن تأثيرا غير مسبوق للاستراتيجيات الرقمية في ساحة الحرب النفسية، والتي باتت تضم مجموعة من العمليات المتعددة. إحدى هذه العمليات هو نشر الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة. في هذا السياق، يتم استخدام الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة في الحرب النفسية الرقمية كوسيلة لزعزعة الثقة في المعلومات الموثوقة وتشويه سمعة الأفراد والمؤسسات (Lazer et al.)

من جهة أخرى، تتميز الحرب النفسية الرقمية بالاعتماد على البوتات والحسابات الزائفة كوسيلة لتعزيز وترويج المعلومات المضللة والأخبار المزيفة. هذه البوتات والحسابات الزائفة تعمل على تشويه الحوار العام وتعزيز الجدل السياسي (Woolley & Howard)، 2016.

وبالإضافة إلى ذلك، تتضمن الحرب النفسية الرقمية استخدام الهجمات الإلكترونية وعمليات التجسس. هذه الهجمات والعمليات تهدف إلى اختراق البنى التحتية الرقمية والحصول على معلومات حساسة والتأثير على النظم الرقمية والخدمات (.Shakarian et al.) كالنظم الرقمية والخدمات (.

وبشكل عام، مكن القول بأن الحرب النفسية الرقمية تعتبر من المجالات الناشئة والتي تتطور بسرعة، مما يجعل متابعة هذه التطورات أمرا ضرورياً في هذا الزمن الرقمى.

دور منصات الاتصال في الحرب النفسية الرقمية

تلعب منصات الاتصال الرقمية دورا هاما في تسهيل وتأثير الحرب النفسية الرقمية، حيث يمكن استخدامها لنشر المعلومات والتأثير على الجمهور بسرعة وكفاءة (DiResta et al.)، 2018 . تتضمن المنصات الرئيسية مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتير وإنستغرام، بالإضافة إلى منصات الدردشة والتواصل المباشر مثل واتساب وتيليغرام (Bradshaw & Howard)، 2017 . توفر هذه المنصات قنوات فعالة لنشر الرسائل الدعائية والمعلومات المضللة والأخبار المزيفة، مما يساهم في تعزيز استراتيجيات الحرب النفسية الرقمية (Pamment)، 2018 .

الاعتبارات الأخلاقية في الحرب النفسية الرقمية

تثير الحرب النفسية الرقمية عددا من الاعتبارات الأخلاقية والقانونية المهمة. بصفة خاصة، يتم تضمين استخدام الهجمات الإلكترونية وعمليات التجسس ضمن أساليب الحرب النفسية الرقمية، حيث يتم اختراق البنى التحتية الرقمية والحصول على معلومات حساسة. هذا السلوك ينتهك حقوق الخصوصية والأمان للأفراد والمؤسسات بطرق غير قانونية (Nissen)، 2015.

تتداخل الحرب النفسية الرقمية أيضا مع الحريات الأساسية، مثل حرية التعبير وحق الوصول إلى



المعلومات. هذا يطرح تساؤلات حول الحدود بين الحرية الشخصية والأمن الوطني والمصالح العامة، وتعقيداتها الأخلاقية والقانونية (Betz & Stevens)، 2013 .

يتم طرح تساؤلات حول مسؤولية منصات الاتصال الرقمية في منع انتشار المعلومات المضللة والأخبار المزيفة. هذه المنصات لها دور حاسم في تعزيز الحرب النفسية الرقمية، ولهذا يجب عليها أيضا أن تلعب دورا في فرض قواعد وسياسات لحماية المستخدمين والمجتمعات (Gillespie)، 2018.

مواجهة تحديات الحرب النفسية الرقمية

تزداد الحاجة لتطوير إجراءات فعالة واستجابات سياسية نظرا للقلق الأخلاقي والتأثير المحتمل للحرب النفسية الرقمية على العمليات الديمقراطية والتماسك الاجتماعي. لذا فإن تعزيز معرفة الإعلام يعتبر إحدى هذه الاستراتيجيات. فتحسين قدرة الجمهور على تقييم المعلومات وتحديد مصداقية مصادر المعلومات قد يؤدي لتعزيز المرونة ضد حملات التضليل المعلوماتي والدعاية (Hobbs)، 1998. تتضمن هذه الإجراءات دمج برامج معرفة الإعلام في المناهج التعليمية وترويجها من خلال حملات التوعية العامة، مع التركيز على المهارات مثل تقييم المصادر، والتحقق من الحقائق، والتعرف على المحتوى المتلاعب. (Livingstone et al. 2017)

بالإضافة إلى ذلك، فإن تعزيز دور مدققي المعلومات والصحافة المستقلة يمكن أن يلعب دوراً حيوياً. فهي مفتاح مواجهة التضليل المعلوماتي وتعزيز المعلومات الدقيقة (Graves & Cherubini)، 2016.

تنظيم منصات الاتصال يعتبر أيضا جزءا هاما من هذه الاستراتيجية. تنفيذ السياسات واللوائح اللازمة لمحاسبة منصات الاتصال على المحتوى الذي تستضيفه يمكن أن يخفف من انتشار التضليل المعلوماتي ويقلل من تأثير الحرب النفسية الرقمية (.Gorwa et al)، 2020 . يمكن أن يشمل هذا تدابير مثل إلزام المنصات بتحديد وإزالة المحتوى التضليلي، والكشف عن مصادر الإعلانات السياسية، وتنفيذ تدابير الشفافية لتزويد المستخدمين بمزيد من المعلومات حول المحتوى الذي يرونه (Bennett & Livingston)، 2018 .

وعلى الساحة الدولية، التعاون الدولي ووضع قواعد موحدة للسلوك في المجال الرقمي يمكن أن يساعد في الحد من استخدام الحرب النفسية الرقمية من قبل الجهات الحكومية Nye)، (Nye . قد يتضمن ذلك إقامة قواعد ضد التجسس الإلكتروني، والتدخل في العمليات الديمقراطية، واستخدام التضليل المعلوماتي لزعزعة استقرار السكان المستهدفين (Maurer & Morgus)، 2014 .

كما يمكن استغلال التقدم في مجال الذكاء الاصطناعي لتطوير أدوات وخوارزميات لاكتشاف ومواجهة حملات التضليل المعلوماتي والدعاية (Ferrara)، 2020. قد يشمل ذلك تطوير نظم تحقق من الحقائق تلقائيا، وأدوات تحليل المحتوى، وخوارزميات لتحديد وإزالة الحسابات والمحتوى الخبيث غير الأصيل

(Shao et al.)، 2018

وأخيرا، تعزيز الشفافية والمساءلة في نظام المعلومات الرقمي يمكن أن يساعد في بناء الثقة وزيادة المساءلة لأعمال الجهات الحكومية وغير الحكومية المشاركة في الحرب النفسية الرقمية (DiResta et al.)، 2018 . هذا قد يتضمن جهودا للكشف عن مصادر تمويل وسائل الإعلام والحملات السياسية.

حملات التضليل المعلوماتي

يعرف التضليل المعلوماتي أنه النشر المتعمد لمعلومات غير صحيحة أو مضللة أو معدلة بهدف خداع الرأي العام أو القيام بتأثير محدد أو إحداث حالة من الارتباك (Fallis)، 2015. هذا النوع من السلوك يختلف كثيرا عن نشر المعلومات غير الصحيحة غير المقصود، حيث يمكن للتضليل المعلوماتي أن يتخذ العديد من الأشكال التي تتراوح من أخبار ملفقة وصور معدلة وحتى إلى تضليل في السرد القصصي أو في مقاطع الفيديو 2010. (Wardle & Derakhshan)

عندما نتحدث عن الحرب النفسية الرقمية، يمكن تحديد عدة أنواع مختلفة من التضليل المعلوماتي التي مكن استخدامها، وتشمل الأنواع التالية:

الدعاية:

تعتبر الدعاية أحد أساليب النشر المنهجي للمعلومات، خاصة تلك التي تكون مضللة أو ذات طابع منحاز، بهدف دعم قضية سياسية معينة، أو فكرة، أو أجندة (Jowett & O'Donnell)، 2012. الدعاية قد تستخدم للتلاعب بالرأي العام، وتعزيز التأييد لقضية ما، أو لتشويه سمعة المعارضين.

الأخبار الزائفة:

الأخبار الزائفة تشير إلى قصص الأخبار الملفقة أو المقالات التي تبدو وكأنها من صحافة موثوقة، لكنها في الحقيقة تحتوي على معلومات غير صحيحة أو مضللة (.Tandoc et al.)، 2018. هذه القصص عادة ما تتم مشاركتها عبر منصات التواصل الاجتماعي، وقد تنتشر بسرعة كبيرة، مما يؤدي إلى انتشار المعلومات غير الصحيحة والتأثير السلبي على تصور الجمهور للواقع.

(DEEP FAKE): التضليل العميق

يعتبر المحتوى الصوتي أو الفيديو الذي تمت معالجته رقميا ليظهر بأن أشخاصا معينين قد قالوا أو قاموا بأشياء لم يقولوها أو يفعلوها في الحقيقة (Chesney & Citron)، 2019 . استخدام التضليل العميق في



حملات التضليل المعلوماتي يثير مخاوف حول تقويض الثقة في المحتوى السمعي والبصري، والقدرة على التلاعب بالرأي العام عن طريق الأدلة المزيفة.

استخدام الجيوش الرقمية للتضليل المعلوماتي

استخدام التضليل المعلوماتي أحد أساليب الجيوش الرقمية الرئيسية في الحرب النفسية، حيث تلجأ إلى الاستفادة من قوة منصات الاتصال لنشر المعلومات الكاذبة أو المضللة بسرعة إلى الجمهور المستهدف (Bastos & Mercea)، 2019 . هذه العملية يمكن تحقيقها من خلال استخدام حسابات غير أصيلة وبوتس ومتطفلين، بهدف تضغيم نطاق التضليل المعلوماتي وخلق وهم تأييد واسع النطاق أو إجماع (Nimmo)، 2015.

وبصفة عامة، يمكن للجيوش الرقمية استخدام التضليل المعلوماتي لتحقيق أهداف متعددة. من بين هذه الأهداف زرع الارتباك وعدم الثقة، حيث يمكن استغلال التضليل المعلوماتي لخلق الارتباك وزعزعة ثقة الجمهور في المؤسسات ووسائل الإعلام والأنظمة السياسية. هذه العملية قد تؤدي في النهاية إلى تفتت وانقسام المجال العام (Tucker et al.)، 2018.

إضافة إلى ذلك، يمكن للجيوش الرقمية تشكيل الرأي العام عبر استخدام التضليل المعلوماتي، من خلال نشر الروايات الكاذبة أو المضللة، مما يمكنها من التأثير على الرأي العام والتلاعب بتصور الأحداث والقضايا والأفراد (DiResta et al.)، 2018.

فضلا عن ذلك، يمكن استغلال التضليل المعلوماتي لتشويه سمعة المنافسين من السياسيين والنشطاء والخصوم الآخرين، عن طريق نشر اتهامات كاذبة أو عن طريق تضخيم الجدل القائم(Farkas & Schou)، 2018.

أخيرا، تحويل الانتباه هو استراتيجية أخرى قد تستخدمها الجيوش الرقمية. يمكن استخدام التضليل المعلوماتي لتحويل الانتباه عن الأخبار أو الأحداث غير المواتية عن طريق إنشاء تشتيت أو تعزيز الروايات (Woolley & Howard)، 2016.

غاذج من حملات التضليل المعلوماتي

في الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016، تحققت تجسيدات واضحة لاستخدام التضليل المعلوماتي حيث كانت الجيوش الرقمية المدعومة من روسيا نشطة في تشويه الثقة العامة في العملية الديمقراطية، واقراض معنى جديد لتوجيه الرأي العام (Jamieson)، 2018. استراتيجيتهم التي شملت اختراق البيانات وتسريب المعلومات السرية، جنبا إلى جنب مع استخدام بوتات وسائل التواصل الاجتماعي، سمحت لهم

بتكميم أصوات الحقائق الحقيقية وتضخيم الأخبار الكاذبة (Howard et al.)، 2018.

كما شاهدنا حملات التضليل في استفتاء بريكست حول خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي، حيث سارت الجيوش الرقمية في خطى التضليل المعلوماتي، نشرا لمعلومات غير دقيقة حول الاتحاد الأوروبي والتبعات المحتملة لخروج المملكة المتحدة (Graham-Harrison & Cadwalladr)، هذا النهج كان له دور في تشويه الحوار العام، وأيضا كان له تأثير طويل الأمد على نتيجة الاستفتاء حتى أن محرك غوغل سجل أن المصطلح الأكثر بحثا في بريطانيا صبيح ظهور نتيجة الاستفتاء: ما هو الاتحاد الأوروبي (Allcott et al.)،

كما عانى العالم من جائحة كوفيد19 -، حيث ترافقت مع تفشي واسع للتضليل المعلوماتي من قبل الجيوش الرقمية. تمتلئ الساحة بمعلومات غير صحيحة حول كل من أصل الفيروس وكيفية انتقاله والوقاية منه وعلاجه (Brennen et al.) 2000. تم تضخيم هذا الارتباك وسط الرأي العام، وزرع الشك في السلطات الصحية، ونشر نظريات المؤامرة الكثيرة (Pennycook & Rand)، 2020.

تأثير التضليل على الرأي العام

يمكن أن تؤثر حملات التضليل بشكل كبير ودائم على الرأي العام، حيث تقوّض الثقة في المؤسسات وتفرق المجتمعات وتشكل تصورات الأحداث والقضايا والأفراد (Lewandowsky et al.)، 2017

أحد الآثار الرئيسية للتضليل على الرأي العام هو تآكل الثقة. يمكن أن يساهم التضليل في انخفاض الثقة بالمؤسسات ووسائل الإعلام والأنظمة السياسية، حيث يصبح الجمهور أكثر تشكيكا في المعلومات التي يواجهونها .Tucker et al)،(2018)،(2018 . هذا التآكل في الثقة يمكن أن يجعل الأصعب على الحكومات والمنظمات والأفراد التواصل بفعالية والحفاظ على المصداقية.

إلى جانب ذلك، تتسبب حملات التضليل في التقسيم داخل المجتمعات. تستهدف هذه الحملات غالباً الانقسامات القائمة داخل المجتمعات وتستغلها، مما يعزز ويؤكد الروايات ووجهات النظر المتباينة Bail et)، (2018). عكن أن يؤدي ذلك إلى زيادة التقسيم السياسي والتمزق الاجتماعي، حيث يصبح الأفراد أكثر تسكا بمعتقداتهم وأقل قبولا للآراء المختلفة (Sunstein)، 2018.

بالإضافة إلى ذلك، تقوم حملات التضليل بتشويه التصورات. من خلال نشر معلومات خاطئة أو مضللة، يمكن أن تؤدي هذه الحملات إلى خلق تصورات مشوهة للواقع، مما يجعل الأفراد يكونون معتقدات غير دقيقة ويتخذون قرارات غير مستنيرة (.Lewandowsky et al.)، 2012 . يمكن أن يكون لهذا تأثيرات خطيرة على العمليات الديمقراطية والصحة العامة والتماسك الاجتماعي، حيث يستند الأفراد إلى مبادئ خاطئة في تحديد تصرفاتهم.



وأخيرا، تستخدم حملات التضليل النداءات العاطفية لإشراك وتلاعب جمهورها المستهدف، بالاستفادة من الخوف أو الغضب أو المشاعر الأخرى لدفع الأفراد نحو معتقدات أو أفعال محددة .2017)،(Brady et al. عكن أن يساهم التلاعب العاطفي في نشر التضليل، حيث إن المحتوى المليء بالمشاعر يكون أكثر احتمالية ليتم مشاركته والتفاعل معه على منصات وسائل التواصل الاجتماعي (.2018،(Vosoughi et al.)

الدعاية ودورها في هندسة الجمهور

تشير الدعاية إلى نشر المعلومات بشكل منهجي، وخاصة المعلومات المتحيزة أو المضللة، لتعزيز قضية سياسية أو أيديولوجية أو جدول أعمال (Jowett & O'Donnell)، 2012. إنها شكل من أشكال التواصل الذي يهدف إلى التأثير على آراء الأفراد أو سلوكياتهم من خلال تقديم الحقائق أو الأفكار المختارة لتشكيل تصور الجمهور Bernays)،(Bernays)،(1928 . يمكن أن تأخذ الدعاية أشكالا مختلفة، بما في ذلك استخدام الرموز والشعارات والروايات والصور ومحتوى الوسائط المتعددة.

هناك العديد من أنواع الدعاية التي يمكن استخدامها في الحروب النفسية الرقمية، بما في ذلك:

الدعاية البيضاء:

يتميز هذا النوع من الدعاية بالاعتراف المفتوح بمصدر المعلومات ويعتبر عادة أكثر مصداقيةً وأقل خداعاً. غالبا ما تعتمد الدعاية البيضاء على الحقائق والمنطق لإقناع جمهورها المستهدف (Taylor)، 1998.

الدعاية السوداء:

تتميز الدعاية السوداء باستخدامها للخداعاً والتكتم، حيث تقدم المعلومات الكاذبة على أنها مصدرة من مصدر موثوق به لتضليل الجمهور المستهدف (Taylor)، 1998. قد تشمل هذه الدعاية قصص أخبار ملفقة ومعلومات زائفة ومستندات مزورة.

الدعاية الرمادية:

تقع الدعاية الرمادية في مكان ما بين الدعاية البيضاء والسوداء، حيث يكون مصدر المعلومات غير واضح أو مبهم Taylor)،(Taylor)، قد تشمل هذه الدعاية مزيجا من المعلومات الصحيحة والخاطئة، مما يجعل من الأصعب تمييز مصداقيتها ونواياها.

الدعاية المبنية على الخوف:

تهدف هذه الدعاية إلى إثارة الخوف في جمهورها المستهدف من خلال تقديم التهديدات المتصورة والمخاطر أو العواقب (Jowett & O'Donnell)، 2012 . يمكن استخدام الدعاية المبنية على الخوف لتلاعب الرأي العام ودفع الأفراد نحو معتقدات أو إجراءات محددة.

الدعاية القائمة على الموجة الشعبية:

تشجع الدعاية القائمة على الموجة الشعبية الأفراد على الانضمام إلى قضية أو حركة معينة عن طريق تقديمها على أنها شعبية أو ناجحة أو لا مفر منها (Jowett & O'Donnell)، 2012 . يعتمد هذا النوع من الدعاية على الدليل الاجتماعي والانقياد لإقناع الجمهور المستهدف.

استخدام الجيوش الرقمية للدعاية

تستخدم الجيوش الرقمية الدعاية كاستراتيجية رئيسية في الحروب النفسية، مستفيدة من قوة منصات التواصل لنشر المعلومات المتحيزة أو المضللة للجماهير المستهدفة Bastos & Mercea يمكن تحقيق ذلك من خلال استخدام الحسابات غير الأصلية والروبوتات والمتصيدين لتعزيز مدى وصول الدعاية وخلق وهم التأييد الشامل أو الاتفاق (Nimmo)، 2015 .

قد تستخدم الجيوش الرقمية الدعاية لتحقيق أهداف متنوعة، بما في ذلك:

تشكيل الرأي العام:

من خلال نشر الحقائق أو الأفكار المختارة، يمكن للجيوش الرقمية التأثير على الرأي العام والتلاعب في تصور الأحداث والقضايا والأفراد (DiResta et al.)، 2018 .

تعزيز التأييد:

يمكن استخدام الدعاية لتجميع الأفراد حول قضية معينة أو أيديولوجية أو أجندة سياسية، مما يعزز الشعور بالوحدة والهوية الجماعية (Jowett & O'Donnell)، 2012.

تشويه سمعة المعارضين:

يمكن استخدام الدعاية لتشويه سمعة المعارضين السياسيين أو النشطاء أو الخصوم الآخرين، سواء عن طريق نشر اتهامات زائفة أو تضخيم الخلافات القائمة (Farkas & Schou)، 2018.



تحويل الانتباه:

قد تستخدم الجيوش الرقمية الدعاية لتحويل الانتباه عن الأخبار أو الأحداث غير مرغوب فيها من خلال إنشاء انحرافات أو ترويج لسرد قصص بديلة (Woolley & Howard)، 2016.

الهندسة الاجتماعية

تعرف الهندسة الاجتماعية بأنها التلاعب النفسي للأفراد بهدف الوصول إلى المعلومات أو التأثير على تصرفاتهم، عادة لأغراض خبيثة (Hadnagy)، 2018. إنها نهج غير تقني يستغل ضعف الإنسان، مثل الثقة أو الفضول أو الخوف، لتحقيق النتائج المرغوبة (Mitnick & Simon)، 2002. يمكن أن تتخذ الهندسة الاجتماعية أشكالاً مختلفة تتراوح بين الخداع البسيط إلى المخططات المعقدة التي تشمل خطوات وأهدافا متعددة.

هناك العديد من أنواع تقنيات الهندسة الاجتماعية التي يمكن استخدامها في الحرب النفسية الرقمية، بما في ذلك:

التصيد الإلكتروني (Phishing):

يتضمن التصيد الإلكتروني استخدام رسائل بريد إلكتروني أو رسائل أو مواقع ويب مزيفة لخداع الأفراد لكشف معلومات حساسة، مثل بيانات تسجيل الدخول أو المعلومات المالية .Jagatic et al. غالباً ما تظهر هذه الرسائل المضللة على أنها مصدرة من مصادر مشروعة، مثل البنوك أو مقدمي الخدمات، وقد تستخدم لغة عاجلة أو مزعجة لدفع الهدف للعمل (.Chen et al.)، 2012.

التظاهر (Pretexting):

التظاهر هو شكل من أشكال الهندسة الاجتماعية حيث يتبنى المهاجم هوية أو دوراً كاذباً لكسب ثقة الهدف والتلاعب به لتوفير المعلومات أو المساعدة (Granger)، 2002. قد يتضمن ذلك تقمص شخصية زميل في العمل او شخصية سلطوية او مقدم خدمة، وغالباً ما يتطلب من المهاجم بناء قصة غطاء او سيرة ذاتية مقنعة للحفاظ على الخداع (Hadnagy)، 2018.

التحريض (Baiting):

يتضمن التحريض استخدام طعم أو حافز لجذب الهدف إلى التفاعل مع المهاجم، مثل تنزيل برامج ضارة أو النقر على رابط ضار أو الكشف عن معلومات حساسة (Stajano & Wilson)، 2009. مكن أن يتخذ

ذلك شكل عناصر ذات قيمة واضحة، مثل برامج مجانية أو بطاقات هدايا، أو وعد بمعلومات حصرية أو مكافآت(Hadnagy)، 2018.

المقايضة (Quid pro quo):

تعتمد الهندسة الاجتماعية المقايضة على مبدأ المعاملة بالمثل، حيث يقدم المهاجم المساعدة أو الخدمة مقابل تعاون الهدف أو المعلومات (Cialdini)، 2001. قد يتضمن ذلك توفير الدعم الفني، أو تقديم تقييمات مجانية أو استشارات، أو منح الوصول إلى موارد مقيدة أو معلومات (Hadnagy)، 2018.

التذييل (Tailgating):

التذييل، المعروف أيضا باسم "الاستفادة"، ينطوي على دخول غير مصرح به إلى منطقة آمنة أو نظام عن طريق التذييل، المعروف أيضا باسم "الاستفادة"، ينطوي على دخول غير مصرح له (Sasse et al.)، 2001. في سياقات الرقمية، يمكن أن يشمل ذلك الوصول إلى شبكات أو أنظمة مقيدة عن طريق استغلال ثقة المستخدمين المصرح لهم أو استرخاؤهم (Mitnick & Simon)، 2002.

استخدام الجيوش الرقمية للهندسة الاجتماعية

تستخدم الجيوش الرقمية الهندسة الاجتماعية كاستراتيجية رئيسية في الحرب النفسية، حيث تستفيد من ضعف الإنسان لجمع المعلومات واختراق الأنظمة والتأثير على الرأي العام (Taddeo)، 2016 يمكن تحقيق ذلك من خلال هجمات مستهدفة على الأفراد أو المنظمات أو المجتمعات، باستخدام مجموعة من التقنيات لاستغلال الثقة والفضول وغيرها من العوامل النفسية (Shaw)، 2005.

قد تستخدم الجيوش الرقمية الهندسة الاجتماعية لتحقيق أهداف مختلفة، ما في ذلك:

جمع المعلومات:

ي كن استخدام الهندسة الاجتماعية للحصول على معلومات حساسة، مثل بيانات تسجيل الدخول أو المستندات الداخلية أو الخطط الاستراتيجية، عن طريق التلاعب بالأفراد للكشف عن هذه البيانات أو مشاركتها دون قصد (Jagatic et al.)، 2007.

اختراق النظام:

من خلال خداع الأفراد لتنزيل برامج ضارة أو النقر على روابط ضارة أو منح الوصول غير المصرح به، عكن للهندسة الاجتماعية تسهيل اختراق أنظمة الكمبيوتر والشبكات، مما يتيح للجيوش الرقمية إجراء التجسس



الإلكتروني أو التخريب أو الأنشطة الخبيثة الأخرى (Chen et al.)، 2012.

عمليات المعلومات:

يكن استخدام الهندسة الاجتماعية للتلاعب بالرأي العام ونشر المعلومات المضللة أو تضخيم الروايات المنقسمة من خلال استغلال الثقة والعواطف والتحيزات المعرفية للأفراد والمجتمعات (Taddeo)، 2016. قد يشمل ذلك إنشاء حسابات وهمية على وسائل التواصل الاجتماعي، أو إنشاء حسابات تنتحل صفة شخصيات ذات سلطة أو مؤثرين، أو تلفيق قصص إخبارية ومحتوى آخر لخداع والتلاعب بالجمهور المستهدف (Nimmo)، 2015.

التجنيد والتطرف:

قد تستخدم الجيوش الرقمية الهندسة الاجتماعية لتحديد وتجنيد وتطرف الأفراد لأجل قضيتها، استغلال العلاقات الشخصية والاهتمامات المشتركة أو التلاعب النفسي لزرع الولاء والالتزام (Huey)، 2015. يمكن أن يشمل ذلك استخدام المنصات وأدوات التواصل عبر الإنترنت لتهيئة وتنشيط المؤيدين والمتعاطفين والعملاء (Weimann)، 2014.

تأثر الهندسة الاجتماعية على الرأى العام

عكن أن يكون للهندسة الاجتماعية تأثيرات كبيرة ودائمة على الرأي العام، حيث عكن أن تشكل تصورات الأحداث والقضايا والأفراد، وتدفع الأفراد نحو معتقدات أو أفعال محددة (Lewandowsky et al.)، 2017. تشمل بعض التأثيرات الرئيسية للهندسة الاجتماعية على الرأي العام:

تلاعب بالخطاب العام:

ي كن أن تعمل حملات الهندسة الاجتماعية على تلاعب بالخطاب العام من خلال نشر معلومات مضللة، وتضخيم الروايات المثيرة للانقسام، أو قمع وجهات النظر البديلة، مما يشوه بيئة المعلومات ويؤثر على الرأي العام (Taddeo)، 2016.

تآكل الثقة:

يكن أن تساهم تقنيات الهندسة الاجتماعية الخادعة، مثل التنكر، أو استخدام قصص غطاء مزيفة، أو صنع قصص إخبارية ملفقة، في انخفاض الثقة في المؤسسات والإعلام والنظم السياسية، حيث يصبح الجمهور

أكثر تشككا في المعلومات التي يواجهها (Tucker et al.)، 2018.

الاستقطاب والتطرف:

تستهدف حملات الهندسة الاجتماعية غالبا التوترات الموجودة داخل المجتمعات وتستغلها، مما يعزز التحيزات القائمة ويشعل التوترات ويزيد من الاستقطاب (Taddeo)، 2016. في بعض الحالات، يمكن أن تساهم هذه الجهود في تطرف الأفراد أو الجماعات، مما يدفعهم نحو معتقدات أو أفعال أكثر تطرفاً (Huey)، 2015.

التقويض الديمقراطي:

يمكن استخدام تكتيكات الهندسة الاجتماعية للتدخل في العمليات الديمقراطية، مثل الانتخابات أو الاستفتاءات، من خلال نشر معلومات مضللة، اختراق الأنظمة الانتخابية، أو تلاعب الرأي العام من خلال حملات التأثير المستهدفة (Jamieson)، 2018. يمكن أن يؤدي ذلك إلى فقدان الثقة في العملية الديمقراطية وتآكل القيم والمعايير الديمقراطية (Diamond)، 2019.

التأثير النفسي والعاطفي:

يمكن أن تستغل حملات الهندسة الاجتماعية العواطف البشرية، مثل الخوف والغضب أو الفضول، للتلاعب بالأفراد والمجتمعات، مما يؤدي إلى القلق والارتباك أو غيرها من العواقب النفسية والعاطفية (Lewandowsky et al.)، 2017. يمكن أن يسهم ذلك بشكل أكبر في الاستقطاب وعدم الثقة التي تسعى هذه الحملات غالبا إلى إنشائها.

التصدى للهندسة الاجتماعية

يتطلب التصدي للهندسة الاجتماعية اتخاذ تدابير متعددة الجوانب تشمل الوعي والتثقيف والأمان السيبراني. بعض الخطوات الرئيسية للحد من تأثير الهندسة الاجتماعية تشمل:

التوعية والتثقيف:

تعزيز الوعي حول تقنيات الهندسة الاجتماعية وأهمية التحقق من المصادر والمعلومات يمكن أن يكون أداة قوية للوقاية. يجب أن تشمل برامج التثقيف هذه الجماهير المستهدفة والمنظمات المعرضة للخطر، وكذلك الجمهور العام (Pfleeger & Caputo)، 2012.



الأمان السيبراني:

استخدام تقنيات أمان سيراني متقدمة، مثل الجدران النارية وبرامج مكافحة الفيروسات وتشفير البيانات، 2012. كن أن يكون خط الدفاع الأول ضد الهجمات التي تستند إلى الهندسة الاجتماعية (Chen et al.)، 2012.

السياسات والإجراءات الأمنية:

تطوير وتنفيذ سياسات وإجراءات أمنية قوية، مثل تعدد عوامل التوثيق والوصول المحدد إلى المعلومات الحساسة، يمكن أن يقلل من الضرر الناجم عن هجمات الهندسة الاجتماعية (Mitnick & Simon)، 2002.

الرصد والاستجابة:

إنشاء آليات لرصد والإبلاغ عن محاولات الهندسة الاجتماعية والتأكد من أن المنظمات والأفراد مجهزون للاستجابة بشكل فعًال عند الاقتضاء. يمكن أن تساعد الاستجابات السريعة والمنسقة في تقليل التأثير المحتمل لهجمات الهندسة الاجتماعية والحد من انتشارها (Bakhshi et al.)، 2013.

مواجهة الحروب الرقمية

الأطر القانونية والسياسات

لمواجهة التحديات التي تطرحها الهندسة الاجتماعية في الحرب النفسية، يجب أن تقوم الحكومات وصناع السياسات بوضع أطر قانونية وسياسات شاملة تعرف بوضوح أساليب الهندسة الاجتماعية الخبيثة وفرض عقوبات مناسبة لاستخدامها (Gordon & Ford)، 2006. يجب أن تكون هذه الأطر مصممة لتعزيز الشفافية والمساءلة والردع، مع موازنة الحاجة إلى حماية الخصوصية الفردية وحرية التعبير (DeNardis & Hackl)، 2015

تشريعات الجرائم الإلكترونية:

يجب على الحكومات تبن أو تحديث تشريعات الجرائم الإلكترونية لمعالجة هجمات الهندسة الاجتماعية بشكل خاص، بما في ذلك الأحكام التي تجرم استخدام الخداع أو تقمص الشخصية أو غيرها من التقنيات الخبيثة لأغراض ضارة(Brenner)، 2010. قد يشمل ذلك إدخال جرائم جديدة أو عقوبات أو آليات للإنفاذ لضمان مقاضاة المرتكبين بشكل فعال ومحاسبتهم (Goodman)، 2011.

قوانين حماية البيانات والخصوصية:

لمنع استغلال المعلومات الشخصية في هجمات الهندسة الاجتماعية، يجب على الحكومات تعزيز قوانين حماية البيانات والخصوصية، مطالبة المنظمات بتنفيذ تدابير أمان قوية وإبلاغ الأفراد عن انتهاكات البيانات والحصول على موافقة مستنيرة على جمع البيانات ومعالجتها (Solove)، 2011. يجب أن تتيح هذه القوانين للأفراد الحق في الوصول إلى معلوماتهم الشخصية وتصحيحها أو حذفها، بالإضافة إلى الحق في التماس التعويض عن انتهاكات الخصوصية (Greenleaf)، 2012.

تنظيم المحتوى على الإنترنت:

للتخفيف من انتشار التضليل والدعاية وغيرها من المحتوى الضار في حملات الحرب النفسية، يجب على صناع السياسة تطوير أطر قانونية وتنظيمية لمراقبة المحتوى على الإنترنت، متطلبة من المنصات إزالة أو تحديد نشر هذا المحتوى مع احترام حرية التعبير وحقوق الإنسان (Gillespie)، 2018. قد يتضمن ذلك اعتماد تعريفات واضحة ومعايير وآليات للإبلاغ، بالإضافة إلى إنشاء هيئات رقابة مستقلة أو آليات لتقديم الشكاوى (MacKinnon et al.)، 2015.

تعزيز الكفاءة الرقمية

تعزيز الكفاءة الرقمية بين الجمهور العام هو عنصر أساسي في مكافحة الهندسة الاجتماعية في الحرب النفسية. يشمل ذلك تثقيف الأفراد حول المخاطر والتقنيات المرتبطة بالهندسة الاجتماعية وتزويدهم بالمعرفة والمهارات اللازمة للتعرف على هذه الهجمات ومقاومتها (Parsons et al.)، 2014.

حملات التوعية:

يجب أن تتعاون الحكومات والمؤسسات التعليمية ومنظمات المجتمع المدني في تطوير ونشر حملات التوعية العامة التي تعزز الكفاءة الرقمية وأفضل الممارسات في مجال الأمان السيبراني، مثل التعرف على رسائل التصيد الإلكتروني واستخدام كلمات المرور القوية وتمكين المصادقة الثنائية (Pfleeger & Caputo)، 2012. يجب أن تكون هذه الحملات مصممة للوصول إلى جماهير متنوعة، بما في ذلك الأطفال وكبار السن ومستخدمي الحواسيب غير الفنيين، ويجب استخدام مختلف قنوات الإعلام، مثل التلفزيون والراديو والمطبوعات ووسائل التواصل الاجتماعي (Alhaboby et al.)، 2017.



برامج التعليم والتدريب:

يجب دمج الكفاءة الرقمية والأمن السيبراني في المناهج التعليمية الرسمية، من المستوى الابتدائي إلى المستوى 2010 (Kritzinger & von Solms)، 2010. الجامعي، لضمان تطوير التلاميذ على أساس قوي في هذه الموضوعات (للموظفين، مع التركيز بالإضافة إلى ذلك، يجب أن تقدم المنظمات فرص التدريب والتطوير المهني بشكل منتظم للموظفين، مع التركيز على التوعية بالهندسة الاجتماعية والوقاية منها (Mylonas et al.) .

المشاركة المجتمعية:

يمكن ان تلعب المبادرات المجتمعية، مثل ورش العمل والندوات او برامج التوجيه بين الاقران، دورا هاما في تعزيز الكفاءة الرقمية والمرونة على المستوى المحلي (Huey et al.)، 2016. من خلال التفاعل مع اعضاء المجتمع، ما في ذلك الآباء والمعلمين والقادة المحليين، يمكن لهذه المبادرات ان تساعد في بناء راس المال الاجتماعي والفعالية الجماعية في التعامل مع تهديدات الهندسة الاجتماعي والفعالية الجماعية في التعامل مع تهديدات الهندسة الاجتماعية (Chen et al.)، 2014

تعزيز المساءلة على المنصات

تلعب المنصات الإلكترونية، مثل شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة ومحركات البحث، دورا حيويا في مكافحة الهندسة الاجتماعية في الحرب النفسية. يجب محاسبتهم على دورهم في تسهيل انتشار التضليل والدعاية وغيرها من المحتوى الضار، بالإضافة إلى جهودهم لحماية خصوصية المستخدمين وأمان البيانات (Klonick)، 2018.

مراقبة المحتوى والشفافية الخوارزمية:

يجب على المنصات الإلكترونية الاستثمار في عمليات مراقبة المحتوى الأكثر قوة، بما في ذلك استخدام المراجعين البشر وتقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي، لاكتشاف وإزالة المحتوى الضار المتعلق بالهجمات الهندسة الاجتماعية (.Gorwa et al.)، 2020. يجب أن توفر أيضا شفافية أكبر بشأن سياسات مراقبة المحتوى والخوارزميات المستخدمة لترتيب وتوصية أو ترويج المحتوى، لضمان عدم تضخيم هذه الأنظمة للتضليل أو السرد المنفصل عن الواقع بطريق الخطأ (.Helberger et al.)، 2018.

التحقق من المستخدم والمصادقة:

يجب على المنصات تنفيذ تدابير التحقق من المستخدم والمصادقة الأقوى لمنع إنشاء واستخدام حسابات مزيفة أو بوتات أو ملفات تعريف غير أصلية قد تكون متورطة في حملات الهندسة

الاجتماعية (Edwards et al.)، 2014. قد يشمل ذلك استخدام التحقق من رقم الهاتف او المصادقة الاجتماعية (Ghosh & Scott)، 2018.

أمان البيانات والخصوصية حسب التصميم:

يجب أن تتبنى المنصات نهج الخصوصية حسب التصميم في منتجاتها وخدماتها، مع ضمان تناول الخصوصية وأمان البيانات للمستخدمين وتركيزها طوال دورة تطوير المنتجات (Cavoukian)، 2011. يتضمن ذلك تنفيذ تشفير قوي وتقليل البيانات ومراقبة الوصول، بالإضافة الى توفير اعدادات الخصوصية الشفافة والتفصيلية للمستخدمين (Maras)، 2017.

التعاون الدولي

يتطلب التعامل مع طابع الهندسة الاجتماعية العالمي في الحرب النفسية تعاونا دوليا متواصلا بين الحكومات ووكالات انفاذ القانون والمنظمات القطاع الخاص والمجتمع المدني (Shackelford)، 2000. يمكن ان يسهم هذا التعاون في مشاركة افضل الممارسات وتطوير المعايير والقواعد المشتركة وتنسيق الاستجابات المشتركة لمواجهة التهديدات عبر الحدود (Benedek et al.)، 2020.

مشاركة المعلومات وبناء القدرات: يجب أن تعمل المنتديات والشبكات الدولية، مثل الأمم المتحدة والاتحاد الأوروبي ومنظمة الأمن والتعاون في أوروبا، كمنصات لمشاركة المعلومات والموارد والخبرات المتعلقة بالهندسة الاجتماعية والحرب النفسية (Smeets)، 2018. قد يتضمن ذلك تطوير مبادرات بحثية مشتركة او برامج تدريبية او مشاريع المساعدة التقنية المستهدفة لبناء قدرات الحكومات والمنظمات والافراد على مواجهة هذه التهديدات (Kulesza)، 2016.

توحيد الإطار القانوني والتنظيمي:

يجب على الحكومات العمل معا لتوحيد أطرها القانونية والتنظيمية المتعلقة بجرائم الحاسوب وحماية البيانات وتنظيم المحتوى عبر الإنترنت، مع ضمان تعريف تقنيات الهندسة الاجتماعية الخبيثة وتجريها وفرض عقوبات عليها بشكل متسق في جميع الاختصاصات القضائية (Gercke)، 2012. قد يتضمن ذلك التفاوض بشأن اتفاقيات دولية جديدة، وتطوير قوانين نموذجية، أو اعتماد معاهدات المساعدة القانونية المتبادلة لتسهيل التحقيقات والمقاضاة عبر الحدود (Swire)، 2011.



خاتمة

إن فهم تأثير الحروب النفسية الرقمية على المشهد الإعلامي هو أمر بالغ الأهمية من هنا فإن هناك عدة مجالات تستحق مزيدًا من الاستكشاف والدراسة أهمها الدور المتطور لمنصات الإعلام وقنوات الاتصال في الحروب النفسية الرقمية، وفعالية التدابير المضادة والتوصيات والعواقب الطويلة الأجل للحروب النفسية الرقمية على الإعلام والثقة في المؤسسات الإعلامية والعمليات الديمقراطية

كما أن دراسة تأثير التقنيات الناشئة، مثل الذكاء الاصطناعي والتزييف العميق (deepfakes) والواقع الافتراضي، على الحروب النفسية الرقمية يحتاج إلى إيلاء جهود مكثفة لمواكبة التطور في هذا الجانب ودراسته والتوعية من المخاطر التي قد تتأتى من خلاله.

ختاما تترتب على الحروب النفسية الرقمية آثار بعيدة المدى على المشهد الإعلامي تلعب مجال دراسات الإعلام والاتصال دورًا حيويًا في فهم ومعالجة التحديات التي تنشأ من الحروب النفسية الرقمية.

لهذا الغرض، نقترح أن تركز الأبحاث المستقبلية على التعاون بين التخصصات، استنادًا إلى الخبرة من مجالات مختلفة، بما في ذلك علم النفس والعلوم السياسية وأمان المعلومات، لتطوير فهم أكثر شمولية للحروب النفسية الرقمية وتأثيراتها. من خلال العمل معًا يمكن أن يساهم الباحثون في إنشاء استراتيجيات فعالة ومتعددة الجوانب لمواجهة التهديدات التي تشكلها الجيوش الرقمية ومن الدراسات المقترحة على سبيل المثال

- 1 تقييم الأثر الفعلي للحرب النفسية الرقمية على المجتمعات والدول: من خلال تحليل حالات محددة وأمثلة توضيحية، يمكن للباحثين تحديد الأثر الفعلي للحرب النفسية الرقمية على المجتمعات والدول، مما يساعد في تحديد السياسات والاستراتيجيات المناسبة لمواجهة هذه التحديات.
- 2 دراسة الأدوار والمسؤوليات المتبادلة للأفراد والمؤسسات ومنصات الاتصال الرقمية في الحرب النفسية: من خلال فهم الأدوار والمسؤوليات المتبادلة للأفراد والمؤسسات ومنصات الاتصال الرقمية، يمكن تطوير توصيات لتعزيز المهارسات الأخلاقية والقانونية في مجال الحرب النفسية الرقمية.
- 3 تطوير استراتيجيات وسياسات للتصدي للحرب النفسية الرقمية: يمكن للباحثين استكشاف السبل الممكنة لتطوير استراتيجيات وسياسات مبتكرة لمواجهة الحرب النفسية الرقمية وحماية الديمقراطية والتماسك الاجتماعي.
- 4 دراسة التطورات الجديدة في مجال الحرب النفسية والتكنولوجيا: من خلال استعراض التطورات الجديدة في مجال الحرب النفسية والتكنولوجيا، عكن للباحثين تقدير التحديات والفرص المستقبلية في هذا المجال وتوجيه الجهود البحثية نحو مواجهة هذه التحديات.
- 5 التصيّد الإلكتروني والتحرش: مِكن أن تتضمن استراتيجيات الحرب النفسية الرقمية استخدام التصيّد

الإلكتروني والتحرش على الإنترنت لترويع أو إسكات أو تشويه سمعة الأفراد أو الجماعات المحددة. 6 - دور الجهات الحكومية وغير الحكومية: يضيف تورط الجهات الراعية للدولة في الحرب النفسية الرقمية طبقة من التعقيد إلى الاعتبارات الأخلاقية، حيث يُشكِّك في المفاهيم التقليدية للسيادة وشرعية أعمال الدولة في المجال.

المصادر:

- Alhaboby, Z. A., Alghamdi, A., Alharbi, F., & Alshahrani, M. (2017). The Effectiveness of Awareness Campaigns in Enhancing Cybersecurity: A Case Study of Saudi Arabia. International Journal of Advanced Computer Science and Applications, 8(2), 138-145.
- Al-Rawi, A. (2014). Disrupting ISIS and its media: The new cyber frontier. Journal of Arab & Muslim Media Research, 7(2-3), 233-248.
- 3. Baker, J. R., & Moore, S. M. (2008). Distress, coping, and blogging: Comparing new Myspace users by their intention to blog. CyberPsychology & Behavior, 11(1), 81-85.
- 4. Bazarova, N. N., Taft, J. G., Choi, Y. H., & Cosley, D. (2018). Managing impressions and relationships on Facebook: Self-presentational and relational concerns revealed through the analysis of language style. Journal of language and social psychology, 37(1), 5-26.
- 5. Benedek, W., & Kettemann, M. C. (2020). Multistakeholderism: An Empirical Assessment. Journal of Information, Communication and Ethics in Society.
- 6. Brenner, S. W. (2010). Cybercrime: Criminal Threats from Cyberspace. Praeger.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 1909-1912).
- 8. Cavoukian, A. (2011). Privacy by Design: The 7 Foundational Principles. Information and Privacy Commissioner of Ontario, Canada.
- 9. Chen, J., Zhang, Y., & Kim, Y. (2017). Artificial Intelligence in Cybersecurity: The Future is Now. Computer, 50(9), 45-53.
- Christofides, E. (2009). The emergence and evolution of social media. In Online consumer psychology: Understanding and influencing consumer behavior in the virtual world (pp. 19-31). Routledge.
- 11. cybercrime. Computer Fraud & Security, 2014(6), 5-11.
- 12. DeNardis, L., & Hackl, A. (2015). Internet governance by social media platforms. Telecommunications Policy, 39(9), 761-770.
- 13. Denning, D. E. (2015). A Framework for Cybersecurity. Communications of the ACM, 58(1), 33-36.
- 14. Diamond, L. (2019). Ill Winds: Saving Democracy from Russian Rage, Chinese Ambition, and

- American Complacency. Penguin Press.
- 15. Edwards, J. D., Moriarty, A. R., & Stroman, K. E. (2014). Verification of Online Identities. IEEE Security & Privacy, 12(6), 60-63.
- 16. Evans, J. R., & Mathur, A. (2005). The value of online surveys. Internet research, 15(2), 195-219.
- 17. Gercke, M. (2012). International cooperation against cybercrime: EU, Council of Europe, UN, OSCE. Springer Science & Business Media.
- 18. Ghosh, R., & Scott, J. (2018). The false positive problem of fake news detection. arXiv preprint arXiv:1804.08559.
- Gillespie, T. (2018). Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape social media. Yale University Press.
- 20. Goodman, M. J. (2011). Cybercrime, Transnational Crime, and Intellectual Property Theft. Journal of International Affairs, 64(2), 133-148.
- 21. Goodman, S. E. (2011). The developing international law of cybercrime. The Yale Law Journal, 120(4), 769-834.
- 22. Gordon, L. A., & Ford, R. (2006). Cyber security policy guidebook. John Wiley & Sons.
- 23. Gorwa, R., Binns, R., & Katzenbach, C. (2020). Algorithmic Content Moderation: Technical and Political Challenges in the Automation of Platform Governance. Big Data & Society, 7(1), 2053951719897945.
- 24. Greenleaf, G. W. (2012). Asian data privacy laws: Trade barriers and global privacy standards. International Data Privacy Law, 2(4), 197-211.
- 25. Hampton, K. N., & Wellman, B. (2003). Neighboring in Netville: How the Internet supports community and social capital in a wired suburb. City & Community, 2(4), 277-311.
- 26. Helberger, N., van der Noll, R., & de Vreese, C. H. (2018). Regulating online platforms as news publishers: A dangerous path. In The Routledge Companion to Media Regulation and Pluralism (pp. 148-162). Routledge.
- 27. Huey, L., Morris, D., & Aggarwal, S. (2016). Understanding and combating social engineering attacks. Communications of the ACM, 59(10), 70-77.
- Joinson, A. N. (2008). Looking at, looking up or keeping up with people? Motives and use of Facebook. In Proceeding of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 1027-1036).
- 29. Kim, J., & Lee, J. E. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. Cyberpsychology, behavior, and social networking, 14(6), 359-364.
- 30. Kritzinger, E., & von Solms, R. (2010). Information security culture: Surveying the state of the art. IEEE Transactions on Information Forensics and Security, 5(4), 734-737.
- 31. Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., ... & Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. PloS one, 8(8), e69841.
- 32. Kshetri, N. (2018). Blockchain's roles in meeting key supply chain management objectives.

- - - International Journal of Information Management, 39, 80-89.
 - 33. Kulesza, J. (2016). The use of ICT in the fight against cybercrime. In The Handbook of Information Security for Advanced Neuroprosthetics (pp. 105-121). Springer.
 - 34. Lewandowsky, S., Ecker, U. K., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2017). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. Psychological Science in the Public Interest, 18(3), 106-131.
 - 35. MacKinnon, R., et al. (2015). Fostering freedom online: The role of internet intermediaries. Council on Foreign Relations.
 - 36. Maras, M. H. (2017). Cybercriminology: Exploring Internet crimes and criminal behavior. Routledge.
 - 37. Mylonas, A., Kastania, A., & Christoforidou, S. (2019). The role of social media in crisis management: A literature review. Journal of Information, Communication and Ethics in Society, 17(2), 123-139.
 - 38. Parsons, K., McCormac, A., Pattinson, M., & Butavicius, M. (2014). Cyberchondria: A narrative review of the literature. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 17(12), 761-768.
 - 39. Pfleeger, C. P., & Caputo, D. D. (2012). Security in computing. Pearson Education.
 - 40. Shaw, M. (2005). The new Western way of war: Risk transfer war and its crisis in Iraq. Cambridge: Polity Press.
 - 41. Solove, D. J. (2011). Privacy and power: Computer databases and metaphors for information privacy. Stanford Law Review, 53(6), 1393-1402.
 - 42. Song, H., Zmyslinski-Seelig, A., Kim, J., Drent, A. M., Victor, A., Omori, K., ... & Lee, S. (2015). Does Facebook make you lonely? A meta-analysis. Computers in Human Behavior, 46, 236-247.
 - 43. Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. Cyberpsychology & behavior, 7(3), 321-326.
 - 44. Taddeo, M. (2016). Cyber warfare and the implications for cyber security studies. Journal of Information Warfare, 15(3), 16-28.
 - 45. Tandoc Jr, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing? Computers in Human Behavior, 43, 139-146.
 - 46. Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., ... & Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. Rand Corporation.
 - 47. Twenge, J. M., Campbell, W. K., & Gentile, B. (2012). Increases in depressive symptoms, suiciderelated outcomes, and suicide rates among US adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. Clinical Psychological Science, 6(1), 3-17.
 - 48. Wylie, C. A. (2019). Mindf* ck: Cambridge Analytica and the plot to break America. Random House.
 - 49. Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. Computers in human behavior, 24(5), 1816-1836.

الإتصال والتنمية

محور العدد: الاتصال في الحرب والأزمات

الأزمات الصحية بالمواقع الإخبارية الفلسطينية في ظل حصار غزّة «دراسة تحليلة مقارنة»

د. أحمد عرابي حسين الترك الجامعة الاسلامية –غزة –فلسطين أ. أسامة توفيق خضر طه وزارة الصحة – غزة -فلسطين

المستخلص:

تهدف الدراسة الى التعرف على مدى اهتمام المواقع الفلسطينية الإخبارية بالأزمات الصحية في ظل حصار غزة، والتعرف على أبرز الموضوعات والأزمات، وتحديد الأشكال الصحفية وتحليل مضمونها، وهى دراسة وصفية، استخدمت منهج الدراسات المسحية وفي اطاره اسلوب تحليل المضمون، ومنهج العلاقات المتبادلة وفي اطاره المقارنة المنهجية، وطبقت استمارة تحليل المضمون على موقعي : وكالة الرأي الفلسطينية، ووكالة الأنباء والمعلومات «وفا»، واستخدمت نظرية «الأجندة الإعلامية»، ومن أهم نتائجها تباين اهتمام مواقع الدراسة بتناول الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة وجاء موقع وكالة الرأي الفلسطينية بأعلى نسبة وصلت (%77.4)، وفي المرتبة الثانية جاءت وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا بنسبة (%20.6)، من بين المصادر التي اعتمد عليها «الرسمي الفلسطيني في قطاع غزة» على المرتبة الأولى بنسبة (%49)، من بين المصادر التي اعتمد عليها موقعي الدراسة، وتناول موقعي الدارسة موضوعات «أزمة جائحة كوفيد 19 وتحورات الفيروس» باهتمام بالغ وجاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (%50) تلتها موضوعات «أزمة نقص الأدوية والمهمات الطبية» بالمرتبة الثانية بنسبة (%10).

ومن أهم توصياتها التأكيد على المعالجة الموضوعية والمهنية لموضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار، وعدم إخضاعها لأجندات المؤسسة الإعلامية باعتبار الأزمات من القضايا الوطنية الفلسطينية.

الكلمات المفتاحية: الأزمات الصحية _ المواقع الاخبارية الفلسطينية _ حصار غزة

Abstract:

This study aimed to identify the extent to which Palestinian news websites are interested in health crises under the siege of Gaza, to determine the most prominent topics and crises, and to identify journalistic forms and analyze their content. This descriptive study followed the both the survey studies method, which involved using content analysis, and the method of reciprocal relationships, and within its framework systematic comparison was conducted. The content analysis form was applied to the websites of the Palestinian Alray Agency and Wafa News and Information Agency. The study relied on the Agenda Setting theory.

One of the most important results of the study showed that there was a disparity in the interest of the study sites in dealing with health crises under the siege on Gaza. The Palestinian Alray Agency website achieved the rate, reaching (77.4%), and the Palestinian Wafa News and Information Agency ranked second at a rate of (22.6%). The study also found that the "Palestinian official primary sources in the Gaza Strip" ranked first at a rate of (49%), among the sources on which the two study sites relied. The two study sites dealt with the topics of "the Covid 19 pandemic crisis and virus mutations" with great interest, and this ranked in the first place at (55.9%), followed by the topic of "the crisis of lack of medicines and medical supplies" in the second place at (10%).

One of its most important recommendations is to emphasize the objective and professional treatment of issues of health crises in light of the siege on Gaza, and not to subject them to the agendas of the media institution, considering that crises are among the Palestinian national issues.

Keywords: Health Crises - Palestinian News Websites - Gaza Siege

مقدمة:

يُعد الحصار الإسرائيلي لقطاع غزة الأكثر والأشد في التاريخ الفلسطيني الحديث، ولا يزال يفرض الاحتلال الإسرائيلي الحصار بكافة أشكاله براً وبحراً وجواً على قطاع غزة منذ عام «2006م»، وقد مر القطاع الصحي في غزة مبراحل معقدة وأزمات متتالية أثرت بشكل كبير على الاحتياجات والخدمات الأساسية الإنسانية



للسكان في قطاع غزة، وراكم الحصار أزمات طالت قطاعات حيوية ومعيشية وعلى رأسها الخدمات الصحية، وأطلقت وزارة الصحة على مدار سنوات الحصار نداءات استغاثة عاجلة لكافة المؤسسات الإغاثية والإنسانية من أجل توفير الأدوية والمستهلكات الطبية والوقود اللازم لمستشفياتها ومراكزها الصحية في ظل استمرار أزمة الكهرباء ونفاذ الوقود الصناعي المُشغل للمولدات، وتعد الأزمات محط اهتمام ومتابعة الجمهور، حيث تستغل الأزمات من قبل وسائل الإعلام وفق سياستها وما يخدم أجندتها الإعلامية وتؤدي بذلك وسائل الإعلام دوراً سلبياً في معالجة الأزمة ، عن طريق التعتيم الإعلامي القائم على التجاهل التام للأخبار، وامتلأ الفضاء على الشبكة العنكبوتية بالمواقع الإلكترونية الفلسطينية التي تقوم بشرح القضية الفلسطينية للعالم الشبكة العنكبوتية بخصائصها التي جعل منها مرجعية إخبارية للكثير من الناس ومصدراً موثوقا يلجئون الشبكة العنكبوتية بخصائصها التي جعل منها مرجعية إخبارية للكثير من الناس ومصدراً موثوقا يلجئون الفلسطيني يعطيها عنصر الجادبة. حيث تفرد زوايا خاصة للعديد من القضايا الوطنية، مثل قضية الدفاع عن الأسرى، وقضية القدس، أزمة الحصار بهدف ضمان إيصال الرواية الفلسطينية إلى أوسع نطاق والتصدي عن الأسرى، وقضية والتضليل الإعلامي التي تهدف إلى طمس الحقائق وتزييفها، وجاءت الدراسة لتسلط الضوء على الأزمات الصحية في المواقع الإخبارية الفلسطينية، والتعرف على أهم الأزمات الصحية التي تناولتها تلك المؤاقع والكيفية التي تم معالجتها.

أولاً: الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع والبحث على بعض المصادر ذات العلاقة تم عرض الدراسات الآتية:

- 1. دراسة مسلم 2022 هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى استخدام وزارة الصحة لصحافة الانفوجرافيك في التوعية بمخاطر جائحة كورونا، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، باستخدام المنهج المسحي، وجاء اهم نتائجها ان وزارة الصحة تصدرت المرتبة الاولى كونها أهم المؤسسات التي شاركت في التوعية بمخاطر جائحة كورونا وأن من أهم العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة «المضمون» هي سلامة السياق ووضوح المعلومات ومراعاة الأهمية النسبية للمعلومات المراد ايصالها بحسب مصممي الانفوجرافيك ، وتحديد نوعية الرسوم التوضيحية المستخدمة للتعبير عن الأفكار ، وطبيعة العناوين وارتباطها .
- 2. دراسة (الزرد 2022) تهدف هذه الدراسة الى التعرف على مدى توظيف الاعلام الحكومي بغزة للإعلام الرقمي في مواجهة جائحة كورونا وتنتمي الدراسة الي البحوث الوصفية ، واعتمدت الدراسة على نظريتي ترتيب الأولويات والقائم بالاتصال وجاء اهم نتائجها ان وكالة الراي حازت على المرتبة

الأولى في عدد المواد الصحفية المنشورة بنسبة %75، تلاها موقع وزارة الداخلية بنسبة %14، تلاه موقع وزارة الصحة بنسبة %10.51، و تصدرت القضايا «الصحية « المتربة الأولى ، تلتها قضايا «الداخلية والامن» تلتها القضايا الاقتصادية بنسبة ، وعمدت المكاتب الإعلامية الحكومية بغزة الى توظيف الاعلام الحكومي وادواته ومنصاته المختلفة خلال جائحة كورونا وفق عدة مسارات أساسية تمثلت في الضخ الإعلامي للمعلومات والتوعية والتثقيف ومعالجة انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة.

- دراسة (حبيب2021م) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة مواقع الصحف المصرية والعربية لأزمة كورونا من خلال رصد مدى اهتمام صحف الدراسة معالجة الأزمة ودرجة تفاعل الجمهور مع الموضوعات المتعلقة بها بالتحليل وتفسير وسائل التفاعل المتاحة للجمهور عبر هذه المواقع، وتستند الدراسة إلى البحوث الوصفية ، وجاء أهم نتائجها أن الخبر الصحفي حصل على الترتيب الأول من إجمالي الموضوعات التي تم تحليلها ، وجاء بدون مصدر الاول في الترتيب من إجمالي عدد الموضوعات التي تم تحليلها مواقع الدراسة.
- دراسة (الجمل وأبو داود 2021) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الوظيفي للإعلام في ظل جائحة كورونا من وجهة نظر عينة من أفراد المجتمع الفلسطيني في محافظة الخليل ، والكشف عن وجود اختلافات بين أفراد العينة ، وفقاً لمتغيرات (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مكان السكن)، وتنتمى الدراسة إلى البحوث الوصفية ومن اهم نتائجها أن مجال التوعية الاجتماعي جاء اعلى مجالات الدور الوظيفي تلاه مجال التوعية الوطنية وتلاه مجال خلق الثقة لدى المواطنين ، وحصلت إنشاء مبادرات مجتمعية ميدانية على المرتبة الأولى من إجمالي ادوار وسائل الإعلام في تنمية روح العمل الجماعي من وجهة نظر المبحوثين تلاها بالمرتبة الثانية عرض تجارب ناجحة تلاها بالمرتبة الثالثة البرامج التي تحفز على العمل الجماعي.
- دراسة العطار (2021م) تهدف هذه الداسة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في زيادة وعي .5 الجمهور المصرى لمواجهة فيروس كورونا، ومعرفة مدى مشاركة وسائل الإعلام الجديد في تشكيل وعي الجمهور المصري لمواجهة الفيروس، وتنتمى الدراسة إلى البحوث الوصفية ، وجاء من أهم نتائجها أن فقرة زيادة ثقافتي الصحية عن الفيروس المستجد بالمرتبة الأولى وتلاها في المرتبة الثانية معرفة أساليب التعامل مع الفيروس في مراحله الأولية واختارت عينة الدراسة طريقة تقديم المواضيع الصحية الخاصة بفيروس كورونا عبر وسائل الإعلام الجديدة في المرتبة الأولى تقارير علمية موثقة بالإحصائيات ونتائج البحوث الطبية، وفي المرتبة الثانية أفلام قصيرة تثقيفية موثقة بالرأى العلمي الطبي.
- دراسة 2020 Kurnitha) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى توظيف تكنولوجيات الاتصال الحديثة في التعامل مع جائحة كورونا و التعرف على الفروق الموجودة بين الصين والدول العربية



فيما يتعلق بطرق توظيف التكنولوجيا الاتصالية الحديثة في التعامل مع تلك الأزمة الصحية العالمية ، وتنتمي إلى البحوث الوصفية، ومن أهم نتائجها اختلاف الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع أزمة جائحة كورونا ، من مكان لأخر وذلك نتيجة النظام السياسي الموجود في كل دولة ، و ارتبط الاعتماد على تكنولوجيا الاتصال في مواجهة جائحة كورونا بالتقدم التقني للدول، واسهم بشكل كبير انتشار المدن الذكية في الصين والدول الغربية في الحد من انتشار المجائحة في تلك المدن .

- 7. دراسة (المعبي 2020م) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أطر معالجة بعض مواقع الصحف الإلكترونية وبعض المواقع الإخبارية لتداعيات جائحة كورونا المستجد، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية ، وجاء أهم نتائجها أن المعالجة الإيجابية في مقدمة المعالجات الإعلامية يليه المعالجة المحايدة ثم المعالجة السلبية، وتصدرت الصورة الحية عناصر المعالجة الفنية في معالجة الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة كورونا يليها الفيديوهات، وجاءت الصحة في مقدمات القطاعات المستهدفة من فروس كورونا.
- 8. دراسة (علة 2020م) تهدف هذه الدراسة إلى التحقق من إمكانية التنبؤ بدور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كوفيد-19لدى الشباب الجزائري وتنمية الوعي الصحي لديهم، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية ؛ وجاءت أهم نتائجها إن ما نسبته (97%) من اتجاه الأفراد يمكن التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروسكوفيد-19 في الجزائر.
- و. دراسة (وافي وأبو قفة 2020م) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية لمعالجة وباء كورونا والتعرف على المواد الصحفية المنشورة فيها، وتحليل مضمونها للكشف عن أبرز القضايا والموضوعات التي تناولتها، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية وجاء أهم نتائجها أن الموضوعات السياسية بالمرتبة الأولى في الموضوعات الخاصة بوباء كورونا، وتلاها الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية والإنسانية بنسبة ، وجاء الاتجاه المحايد بالمرتبة الأولى ثم الاتجاه الايجابي و وأخيراً الاتجاه السلبي واعتمدت مواقع الدراسة في كتابة المواد الصحفية على المختص والخبير ثم المحلل الصحفي.
- 10. دراسة عبد الله وعلى (2020م) تهدف هذه الدراسة إلى إبراز فاعلية البرامج الإذاعية في إدارة الأزمات الصحية ومعرفة الدور الذي تؤديه الإذاعة في نشر الوعي الصحي في البرامج الصحية التي تقدمها إذاعة القضارف ودور البرامج الصحية في خفض الأزمات الصحية «الوبائيات والإسهالات المائية نموذجاً»، واتبعت المنهج الوصفي والتحليلي والمنهج التاريخي، ومن اهم نتائجها أن أكثر الأنشطة الاتصالية التي تعرف بها المبحوثون على الأزمات الصحية هي الوسائل المسموعة والزيارات المنزلية بينما أقل الوسائل المستخدمة هي

الورش الصحية، وأن اللقاءات الفردية وحلقات النقاش والعروض الدرامية تسهم بصورة أكبر في نشر الوعي الصحى لدى إذاعة القضارف.

11. دراسة الشريف (2017م) تهدف هذه الدراسة للتعرف على معالجة المواقع الفلسطينية الالكترونية الإخبارية حول حصار غزة، ورصد الموضوعات التي ركزت مواقع الدراسة على إبرازها، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية ، ومن اهم نتائجها أن تصدرت القضايا الاجتماعية اهتمام مواقع الدراسة بنسبة، ثم تلاها القضايا السياسية ثم القضايا الاقتصادية وتصدر أسلوب «سرد المعلومات» كأحد أساليب تقديم المضمون المرتبة الأولى ، تلاها الأسلوب الإنشائي.

12. دراسة أبو مدللة (2017م) تهدف هذه الدراسة للتعرف على أثر الحصار على المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية في قطاع غزة، واستعراض أهم آثار الحصار الإسرائيلي على المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، ومن اهم نتائجها ان كان للواقع المفروض على قطاع غزة من حصار وانقسام واعتداءات عسكرية الأثر السلبي على مستويات المعيشة للمواطنين حيث ارتفعت معدلات الفقر وزادت الفئات المعرضة للإصابة بالفقر وهذا ما انعكس على نسبة الأفراد المتلقيين للمساعدات من المؤسسات الدولية بنسبة %80، وإن السياسة المتبعة من قبل الاحتلال والمتمثلة في الإغلاق والحصار أدت إلى تردي الأحوال المعيشية الفلسطينية.

13. دراسة البطش (2016م) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تقييم النخبة السياسية والإعلامية للخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، ومن أهم نتائجها تبين أن (%16.9) من النخبة السياسية يعتمدون على وسائل الإعلام الفلسطينية في الحصول على المعلومات حول قضية الحصار بدرجة كبيرة جداً، وغالبية النخبة تؤيد البعد الأخلاقي والقانوني كأحد أهم مرتكزات الخطاب الإعلامي نحو حصار غزة، بينما لم تحظ قضية الحصار بالاهتمام الكافي من بين القضايا التي ركز عليها الإعلام الفلسطيني.

14. دراسة مشرف (2016م) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الأطر الخبرية لقضية حصار غزة في الصحف الفلسطينية اليومية ومدى اهتمامها بقضية الحصار وبيان أطر الأسباب والحلول والنتائج العامة والاقتصادية، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية ومن اهم نتائجها أن التغطية الصحفية المجهلة (بدون مصدر) حصلت على النسبة الأعلى، تلاها المندوب الصحفي ثم المراسل بنسبة، و حصل الخبر الصحفي على المرتبة الأولى، تلاها التقرير الصحفي ، ثم المقال العمودي ، وتقدم الاتجاه الإيجابي لتغطية حصار قطاع غزة، تلاها في المرتبة الثانية الاتجاه المحايد ثم المقال السلبي.

15. دراسة الرن (2016م) تهدف هذه الدراسة للتعرف على دور دوائر وأقسام العلاقات العامة بمستشفيات قطاع غزة بإدارة الأزمات المتعلقة بالحصار، وعن مدى جاهزيتها في تخطى هذه الأزمات، والدراسة من



البحوث الوصفية، وجاءت أهم نتائجها أن أزمة نقص الأدوية جاءت بالمرتبة الأولى وتلتها في المرتبة الثانية أزمة انقطاع التيار الكهربائي في المرتبة الثالثة أزمة نقص المعدات الطبية ، وتراوحت قدرة العلاقات العامة بإدارة الأزمات في مستشفيات قطاع غزة فترة الحصار بين القوة والمتوسط لإدارتها للأزمة بنفس النسبة (44.1%).

16. دراسة عمارة (2014م) تهدف هذه الدراسة الى التعرف على دور الدبلوماسية الفلسطينية في إدارة الأزمة الصحية أثناء الحصار على محافظات غزة (2013-2006م) من خلال التعرف على طبيعة الأزمة الصحية، والكشف عن دور الحكومة في غزة في إدارة الأزمة الصحية، وهى من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج إدارة الأزمات، وجاءت أهم نتائجها ، انه برز العديد من التحديات التي تواجه وزارة الصحة بسبب الحصار أهمها إغلاق المعابر وهدم الأنفاق والنقص في كميات الدواء وإيقاف التحويلات المرضية وتوقف العديد من المشاريع وصعوبة توفير الوقود لتشغيل المولدات في المستشفيات، و نجحت الدبلوماسية الفلسطينية على النطاق الشعبي في لفت الأنظار لمعاناة المرضى وشكلت وسيلة ضغط على المواقف الحكومية للمبادرة في التخفيف من الحصار.

17. دراسة whiteK) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور المعلومات في اتصالات الأزمة ، وهى دراسة وصفية، وهى دراسة حالة اجريت من خلال ملاحظات المشاركين والمقابلات مع الاشخاص المركزين، ولقد تم اجراء تحليل كمي لهذه المعلومات، ومن أهم نتائجها أن القضايا التي تم التركيز عليها عبر وسائل الاعلام لا يمكن التحقيق انها، وان معالجة القضايا تكن بشكل استباقي خارج المنظمة هذا مؤشر ابداع للتعرف على الازمة من خلال وسائل الاعلام .

ثانياً: مدى الاستفادة من الدراسات السابقة: استفاد الباحثان من الدراسات السابقة ما يلى:

- 1. بلورة مشكلة الدراسة وتحديد أهدافها وصياغة تساؤلاتها بشكل دقيق والتعرف على نوع الدراسة، وتحديد منهجها والأدوات اللازمة لإجرائها.
 - 2. ساعدت في تصميم أداة الدراسة وتحديد فئاتها.
- التعرف على الإطار المعرفي، والإطار النظري لهذه الدراسة، كما استفاد الباحثان في مقارنة نتائج هذه
 الدراسة مع الدراسات السابقة.

ثالثاً: مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على طبيعة الأزمات الصحية في المواقع الإخبارية في ظل الحصار على قطاع غزة، والتعرف على المضامين الصحية التي عالجتها مواقع الدراسة واتجاهاتها إزاء الأزمات الصحية،

ومعرفة الأساليب الاقناعية المستخدمة في تقديم المضامين، والكشف عن مصادرها الأولية والصحفية، ومعرفة الأشكال الصحفية التي استخدمتها مواقع الدراسة، وعناصر الإبراز والتفاعل والتدعيم، والوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع.

رابعاً: أهمية الدراسة: وتكتسب أهميتها من عدة جوانب منها:

- استمرار الحصار وانعكاساته المباشرة على القطاع الصحي المتسبب بأزمات أثرت على حياة الناس في قطاع غزة.
- 2. الانتشار الكبير لجائحة كورونا (كوفيد-19)، والآثار السلبية المترتبة على انتشاره من النواحي الحياتية المختلفة.
- 3. تتناول الدراسة قضية وطنية اجتماعية وإنسانية تستوجب معالجتها، وهي قضية حصار غزة والأزمات الصحية التي تسبب بها ومساعدة أصحاب القرار في تحديد أولويات الأجندة الإعلامية التي ينبغي أن يركز عليها الإعلام الفلسطيني فيما يخص الأزمات الصحية.
- 4. الدور المتنامي للإعلام الرقمي وخاصة المواقع الإخبارية وأهميتها في التأثير على المجتمع من خلال زيادة الوعي الصحي في ضوء الأزمات الصحية لاسيما جائحة كورونا.

خامساً: أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

يمكن صياغة أهداف الدراسة في التساؤل الرئيسي وهو كيف تناولت المواقع الإخبارية الفلسطينية الأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة، وينبثق منه عدة تساؤلات فرعية وذلك على النحو الآتي:

- ما مدى اهتمام موقعى الدراسة بالأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة؟
- 2. ما أهم موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة التي تناولها موقعي الدراسة؟
- ما المصادر الأولية التي اعتمد عليها موقعي الدراسة في تناولها للأزمات الصحية في ظل الحصار على
 قطاع غزة؟
- 4. ما المصادر الصحفية التي اعتمد عليها موقعي الدراسة في تناولها للأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة؟
 - 5. ما الاتجاه السائد لموضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة في موقعي الدراسة؟
- ما الأساليب الاقناعية التي اعتمدت عليها موقعي الدراسة في تقديمها لموضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة؟
- 7. ما أساليب تقديم المضمون التي استخدمتها موقعي الدراسة في عرض موضوعات الأزمات الصحية في



ظل الحصار؟

- الأشكال الصحفية التي استخدمها موقعي الدراسة لمعالجة الأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة؟
 - 9. ما عناصر الإبراز التي صاحبت موضوعات الأزمات الصحية بموقعي الدراسة؟
 - 10. ما الخدمات التفاعلية المرافقة لموضوعات الأزمات الصحية في موقعي الدراسة؟
 - 11. ما عناصر التدعيم التي استخدمتها موقعي الدراسة في عرض الأزمات الصحية؟
- 12. ما أوجه الاتفاق والاختلاف بين موقعي الدراسة في مضمون وشكل المعالجة للأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة؟

سادساً: الإطار النظري للدراسة:

استندت الدراسة على نظرية (ترتيب الأولويات)، وتم تطبيقها للتعرف على كيفية المعالجة من وسيلة لأخرى تبعاً لمجموعة من المؤثرات والعوامل منها ما يتعلق بتوجهات الوسيلة الإعلامية أو فلسفتها تجاه الإحداث والقضايا التي يجري تناولها، وكذلك ما يتعلق بملكية الوسيلة الإعلامية، إن كانت حكومية، أو معارضة، وأيضا ما يرجع لاهتمامات المحررين أو المالكين وأخيرا ما يعزى لاعتبارات وإمكانيات فنية تسمح بنقل وعرض القضايا من عدمه؟ وهي «العملية التي تقوم بها الهيئات والمؤسسات التي تقدم الأخبار والمعلومات بالاختيار أو التأكيد على أحداث وقضايا ومصادر معينة لتغطيتها دون أخرى، ومعالجة هذه القضايا وتناولها بالكيفية التي تعكس اهتمامات هذه المؤسسات وأولويات المسؤولين الحكوميين ومتخذي القرار والصفوة، والتي تم توظيفها في الدارسة للوقوف على معرفة مدى اهتمام مواقع الدارسة بالأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة ، من خلال رصد الموضوعات التي تحت معالجتها واحتساب تكراراتها.

سابعاً: نوع الدراسة ومناهجها وأدواتها:

1. نوع الدراسة:

تدخل الدراسة ضمن البحوث الوصفية، وتركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف معين، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها، إضافة إلى تقدير عدد مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة، ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظواهر، حيث يعد هذا النوع هو الأنسب في توصيف قضية هامة كقضية الأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة.



2. مناهج الدراسة:

- منهج الدراسات المسحية: ويعد من أبرز المناهج العلمية المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية ملائمة للدراسات الوصفية لكونه جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث، وتحديد كفاءة الأوضاع القائمة عن طريق مقارنة المعلومات التي تم الحصول عليها بمستويات أو معايير قياسية سبق اختبارها وإعدادها أو التعرف على الطرق والأساليب والممارسات التي أتبعت لمواجهة مشكلات معينة أو استخدام هذه البيانات الشاملة في رسم السياسات ووضع الخطط على أساس من الاستبصار الكامل بجوانب الموقف، ويستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها وطرق الحصول عليها وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون الذي يقصد به هو دراسة المادة الإعلامية التي تقدمها الوسيلة، بقصد تحليلها، وتفسيرها وتحديد ما تتضمنه من معلومات وما يترتب على ذلك من تأثيرات إعلامية وفق الخطوات العلمية المتبعة في هذا المجال، بهدف الكشف عما تريد الوسيلة أن تبلغه لجمهورها، بهدف تحديد الأشكال الصحفية وأساليب تقديم المضمون، ومعرفة مصدر المعلومات الأولية والصحفية وعناصر الإبراز والتدعيم والخدمات التفاعلية التي استخدمتها مواقع الدراسة في تغطيتها لموضوعات الدراسة.
- ب- منهج دراسة العلاقات المتبادلة: ويسعى المنهج إلى دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها، بهدف التعرف على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة والوصول إلى استنتاجات وخلاصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الاتجاه الإيجابي، وفي إطاره استخدم أسلوب المقارنة المنهجية الذي يركز على إجراء المقارنات بين الظواهر المختلفة، وذلك للمقارنة بين سمات وخصائص معالجة المواقع عينة الدراسة للأزمات الصحية في ظل الحصار والتعرف على اهتمامات كل موقع على حدا، وقد تم توظيفه للمقارنة بين المواقع الإخبارية الفلسطينية الآتية: «موقع وكالة وفا، وموقع وكالة الرأى الفلسطينية».

3. أداة الدراسة:

استمارة تحليل المضمون: واستخدمت الدراسة التحليلية أداة تحليل المضمون، بهدف الإجابة على الأسئلة التي طرحتها الدارسة، من خلال تحليل مضامين موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة في المواقع الإخبارية واستخراج النتائج بأعلى نسبة من الموضوعية والشمول.

ويعرف تحليل المضمون بأنه «أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون



الصريح للمادة الإعلامية المراد تعليلها من حيث الشكل والمضمون بما يوافق تساؤلات البحث أو فروضه طبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحثان، وذلك بهدف استخدام البيانات ووصف المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال، واكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها الرسالة الإعلامية، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة، ووفق أسس منهجية، ومعايير موضوعية،.

وتعرف فئات تحليل المضمون بأنها الأكثر انتشاراً، وتجيب على سؤال أساسي هو: على ماذا تدور مادة الاتصال؟ ويتم من خلالها تقسيم كل قضية رئيسية إلى مجموعة موضوعات فرعية، وتتسم الموضوعات بوضوحها في إطار المادة الإعلامية مما يجعل من السهل تحليلها، وقسمت استمارة تحليل المضمون الى الآتي:

- 1. فئة موضوعات الأزمات الصحية: (أزمة جائحة كوفيد19 وتحورات الفيروس،أزمة الأمراض والأوبئة، أزمة نقص الأدوية والمهمات الطبية، أزمة الاعتداءات الإسرائيلية، أزمة نقص إمدادات الوقود والكهرباء، أزمة تقليص التحويلات الطبية وإغلاق المعابر، أزمة نقص الكادر وإضرابات العاملين، الموضوعات الأخرى.
 - 2. فئة المصادر الأولية: وتشمل الفئات الفرعية الآتية:
 - أ مصادر رسمية: (فلسطيني بالضفة المحتلة /فلسطيني بقطاع غزة/عالمي)
 - ب مصادر غير رسمية: وهي:(مسئولين الفصائل وقادة الرأي/منظمات أهلية، ومؤسسات المجتمع المحلي/الأطباء والخبراء الصحيين، والمختصون/المواطنون/مصادر أخرى
 - 3. فئة المصادر الصحفية، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:
 - أ المندوب/المراسل الصحفى:
- ب وسائل الإعلام الأخرى: وهي: (الصحف والمجلات/الإذاعة والتلفزيون/متعدد المصدر/دون مصدر/ أخرى).
 - 4. فئة الاتجاه السائد: وتنقسم الى:(اتجاه ايجابي، اتجاه سلبي، اتجاه محايد).
- أ- فئة أساليب الإقناع: وتتضمن:(الأسلوب العاطفي،الأسلوب العقلي،الأسلوب المزدوج، دون أساليب إقناع)
 - ب- فئة أساليب تقديم المضمون: وتشمل الآتي: (أسلوب سرد المعلومات، الإنشائي «الوصفي»، الإحصائي).
- ج- فئة الأشكال الصحفية وهي:(الخبر الصحفي، التقرير الصحفي، المقال الصحفي، الحديث الصحفي، التحقيق الصحفي، القصة الخبرية، الكاريكاتور الصحفي).
- 5. فئة عناصر الإبراز والتدعيم والخدمات التفاعلية: وقسم الباحثان هذه الفئة إلى ثلاث فئات فرعية،

وهي:

- أ- عناصرالإبراز:وتشمل:(طباعة وحفظ الموضوع، تكبير وتصغير الموضوع، المتعلقات، اختصار)
- ب- عناصر الخدمات التفاعلية: ، تشمل الفئات الآتية:(النشر والمشاركة/الردود والتعليقات/ لا يمكن التعليق/إرسال عبر البريد/ شبكات التواصل الاجتماعي/الوسم/ الهشتاج)
- ج- عناصر التدعيم والوسائط المتعددة: وتشمل الفئات الآتية: (الصور: وتتفرع منها الآتي:(صور شخصية/ صور خبرية/ رسوم وخرائط/ جرافيك/بدون)، ألبوم الصور، ملف صوتي، ملف فيديو، روابط إحالة.

ثامناً: مجتمع الدراسة وعينته:

ويتمثل مجتمع الدراسة في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية المرخصة في قطاع غزة والضفة الغربية وبلغ عددها (25 موقعاً)، منها (13) موقعاً مرخصاً من قبل الجهات الحكومية الرسمية في قطاع غزة، وهناك (12) موقعاً مرخصاً من قبل وزارة الإعلام في الضفة المحتلة، وتتمثل عينة الدراسة في: « موقع وكالة وفا، وموقع وكالة الرأي»، ويعود سبب الاختيار إلى عدة أسباب أهمها:

- اعتماد موقع وكالة وفا على موقع وزارة الصحة برام الله كمصدر أساسى لعرض قضايا القطاع الصحى.
- تبني وكالة الرأي الفلسطينية للموضوعات الصحفية المتعلقة بالأزمات الصحية في ظل الحصار بوصفها وكالة حكومية تتبع المكتب الإعلامي الحكومي وتهتم بنشر الموضوعات التي تطرحها مواقع الوزارات الحكومية بغزة لا سيما موقع وزارة الصحة.
 - تعد هذه المواقع من كبريات المواقع الإخبارية الفلسطينية، ولها ارشيف يمكن الرجوع إليه.
- يمثل كل من موقعي الدراسة رمزاً إعلامياً مهماً وتوجهاً سياسياً متفرداً، في الأراضي الفلسطينية التي تصدر منها، ولها جمهور خاص ومتابعين من كافة الشرائح الفلسطينية، كما تتميز بسرعتها وتنوعها في نقل الأحداث.

تعريف بموقعي الدراسة:

1. وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية: وتعرف اختصاراً بـ «وفا»، وقد أنشأت في أبريل عام 1972م تطبيقاً للقرار الصادر عن المجلس الوطني الفلسطيني ثم صدر قرار اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية بإنشاء وكالة الأنباء الفلسطينية «وفا»، بتاريخ 5/6/1972م، كهيئة مستقلة مرتبطة هيكلياً وسياسياً وإدارياً برئاسة اللجنة التنفيذية للمنظمة، لتتولى مهمة التعبئة الإعلامية لمواجهة الدعاية المعادية، ولتكون منبراً مستقلاً يتولى نقل الأحداث الوطنية بعيداً عن أي وصاية أو تبعية، وتركز عمل وكالة «وفا» منذ تأسيسها على نقل الخبر الفلسطيني، وخصوصاً البلاغات العسكرية الصادرة عن



القيادة العامة لقوات الثورة الفلسطينية، لكن هذا العمل توسع، ليشمل تغطية الأحداث الوطنية على تنوعها وأخبار تجمعات الشتات الفلسطيني، ونقل كل ما له علاقة بالقضية الفلسطينية

2. موقع وكالة الرأي الفلسطينية: وتعود المرجعية الإعلامية لشبكة الرأي الإعلامية إلى وزارة الإعلام الفلسطينية الفلسطينية (المكتب الإعلامي الحكومي)وشبكة الرأي الفلسطينية للإعلام هي شبكة إعلامية فلسطينية تعكس صورة الحكومة الفلسطينية وتبين مواقفها تجاه القضايا المختلفة، وتعبر في ذات الوقت عن رأي الشعب الفلسطيني الأصيل وتحمل همومه وتتبنى مواقفه وقضاياه وتفضح جرائم الاحتلال الصهيوني وانتهاكاته المستمرة، وتهدف إلى توصيل رسالة الحكومة الفلسطينية إلى كل مواطن فلسطيني وعربي، ومتابعة الأحداث الميدانية على الساحة الفلسطينية ونقلها أولا بأول، وتبني قضايا الشعب الفلسطيني المختلفة والدفاع عنها ودعوة العالم للدفاع عنها.

عينة الدراسة الزمنية:

تتركز الدراسة على تحليل مضمون المادة الصحفية للأزمات الصحية في ظل الحصار، وعليه الفترة الزمنية الممتدة من 1 يناير 2020م وحتى 30 يونيو 2021م بالاعتماد على العينة العشوائية المنتظمة بطريقة أسلوب الأسبوع الصناعي، حيث يتم اختيار المفردة الأولى بالقرعة فتمثلت في (4 يناير2020م) وكانت مدة التحليل ما يعادل (66 أسبوعاً)، ويرجع اختيار هذه الفترة للاعتبارات الآتية:

- هي الفترة الأقرب التي مكن العودة إلى المواد الإعلامية في أرشيف مواقع الدراسة،
- هذه الفترة الأكثر اشتداداً للأزمة بسبب استمرار حالة الانقسام السياسي الفلسطيني/ الفلسطيني وإغلاق المعابر وتوقف شبه كامل للتحويلات الطبية ومنع الوفود والقوافل الطبية التضامنية العالمية إلى غزة.
- هي مناسبة كعينة زمنية للدراسة لأنها واكبت الحدث باعتبارها فترة كافية لرصد ودراسة مسببات الحصار وتداعياته وتبعاته ونتائجه.

تاسعاً: وحدات التحليل والقياس:

- 1. وحدات التحليل:(وحدة الموضوع أو الفكرة، الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية).
 - 2. أسلوب العد والقياس: تم استخدام التكرار كأسلوب للعد والقياس.

عاشراً: إجراءات النتائج اختار

أولاً: إجراءات الصدق: ويعد اختبار الصدق أداة تقيس فعلاً ما يراد قياسه، ويرتبط الصدق بالإجراءات

المتخذة في التحليل كاختيار العينة، ووضع الفئات وتحديدها بدقة، بالإضافة إلى درجة الثبات في التحليل، ولتحقيق عنصر الصدق قام الباحثان بالإجراءات الآتية:

التحديد الدقيق لفئات وأدوات تحليل المضمون، ومن ثَمّ حددا وحدات التحليل التي تتلاءم وطبيعة الدراسة بما يكفل تحقيق أهدافها، والإجابة عن تساؤلاتها، والاعتماد على عينة عمدية تم من خلالها اختيار عينة من المواقع ممثلة للمجتمع الذي يراد تعميم النتائج عليه، و تم إجراء اختبار أولي لاستمارة تحليل المضمون على بعض المواد الصحفية المنشورة في مواقع الدراسة، للتأكد من مدى دقتها وصلاحية الاستمارة للقياس، ثم في ضوء الملاحظات التي تم رصدها تم إجراء تعديلات فيه، وتم عرض استمارة تحليل المضمون، على مجموعة من المحكمين الخبراء من أساتذة الإعلام، حيث تمت الاستفادة من ملاحظاتهم، وإجراء تعديلات الاستمارة بحيث تتفق معها، وتتناسب مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

ثانياً: اختبار الثبات: ويقصد به «التأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظواهر بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع المعلومات نفسها أو في قياس الظاهرات أو المتغيرات نفسها، سواء من المبحوثين أنفسهم أو من مبحوثين آخرين، وسواء استخدمها باحث واحد أو عدة باحثين في أوقات وظروف مختلفة».

وللتأكد من ثبات النتائج اختار الباحثان إعادة تحليل المضمون، لعينة جزئية من العينة الأصلية بلغ قوامها (14) يوماً من موقعي الدراسة بواقع(7) أيام من كل موقع وبالصحي. 0%) من العينة الأصلية وتم اختيار هذه الأعداد بطريقة العينة العشوائية البسيطة بعد مرور شهر من انتهاء تحليل العينة الأصلية، واستخدمت طريقة هولستي.

وكان معامل الثبات في موقعي الدراسة (%95.6)، وهي نسبة مرتفعة في البحوث الإعلامية.

حادي عشر: مفاهيم الدراسة:

المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية ويعرفها الباحثان: بانها المواقع الإخبارية التي تعرض المواد الصحفية الشاملة وتوظف تقنيات الحاسوب والوسائط المتعددة التي اعتمدت عليها موقعي الدراسة من خلال أكثر المواقع متابعة من طرف الفلسطينين في قطاع غزة والضفة الغربية

الأزمة الصحية: وهي الأزمات التي يعاني منها النظام الصحي الفلسطيني، والتي أدت إلى إعاقة العمل الصحي الطبيعي في المستشفيات سواءً كان نقص الكادر الطبي والبشري أو نقص الأدوية والمعدات الطبية، والكفاءات الطبية، وتقنين التحويلات الطبية للعلاج بالخارج ومنعها من الاحتلال الإسرائيلي، والانقطاع المستمر للتيار الكهربائي، ونقص الوقود، وتعطل الأجهزة والمعدات ومنع إدخالها، وأزمة النفقات التشغيلية والتطويرية ومستحقات شركات النظافة والتغذية إلى قطاع غزة إضافة للقضايا المتعلقة بالممارسات والأنشطة



التي تقوم بها وزارة الصحة وهياكلها التنظيمية لاستعراض منجزاتها وأنشطتها في ظل الحصار.

الحصار على غزة: وهو الفترة الزمنية الممتدة من عمر الحصار على غزة منذ العام 2007م إلى وقت كتابة هذه الرسالة والتي نتج عنها أزمات مركبة متراكمة أثرت على القطاع الصحي .وهو بمثابة الإطار الزماني للدراسة.

المبحث الأول

نتائج الدراسة التحليلية ومناقشتها

أولاً: عدد المواد الإعلامية:

جدول (1) يوضح عدد المواد الإعلامية التي خضعت للدراسة التحليلية في موقعي الدراسة

النسبة	عدد المواد الصحفية	المواقع الإلكترونية
77.4%	151	وكالة الرأي الفلسطينية
22.6%	44	وكالة وفا
100%	195	المجموع

تشير بيانات الجدول أن موقع وكالة الرأي الفلسطينية جاءت بنسبة (%77.4) بواقع (151) تكراراً، و وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا) بنسبة (%22.6) بواقع (44) تكراراً، من إجمالي عدد المواد الصحفية التي خضعت للدراسة التحليلية التي بلغت (195) مادة.



ثانياً: ترتيب أولويات اهتمام موقعى الدراسة:

جدول رقم (2) يوضح ترتيب أولويات واهتمام موقعي الدراسة موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة(1)

المواقع	وكالةالراي		وكالة وفا		الاتجاه العام			
	الفلسطينية		الفلسطينية		25 (25)		(13. 13.	
الموضوعات	গ্ৰ	%	ځ	%	গ্ৰ	%		
أزمة جائحة كوفيد19 وتحورات الفيروس	146	62.7	31	44.9	177	55.9		
أزمة نقص الادوية والمهمات الطبية	29	12.4	5	7.2	34	10		
أزمة الاعتداءات الإسرائيلية	13	5.6	14	20.4	27	8.3		
أزمة الأمراض والأوبئة	11	4.7	12	17.4	23	7		
أزمة نقص امدادات الوقود والكهرباء	11	4.7	2	2.9	13	4		
أزمة نقص الكادر واضرابات العاملين	15	6.5	0	0	15	4.6		
أزمة تقليص التحويلات الطبية وإغلاق المعابر	4	1.7	5	7.2	29	9		
أخرى	4	1.7	0	0	4	1.2		
المجموع	233	100	69	100	·¹322	100		

كشفت بيانات الجدول عن اهتمام متفاوت بين موقعي الدراسة من حيث التركيز والمعالجة لموضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة، حيث حازت موضوعات «أزمة جائحة كورونا وتحورات الفيروس» على المرتبة الأولى بنسبة (%62.7) في وكالة الرأي الفلسطينية، فيما كان بوكالة وفا بنسبة (%44.9).

ويعزو الباحثان اهتمام موقعا الدراسة بموضوعات أزمات جائحة كورونا وتحورات الفيروس إلى جدية الحدث واستمراره حتى اللحظة، حيث لازالت أعداد الإصابات والوفيات قائمة حتى لحظة إعداد الدراسة، بالإضافة إلى نقص الأدوية والمستلزمات الخاصة بمواجهة الفيروس في بعض البلاد وخاصة قطاع غزة الذي يواجه حصاراً مستمراً منذ ما يزيد عن 15 عاماً.

وقد أكدت نظرية ترتيب الأولويات «الأجندة الإعلامية» على أن «لوسائل الإعلام دورها في تسليط الضوء على بعض الأحداث وانتقائها أو الشخصيات والقضايا المعينة عبر تكرارها لهذه العملية، حيث يبدأ الجمهور في تبني الأجندة التي تطرحها هذه الوسائل الإخبارية بما يقوده للتصديق والاقتناع الفعلي بأهمية وبروز الأحداث والشخصيات والقضايا دون غيرها.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة علة (2020م) جاءت الصحة في مقدمة القطاعات المستهدفة من فيروس كورنا بنسبة (49%)، وبفارق كبير جاءت أزمة نقص الأدوية والمهمات الطبية في

⁽¹⁾ جاءت الموضوعات بعدد أكبر وذلك لأن المادة الصحفية تحتوي على أكثر من موضوع وقضية في مواقع الدراسة.



المرتبة الثانية بنسبة (10%)، وهي نسبة ضعيفة تعكس قلة اهتمام مواقع الدراسة بمعالجة أزمة نقص الأدوية والمهمات الطبية على الرغم من الاحتياج الكبير لها في ظل انتشار جائحة كورونا واستمرار الحصار على غزة حتى اللحظة.

ويعزو الباحثان نقص الأدوية والمهمات الطبية إلى ظروف الانقسام الفلسطيني المستمر الذي حال دون ارسال الأدوية إلى مستشفيات القطاع الذي يعاني شُحاً في قطاع الأدوية والمهمات الطبية.

وترى مريم مولر مديرة البعثة الفرعية للبينة الدولية للصليب الأحمر في قطاع غزة أن قطاع الصحة يواجه مشاكل منهجية خطيرة تتراوح بين نقص الأدوية لعلاج الأمراض المزمنة، والأزمة المالية المستمرة التي تفاقمت بسبب القيود (الإسرائيلية)، وتبعات كورونا».

وقد تفاوت اهتمام موقعي الدراسة بتغطية موضوعات أزمة نقص الأدوية حيث جاءت بنسبة (12.4%) في الرأى الفلسطينية، و(7.2%) في وكالة وفا.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة الرن (2016م): «جاءت أزمة نقص الأدوية في المرتبة الأولى بنسبة (94.9%)»

وحصلت أزمة الاعتداءات الإسرائيلية على المرتبة الثالثة بنسبة (8.4%)، وهي نسبة منخفضة تدلل على ضعف اهتمام موقعي الدراسة بتغطية الأزمة الصحية التي تسبب بها الاعتداءات الإسرائيلية، حيث تواجه الطواقم الطبية يومياً اعتداءات من قبل جنود الاحتلال على الحواجز والمعابر لمنع الدخول، وإطلاق النار على طواقم الإسعافات، لذا يتوجب على المواقع الإخبارية الفلسطينية تركيز الاهتمام على اعتداءات الاحتلال على الطواقم الطبية خاصة أن الأراضي الفلسطينية تتميز بأنها تربة خصبة للإعلام للتغطية الصحفية لجميع القضايا التي تواجه اعتداءات إسرائيلية مستمرة.

وتباين اهتمام موقعي الدراسة في معالجة موضوعات الاعتداءات الإسرائيلية حيث كانت في موقع الرأي الفلسطينية بنسبة (%5.6). أما وكالة وفا فكانت الأكثر اهتماماً بنسبة (%20.4).

ومن أمثلة الاعتداءات الإسرائيلية: كتبت وكالة الرأي الفلسطينية: «الصحة تعلن منع الاحتلال إدخال لقاحات «كورونا» إلى غزة ، 15/2/2021م.)، وكتبت وكالة وفا بتاريخ 9/4/2020م: «إصابة صيادين اثنين برصاص الاحتلال قبالة بحر مدينة غزة.).

وحازت أزمة الأمراض والأوبئة على المرتبة الرابعة بنسبة (7.1%)، وهي نسبة ضعيفة مقارنة بباقي الأزمات، وهذا يدلل على أن موقعي الدراسة لم يوليا هذه الأزمة أية اهتمام خاصة مع انتشار جائحة كورونا التي أثرت على جميع مناحي الحياة في فلسطين والعالم، لذا اهتمت المواقع الإخبارية بتغطية تداعيات وآثار جائحة كورونا باعتبارها الوباء المستجد المستشري في العالم.

وتفاوت اهتمام موقعي الدراسة في تناول موضوعات الأمراض والأوبئة حيث جاء بنسبة (4.7%) في الرأي الفلسطينية، بينما كان في وكالة وفا بنسبة مرتفعة مقارنة بنظيرتيها بلغت (17.4%).

ومن أمثلة ازمة الأمراض والأوبئة: ذكرت وكالة الرأي الفلسطينية في تاريخ 11/11/2020م.، «الصحة تشارك في ورشة عمل حول أوضاع مرضى السرطان في القطاع.

وجاءت أزمة نقص امدادات الوقود والكهرباء في المرتبة الخامسة بنسبة (4%) وهي نسبة ضعيفة مقارنة بباقي موضوعات الأزمات الصحية، وهذا يعكس ضعف اهتمام موقعي الدراسة في تغطية أزمة نقص الوقود والكهرباء التي يعاني منه القطاع منذ ما يزيد عن 15 عاماً، وهذا انعكس على قطاع الصحة، حيث يواجه هذا القطاع الهام معاناة كبيرة في توفير الوقود لإمداد المستشفيات بالكهرباء في ظل وجود مئات المرضى بحاجة للكهرباء لاستمرار حياتهم.

وتفاوت موقعا الدراسة في تناولها لموضوعات أزمة نقص الوقود والكهرباء، حيث جاءت بنسبة (4.7%) وكالة الراي الفلسطينية ، و(\$2.9%) في وكالة وفا.

ويرى الباحثان أن أزمة الوقود والكهرباء قديمة متجددة، فلازال قطاع الصحة يعاني من توفير الوقود اللازم للقطاع في ظل التوقف الدائم لإمداد المستشفيات بالكهرباء نظراً لاستمرار الحصار ومنع إدخال الوقود اللازم للقطاع في ظل التوقف الدائم لعمل محطة تزويد الكهرباء لسكان قطاع غزة.

وأكدت تقارير صدرت عن وزارة الصحة في غزة أن مستشفيات ومراكز الرعاية الصحية بوزارة الصحة تعيش أزمة خانقة ناتجة عن انقطاع التيار الكهربائي عن مرافقها الصحية بسبب توقف محطة توليد الكهرباء الوحيدة بقطاع غزة مما دفعها لتوفير البدائل لتغطية عجز الكهرباء.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة الرن (2016م): جاءت أزمة انقطاع التيار الكهربائي في المرتبة الثانية بنسبة (84.7%)

ومن أمثلة أزمة الوقود والكهرباء: ذكرت وكالة الرأي الفلسطينية: «كهرباء غزة» تحذر من تداعيات نقص الكهرباء على القطاعات الحيوية.

وحظيت أزمة نقص الكادر وإضرابات العاملين على المرتبة السادسة بنسبة (4.6%)، وهي نسبة ضعيفة مقارنة بباقي موضوعات الأزمات الصحية، ولاحظ الباحثان خلال الدراسة التحليلية أن موقع الرأي الفلسطينية من اهتم بتغطية موضوعات أزمة نقص الكادر وإضرابات العاملين في حين لم تولِ وكالة وفا هذه النوعية من الأزمات الاهتمام ، وجاءت بنسبة (6.5%) في الرأي الفلسطينية،

وتعاني وزارة الصحة في قطاع غزة من نقص في الكادر الطبي منذ أكثر منذ عام 2007م، فقد استنكف العديد من الأطباء وأضحت وزارة الصحة في غزة انها تعمل بأقل عدد من الكوادر الطبية خلال مسيرات العودة والحروب المتواصلة على قطاع غزة، ولقد أدت قيود الحصار إلى عدم قدرة الطاقم الطبي والطلاب



على حضور المؤتمرات الدولية والاستفادة من المعارف والخبرات الحديثة، وأن الظروف السياسية والاقتصادية في غزة أدت إلى موجة من هجرة الأدمغة، مما تسبب في نقص الخبرات الطبية بمستشفيات القطاع.

حيث أكد صبح رئيس فريق الطوارئ ومنسق القطاع الصحي في منظمة الصحة العالمية في غزة، على «أن قطاع الصحة في غزة يعاني بالفعل من «أزمة مزمنة» ونقص في الكوادر الطبية والأجهزة والمستلزمات، وفوق ذلك كله، كانت غزة تمر بموجة ثانية من كوفيد-19 في ظل أعمال العنف الأخيرة ، وجاءت أزمة تقليص التحويلات الطبية وإغلاق المعابر في المرتبة السابعة بنسبة (9%) وهي نسب متدنية جداً تعكس قلة اهتمام مواقع الدراسة في معالجة هذا النوع من الأزمات، فإن أزمة التحويلات الطبية وإغلاق المعابر تتجدد بين الفينة والأخرى عند منع الاحتلال دخول المواطنين للعلاج في مستشفيات الداخل المحتل، فهناك العديد من المرضى فارقوا الحياة جراء منع مرورهم على حواجز الاحتلال أو بسبب الانقسام الفلسطيني، وقد تباين اهتمام موقعي الدراسة بتغطية أزمات تقليص التحويلات وإغلاق المعابر فقد جاءت بنسبة (1.7%) في الرأي الفلسطينية، أما في وكالة وفا فكانت بنسبة (7.2%).

ويقول مدير جمعية الإغاثة الطبية الفلسطينية عائد ياغي: لقد تراجع أعداد تحويلات العلاج بالخارج لغزة، إذ أنه تم إيقاف تحويلات أهالي القطاع إلى مستشفيات الداخل المحتل منذ 5 سنوات، في حين التحويلات إلى الأردن تكاد تكون معدومة، وأن أكثر الفئات تضرراً من ذلك مرضى السرطان، خاصة أنهم بحاجة إلى علاج وتلقي جرعاتهم بانتظام.

وتختلف هذه النتيجة من حيث المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة مشرف (2016م):إن إطار تراجع خدمات القطاع الصحى كأحد أطر النتائج العامة للحصار على غزة جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة (%15.5).

ثالثاً: اساليب تقديم المضمون: جدول رقم (3) يوضح أساليب تقديم مضمون موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة:(1)

المواقع	وكالة الرأي الحكومية		وكالة وفا		الاتجاه العام	
أسلوب المضمون	ك	%	ك	%	ঙ	%
سرد معلومات	120	79.5	30	68.2	150	71.8
احصائي	24	15,9	11	25	49	23.4
انشائي	7	4.6	3	6.8	10	4.8
المجموع	151	100	44	100	209*2	100

⁽¹⁾ تتضمن بعض الموضوعات اكثر من اسلوب لتقديم مضمون موضوعات الازمة

تشير بيانات الجدول أن موقعي الدراسة قد أوليا اهتماماً كبيراً لأسلوب «سرد المعلومات»، الذي تصدر المرتبة الأولى من بين أساليب تقديم المضمون في المواقع الثلاثة بنسبة (%71.8)، وقد اتفقت المواقع في أجندة اهتمامها بهذا الأسلوب كونه حاز على أعلى نسبة استخدام فيها، ويرجع ذلك لاعتماد مواقع الدراسة على الطابع الخبري في نقل المعلومات أكثر من الأشكال التفسيرية التي تحتاج إلى تحليل ومناقشة وتعمق أكثر.

وهناك تباين في درجة اهتمام موقعي الدراسة باستخدام أسلوب سرد المعلومات في تقديم مضمون موضوعات الأزمات الصحية، حيث جاء بنسبة (79.5%) في الرأى الفلسطينية، و(68.2%) في وكالة وفا.

ويرى الباحثان أن اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية بأسلوب سرد المعلومات لعرض مضمون المادة الإعلامية يجعل المعالجة تقليدية تفتقر للتجديد والتنوع، فإن الأساليب الإحصائية والإنشائية تزيد من جاذبية الموضوعات لأنها تميل إلى التعمق والتفسير أكثر.

والصحفي أثناء التغطية الصحفية المحايدة يحصل على معلومات وأحداث خبرية موضوعية من خلال عرض الحقائق الأساسية والمعلومات المتعلقة بها دون تعمق او تقديم خلفيات.

ومن أمثلة أسلوب سرد المعلومات: كتبت الرأي الحكومية: الصحة تعقد دورة تدريبية للعاملين بإدارة صحة رفح حول فيروس كورونا (12/6/2020).

وذكرت وكالة وفا: الكيلة تناقش مع الصحة العالمية تأسيس مركز طوارئ لإدارة الأزمات :

وجاء في المرتبة الثانية الأسلوب الإحصائي بنسبة (23.4%)، وهي نسبة مرتفعة نسبياً، وهذا يدلل على عدم اهتمام موقعي الدراسة في عرض الموضوعات بأسلوب الأرقام والاحصاء، وقد ظهر تبايناً في اهتمام موقعي الدراسة باستخدام الأسلوب الإحصائي حيث كان في موقع الرأي الحكومية بنسبة (15.9%)، مقابل وكالة وفا ينسبة (25%).

ويرى الباحثان أن استخدام الأسلوب الاحصائي مع موضوعات الأزمات الصحية نتيجة بديهية خاصة ان هذه الموضوعات بحاجة إلى تدعيم بالأرقام والاحصائيات التي تزيد من قوة تأثير قضايا الأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة، والتي تهدف الى الاقتناع بوجود الأزمة وممارسة سلوك صحيح تجاهها.

وتتفق هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة وافي وأبو قفة (2020م): «احتل أسلوب تقديم إحصاءات وأرقام المرتبة الثانية بنسبة (%25.6).

وتتوافق هذه النتيجة مع رؤية الباحثة هبة العطار في أن الجمهور المصري يفضل التقارير العلمية الموثقة بالإحصائيات ونتائج البحوث في تقديم ومعالجة المواضيع الخاصة بفيروس كورونا بنسبة (72%).

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة النجار وسالم (2010م): «تعدد مصادر المضامين الصحية المقدمة في الصحف عينة الدراسة وكانت الاحصاءات في المقدمة بنسبة (16.8%)»، كما تختلف هذه النتيجة



في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة الشريف (2017م): «جاء الأسلوب الإحصائي في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (9.2%) وكتبت وكالة وفا: تقرير: 3 شهداء و297 معتقلا وهدم 101 منزلا ومنشأة واقتلاع 1235 شجرة في آب المنصرم .

وفي وكالة الرأي الفلسطينية: «الصحة» تتمكن من اجراء 93 عملية زراعة كلى بغزة»(وكالة الرأي الحكومية، الصحة تتمكن من إجراء 93 عملية زراعة كلى بغزة، 20 يناير 2020م).

وحاز الأسلوب الإنشائي على المرتبة الأخيرة بنسبة متدنية بلغت (4.8%)، وهذا يدلل على ضغف اهتمام موقعي الدراسة بهذا الأسلوب لأنه يستخدم مع القصص الصحفية الإنشائية التي تحتاج إلى أدبيات وشحذ للمشاعر لجذب القراء، وترتبط هذه النتيجة بأخرى وهي أن القصة الصحفية جاءت بالمرتبة الأخيرة من بين الفنون الصحفية المستخدمة في عرض موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة.

ويرى الباحثان بأن الأسلوب الإنشائي يرتكز على العواطف والمشاعر الأدبية، في حين أن تغطية المواقع الإخبارية عينة الدراسة اعتمدت على الأسلوب العقلاني القائم على الأرقام والإحصائيات والبيانات المنطقية، لذا جاء الأسلوب الإنشائي في الترتيب الأخير بالنسبة لأساليب عرض مضمون موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار.

وكشفت النتائج عن تفاوت كبير بين مواقع الدراسة في استخدام الأسلوب الإنشائي الذي جاء بنسبة (4.6%) في الرأي الفلسطينية، و(6.8%) في وكالة وفا.

ومن أمثلة الأسلوب الإنشائي: كتبت وكالة وفا في تاريخ (14/5/2021م).: هجرة جديدة تُذكّر بالنكبة، وكتبت الرأي الفلسطينية في تاريخ 14/6/2020م: «الحصار وكورونا وتقليصات الأونروا. عناوين تحبس أنفاس لاجئى غزة».

رابعاً: المصادر الأولية:

موقعي الدراسة(1)	اعتمد عليها	الأولية التي	مصدر المعلومة	(4) يوضح	جدول رقم
------------------	-------------	--------------	---------------	----------	----------

اه العام	الاتح	لة وفا	وکا	وكالة الرأي			
(22, 2				الفلسطينية		المواقع	
	%	গ্ৰ	%	ථ	%	در المعلومة ك	مصد
49	129	14.3	11	63.4	118	فلسطيني "قطاع غزة"	
22.8	60	35.1	27	17.7	33	فلسطيني "الضفة المحتلة"	رسمية
1.5	4	5.2	4	0	0	عالمي	
0.76	2	2.6	2	0	0	عربي	
14.1	37	6.5	5	17.3	32	المراكز الحقوقية والمؤسسات الأهلية والخاصة	
5	13	12.9	10	1.6	3	الأطباء والمختصون	غير رسمية
2.3	6	7.8	6	0	0	المنظمات الدولية والعربية	سمية
1.5	4	5.2	4	0	0	فصائل وقادة رأي	
3	8	10.4	8	0	0	المواطنون	
100	•³263	100	77	100	186	المجموع	

تشير بيانات الجدول أن المصدر «الرسمي الفلسطيني في قطاع غزة» جاء في مقدمة مصادر الحصول على المعلومات الأولية بما يخص موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة بنسبة (49%)، وهي نسبة مرتفعة تعكس مدى اهتمام موقعي الدراسة في الاعتماد على تصريحات المصادر الرسمية الفلسطينية في قطاع غزة بسبب النطاق الجغرافي للأزمات الصحية واهتمام المصادر الرسمية إلى تسليط الضوء على أزمات قطاع غزة من ناحية، وإبراز مسؤوليه الاحتلال الإسرائيلي عن تلك الأزمات، وإبراز جهودها وإنجازاتها في التصدى لتلك الأزمات.

وتفاوت اعتماد موقعي الدراسة على المصادر الأولية الفلسطينية الرسمية في قطاع غزة، حيث جاء بنسبة مرتفعة في وكالة الرأي الفلسطينية بنسبة (63.4%)، فأما في وكالة وفا فجاء بنسبة (14.3%).

⁽¹⁾ اعتماد موقعي الدراسة على اكثر من مصدر اولي للمعلومة.



ويرى الباحثان بأن مجيء المصادر الرسمية الفلسطينية في قطاع غزة في مقدمة المصادر الأولية نتيجة منطقية خاصة أن تلك المصادر هي الأولى والأقدر على وصف صعوبة الأزمة وآثارها وتبعاتها وهم على ارتبط وثيق بالأزمات الفلسطينية عامة والصحية على وجه الخصوص.

ومن أمثلة المصادر الرسمية الفلسطينية بقطاع غزة: ذكرت وكالة الرأي الفلسطينية: «أبو سلمية يشيد بالتعاون المشترك بين الصحة ومؤسسة المساعدات النرويجية)، وكتبت وكالة وفا في تاريخ 17/3/2020م: «غرفة تجارة وصناعة غزة تجهز 140 سريرا لمراكز الحجر).

وتتفق هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة عبد الغفور (2015م): «جاءت حكومة غزة في مقدمة الجهات الرسمية التي استخدمت في تغطية حصار غزة في صحف الدراسة بنسبة (\$57.8)».

وتتوافق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أحمد (2008م): «اعتمدت صحف الدراسة على المصادر الرسمية بنسبة (56.5%) مقابل (43.5%) اعتمادها على المصادر غير الرسمية»

جاء في المرتبة الثانية بفارق كبير المصادر الرسمية الفلسطينية في الضفة المحتلة بنسبة (22.8%) وقد يعود ذلك لتجاهل المسؤولين في الضفة للحديث عن الكثير من موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة بسبب الخلافات السياسية.

وأظهرت نتائج الدراسة تبايناً كبيراً بين اعتماد موقعي الدراسة على المصادر الرسمية الفلسطينية في الضفة المحتلة، حيث جاء بنسبة (14%) في الرأي الفلسطينية، فيما كانت النسبة الأكبر في وكالة وفا والتي بلغت (35.1%).

ويرى الباحثان أن وكالة تتصدر وفا في الاعتماد على المصادر الرسمية الفلسطينية في الضفة المحتلة نظراً لسياستها التحريرية التي تعمل في إطارها واهتمامها الأكبر بموضوعات وقضايا الشأن الفلسطيني بالضفة المحتلة، وعدم الاهتمام بقضايا القطاع المحاصر، بسبب الانقسام الفلسطيني الذي ترك آثاره على جميع مناحي الحياة وخاصة التغطية الإعلامية من قبل المؤسسات الصحفية التابعة للرئاسة وللسلطة الفلسطينية في الضفة المحتلة.

وتتفق هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة عبد الغفور (2015م): «جاءت الرئاسة وحكومة رام الله في المرتبة الثانية بنسبة (24.9%).

ومن أمثلة المصادر الرسمية الفلسطينية بالضفة المحتلة: كتبت وكالة وفا في تاريخ (13/2/2020م): «الصالح يفتتح عدداً من المشاريع التطويرية في قطاع غزة»، وكتبت وكالة الرأي الفلسطينية (20/4/2021م): «الصحة برام الله: 4.5 مليون جرعة من لقاحات كورونا ستصل قريبًا».

وجاء في المرتبة الثالثة المراكز الحقوقية والمؤسسات الأهلية والخاصة بنسبة (14%)، وهي أعلى نسبة من بين المصادر غير الرسمية تؤكد على اهتمام موقعي الدراسة في تنويع مصادر معلوماتها لعرض تعدد وجهات النظر ويظهر مواقف تلك المؤسسات حيال الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة، من أجل تفعيل قضايا الحصار وتأثيراته على القطاع الصحى، والمطالبة باسترداد الحقوق، وكشف تفاصيل المعاناة.

ويرى الباحثان أن المراكز الحقوقية والمؤسسات الأهلية والخاصة لها دور كبير في دعم القطاع الصحي من خلال الضغط على المؤسسات الدولية لرفع الحصار على قطاع غزة وتوفير الدعم الطبي اللازم وتجريم الحصار على قطاع غزة والعمل على توفير العلاج لجميع المرضى.

وتفاوت اعتماد موقعي الدراسة على المراكز الحقوقية والمؤسسات الأهلية والخاصة في الحصول على المعلومات الأولية حيث جاءت بنسبة (17.3%) في الرأي الفلسطينية، و(6.5%) في وكالة وفا.

ومن أمثلة المراكز الحقوقية والمؤسسات الأهلية: ذكرت وكالة الرأي الفلسطينية على موقعها في تاريخ 14/9/2020: «بلدية خان يونس: استهلاك 750 لتر كلور لتعقيم مياه المدينة»، وكتبت وكالة وفا في تاريخ 17/3/2020م: «غرفة تجارة وصناعة غزة تجهز 140 سريرا لمراكز الحجر»

وحصل الأطباء والمختصون على المرتبة الرابعة بنسبة (5%) وهي نسبة ضعيفة إلى حدٍ ما، وهذا يعكس عدم حرص موقعي الدراسة على استيفاء المعلومات من ذوي الاختصاص لا سيما فيما يتعلق بموضوعات صحية، ويرى الباحثان بأن الأطباء والمختصين هم الأقدر على الحديث عن الأزمات وآثارها ونتائجها على المواطن، لذا كان من الأفضل لموقعي الدراسة أن تستقي معلوماتها الأولية من أصحاب الاختصاص الذين يقدمون النصائح والتعليمات التي تجنب المواطن الضرر الصحي.

وتباين اعتماد موقعي الدراسة على الأطباء والمختصين في الحصول على المعلومات الأولية حول الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة حيث جاء بنسبة (%1.6) في الرأي الفلسطينية، فيما جاءت في وكالة وفا بنسبة أكبر عن نظيرتيها بلغت (12.وجاء مصدر الأطباء والمختصين: كتبت وكالة وفا في تاريخ 22/3/2020م: «خبير بيئي: الوضع المائي والبيئي في قطاع غزة كارثي»، و ذكرت وكالة الرأي الفلسطينية في تاريخ 21/12/2020: «مشتهى: الصحة لا تمتلك مخزونًا استراتيجيًّا من المواد المخبرية»

وجاء مصدر المنظمات الدولية والعربية غير الرسمية على المرتبة الخامسة بنسبة (2.5%)، وهي نسبة متدنية جداً تعكس ضعف اهتمام موقعي الدراسة في استيفاء معلوماتها الأولية من المنظمات الدولية والعربية إلا في بعض الحالات والتي أبرزها انتشار المتحورات عن فيروس كورونا وقد اقتصر اعتماد موقع «وفا» على المنظمات الدولية والعربية وقد جاءت بنسبة (7.8%) في وكالة وفا.

ويرى الباحثان أن المنظمات الدولية والعربية مصدراً مهماً جداً في الحصول عل): لمعلومات بما يخص انتشار الأوبئة عالمياً، فهي تقدم التعليمات والنصائح حول مواجهة هذه الأوبئة والفيروسات، وقد كان لهذه المؤسسات دوراً بارزاً في انتشار جائحة كورونا وأضحت مصدراً ذو أولوية لدى بعض المواقع في تقصي المعلومات حول انتشار الفيروسات.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة عبد الغفور (2015م) : «جاءت المنظمات الدولية في المرتبة الرابعة بنسبة (4.4%)»

ومن أمثلة مصدر المنظمات الدولية والعربية غير الرسمية: ذكرت وكالة وفا في هذا الخصوص بتاريخ 10/2/2020 «البنك الدولي يعلن عن منح بقيمة 117 مليون دولار لتوفير مياه الشرب في غزة» وفي تاريخ



(17/4/2020م) كتبت «اللجنة الدولية للصليب الأحمر تحذر الشرق الأوسط من تداعيات مزلزلة بسبب جائحة كورونا».

وجاء في المرتبة السادسة فصائل وأحزاب وقادة رأي بنسبة ضعيفة جداً بلغت (1.5%)، حيث تبين من التحليل أن موقع وكالة وفا اعتمدا على الفصائل وقادة الرأي في الحصول على المعلومات الأولية حول الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة، حيث جاء بنسبة (5.2%) في وكالة وفا.

ويرى الباحثان أن للفصائل والأحزاب وقادة الرأي نتيجة تختلف في موقعي الدراسة حسب أجندة ورؤية كل موقع وسياسته، وتسعى وكالة وفا لإبراز آراء قادة الرأي والأحزاب والفصائل والاعتماد عليها في جلب المعلومات.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة عبد الغفور (2015م): «جاءت الفصائل في المرتبة الحادية عشر بنسبة ضعيفة بلغت (1.5%).

ومن أمثلة الفصائل والأحزاب وقادة الرأي: ذكرت وكالة وفا في 9/4/2020م: «القواسمي: لولا التكامل بين قطاعات شعبنا ما حققنا نجاحا محاربة («.

وحظي المصدر الرسمي العالمي بالمرتبة السابعة بنسبة (1.5%) وهي نسبة متدنية جداً تعكس عدم اهتمام موقعي الدراسة في استيفاء المعلومات الأولية حول الأزمات من المصادر الرسمية العالمية، خاصة مع وجود المصادر الرسمية المحلية التي تقدم المعلومات حول الأزمات بسهولة ووضوح.

وتبين للباحثين أن موقع وكالة وفا اعتمد على المصدر الرسمي العالمي في الحصول على المعلومات الأولية بما يخص الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة حيث جاء بنسبة (5.2%).

ومن أمثلة المصادر الدولية العالمية: كتبت وكالة وفا في تاريخ 20/2/2020: «الديمقراطيون يطالبون إدارة ترامب بفك حصار غزة وإعادة المساعدات للقطاع».

وجاء في المرتبة الثامنة بنسبة ضئيلة جداً المواطنون بنسبة (3%)، وهي نسبة ضعيفة لا تؤشر لاهتمام موقعي الدراسة بالوصول إلى شهود العيان ورواية الحدث من الذين يعايشونه بتفسير وتحليل مشاكل وأزمات صحية تنعكس على الناس من وجهة نظرهم وذلك لاعتماد مواقع الدراسة على الطابع الخبري.

هذا وقد اعتمد موقع وكالة وفا على المواطنون كمصدر للمعلومات الأولية بما يخص الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة، حيث جاء بنسبة (\$10.4) في وكالة وفا.

ويرى الباحثان أن المواطنين أصبحوا مصدراً أولياً للمعلومة في وقتنا الحاضر، حيث شكلت مواطن التواصل الاجتماعي ما يُعرف بالصحفي المواطن حيث يمكنهم عرض آرائهم كشهود عيان على حدث أو قضية أو موضوع معين أو معايشتهم لتلك الأحداث، كما يسهل على مراسلي ومندوبي هذه المواقع الوصول لهم بسهولة ويسر.

ومن أمثلة مصدر المواطنين: ذكرت وكالة وفا في تاريخ 17/3/2020م: «حملات تطوعية توعوية للحد من انتشار كورونا في غزة»

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة عبد الغفور (2015م): «جاء المواطنون العاديون بين المصادر غير الرسمية في المرتبة الثانية بنسبة (%17.3)».

وحاز المصدر العربي الرسمي على المرتبة التاسعة بنسبة متدنية جداً بلغت (5.6%)، حيث لم تولي مواقع الدراسة أهمية للمصادر الرسمية العربية في تناول الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة، حيث لم يكن لهم الحضور الكافي وقت إعداد الدراسة، وقد اقتصر الاعتماد على هذا المصدر من قبل موقع وكالة وفا، وجاء بنسبة (2.6%) في وكالة وفا.

ويرى الباحثان أن ضعف الاعتماد على المصادر الدولية والعربية يؤشر إلى أن قضية الحصار على غزة وما نتج عنه من أزمات صحية لم تلقى اهتماماً دولياً ولا عربياً حيث غلبت على مواقفها ردود الفعل حول أحداث معينة، كما أن المواقع ركزت في التغطية على المصادر المحلية كونها أكثر تماساً وتفاعلاً مع الاحداث. ومن أمثلة المصادر العربية: ذكرت وكالة وفا في تاريخ 4/6/2020م: «القاهرة: اجتماع افتراضي لمجلس وزراء الصحة العرب الأربعاء المقبل لبحث تبعات كورونا».

خامساً: المصادر الصحفية: جدول رقم (5) المصادر الصحفية (الخاصة والعامة) لموضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة كما تناولها موقعي الدراسة:

المواقع مصدر الصحيا		وكالة الرأي الحكومية				وكالة وفا		الاتجاه	العام
ع ك	*	%	ك	%	ك	%			
	اسم الموقع/ بدون مصدر	125	82.8	34	77	159	81.5		
مصادر –	مراسل/ مندوب	5	3.2	6	14	11	6		
خاصة	كاتب خاص	3	2	-	1	3	1.5		
	مواقع انترنت/ شبكات	12	8	4	9	16	8		
	التواصل الاجتماعي	12	0	4	9	16	°		
مصادر	اذاعة/تلفزيون	1	-	1	1	-	-		
عامة	صحف/مجلات	6	4	-	-	6	3		
	وكالات أنباء	-	-	-	-	-	-		
المجموع		151	100	44	100	195	100		



تشير بيانات الجدول إلى ضعف اهتمام موقعي الدراسة ببيان المصدر الصحفي في المواد التحريرية حيث بلغت نسبة الموضوعات التي نشرت «بدون مصدر - اسم الموقع» ((81.5%)، وهي نسبة مرتفعة جداً، وهذا يشكل خللاً وضعفاً لدى مواقع الدراسة في اعتمادها على المصادر المجهلة التي تقلل من مصداقية وثقة الجمهور في المادة الإعلامية المقدمة.

وظهر بدون مصدر في مقدمة المصادر الصحفية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في الحصول على المعلومات الصحفية حول الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة، فكان في موقع الرأي الفلسطينية بنسبة (82.8%)، أما في وكالة وفا فجاء بنسبة (77%).

ويعتقد الباحثان أن المواقع الفلسطينية الإخبارية تعتبر نفسها مصدراً صحفياً للمعلومات فقد أضحت في الآونة الأخيرة بمثابة وكالات أنباء، تقوم على نشر المادة الصحفية دون الاهتمام بالمصدر والاكتفاء فقط بوضع مصدر خاص أو اسم الموقع.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أبو مراد (2015م)⁽:»أهم المشاكل التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية عند معالجتها للأزمات هي مجهولة المصدر بنسبة (64.3%).

ومع ما توصلت إليه دراسة حبيب (202): «جاء بدون مصدر في الترتيب الأول بنسبة (29.8%) من إجمالي عدد الموضوعات التي تم تحليلها بمواقع الدراسة»

وجاء في المرتبة الثانية مصدر «مواقع انترنت أو شبكات التواصل الاجتماعي» بنسبة (8%) وهي نسبة مرتفعة مقابل المصادر الأخرى التي تعتمد عليها موقعي الدراسة بوصفه مصدراً صحفياً أساسياً للمص، الصحفية، وهنا يجدر الإشارة إلى إن تلك المواقع والصفحات الإلكترونية باتت تحمل صفة رسمية في بعضها، وفرضت نفسها على وسائل الإعلام كمصدر معلومات يحكن الاعتماد عليه في الكتابة الصحفية.

وتباين اعتماد موقعي الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الانترنت في الحصول على المعلومات الصحفية حول الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة فقد جاء بنسبة (8%) في الرأي الفلسطينية، ، و(9%) في وكالة وفا.

وتتفق هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة مسلم (2022م): «جاءت مواقع الانترنت في المرتبة الثانية بنسبة (4.4%)

وحصل «مراسل أو مندوب» على المرتبة الثالثة بنسبة (6%) بما يؤشر إلى أن مواقع الدراسة لا ترغب في كتابة أسماء مراسليها على المواد الخبرية بصفتهم محررين، لا سيما على المواد التفسيرية التي تتطلب كتابة وجهد خاص منهم.

ويُشكل المراسل الصحفي -وفق ما ذكره هربت سترنز- قوة في المجتمعات المختلفة، حيث يمارس نوعاً من السلطة عن تأدية عمله المترتب على جميع المعلومات من المصادر المختلفة، وقد يصبح وسيطاً أقوى

بين مصادر الأخبار

ويعزو الباحثان تراجع دور ومكانة المراسلين والمندوبين الصحفيين إلى افتقار مواقع الدراسة للطاقم الصحفي العامل في الميدان والمنتشر في محافظات الوطن، حيث تعتمد هذه المواقع على الأخبار الخفيفة الجاهزة من وكالات الأنباء ووسائل الإعلام الأخرى.

وتفاوت اعتماد موقعي الدراسة على المراسل والمندوب في الحصول على المعلومات الصحفية، وقد كان في موقع الرأي الفلسطينية بنسبة (3.2%)، أما في وكالة وفا فجاء بنسبة مرتفعة عن باقي المواقع بلغت (14%). وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة عمران (2011م) «إن الاعتماد على المندوب الصحفي كان قليلاً نسبياً في موضوعات أزمة انفلونزا الخنازير بجريدة عكاظ بنسبة (15.9%) تليها جريدة الوطن بنسبة (15.7%)، ومن ثم الرياض بنسبة (21%)»

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة المعبي (2020م): «جاءت المصادر الداخلية للمواقع من مراسلين ومحررين في مقدمة المصادر بنسبة (50.5%)»

وتلاها في المرتبة الرابعة مصدر صحف ومجلات بنسبة ضعيفة جداً بلغت (3%)، حيث لم يولِ موقعي الدراسة اهتماماً بمصدر الصحف والمجلات، ويرجع الباحثان ذلك إلى أن الميزات والخصائص التي تمتاز بها المواقع الإلكترونية تختلف عن الصحف والمجلات الورقية ومن أهمها الآنية والتحديث والتفاعلية، لذا لم يعتمد موقعي الدراسة على الصحف والمجلات في استيفاء المعلومات الخاصة بالأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة.

وقد اهتم موقع الرأي الفلسطينية في الاعتماد على الصحف والمجلات في الحصول على المعلومات الصحفية. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة عبد الله وعلي (2020م): «البرامج الصحي في إذاعة القضارف تعتمد على الإعلام في نشر المعلومات الصحية وتقوم بتوعية المجتمع وتثقيفه».

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة المعبي (2020م): «جاءت وسائل الإعلام بالمرتبة الأخيرة بنسبة ((14.1%)»

وجاء «كاتب خاص «في المرتبة الخامسة بنسبة متدنية للغاية بلغت (1.5%)، حيث لم تعتمد عليه مواقع الدراسة في الحصول على المعلومات والأخبار، وقد انفردت وكالة الرأي الفلسطينية في اعتمادها على الكاتب الخاص بنسبة (2%)، ويرى الباحثان أن هناك ضعفاً لدى موقعي الدراسة في تنوع المصادر الإعلامية الأخرى في استيفاء المعلومات حول الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة، وهذا ما يُضعف تميزها وقوتها بين المواقع الإلكترونية المختلفة، ويزيد من فرص الأخطاء ونشر الشائعات.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة مشرف (2016م): «جاء الكاتب المصاحف في المرتبة الخامسة بنسبة (10.9%)».



وحصلت وكالات الأنباء على المرتبة السادسة بنسبة (0%)، مما يشير إلى أ):واقع الدراسة لم تستقى أخبار الأزمات الصحية في ظل الحصار من وكالات الأنباء المحلية ولا الدولية ولا حتى العربية، لأنها تعتبر نفسها وكالة أنباء مستقلة بما تقدمه من أخبار وتقارير ومواد تفسيرية تلبى طموح القراء.

ويرى الباحثان أن المواقع الإلكترونية تلجأ إلى وكالات الأنباء في حال عدم وجود مراسلين صحفيين لها في الأراضي الفلسطينية لنقل القضايا الفلسطينية المختلفة، وأن هذه المواقع ليس لها اشتراكاً في وكالات الأنباء كالصحف اليومية.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة حبيب (2021م) $^{(1)}$: «جاءت وكالة الأنباء في الترتيب الرابع بنسبة ((10.6%))

ويليه مصدر إذاعة وتلفزيون المرتبة الاخيرة بنسبة (0%)، وهي نسبة ضعيفة مقارنة بباقي المصادر الصحفية المستخدمة في الحصول على المعلومات، ويرجع الباحثان سبب هذا الضعف إلى أن مواقع الدراسة لم تهتم باستيفاء المعلومات من الإذاعة والتلفزيون لأنها تسعى للتميز في الموضوعات التي تنشرها ومن ثم تحصل على السبق الصحفي.

سادساً: اتجاه المادة الصحفية : جدول رقم (6) يبين اتجاه المادة الصحفية المتضمنة في موضوعات الأزمات الصحية في ظل حصار على غزة التي تناولها موقعي الدراسة:

المواقع	وكالة الرأ		وكالة وفا		الاتجاه العام		
	الفلسطين	ية				,	
الاتجاه السائد	<u></u>	%	.	%	<u></u>	%	
اتجاه ايجابي	24	15,9	11	25	35	18	
اتجاه سلبي	7	4.6	3	6.8	10	5	
اتجاه محايد	120	7و في0	68.2	150	77		
المجموع	151	100	44	100	195	100	

تشير بيانات الجدول ان الاتجاه المحايد» تصدر المرتبة الأولى بنسبة (77%) بواقع (150) تكراراً، كأحد اتجاهات المادة الصحفية التي اتبعها موقعي الدراسة في تغطيتها لموضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة، وتلاه في المرتبة الثانية الاتجاه الايجابي» بنسبة (18%) بواقع (35) تكراراً، ثم جاء الاتجاه السلبي» في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (5%) بواقع (10) تكرارات.

اتفق موقعا «وفا- الرأي» في تحديد اتجاه موضوعات الازمات الصحية « اتجاه محايد «» الذي جاء بالمرتبة الأولى، حيث بلغ في وكالة الرأي الفلسطينية بنسبة (%79.5) و (%68.2) في «وكالة وفا» واتفقا موقعي «وفا- الرأي» في تحديد اتجاه موضوعات الازمات الصحية « اتجاه ايجابي « الذي جاء بالمرتبة الثانية، حيث بلغ في «وكالة الرأي» بنسبة (%15.9)، و في «وكالة وفا»(%25).

واتفق موقعا الدراسة في تحديد اتجاه موضوعات الازمات الصحية « اتجاه سلبي « الذي جاء بالمرتبة الثالثة، حيث بلغ في «وكالة الرأى» بنسبة (4.6%)، و جاءت وكالة «وفا» بنسبة (8.2%).

سابعاً: أساليب الإقناع المستخدمة: جدول رقم (7) يوضح أساليب الاقناع المستخدمة المتضمنة في موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار عوقعي الدراسة.

المواقع	وكالة الرأ	ؙي	وكالة وفا		الاتجاه ا	حام
	الحكومية	č			, 00,00,	
أساليب الاقناع	ك	%	ك	%	ځ	%
أساليب عقلية	64	42.4	17	38.6	81	41.5
بدون أساليب إقناع	70	46.4	11	25	81	41.5
أساليب مزدوجة	12	7.9	16	36.4	28	14.4
أساليب عاطفية	5	3.3	0	0	5	2.6
المجموع	151	100	44	100	195	100

تشير بيانات الجدول أن موقعي الدراسة تساوت في استخدام أساليب «الإقناع العقلية» ، وبدون أساليب اقناع بنسبة (41.5%)، مما يؤكد رغبة المواقع في معالجة موادها الصحفية بموضوعية واعتمادها على الطابع الخبري في عرض موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار، لذا اهتمت بالبيانات الرسمية والأرقام والإحصائيات.

ويعتقد الباحثان بأن اعتماد موقعي الدراسة على الجانب العقلي أكثر من العاطفي قد يفسر بأن موضوعات الأزمات الصحية لا يحتاج عرضها إلى أساليب إقناعيه ذات التأثير العاطفي الإنساني لأن لغة الأرقام تحدث تأثيراً أقوى على القراء وتقوم بجذبهم نحو التفاعل مع تلك الموضوعات.

وتقارب اهتمام موقعي الدراسة بالاعتماد على هذا الأسلوب الاقناع حيث جاء في وكالة الرأي الفلسطينية بنسبة (42.4%)، و(38.6%) في وكالة وفا.



وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة عمران (2011م): «جاءت الاستمالات العقلانية في المرتبة الثانية في صحف الدراسة، وفي أزمة انفلونزا الخنازير بلغت أعلى نسبة في صحيفة عكاظ بنسبة (38%)، تلاها في صحيفة الوطن بنسبة (33.3%)، ثم الرياض بنسبة (30%)، أما في كارثة جدة فكانت أعلى نسبة بصحيفة عكاظ بنسبة (43.5%)، تلاها الوطن بنسبة (34.9%) ثم الرياض بنسبة (22.9%).

ومن أمثلة الأسلوب العقلي: كتبت وكالة الرأي الفلسطينية في تاريخ 7/3/2021: «الصحة برام الله: 100 ألف لقاح صيني تصل فلسطين قريباً جداً» وكتبت وكالة وفا بتاريخ 1/4/2021: «وزيرة الصحة: إرسال 1500 مسحة خاصة بفحوصات كورونا إلى قطاع غزة»

ويرى الباحثان أن هناك ثمة تقصير لدى موقعي الدراسة فيما يتصل بالاعتماد على الأساليب الاقناعية العقلية والعاطفية خاصة أن لهذه الأساليب دور كبير في إقناع القراء وجذبهم وتشويقهم إلى جانب قدرتها على تمييز المواد المنشورة في المواقع الإخبارية عن غيرها.

أمثلة بدون أساليب إقناع: ذكرت وكالة وفا بتاريخ 28/3/2020: «منظمات بلجيكية توجه نداء لرفع الحصار عن غزة في ظل وباء كورونا»، وكتبت الرأي الحكومية بتاريخ 20/10/2020: «الصحة تطلع وجهاء ومؤسسات حقوقية على تطورات الخدمة الصحية»

وجاء في المرتبة الثالثة «أساليب مزدوجة» بنسبة (14.4%) لتؤكد أن موقعي الدراسة تولِ اهتماماً لمزج الأسلوبين في عرض موضوعاتها، فقد حاولت مواقع الدراسة المزج بين العاطفة والبيانات العقلية في تناولها لموضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة وذلك لتمييزها عن بعض المواقع الأخرى.

ويعزو الباحثان سعي موقعي الدراسة للمزج بين الأسلوبين العاطفي والعقلي إلى أنها اعتمدت على موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار هي مزيج من الإنساني العاطفي والمنطقي القائم على الأرقام والإحصائيات، خاصة عند طرح القصص الإنسانية للمرضى الذي يمنعون من السفر للعلاج بالخارج مع ذكر عدد الذين توفوا بسبب منعهم من العلاج خارج فلسطين.

وكشفت النتائج تبايناً كبيراً بين اعتماد موقعي الدراسة على الأساليب المزدوجة فقد جاءت بنسبة (%7.9). في الرأي الفلسطينية، في حين كانت بنسبة مرتفعة في وكالة وفا بلغت (%36.4).

ومن أمثلة الأسلوب المزدوج:

كتبت وكالة الرأي الفلسطينية بتاريخ 9/1/2022: «إداريون في الصحة يعملون إلى جانب الطواقم الطبية في أماكن العزل»

لم تولِ موقعي الدراسة اهتماماً كافياً «للأساليب العاطفية» والتي جاءت في المرتبة الاخيرة بنسبة ضئيلة جداً بلغت (2.6%)، مما يدلل على أن موقعي الدراسة لم تركز على الأساليب العاطفية التي تتضمن الوصف والإنشاء وهذا لا يتناسب مع الطابع الخبرى الذي يقدم معلومات وبيانات مجردة، وقد اهتم موقعا وكالة

الرأي الفلسطينية في الاعتماد على الأساليب العاطفية نظراً لتغطيتهما للحالات الإنسانية التي تواجه الأزمات الصحية المتواصلة في قطاع غزة حيث كانت بنسبة (3.3%) في الرأي الفلسطينية، مقابل (0%) في موقع وكالة وفا.

ويتضح للباحثين أن معالجة المواقع الفلسطينية الإخبارية لموضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة غلب عليها الطابع الخبري، وهو ما قد يفسر سبب ضعف الاهتمام بالأساليب الاقناعية، لأنها تقدم عادة معلومات مقتضبه ومركزة عن الأحداث، ولا حاجة للكثير من التفسير والتوضيح في أغلب المواد الصحفية، وذلك يسجل نقطة ضعف لإدارات التحرير بالمواقع الإخبارية بأهمية المواد الصحفية التفسيرية والاستقصائية.

ومن أمثلة الاسلوب العاطفي: كتبت وكالة وفا بتاريخ 16/3/2020م: احتجاجات ومخاوف.. غزة تشكو ضعف الإمكانيات في مواجهة كورونا، وكتبت الرأي الفلسطينية بتاريخ 16/9/2020م: الصحة: التزام المواطنين مهم في نجاح مواجهة كورونا.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة الشريف (2017م): «حصدت الأساليب العاطفية المرتبة الثانية بنسبة («31.25).

ثامناً: الأشكال الصحفية: جدول رقم (8) يوضح الاشكال الصحفية التي تناولت موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار موقعي الدراسة.

Б							
	عام	الاتجاه العام		وكالة وفا		وكالة الراة الحكومية	المواقع
	%	ك	%	ك	%	<u>ئ</u>	الأشكال
	80.5	157	79.6	35	80.8	122	خبر صحفي
	10.8	21	20.4	9	7.9	12	تقرير صحفي
	8.2	16	-	-	10.6	16	حديث صحفي
	0.5	1	-	-	0.7	1	قصة صحفية
	1	-	1	-	-	-	تحقيق صحفي
	100	195	100	44	100	151	المجموع

تشير بيانات الجدول أن «الخبر الصحفي» جاء في المرتبة الأولى من بين الأشكال الصحفية المستخدمة في مواقع الدراسة لتغطية موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة، بنسبة (80.5%)، وهذا يعكس اهتمام موقعي الدراسة بالتغطية الخبرية لموضوعات الأزمات التي تقدم المعلومات في إطار موضوعي مجرد



بعيد عن التفسير والتعمق خاصة أن الأخبار في المواقع الإلكترونية تخضع إلى عمليات تحديث مستمرة لتتمكن من إضافة تفاصيل جديدة.

وتصدر الخبر الصحفي المراتب الأولى في موقعي الدراسة حيث جاء في الرأي الفلسطينية بنسبة مرتفعة جداً بلغت (80.8%)، ووكالة وفا بنسبة (79.6%).

ويرى الباحثان أن التركيز على الأشكال الصحفية الخبرية بالتزامن مع ضعف الاهتمام بالأشكال الصحفية الأخرى مثل التفسيرية والاستقصائية ومواد الرأي من قبل موقعي الدراسة يتماشى مع طبيعة القارئ المتعجل وتلبية رغباته في الحصول على المعلومات السريعة والبعد عن العمق فهذا يدل على ضعف ومحل انتقاص للمواقع الإخبارية، خاصة أن طبيعة موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة تتطلب بالضرورة التعمق في تحليل وتفسير أسباب الأزمات ومحاولة حشد رأي عام داعم ومناصر لرفع الحصار عن غزة.

ومن أمثلة الخبر الصحفي: ذكرت وكالة وفا بتاريخ 9/4/2020م: «اشتية يرحب بحزمة المساعدات من الاتحاد الأوروبي لمواجهة فيروس كورونا في فلسطين» وفي وكالة الرأي الفلسطينية بتاريخ 20/5/2020م: «الصحة: حالة وفاة و159 إصابة جديدة بـ»كورونا» في قطاع غزة».

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مشرف (2016م): «اعتمدت الأطر الخبرية لقضايا الحصار في الصحف الفلسطينية على الجانب الخبري الصحفى بنسبة (75.5%)

وتلاه بفارق كبير «التقرير الصحفي» بنسبة (%10.8)، وهي نسبة ضعيفة إلى حدٍ ما تشير إلى قلة اهتمام موقعي الدراسة باستخدام التقرير الصحفي في معالجة موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة، وذلك لأن طبيعة هذه الموضوعات خبرية تعتمد على سرد المعلومات دون تعمق وتفسير.

فيما يرى الباحثان بأن موضوعات الأزمات الصحة في ظل الحصار تحتاج على مواد تفسيرية واستقصائية تدعم معلوماتها بالبيانات والإحصائيات وأقوال الخبراء والمختصين، إلا أن موقعي الدراسة اهتمت فقط بنقل الأخبار والأحداث دون تفسير وتوضيح، وذلك يُحسب ضد المواقع الإخبارية بأنها اعتمدت على الأخبار الجاهزة من دوائر العلاقات العامة والمواقع الإلكترونية الأخرى ووكالات الأنباء.

وتفاوت استخدام موقعي الدراسة للتقرير الصحفي في معالجة قضايا الأزمات الصحية في ظل الحصار على قطاع غزة وقد جاء بنسبة (7.9%) في الرأي الفلسطينية، و(20.4%) في وكالة وفا.

ومن أمثلة التقرير الصحفي: ذكرت وكالة الرأي الفلسطينية بتاريخ 22/1/2020: «التدريب المهني بغزة.. بوابة الأمل أمام الحصار»، وكتبت وكالة وفا بتاري28/3/2020م: : «منظمات بلجيكية توجه نداء لرفع الحصار عن غزة في ظل وباء كورونا».

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت):سة المعبي (2020م) : «جاء التقرير الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة (%3.1)»، ومع دراسة مشرف (2016م): «جاء التقرير في المرتبة الثانية بنسبة (%10.5)».

وجاء الحديث الصحفي» في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (8%)، وهذا يعكس ضعف اهتمام موقعي الدراسة بهذا الفن الذي يبحث عما وراء الخبر والحصول على المعلومات والبيانات من قبل الشخصيات وذوي الاختصاص المعنين بالأزمات الصحية، ويشار إلى أن موقع الرأي الفلسطينية استخدم الحديث الصحفي في تغطية موضوعات الأزمات الصحية في قطاع غزة في ظل الحصار حيث جاء بنسبة (10.6%) في الرأي الفلسطينية.

ويعزو الباحثان قلة استخدام الحديث الصحفي هو أن موقعي الدراسة تكتفي بالأخبار الواردة إليها عبر البريد الإلكتروني من قبل دوائر العلاقات العامة، لذا لا تحتاج إلى تصريحات وحوارات مع الشخصيات المعنية لأن تصريحاتها متداولة على مواقع الانترنت الأخرى.

ومن أمثلة الحديث الصحفي: كتبت وكالة وفا بتاريخ 22/3/2020م: «خبير بيئي: الوضع المائي والبيئي في قطاع غزة كارثي»، وكتبت وكالة الرأي الفلسطينية بتاريخ 15/8/2020م: «أبو الريش: خطة الصحة نجحت في استقبال وتوزيع العائدين».

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة عمران (2011م): «أهملت صحف الدراسة فن الحديث الصحفي حيث بلغت أعلى نسبة لاستخدامه في موضوعات كارثة جدة في جريدة عكاظ بنسبة (5.6%) وفي أزمة انفلونزا الخنازير بلغت أعلى نسبة لاستخدامه في جريدة الرياض بنسبة (2.5%)»، ومع ما توصلت إليه دراسة حبيب (2021م): «جاء الحوار الصحفى في المرتبة الرابعة بنسبة (4.3%)».

ولم يحظى «التحقيق الصحفي والقصة الصحفية» على اي نسبة تذكر وهذا يدلل على عدم اهتمام مواقع الدراسة بالتنويع في استخدام الفنون الصحفية التفسيرية والاستقصائية التي تعتمد على البراهين والمعلومات والأحداث والتي تحتاج إلى جهد ووقت كبير، فقد ركزت مواقع الدراسة على الأخبار الصحفية السريعة.



تاسعا عناصر التدعيم:

جدول رقم (9) يوضح عناصر التدعيم والإبراز في موضوعات الازمات الصحية في ظل الحصار على غزة بموقعي الدراسة. (1)

عام	الاتجاه ال	فا	وكالة و		وكالة ال الحكوم		المواقع
				يه	الحكوم	التدعيم	مانه
	%	ك	%	ජ	%	اللدعيم	عداصر
22.0	105	50	44	10.6	151	h	
22.8	195	50	44	19.6	151	طباعة وحفظ	ناصر
17.5	151	-	-	19.6	151	رابط مختصر	عناصر الابراز والتدعيم
10	88	2.3	2	11.1	86	صورة موضوعية	والتد
17.5	151	-	-	19.6	151	متعلقات وملحقات	عيم
17.5	151	-	-	19.6	151	روابط احالة	
8.5	73	1.1	1	9.2	72	صورة خبرية	
						الانفوجرافيك	
-	-	-	-	-	-	والجرافيك	
4.8	41	46.6	41	-	-	بدون صورة	
0.6	4	-	-	0.5	4	صور شخصية	
0.8	6	-	-	0.8	6	البوم صور	
						رسوم وخرائط	
-	-	-	-	-	-	وأعلام	
	-	-	-	-	-	ملف صوت	
-	-	-	-	-	-	ملف فيديو	
100	*4860	100	88	100	772	المجموع	

تشير بيانات الجدول أن عنصر طباعة وحفظ جاء في المرتبة الأولى بنسبة (22.8%)، وهذا يعكس مدى اهتمام موقعي الدراسة في الاعتماد على هذا النصر في تدعيم المادة الصحفية حتى تسهل على القارئ الاحتفاظ بالمادة وقراءتها وقتما شاء.

وظهر من خلال التحليل وجود تفاوت كبير في استخدام موقعي الدراسة لعنصر طباعة وحفظ، حيث جاء بنسبة (%19.6) في الرأي الفلسطينية، و(%50) في وكالة وفا.

(1) تتضمن المادة الصحفية اكثر من عنصر من عناصر التدعيم

ويعزو الباحثان تصدر عنصر طباعة وحفظ المادة الصحفية إلى أن المواقع الإلكترونية أوجدت خدمات تسهل على القراء في جعل المواد الصحفية في متناول اليد وحفظها والاستفادة منها.

وتتفق هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة وافي وأبو قفة (2020م): «مواقع الدراسة أتاحت خدمة طباعة الموضوع وتكبير وتصغير النص»

وحاز رابط مختصر على المرتبة الثانية بنسبة (%17.5)، وهي نسبة متوسطة تدلل على أهمية هذا العنصر في تبسيط التعامل مع المواقع الإلكترونية، فإن التحديثات الجديدة التي دخلت على المواقع الإلكترونية سهلت على القراء والمتابعن الاستفادة من المواد الصحفية المنشورة.

ويرى الباحثان أن عنصر الرابط المختصر ساعد الباحثين على وجه الخصوص في الاستعانة بالمواد الصحفية في البحث العلمي، ففي السابق كانت الروابط كبيرة وتصعب على الباحث إدراج الرابط في البحث أما الآن فأصبح التعامل مع المواد الصحفية أكثر سهولة ويسر.

وحصلت الصورة الموضوعية على المرتبة الثالثة بنسبة (10%)، وهي نسبة متوسطة تعكس أهمية اعتماد مواقع الدراسة على صور أرشيفية تصاحب الخبر وتعبر عنه، وتباين استخدام مواقع الدراسة لعنصر الصورة الموضوعية حيث جاء في وكالة الرأي الفلسطينية بنسبة (11.1%)، أما في وكالة وفا فكان بنسبة ضعيفة جداً بلغت (2.3%).

ويرى الباحثان أن موقعا الدراسة اهتمت بشكل كبير بوجود الصور المصاح):للمواد الصحفية المنشورة، نظراً لأهمية الصورة في إبراز الموضوع وتميزه عن الموضوعات الأخرى، فإن المواقع «توظف إمكانياتها الشكلية كافة والتأثيرية في القالب الصحفي في سبيل التأكيد على فكرة معينة أو مجموعة من الأفكار في تناول موضوعات الصراع وأطرافه».

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة وافي وأبو قفة (2020م)⁽²⁾: «جاءت الصور الموضوعية في المرتبة الثالثة بنسبة (2%)».

وحظيت عناصر «روابط إحالة ومتعلقات وملحقات» بالمرتبة الرابعة بنسبة (17.5%) لكل منهما، وهذا يعكس مدى اهتمام موقع وكالة الرأي الفلسطينية التي استخدمت هاذين العنصرين بنسبة (19.6%) لكل منهما، ويرى الباحثان أهمية هذا العنصر التقني الذي يدعم المادة الصحفية ويربطها مع غيرها من الموضوعات المتشابهة لها في العنوان، حيث إن موقع وكالة الرأي الحكومية التي أحدثت وتطوراً في موقعها الإلكتروني تستغل هذه الخاصة في التسهيل على القارئ للوصول إلى المادة الصحفية وما يشابهها من عناوين وموضوعات في الموقع، وجاءت في المرتبة الخامسة «الصور الخبرية» بنسبة متدنية بلغت (8.5%)، مما يعكس ضعف اهتمام موقعي الدراسة بالصور الخبرية الحية التي تعبر عن الحدث، ويرى الباحثان أن هناك تقصيراً واضحاً من قبل مواقع الدراسة في توثيق الحدث بالصور من الميدان واللجوء إلى الصور الأرشيفية،



لاختصار الوقت والجهد.

وقد تفاوت اعتماد موقعي الدراسة على عنصر الصورة الخبرية، فقد جاء في الرأي الفلسطينية بنسبة (%2.2)، و(%1.1) في وكالة وفا.

واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت دراسة الشريف (2017م): «الصور الخبرية هي أكثر أنواع الصور استخداماً مع المواد الخبرية المصاحبة لقضايا الحصار بنسبة (46.1%)».

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة النجار وسالم (2010م): «جاءت الصورة الإخبارية في الترتيب الأول بنسبة (37%)»

ولم تحظ العناصر (ملف فيديو، ملف صوت، رسوم وخرائط وأعلام، الانفوجرافيك والجرافيك، «الانفوجرافيك والجرافيك» على أي نسبة ، مما يدلل على ضعف وعدم اهتمام لدى مواقع الدراسة في استخدام هذا تلك العناصر الهامة التي تتيحها تقنيات المواقع والتي تساهم في ابراز الموضوعات ويمنحها قيمة وأهمية كبيرة، ويرى الباحثان بأن الانفوجرافيك يُعد من أحد أهم عناصر الإبراز الحديثة التي تستخدمها المواقع الإلكترونية بشكل كبير بعد التطور الهائل في تكنولوجيا تصميم الجرافيك والبرامج الخاصة بتصميمه، والبعض أصبح يراه فناً صحفياً مستقلاً بذاته إلا أن المواقع الفلسطينية الإخبارية لا تولِ هذا الفن اهتماماً كبيراً على الرغم من تأثيره القوى في جذب القراء للموقع. بحسب ما تؤكده دراسة مسلم (2022) أن ما نسبته (57.6) %) من الجمهور الفلسطيني تابعون الإنفو جرافيك دامًا في التوعية بمخاطر جائحة كورونا، بينما (33.6%) أحيانا ما يتابعون الإنفو جرافيك في التوعية بمخاطر جائحة كورونا

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة المعبي (2020م): «في الترتيب الثاني يأتي الانفوجرافيك بنسبة (60%)».

وجاء في المرتبة السادسة «بدون صورة» بنسبة ضئيلة جداً بلغت (4.8%)، وتفردت بها وكالة وفا التي جاءت فيها بنسبة مرتفعة بلغت (46.6%) فلا تعتمد على إرفاق الصور مع المادة الصحفية ويعتقد ا):حثان أن هذا يعود لطبيعة عمل الوكالة وحاجتها لنقل الحدث بصورة آنية فهي لا ترفق المادة الصحفية أية عنصر إبرازي وتكتفي بنقل الحدث مجرداً من أي عنصر تدعيمي وإبرازي.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة حبيب (2021م): «حصل عنصر لا يوجد صور على الترتيب الأول بنسبة (58.8%)».

وبينت الدراسة التحليلية أن الصورة الشخصية حازت على المرتبة السابعة بنسبة (1.2%) وهي نسبة متدنية جداً تعكس ضعف اهتمام مواقع الدراسة بإدارج صور الشخصيات المحورية في الخبر، وقد لاحظ الباحث خلال التحليل بأن غالبية الأخبار في مواقع الدراسة جاءت على لسان شخصيات معينة بالقطاع الصحي دون إرفاق صورته على الرغم من أن مواقع الانترنت تضج بصور أولئك الشخصيات.

وقد اهتم موقع وكالة الرأي الفلسطينية باستخدام عنصر الصورة الشخصية التي كانت بنسبة متدنية جداً بلغت (0.5%) في الرأي الفلسطينية، و تختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة وافي وأبو قفة (2020م) : «تصدرت فئة الصور الشخصية المرتبة الأولى بنسبة (91.8%)»، كما وتختلف مع دراسة النجار وسالم (2010م): «حازت الصور الشخصية على المرتب الثالثة بنسبة (43.4%)»

وكشفت الدراسة التحليلية عن حصول ألبوم الصور على المرتبة الثامنة بنسبة (%0.8)، وهي نسبة متدنية جداً تعكس عن ضعف اهتمام موقعي الدراسة في الاستعانة بألبوم الصور الذي ينقل تسلسل الحدث من بدايته إلى نهايته، ويعزو الباحثان ذلك إلى أن موقعي الدراسة اكتفت بالصورة المصاحبة سواء كانت موضوعية أو شخصية خاصة في ظل انتشار جائحة كورونا ومنع الاختلاط ودخول المستشفيات خوفاً من انتقال العدوى.

وتبين من خلال التحليل أن موقع وكالة الرأي الفلسطينية قد اهتم باستخدام عنصر ألبوم صور حيث جاء بنسبة (%0.8) في الرأى الفلسطينية.

وتتفق مع دراسة الزرد (2022)حازت وكالة الرأي على المرتبة الأولى في عدد المواد الصحفية المنشورة بنسبة %75، تلاها موقع وزارة الداخلية بنسبة %14، تلاه موقع وزارة الصحة بنسبة %10.51.

وجاء في المرتبة التاسعة رسوم وخرائط وأعلام بنسبة ضعيفة جداً بلغت (0.4%)، مما يعكس عدم اهتمام مواقع الدراسة باستخدام الرسوم والخرائط التي تدعم المادة الصحفية وتبرزها، وقد انفرد موقع دنيا الوطن باستخدام عنصر «رسوم وخرائط وأعلام» على باقي مواقع الدراسة وجاء بنسبة ضئيلة جداً بلغت (0.8%). وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة الشريف (201): : «جاءت الرسوم والخرائط والأعلام بالمرتبة الرابعة بنسبة (1.5%)»

وفي المرتبة الأخيرة اشترك كلاً من ملف فيديو وملف صوت» بنسبة (0.0%)،وهي نسبة ضعيفة جداً توضح ضعف اهتمام مواقع الدراسة بأهمية إرفاق الفيديو والصوت في الموضوعات التي تناولت موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار لما لها من وظيفة بصرية وسمعية تتمثل في جذب القارئ والاستحواذ عليه سمعياً وبصرياً وفكرياً، في التأثير لإبراز لمعاناة الحصار.

ويرى الباحثان أن الملفات الصوتية والفيديو عناصر هامة تدعم المادة الصحفية المنشورة وتعطيها مصداقية أكبر لدى القراء وتؤكد مدى صحة المعلومات الواردة فيها.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة المعبي (2020م): «جاء في الترتيب الثاني مصاحبة الفيديو للأخبار التي تتعلق معالجة جائحة كورونا المستجد بنسبة ((51%)»



عاشرا: عناص الخدمات التفاعلية:

جدول رقم (10) يوضح الخدمات التفاعلية لموضوعات الازمات الصحية في موقعي الدراسة

العام	الاتجاه العام		وكالة وفا		وكالة الحك	المواقع
%	ك	%	ك	%	ك	عناصر التفاعلية
26.5	195	33.3	44	25	151	النشر والمشاركة
26.5	195	33.3	44	25	151	إرسال عبر البريد
20.5	151	-	-	25	151	شبكات التواصل
6	44	33.3	44	-	-	لا يمكن التعليق
20.5	151	-	-	25	151	ردود وتعليقات
100	. 736	100	132	100	604	المجموع

يوضح الجدول الاهتمام الكبير الذي أولاه موقعي الدراسة للخدمات التفاعلية حيث بلغت (736) تكراراً، وهي نسبة كبيرة توضح مدى اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة بالخدمات التفاعلية التي تعطي مجالاً لتفاعل الجمهور مع موضوعات الأزمات الصحية لإبداء آراءه، رغم أنها اقتصرت على بعض المواقع كما ويتم حجبها أحياناً.

وأن موقعي الدراسة اهتمتا بخدمتي «النشر والمشاركة» والإرسال عبر البريد الإلكتروني في جميع المواد الصحفية بنسبة (26.5%)، وهي نسبة كبيرة توضح مدى إدراك المواقع الفلسطينية لأهمية التواصل مع الجمهور، كما أنها تمنح القارئ الحرية في التعبير عن الرأي ونشر المادة الإعلامية ومشاركتها مع الآخرين وفي منتديات ومواقع أخرى.

وتقارب موقعي الدراسة في استخدام النشر والمشاركة حيث جاءت في وكالة الرأي الفلسطينية بنسبة (25%) أما في وكالة وفا فكانت بنسبة (33.3%)، وكذلك الحال مع عنصر إرسال عبر البريد الذي استخدمته الرأي الحكومية بنسبة (25%)، أما في وكالة وفا فجاءت بنسبة (33.3%).

ويعزو الباحثان سعي المواقع الإلكترونية إلى استخدام خاصية إرسال الموضوع بالبريد الإلكتروني إلى أنها تسعى إلى توصيل رسالتها للجمهور عبر البريد الإلكتروني وجذب أكبر عدد من القراء والمتابعين، باعتبارها ميزة تلجأ إليها المواقع الإلكترونية لتسهيل مشاركة المواد التي تنال على إعجاب الجمهور.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة حبيب (2021م): «جاء المشاركة على موقع أخر في الترتيب الرابع بنسبة (12.1%)».

كما ان خدمة «شبكات التواصل الاجتماعي» حصلت على المرتبة الثانية بنسبة (20.5%) وهي ميزة يلجأ

إليها للتواصل وتسهيل مشاركة المادة الصحفية.

ويرى الباحثان بأن موقعي الدراسة تستخدم شبكات التواصل وصولاً لأكبر عدد من الجمهور حيث صممت غالبية المواقع الإخبارية الفلسطينية صفحات لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة لتوصل رسالتها لجموع الجماهير.

وقد أولى موقعا وكالة الرأي الفلسطينية اهتماماً أكبر في هذه الخدمة حيث جاءت في بنسبة (25%)،وقد أكدت دراسة وافي وأبو قفة (2020م) على ذلك بأن «مواقع الدراسة أتاحت عناصر الربط بالشبكات الاجتماعية وإرسال الموضوع بالبريد التي قدمتها في نشر موضوعات وباء كورونا»

وجاء في المرتبة الثالثة خدمة «لا يمكن التعليق» بنسبة (6%)، وهي نسبة ضعيفة تعكس ضعف اهتمام مواقع الدراسة في توفير خدمة لا يمكن التعليق، ويعزو الباحثان ذلك إلى أن بعض المواقع الإلكترونية عمدت على توفير خدمة الردود والتعليقات لتتعرف على أراء القراء والمتابعين في المواد الصحفية التي ينشرونها، ومناقشة مقترحاتهم، وقد اهتم موقع وكالة وفا في استخدام هذه الخدمة، حيث جاءت بنسبة (33.3%).

ولم تمنح مواقع الدراسة اهتماماً كافياً لـ «الردود والتعليقات» على المواد الخبرية من قبل الجمهور المتلقي حيث جاءت بالمرتبة الأخيرة بنسبة (20%) حيث اقتصر استخدامها على وكالة الرأي الفلسطينية وجاءت بنسبة (25%)، رغم دورها المميز في نشر المادة ومشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتقييم ردود الفعل من الجمهور المتلقى.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة حبيب (2021م): «جاء التعليق على المادة الصحفية في الترتيب الأول بنسبة %100».

ويعتقد الباحثان أن موقعي الدراسة لا تستثمر بشكل كافِ الأدوات التفاعلية التي يوفرها الإنترنت، حيث غابت غالبية عناصر التفاعلية الأخرى في كافة المواقع والتي أصبحت أدوات مهمة للمواقع الإلكترونية للتواصل مع الجمهور بكل السبل مثل خدمة RSS واستطلاع رأي ومجموعات إخبارية وقائمة بريدية ومنتديات حوار والتي أصبح إمكانية استخدامها سهلاً للجمهور.

نتائج الدراسة والتوصيات

- 1. أولاً: تصدر موقع وكالة الرأي الفلسطينية بنسبة (%77.4) وتلاه موقع وكالة وفا بنسبة (%22.6).
- 2. حظيت موضوعات «أزمة جائحة كوفيد19 وتحورات الفيروس» بالمرتبة الأولى بنسبة (55%) تلتها موضوعات «أزمة نقص الأدوية والمهمات الطبية» بالمرتبة الثانية بنسبة (10.5%) ثم جاءت موضوعات «أزمة الاعتداءات الإسرائيلية» بالمرتبة الثالثة بنسبة (8.5%) في حين جاءت موضوعات «أزمة الأمراض والأوبئة» بالمرتبة الرابعة بنسبة (7.5%) ثم تلتها موضوعات أزمة تقليص التحويلات الطبية وإغلاق



المعابر « في المرتبة الخامسة بنسبة (9%) ومن ثم «أزمة نقص امدادات الوقود والكهرباء» في المرتبة السادسة بنسبة (4.4).

- 3. تصدر أسلوب «سرد المعلومات» المرتبة الأولى بنسبة (71.8%)، وتلاه في المرتبة الثانية الأسلوب «الإحصائي» بنسبة (23.4%)، ثم جاء الأسلوب «الإنشائي» في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (4.8%).
- 4. جاء المصدر «الرسمي الفلسطيني في قطاع غزة» بالمرتبة الأولى بنسبة (49%)، وتلاها في المرتبة الثانية المصدر «الرسمي الفلسطيني في الضفة المحتلة» بنسبة (22.8%)، في حين حلّ في المرتبة الثالثة «المراكز الحقوقية والمؤسسات الأهلية والخاصة» بنسبة (14.1%)، وفي المرتبة الرابعة جاء «الأطباء والمختصون «بنسبة (5%)، ومن ثم مصدر «المنظمات الدولية والعربية- غير الرسمية «في المرتبة الخامسة بنسبة (2.3%).
- 5. حاز المصدر «اسم الموقع، بدون مصدر» على المرتبة الأولى بنسبة (81.5%)، وجاء في المرتبة الثانية مصدر «مواقع انترنت-شبكات التواصل الاجتماعي» بنسبة (8%)، ومن ثم جاء مصدر «مراسل/مندوب» في المرتبة الثالثة بنسبة (6%) في المرتبة الرابعة وحظيت «الصحف والمجلات» بالمرتبة الخامسة بنسبة (6%).
- 6. حصل اتجاه محايد لنشر موضوعات الازمات على نسبة (77%) وبالمرتب الاولى بينها جاء الاتجاه الايجابي في المرتبة الثانية بنشبة (18%) وفي المرتبة الاخيرة جاء الاتجاه السلبي بنسبة (5%)
- 7. تساوت الأساليب العقلية المستخدمة في الموضوعات غير المصحوبة بأساليب بنسبة (41.5%)،أما أساليب مزدوجة جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (14.4%)، تلتها بالمرتبة الأخيرة جاءت الأساليب العاطفية بنسبة (2.6%).
- 8. تصدر الخبر الصحفي المرتبة الأول بنسبة (80.6%)، تلاها في المرتبة الثانية «التقرير الصحفي» بنسبة (11%)، وجاء الحديث الصحفي بالمرتبة الثالثة بنسبة (8.2%)، و القصة الخبرية في المرتبة الأخيرة بنسبة (0.5%).
- 9. حظيت «طباعة وحفظ» بالمرتبة الأولى بنسبة («22.8)، وجاء في المرتبة الثانية العناصر «رابط مختصر» «روابط إحالة، ومتعلقات وملحقات بنسبة («17.5)، وحازت «الصور الموضوعية» على المرتبة الثالثة بنسبة ((10%)، و في المرتبة الرابعة «الصور الخبرية بنسبة ((8.5%)، ثم جاءت بالمرتبة الخامسة «بدون صورة « بنسبة ((4.8%)، ثم بالمرتبة السادسة «البوم الصور» بنسبة ((8.8%)، وبالمرتبة السابعة صورة شخصية بنسبة ((0.6%).
- 10. تساوت خدمتا «النشر والمشاركة» وإرسال عبر البريد» في المرتبة الأولى بنسبة (26.5%)، وجاء في المرتبة الثانية شبكات التواصل الاجتماعي والردود والتعليقات بنسبة (20.5%)، كما حظى عنصر «لا يمكن

التعليق» بالمرتبة الثالثة بنسبة (6%).

ثانياً :التوصيات: مت التوصيات على النحو الاتي:

1. المواقع الإخبارية الفلسطينية:

- أ تجنب المناكفات السياسية في معالجة القضايا الفلسطينية الهامة وخاصة الأزمات الصحية في ظل الحصار، ويتوجب على العمل
- ب توفير طاقم إعلامي متخصص بإعلام الأزمات وقادر على التعامل مع المواد الخبرية بحيث يستطيع شحذ المواقف والآراء تجاه القضية المطروحة.
- ج العمل على الاستفادة القصوى والمثلى من الخدمات التفاعلية وعناصر الإبراز التي تميز الصحافة الإلكترونية وعدم تجاهل التطورات الحديثة للمواقع الإلكترونية، مع بدل مزيداً من الجهد للتواصل مع الجمهور المحلي والعربي والدولي.
- د إفساح المجال أمام مشاركة القارئ في التعبير عن رأيه للمواد الصحفية المنشورة من خلال السماح بالتعليقات والردود وزيادة مساحة المناقشة وتبادل الآراء أمام إدارة ومستخدمي الموقع.
- هـ تخصيص أيقونات ثابتة على واجهة المواقع الإخبارية تخص موضوعات الأزمات الصحية لا سيما وأن الحصار مستمر ويضاف له يومياً معاناة متجددة للمواطنين جراء تلك الأزمات وذلك لسهولة وصول القارئ للموضوعات وبكون عثابة أرشيف خاص.

2. العاملين في حقل الصحافة:

- أ تجنب الاعتماد على المصادر المجهولة التي تقلل من مصداقية المادة الإعلامية.
- ب معالجة شاملة لموضوعات الأزمات الصحية في قطاع غزة في ظل الحصار وعدم إغفال أياً منها.
- ج تكثيف استخدام أساليب الإقناع العاطفية مع موضوعات الأزمات الصحية في ظل الحصار على غزة، بهدف استقطاب المتابعين وتحشيد الرأى ضد الحصار.
- د ضرورة التنوع في الأشكال الصحفية المستخدمة في موضوعات الأزمات الصحية والتركيز على الأشكال التفسيرية والتحليلية لموضوعات الأزمات الصحية.

3. وزارة الصحة:

زيادة الاهتمام بالجانب التوعوي الصحي من خلال المقالات الصحفية وتوضيح تأثير الحصار والازمات على القطاع الصحى



4. الباحثين:

اجراء دراسات ميدانية للتعرف على جانب الممارسة المهنية الصحفية من خلال العاملين في موقع للتعرف على مدى تغطيتهم للوباء .

5. وزارة الاعلام:

مراقبة لسلوك المواقع الإخبارية الفلسطينية ومطالبتها بالعمل بموضوعية ومهنية عالية في تناول القضايا الفلسطينية الملحة دون تقصير أو محاباة.

المصادر والمراجع:

- 1 نهى مسلم (2022) ، استخدامات وزارة الصحة لصحافة الانفوجرافيك في توعية الجمهور الفلسطيني بمخاطر كورونا
- دراسة ميدانية على القائم بالاتصال والجمهور الفلسطيني، دراسة ماجستير غير منشرة، كلية الاداب، الجامعة الاسلامية، غزة.
- 2 محمد الزرد (2022) ، توظيف الاعلام الحكومي بغزة للإعلام الرقمي في مواجهة جائحة كورونا، دراسة تحليلية
 وميدانية مقارنة(، مجلة الاتصال والتنمية ، مج34، ع ، ص 68-29
- 3 أبو بكر حبيب (2021) ، معالجة مواقع الصحف المصرية والعربية لأزمة كورونا دراسة تحليلية لمواقع صحف اليوم السابع والرياض والبيان، بحث غير منشور ، الجامعة الاسلامية بغزة ، ص156
 - 4 أبو داود الجمل، ،(2021) الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا، دراسة ميدانية.
- 5 محمد العطار (2021)، دور وسائل الإعلام الجديدة في زيادة وعي الجمهور المصري لمواجهة الأزمات الصحية: دراسة ميدانية بالتطبيق على أزمة كورونا
 - 6 KrK Smart Technologies for fighting Pandemics: The techno-and human-driven approaches in controlling the virus transmission Government Information Quarterly.
- 7 جيهان المعبي ، (2020) أطر معالجة الصحف الالكترونية والمواقع الاخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد: دراسة تحليلية
- 8 عيشة علة ،(2020) دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا: دراسة ميدانية.
- 9 وافي وأبو قفة، (2021) معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية لمعالجة وباء كورونا: دراسة تحليلية مقارنة.
- 10 على عبد الله (2019) ، فاعلية البرامج الإذاعية في إدارة الأزمات الصحية «الوبائيات»: دراسة تحليلية على إذاعة ولاية القضارف في الفترة من يناير 2017-2015م.



- 11 اسراء الشريف (2016) ، معالجة المواقع الفلسطينية الإلكترونية الإخبارية لحصار غزة، دراسة تحليلية مقارنة.
- 12 سمير أبو مدللة، (2017) انعكاسات سياسة الحصار الإسرائيلي على المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية في قطاع غزة.
- 13 عائشة البطش ، (2017) تقييم النخبة السياسية والإعلامية للخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة، دراسة ميدانية.
 - 14 رامي مشرف (2015) ، الأطر الخبرية لحصار غزة في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة.
 - 15 نائل الرن (2016)، دور العلاقات العامة مستشفيات قطاع غزة في إدارة الأزمات المتعلقة بالحصار
 - 16 عمارة، (2016) دور الدبلوماسية الفلسطينية في ادارة الأزمة الصحية اثناء الحصار على محافظات غزة.

17 - whiteK2009,Examining a crisis communication void: The role of context to mitigate issues

- 18 نصر وسام (2014) ، أجندة اهتمامات المواقع الإلكترونية للجهات المعنبة بشئون المرأة المصرية دراسة مقارنة، ، ص 398.
 - 19 سمر حسن (2006) ، بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب ، ط2، ص.131
 - 20 نفس المرجع السابق ص147
 - 21 محمد عبد الحميد (1998)، بحوث الصحافة، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، القاهرة: عالم الكتب ، ص81.
 - 22 سمير حسين (2006) ، مرجع ساببق ، ط2ص..153
 - 23 نفس المرجع السابق
 - 24 عبد الحميد، مرجع سابق ،ص132
 - 25 سمير حسين (2006) ، مرجع سابق ، ط2ص 234
 - 26 سميرحسين(نفس المرجع السابق، ص266-265
 - 27 سلامة معروف، مدير المكتب الإعلامي الحكومي بغزة، (مقابلة شخصية: بتاريخ 03/12/2022م).
- 28 موقع وزارة الإعلام ، دولة فلسطينhttp://www.minfo.ps/ar/index.php?p=main&id=5720 ، تم زيارة الموقع ىتارىخ .31/12/2022
 - 29 موقع وكالة الانباء والمعلومات وفا على الانترنت.
 - 30 موقع وكالة الرأى الفلسطينية على الانترنت
 - 31 Wimmer & Dominick, Mass Media Research: an Introduction, 9th Edition, P. 154.)
 - 32 سمير حسين (2006) ، بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب ، ط2، ص ص310-309
 - 33 حسن مكاوى وليلى السيد، (2017) الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص.(288.
 - 34 علة (2020م) المرجع السابق: (ص.515-496
 - 35 وكالة الأناضول للأنباء، موقع إلكتروني



- 36 الرن،مرجع سابق ص.123
- 37 جبريل، الاقتصاد السياسي للصحة في قطاع غزة.
 - 38 موقع إلكتروني ، الأمم المتحدة،
 - 39 رامى مشرف (2016)، مرجع سابق.، ص120
- 40 عبد المجيد وعلم الدين، فن التحرير الصحفى للجرائد والمجلات، ص.50
 - 4/6/2020.). وكالة وفا، 41
- 42 وافي وأبو قفة، معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية لمعالجة وباء كورونا: دراسة تحليلية مقارنة، بحث
 - منشور ، مجلة جامعة الازهر مج22، ع2، ص156
 - 43 محمد العطار (2021)، دور وسائل الإعلام الجديدة في زيادة وعي الجمهور المصرى لمواجهة الأزمات الصحية:
 - دراسة ميدانية بالتطبيق على أزمة كورونا، ص252
 - 44 النجار وسالم، مرجع سابق.
 - 45 اسراء الشريف (2017)، مرجع سابق.،ص.(.122
 - 46 وكالة وفا، 16/9/2020م.
 - 47 عبد الغفور، مرجع سابق.، ص.178
 - 48 عبد الغفور ياسر (2015)، مرجع سابق.،ص.184
 - 49 أحمد بدر ،(1982) دور الصحافة المصرية في تناول الأزمات والكوارث: دراسة تحليلية.
 - 50 عبد الغفور، مرجع سابق.، (، 189).
 - 51 عبد الغفور، مرجع سابق.، ص 197.
 - 52 عبد الغفور، مرجع سابق..
 - 53 عبد الغفور، مرجع سابق..
 - 54 تيسير أبو مراد، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية أثناء الأزمات، بحث غير منشور ،
 - الجامعة الاسلامية بغزة ، ص .202
 - 55 حبيب، مرجع سابق ، ص.156
 - 56 مسلم 2022، مرجع سابق
 - 57 هاربرت سترنز (2014)، المراسل الصحفى ومصادر الاخبار (ص13).
 - 58 عمران، مرجع سابق..
 - 59 جهان المعبى، مرجع سابق..
 - 60 على عبد الله، فاعلية البرامج الإذاعية في إدارة الأزمات الصحية «الوبائيات.

- 61 رامي مشرف، مرجع سابق.، ص.98
 - 62 ابو بكر حبيب، مرجع سابق..
 - 63 اسراء الشريف، مرجع سابق..
 - 64 رامي مشرف، مرجع سابق..
 - 65 جهان المعبى، مرجع سابق..
 - 66 رامي مشرف، مرجع سابق.
 - 67 عمران، مرجع سابق..
 - 68 ابو بكر حبيب، مرجع سابق
 - 67 وافي وأبو قفة، مرجع سابق
 - 68 وافي وأبو قفة، مرجع سابق
 - 69 اسراء الشريف، مرجع سابق.
 - 70 النجار وسالم، مرجع سابق..
 - 71 نهى مسلم، 2022، مرجع سابق
 - 72 جهان المعبى، مرجع سابق.
 - 73 ابو بكر حبيب، مرجع سابق
 - 74 وافي وأبو قفة، مرجع سابق
 - 75 النجار وسالم، مرجع سابق.
 - 76 محمد الزرد ، مرجع سابق..
 - 77 اسراء الشريف، مرجع سابق..
 - 78 جهان المعبي، مرجع سابق..
 - 79 رامي حبيب، مرجع سابق..
 - 80 وافي وأبو قفة، مرجع سابق.
 - 81 ابو بكر حبيب، مرجع ساب

الإتصال والتنمية

محور العدد: الاتصال في الحرب والأزمات

الذكاء الاصطناعي وتحديات المعلومات المضللة عبر الإنترنت

د. إبراهيم فؤاد الخصاونة قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة البترا، الأردن – عمان د. عبدالكريم علي الدبيسي قسم الإعلام، كلية المستقبل الجامعة، العراق، بابل.

Abstract:

This descriptive study aims to reveal the dangers of artificial intelligence techniques in spreading misinformation via the Internet that simulates individuals on social networks, creating content, or sharing it independently, and defining the concept of disinformation and misinformation using artificial intelligence technology, an automated statement, and a strategy for bots. Disinformation, in spreading misinformation, by amplifying false content, identifying influential accounts, and taking advantage of their influence by attracting the attention of their owners through responses and references. Identifying breaking news websites as major disinformation publishers. The study concluded by identifying the professional and ethical challenges arising from artificial intelligence, the risks of misinformation, and misinformation via the Internet, which represents a global issue, after the spread of the phenomenon of fake news that is passed on as factual, this phenomenon has become a major challenge that threatens security, peace and community in In developing countries, the rapid spread of disinformation through social networks and mobile devices has helped to increase social divisions, provoke violence, undermine social, political and economic structures, influence public opinion trends, and distort awareness by spreading fake news and disinformation online.

key words: Artificial intelligence, Misinformation, Internet, professional.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الوصفية إلى الكشف عن مخاطر تقنيات الذكاء الاصطناعي في نشر المعلومات المضللة عبر الإنترنت التي تحاكي الأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي، وتقوم بإنشاء المحتوى، أو مشاركته بشكل مستقل، وتعريف مفهوم التضليل والمعلومات المضللة باستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وبيًان آلية، واستراتيجية عمل روبوتات التضليل، في نشر المعلومات المضللة، وذلك بتضغيم المحتوى الخاطئ، وتحديد الحسابات المؤثرة، والاستفادة من نفوذها من خلال جذب انتباه أصحابها من خلال الردود، والإشارات. وتحديد مواقع الأخبار العاجلة على أنها جهات نشر رئيسة للمعلومات المضللة. وخلصت الدراسة إلى تحديد التحديات المهنية، والأخلاقية الناشئة عن الذكاء الاصطناعي، ومخاطر التضليل، والمعلومات المضللة عبر الإنترنت التي تمثر تشرها على أنها واقعية، الإنترنت التي تمثر تشكل تحديا كبيرا يهدد الأمن، والسلم المجتمعي في البلدان النامية، إذ ساعد الانتشار السريع للمعلومات المضللة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأجهزة الهاتف المحمول في زيادة الانقسامات الاجتماعية، وإثارة العنف، وتقويض الهياكل الاجتماعية، والسياسية والاقتصادية، والتأثير في تشكيل اتجاهات الرأى العام، وتزييف الوعى عبر نشر الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة عبر الإنترنت.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، المعلومات المضللة، الإنترنت، المعايير المهنية.

المقدمة:

يستخدم نحو 5,1 مليار شخص شبكة الإنترنت، وبنسبة 65% من سكان العالم .com,2021 ومن المتوقع أن يزداد عدد مستخدمي الإنترنت في العقد القادم، ولا يزال أكثر من نصف أولئك الذين يستخدمون الإنترنت، والهواتف المحمولة لا يستخدمون هذا الاتصال للتسوق، او الخدمات المصرفية، الذين يستخدمون الإنترنت المهمة الأخرى، أو التفاعلات الاجتماعية الرئيسة، وكلما زاد عدد الأشخاص الذين يتنقلون عبر الإنترنت على مستوى العالم، تتزايد الفرص، والتهديدات، فهل ستتعزز ثقة الناس في تفاعلاتهم عبر الإنترنت بمجال العمل، والتسوق، والعلاقات الاجتماعية، والسعي وراء المعرفة، والأنشطة الأخرى؟ أم ستتضاء ل ثقتهم بالإنترنت خلال السنوات العشر القادمة؟ يقول العديد من الخبراء؛ إن الافتقار إلى الثقة لن يكون عائقا أمام بالإنترنت خلال السنوات العشر القادمة؟ يقول العديد من الخبراء؛ إن الافتقار إلى الثقة لن يكون عائقا أمام سيكافح مخاوف المستخدمين بشأن الأمان، والخصوصية، ويرى أولئك الذين لديهم شكوك بشأن التقدم؛ إن الناس معتادون على المخاطرة، ومدمنون على الراحة، ولن يتم تقديم بدائل للتفاعل عبر الإنترنت، ويتوقع البعض أن طبيعة الثقة ذاتها ستتغير، الثقة عامل ملزم اجتماعي واقتصادي وسياسي، الثقة هي شريان الحياة، للصداقة، وتقديم الرعاية، عندما تغيب الثقة، تتكشف جميع أنواع المشاكل المجتمعية، عا في ذلك العنف، للصداقة، وتقديم الرعاية، عندما تغيب الثقة، تتكشف جميع أنواع المشاكل المجتمعية، عا في ذلك العنف،



والفوضى الاجتماعية. Anderson & Rainie 2017

يشكل انتشار الأخبار، والروايات المزيفة التي ينشرها بعض البشر، والروبوتات عبر الإنترنت تحديا للجمهور، والناشرين الذين يحاولون وقف انتشار المعلومات الخاطئة، وذلك بالعمل على تصميم أنظمة تقنية، وبشرية يمكنها التخلص من الأخبار، والروايات المزيفة، وتقليل الطرق التي تنشر بها الروبوتات الأكاذيب، والمعلومات الخاطئة. إن ظهور الإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي، قد ساعد في نشوء أنواع جديدة من العلاقات، والمجتمعات التي يجب التفاوض على الثقة فيها مع الآخرين الذين لا يراهم المستخدمون، في ظل ظروف ليست مألوفة، وفي عالم تموج فيه معلومات عن مصادر غير مؤكد، يستخدمها الفاعلون أصحاب استراتيجيات الانتشار الدائمة لجذب انتباه المستخدمين، وبالإضافة إلى ذلك، فشبكة الإنترنت تمثل قناة لخصوصية الجمهور إلى أن يتعرض لمخاطر المراقبة، أو الهجمات الإلكترونية، أو تقنيات إضافية، يقع فيها، ويكون ضحية لعمليات الاحتيال التي تقوم بها العناصر السيئة. وينقسم الخبراء بتقديراتهم حول مستقبل الحقيقة، والمعلومات المضللة عبر الإنترنت، وفيما إذا سيشهد العقد القادم انخفاضا في الروايات الكاذبة، والمضللة عبر الإنترنت، وفيما إذا سيشهد العقد القادم انخفاضا في الروايات الكاذبة، والمضللة عبر الإنترنت، وفيما أذا سيشهد العقد القادم انخفاضا في الروايات الكاذبة، والمضللة عبر الإنترنت، وفيما أذا سيشهد العقد القادم انخفاضا في الروايات الكاذبة، والمضللة عبر الإنترنت، وفيما أذا سيشهد العقد القادم انخفاضا أن الدين يتوقعون التحسن حلولا تكنولوجية، وحلول مجتمعية للحد من نشر المعلومات المزيفة والمضللة.

مشكلة الدراسة

دلت الملاحظة العلمية، والمسح للدراسات السابقة على وجود فجوة بحثية تنطلق منها هذه الدراسة وهي؛ ندرة الدراسات العربية التي تتناول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في نشر المعلومات المضللة على شبكة الإنترنت، وتأثير تلك التطبيقات على مستقبل الإعلام الرقمي، بعد تنامي محاولات جعل الآلة تتعلم لتفكر، وتؤدي مهاما، وأدوارا محددة تساعد الإنسان في تحقيق أغراض معينة. وقد أصبحت هذه المحاولات حقيقة واقعة غيرت العالم، فتقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته، والتطورات التي يشهدها العالم ستقود إلى ثورة في قدرة الإعلام الرقمي على التأثير، ومخاطبة الجمهور، وتشكيل اتجاهات الرأي العام، مما يتطلب توضيح المفاهيم النظرية المرتبطة بتلك التطبيقات، ومخاطر استخدامها، في ظل انعكاس متغيرات بيئة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على الإعلام الرقمي والجمهور، وتتلخص مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال التالي؛ ما التحديات المهنية والأخلاقية الناشئة عنها عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في نشر المعلومات المضللة عبر الإنترنت ؟

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الوصفية إلى:

- 1. التعريف مهفوم التضليل والمعلومات المضللة باستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وبيّان آلية، واستراتيجية عمل روبوتات التضليل، في نشر المعلومات المضللة.
- 2. الكشف عن مخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في نشر المعلومات المضللة عبر الإنترنت التي تحاكي الأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي، وتقوم بإنشاء المحتوى، أو مشاركته بشكل مستقل.
- 3. تحديد التحديات المهنية، والأخلاقية الناشئة عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، في نشر المعلومات المضللة عبر الإنترنت، ومخاطر التضليل. والمعلومات المضللة التي تمثل قضية عالمية، بعد
- لتعريف بظاهرة نشر الأخبار المزيفة، ومخاطرها التي باتت تشكل تحديا كبيرا يهدد الأمن، والسلم المجتمعى في البلدان النامية.

أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة أهميتها من أهمية الظاهرة التي تتناولها وهي؛ تراجع ثقة المتلقي في المعلومات المنشورة على شبكة على شبكة الإنترنت، وتنامي استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في نشر المعلومات المضللة على شبكة الإنترنت، ومخاطر تأثيرها على السلم والأمن المجتمعي، لإن زيادة كم المعلومات المضللة سيؤدي إلى بروز الكثير من أنواع المشاكل السياسية، والاقتصادية، والمجتمعية، بما في ذلك العنف، والفوضى الاجتماعية، مما يقتضى دراستها ووضع الرؤى العلمية المناسبة لمعالجة الظاهرة والنبيه لمخاطرها لا سيما في الدول النامية.

أسئلة الدراسة

- 1. ما مفهوم التضليل والمعلومات المضللة باستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي؟
 - 2. ما آلية، عمل روبوتات التضليل، في نشر المعلومات المضللة؟
- 3. ما مخاطر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في نشر المعلومات المضللة عبر الإنترنت؟
- 4. ما التحديات المهنية، والأخلاقية الناشئة عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، في نشر المعلومات المضللة عبر الإنترنت؟
 - ما المخاطر الناجمة عن ظاهرة نشر الأخبار المزيفة، والمعلومات المضللة؟

مفهوم التضليل والمعلومات المضللة

رافق الانتشار السريع لشبكة الإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي تفاؤلا كبيرا بشأن قدرتها على تسهيل



الوصول إلى الفرص الاقتصادية، والسياسية، وتمكين العمل الجمعي، وتسهيل أشكال جديدة من حرية التعبير على نطاق واسع في وسائل الإعلام الرقمي، لكن رافق ذلك الانتشار ظاهرة سلبية هي أن شبكة الإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي أصبحت حاضنات للأخبار المزيفة، والمضللة أكثر من كونها أدوات للتمكين، والتغيير الاجتماعي، وأصبحت الأخبار الكاذبة، والمعلومات الخاطئة التي يتم تمرير نشرها على أنها واقعية، سلاحا فعالا في عصر المعلومات والثورة الرقمية، وباتت تلك الظاهرة تشكل تحديا كبيرا يهدد الأمن، والسلم والمجتمعي.

لقد تداخلت مفاهيم مصطلحات؛ التضليل، والمعلومات المضللة، والدعاية في كل ما يتعلق بالرسائل الكاذبة، أو المضللة التي تنتشر تحت ستار المحتوى الإعلامي، سواء في شكل اتصالات النخبة، أو الرسائل عبر الإنترنت، أو الإعلانات، أو المقالات المنشورة. ويعرّف بيرينسكي المعلومات الخاطئة: «أنها تشكل ادعاء يتعارض، أو يشوه الفهم المشترك للحقائق التي يمكن التحقق منها، ويختلف ذلك من ناحية المفهوم عن الشائعات، أو نظريات المؤامرة، وتُفهم الشائعات على أنها ادعاءات تنشأ قوتها من النقل الاجتماعي نفسه، أما نظريات المؤامرة لها خصائص محددة، مثل الاعتقاد بأن مجموعة خفية من الأفراد الأقوياء تمارس السيطرة على بعض جوانب المجتمع». (Berinsky, 2015)

والمعلومات المضللة هي؛ «المعلومات التي يتم نشرها عمدا بهدف الخداع، وقد تكون مقصودة أو غير مقصودة، ويُنظر إلى المحاولات المنظمة لنشر معلومات كاذبة من قبل الفاعلين السياسيين سواء كانوا محليين، أو أجانب على أنها معلومات مضللة»، نوع آخر من المعلومات المضللة هو المحتوى الخاطئ المعروف بالأخبار الزائفة، أو المقالات المضللة عمدا، والمصممة لتقليد مظهر المقالات الفعلية من المؤسسات الإخبارية المعروفة. إن نشر هذه المواد عبر الإنترنت، إضافة إلى انتشار أشكال مختلفة من المحتوى المريب، والمضلل يرتبط ارتباطا وثيقا بظواهر مهمة مثل؛ الاستقطاب السياسي، وخطاب الكراهية، والتنمر، والفظاظة، والروبوتات.(Tucker, et al, 2018)

إن الآليات الكامنة وراء انتشار المعلومات المضللة، والأخبار المزيفة ليست مفهومة بالكامل بعد، فهناك مؤشرات على أن عنصر الحداثة قد يكون له دور في قرارات الأشخاص بنشر، ومشاركة المحتوى الزائف، أو المعلومات المضللة، أو إعادة توجيهها إلى الأصدقاء، والمتابعين؛ لذلك يجب توخي الدقة في تفسير دوافع نشر المعلومات المضللة على الإنترنت، وتأثيراتها على سلوكيات الجمهور. إن بعض الناس يواجه معلومات مضللة عبر الإنترنت، ويتفاعل معها بشكل متكرر، وهذا من شأنه أن يفسر الأنماط المنحرفة لكل من الاستهلاك والمشاركة، فضلا عن وجود عدد صغير نسبيا من الحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي لروبوتات آلية يكون لها دور كبير في نشر، ومشاركة المعلومات المضللة. (Grinberg et al. 2019)

وهناك قلق متزايد من انتشار المعلومات المضللة بسبب الانتشار السريع لشبكات التواصل الاجتماعي،

وأجهزة الهاتف المحمول في البلدان النامية، التي كانت سببا في زيادة الانقسامات الاجتماعية، وإثارة العنف أحيانا، مما يقتضي فهم الآليات، والظروف التي تزدهر فيها المعلومات المضللة عبر الإنترنت لرسم التدخلات المحتملة، ووقف انتشار الدعاية المسلحة عبر الإنترنت التي تهدف إلى زرع الخلاف، وتهديد السلم والأمن المجتمعي.

آلية عمل روبوتات التضليل

غالبا ما يضخم المتصيدون، والروبوتات المحتوى الخادع الزائف لدعم قضية، أو شخصية عامة، مما يؤدي إلى سوء فهم جمعي يخلق تصورا خاطئا بهدف تغيير، أو تعطيل وإفساد عملية المشاركة المدنية عبر الإنترنت، وإثارة تحديات سياسية، واقتصادية، واجتماعية، وأخلاقية لتقويض الهياكل الاجتماعية، والسياسية والاقتصادية، أو حتى إسكات المحادثات المشروعة عبر الإنترنت بشكل مصطنع. وتساهم المزايا التقنية لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى المخادع، ويرجع ذلك إلى قيام المؤثرين الاجتماعيين بتصنيع الرأي العام، والروبوتات التي تعيد نشر المعلومات عبر مشاركتها على الإنترنت لإدامة الخداع، والمعلومات المضللة، والأخبار المزيفة. (Klyueva, 2019)

وتُعرّف آنا كليويفا المتصيد Troll ؛ بأنه» مستخدم الإنترنت الذي ينخرط في ممارسة نشر تعليقات استفزازية، غالبا ما تكون مضللة عمدا، وبلا معنى، بقصد استفزاز الآخرين، بمناقشة لا معنى لها، أو إثارة نزاع»، وتصنف كليويفا المتصيدين Trolls إلى صنفين هما؛ المتصيدون المتلاعبون بالرأي العام، والمتصيدون مثيرى الشغب.

وتُعرّف كليويفا الروبوتات الاجتماعية Social Bots على النحو الآتى: (Klyueva, 2019)

- 1. روبوتات برمجية مصممة لإنتاج المحتوى تلقائيا، والتفاعل مع المستخدمين مع محاكاة الواقع، إذ تحاكي الروبوتات الاجتماعية بنجاح سلوك الاتصال البشري عبر الإنترنت لبناء الثقة من خلال نشر روابط للمحتوى المدفوع، واكتساب المتابعين، والرد على التفاعلات بهدف الترويج لمنتج، أو جدول أعمال.
- 2. البرامج القائمة على الذكاء الاصطناعي التي تحاكي الأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي، وتقوم بإنشاء المحتوى، أو مشاركته بشكل مستقل.
- الروبوتات الاجتماعية عبارة عن برامج، أو وكلاء آليين يتفاعلون على الشبكات الاجتماعية للتأثير على مسار المحادثة، والمناقشات وآراء قرائهم.

وهناك شبكة من الروبوتات Botnet، تتم برمجتها، وتشغيلها تحت إشراف مالك واحد لتنفيذ الأغراض المبينة آنفا. وضمن هذا الإطار يستخدم مصطلح قنبلة تويتر Twitter Bomb، للتعبير عن استراتيجية تواصل



على تويتر تتضمن تكرار نشر نفس المحتوى باستخدام نفس الهاشتاج من حسابات متعددة بهدف الترويج لمحتوى، أو مشكلة، أو فكرة معينة، وقد تؤدي قنبلة تويتر إلى تصنيف Google العالي للمحتوى المروج له. (Guess & Lyons, تعمل هذه الروبوتات على نشر المعلومات الخاطئة باستراتيجيات محددة تعتمد على: ,2020

- 1. تضخيم المحتوى الخاطئ في المراحل الأولى من النشر، قبل تحقيق الانتشار.
- 2. تُفرد الروبوتات الحسابات المؤثرة، وتحددها، وتحاول الاستفادة من نفوذها من خلال جذب انتباه تلك الحسابات من خلال الردود، والإشارات.
- 3. تحديد مواقع الأخبار العاجلة على أنها جهات نشر رئيسة للمعلومات المضللة على تويتر مثلا؛ ينسب مستخدمو تويتر الثقة إلى هذه الحسابات التي تحاكي مصادر الأخبار الشرعية، ولها نوع من السلطة. وهذا يسمح لمواقع الأخبار العاجلة ببناء قواعد كبيرة، وصادقة من المتابعين، تبث إليهم معلومات مضللة بنيرة محددة.

لا يقتصر إنتاج، ونشر المعلومات المضللة، والأخبار الكاذبة على المتصيدين، أو الروبوتات، فهناك عدد من الأفراد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الذين يُشغلون حسابات متعددة بأسماء مزيفة لإخفاء هويتهم الحقيقية، ينشرون عددا كبيرا من التعليقات يوميا على المقالات الإخبارية، إضافة إلى تحديث صفحات لهم على الفيسبوك Facebook، وتويتر Twitter بعدد كبير من المنشورات اليومية. إذ يمكن لجزء صغير من منتجي، ومستهلكي الأخبار المزيفة أن يولد الجزء الأكبر من المشاركة عبر الإنترنت، حتى لو لم يواجهها معظم الناس.

نشر الأخبار الكاذبة ليست ظاهرة جديدة، وقد أشار ويليام جينينغز برايان في صحيفته The Commoner عام 1896 «يبدو أن هناك وباء من الأخبار الكاذبة»، (LaFrance, 2017)، وقال جون ماكين؛ «هناك عجز متزايد، بل حتى عدم الرغبة، في فصل الحقيقة عن الأكاذيب»، في عالم ما بعد الحقيقة، الجديد هو نشر الأخبار المزيفة، التي تغذيها السهولة التي تنتشر بها المعلومات على نطاق واسع، ودقيق عبر وسائل الإعلام الرقمية، لقد فتح عصر الاتصال الرقمي البوابات أكثر من أي وقت مضى لمزيد من المشاركين، ولأشكال أكثر حدة من التلاعب، حيث تنتشر الأخبار المزيفة بسرعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد الذين أنشأوها لكسب المال من عائدات الإعلانات، أو للإضرار بمصداقية الأفراد البارزين في الدولة والمجتمع، وتقويض الديمقراطية، أو فتعال أعمال عنف. (Guadagno & Guttieri, 2019)

مخاطر التضليل والمعلومات المضللة

إن مخاطر التضليل، والمعلومات المضللة، والدعاية عبر الإنترنت تمثل قضية عالمية، بعد تآكل الإجماع

على فكرة الحقيقة، والحقائق، أو أهمية الخبرة، ويرى أندرسن:» إن ظاهرة الأخبار المزيفة، ونظريات المؤامرة على أنها ظاهرة أمريكية فريدة تنتشر، مثل العديد من المنتجات والخدمات الأمريكية، في أماكن أخرى حول العالم، وهي ظاهرة كانت موجودة في العديد من المجتمعات خاصة في أوقات عدم اليقين، أو الحرب». (Andersen, 2017)

ويصنف بعض الباحثين السخرية السياسية على أنها أخبار مزيفة، لأن زيادة السخرية واللامبالاة يغذي التطرف، والاستقطاب العاطفي، بينها يعرّف باحثون آخرون الأخبار المزيفة على أنها معلومات تبدو أنها أخبار، لكنها تختلف في درجة الدقة، وتفتقر إلى أساس واقعي لادعاءاتها، في بعض الحالات، قد تنشر الأخبار المزيفة أخطاء حقيقية، وتضيف لها معلومات مضللة. وأثار ظهور WhatsApp الذي يحظى بانتشار عالمي واسع اهتمام الباحثين لقدرته على زرع معلومات مضللة عبر نظام الرسائل المغلق، ويصفه البعض ببؤرة المعلومات المعللة. (Guess & Lyons, 2020)

إن التعرض للمحتوى، والمعلومات المضللة عبر الإنترنت مثل؛ القصص الإخبارية المزيفة له تأثيرات كبيرة على المستوى الفردي، وعلى المستوى الجمعي، وفي مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، لذلك يقتضي تحديد أغاط تعرض الجمهور للمعلومات المضللة، ووسائله، ومن ينتجها ولماذا؟ ومعرفة نوع المعلومات المضللة وكيفية نشرها، وأسباب انتشارها، وفهم الظروف التي تزدهر فيها المعلومات المضللة عبر الإنترنت، والعوامل التي تزيد من احتمال انتشار الأكاذيب على الإنترنت، وتحديد تأثيرها على الرأي العام، وتقدير حجم التأثيرات مع ما هو معروف عن انتشار محتوى مماثل خلال فترات زمنية محددة، والتغلب على الحواجز التي تحول دون المراقبة المباشرة للمعلومات الخاطئة عبر الإنترنت، والعوامل الأخرى المرتبطة بانتشارها، وكيفية تصحيح المعلومات المضللة، والخاطئة.(Demartini, et al. 2020)

إن صياغة رؤيا ثاقبة لمواجهة تحديات الحاض، والمستقبل تتطلب إجراء العديد من الدراسات لقياس كم المعلومات المضللة، والأخبار المزيفة عبر الإنترنت، وتأثيرها على بيئة النظام الإعلامي، رغم أن ذلك يشكل تحديا كبيرا للباحثين لأنه يتطلب إنشاء معيار الحقيقة الأساسية لتحديد المعلومات المضللة، أو الأخبار المزيفة، إن مثل هذه الدراسات تشكل خطا مشتركا في أبحاث الاتصال، حيث تستكشف بيئة وسائل الإعلام، والعلاقة بن الجهات الفاعلة المترابطة، وكيف تؤثر بعضها على البعض؟

التحديات المهنية والأخلاقية الناشئة عن الذكاء الاصطناعي

إن إضفاء الطابع المؤسسي على الخوارزميات وصحافة الذكاء الاصطناعي كمنشئي للمحتوى على شبكة الإنترنت حيث تبني الواقع في مختلف مجالات الحياة، ومع التفويض التدريجي للوكالة الأخلاقية من الصحفيين إلى الذكاء الاصطناعي، يثير ذلك العديد من التحديات الأخلاقية للصحافة المهنية، وفي مجالات

108



متداخلة مع أخلاقيات الإعلام الرقمي، وأخلاقيات الإنترنت.

تُعرف الصحافة الآلية (الخوارزمية) أو صحافة الذكاء الاصطناعي بأنها؛ العملية شبه التلقائية لتوليد اللغة الطبيعية NLG عن طريق اختيار البيانات الرقمية من قواعد البيانات الخاصة، أو العامة (المدخلات)، وتعيين أهمية خصائص البيانات المحددة مسبقا، أو غير المحددة، ومعالجة، وهيكلة مجموعات البيانات ذات الصلة إلى هيكل دلالة (الإنتاجية)، ونشر النص النهائي على منصة عبر الإنترنت، أو دون اتصال مع وصول معين (الناتج)، نقطة البداية لـ NLG هي قاعدة بيانات، على سبيل المثال؛ بيانات رياضية، أو مالية، أو الطقس، أو حركة المرور. ويمكن الوصول إلى هذه البيانات عبر السحابة، أو الذاكرة المحلية، بعد ذلك تتم معالجتها وفقا لقواعد لغوية، وإحصائية محددة مسبقا لنص باللغة الطبيعية، ويمكن أيضا المعالجة عبر الوصول إلى السحابة، أو نسخة محلية من البرنامج. لأن النتيجة في شكل نص، على سبيل المثال؛ آخر ملخص مباراة لمباراة كرة قدم، يجب أن يكون محدد مسبقا في الكود، وعملية التوليد - الكتابة الفعلية - بالإضافة إلى معظم عملية النشر (الإخراج) مؤةتة بالكامل تقريبا دون تدخل بشري. وتعتمد المرحلة الأخيرة من النشر على الإمكانات التقنية، وتطبيق البرنامج ضمن أنظمة إدارة المحتوى، والنشر عبر الإنترنت للمؤسسة الإعلامية، وتؤدي هذه العمليات المتغيرة في إنتاج الأخبار إلى تحولات في الوظائف الصحفية، وتثير مشاكل أخلاقية يتم دراسة معالجتها حاليا.

إن صحافة الذكاء الاصطناعي تواجه تحديات أخلاقية ناشئة عن التقنيات الجديدة، وبناءً على تلك المقدمات الفنية، فإنه مكن تحديد التحديات القادمة قبل (الإدخال)، وأثناء (الإنتاجية)، وبعد إنشاء المحتوى (الناتج)، ضمن مجالات الصحافة الآلية، ومستويات المسؤولية الأخلاقية، وعلى النحو الآتي:

1. يتم تحديد القضايا الأخلاقية على مستوى المدخلات المتعلقة بالبيانات، واستخدامها الصحفي، ونظرا لأن البيانات المنظمة هي شرط مسبق لـ NLG، لذلك تثار أسئلة حول أصل البيانات، إذ يجب أن تكون البيانات موثوقة ودقيقة. ويمكن توضيح ذلك في المثال التالي؛ عند إعداد التقارير المالية، فاذا كان الإبلاغ عن أسعار الأسهم غير صحيح، فبناءً على تلك البيانات الخاطئة. يقدم البرنامج تقارير خاطئة استنادا إلى ترميز ضعيف، أو مصادر بيانات غير دقيقة، ولأن برنامج NLG لتوليد اللغة الطبيعية غير قادر بعد على الإبداع، أو التعلم الذاتي، فلا يزال هناك عنصر بشري في الصحافة الآلية الخوارزمية أو بتعبير أدق صحافة الذكاء الاصطناعي من حيث الترميز. وقد حصل ذلك في قصة أرباح شركة Graham Holdings صحافة الذكاء الاصطناعي من حيث الترميز. وقد حصل ذلك في قصة أرباح شركة Automated Insights باستخدام بيانات من Co. التي أنشأتها آليا وكالة أسوشيتدبرس بواسطة برنامج Zacks Investment Research بيانات من قد انخفضت منذ بداية عام 2015، وبعد التعديل في النتائج الجانبية، ارتفعت أسهمها بنحو %33 في عام 2015، وبعد التعديل في النتائج الجانبية، ارتفعت أسهمها بنحو (Dörr & Hollnbuchner, 2017)

- 2. تبرز التحديات المهنية لصحافة الذكاء الاصطناعي عندما تكون هناك بيانات مفقودة، أو عناصر مضطربة، تحد من قيمة المعلومات لمجموعة البيانات المنشورة على شبكة الإنترنت وغيرها، لذلك يمكن أن تؤدي العناصر المفقودة إلى التحيز أثناء إنشاء المحتوى، حيث أنه من الممكن فقط معالجة المعلومات المعروضة في قاعدة البيانات التي قد لا تفي بشرط الموضوعية، إذ من غير الممكن نقل القصة كاملة دون معطيات متكاملة، ومن جمعها؟ وكيف تم جمعها؟ وإن حماية المصدر تشكل أهمية كبيرة في الصحافة، ويشك في الصحافة الآلية، فيما إذا كانت حماية المصدر ممكنة، أو حتى مرغوبة، حيث يجب على مقدمي الخدمات، وعملائهم الصحفيين الكشف عن جميع مصادر البيانات، ضمن إطار شفافية البيانات. (Olteanu, & Kıcıman, 2019)
- 3. تحد آخر للمهنية، هو احتمالية انتهاك الحقوق الشخصية، أو الخصوصية عند جمع البيانات، لذلك كان كل ما يتعلق بتدقيق أصل البيانات، وجودتها يقع في السابق على مستوى المسؤولية الفردية في الصحافة التقليدية. وقد انتقلت هذه المسؤولية في الصحافة الآلية إلى مستوى إدارة المؤسسة الإعلامية، أو الطرف الثالث عندما يقرر البيانات المستخدمة لمنتجه.
- 4. تبرز أيضا قضايا حقوق البيانات والسلطة، نظرا لتعقيد البرمجة، إذ غالبا ما يتم الاستعانة بمصادر خارجية لـ NLG لشركات متخصصة مثل Automated Insights أو Retresco، مما يثير تساؤلا هل يحق للمؤسسات الإعلامية معالجة البيانات، واستخدام النصوص المنتجة لأغراض تجارية (حقوق النشر)؟ بالإضافة إلى ذلك، غالبا ما تتعامل المؤسسات الإعلامية مع القيود الاقتصادية التي تشكك في طريقة جمع البيانات في الصحافة الآلية، ومستوى الالتزام بالقيم الصحفية مقابل معالجة البيانات للمنتجات التجارية.(Turi2 2015)
- 5. تعمل صحافة الذكاء الاصطناعي الآلية وفق الهياكل الدلالية المبرمجة، والقواعد المحددة مسبقا، لذلك فإن هناك عدة تساؤلات تثار حول الكود، في مستوى الإدخال، الذي يشكل التحدي الأبرز هنا، وهذه التساؤلات هي: (ASBPE 2015).
- أ هل تعكس المدونة القيم الصحفية للمؤسسات الإعلامية مثل؛ الشفافية، والموضوعية والمسؤولية، والدقة؟ فعلى سبيل المثال، استغرقت وكالة أسوشييتدبرس (Associated Press (AP) عاما واحدا لمطابقة البرنامج بأسلوب الكتابة الخاص بها.
- ب ما مستوى صعوبة تدوين القيم الأخلاقية لمنتجات مختلفة، وأكثر تعقيدا للصحافة الآلية الخوارزمية؟ ج هل المؤسسات الإعلامية قادرة على فهم البرمجة؟ وهل هي قادرة على الكشف عن الصلة بالموضوع؟ وتخصيص المصدر للطلب العام؟
- نظرا لأن الهدف الرئيسي للمبرمج هو حل مشكلة معينة، وجعلها تعمل، لذلك يتطلب إعادة تشكيل



إجراءات عمل المهندس، ويجب تضمين القيم الصحفية في الكود، لتكييف رمز للاستخدام الأخلاقي في الصحافة الآلية، واقترح فريدمان وآخرون تصميم حساس للقيم وفق نهج قائم على أسس نظرية لتصميم التكنولوجيا التي تراعي القيم الإنسانية بطريقة مبدئية، وشاملة طوال عملية التصميم، بحيث تنقل المسؤوليات من المستوى المنظمة، أو الطرف الثالث إلى حساس القيم. (2008, Friedman et al.)

6. كان خيار النشر سابقا يشترط عدم الكشف عن هوية المصادر الصحفية لحمايتها من الملاحقة القضائمة، إلا إن ذلك يتعارض مع قيم أخرى مثل؛ الشفافية والمساءلة، ومع التطورات أصبح من المهم أن تكون المصادر والمحررون معروفون، أما في الصحافة الآلية فليس هناك معلومات عن النص، ومصادره، وهو ما يجعل الجمهور في حيرة من الاعتماد عليها وتصديقها، لأنه بالكاد يستطيع التمييز بين المحتوى الصحفي الذي أنشأه الصحفيون البشر، والمحتوى الذي تم إنشاؤه بطريقة محوسبة.(2019, Witschge et al.)2019) وأجرى يانفانغ (Yanfang, 2019) من كلية الاتصالات في جامعة ميامي في الولايات المتحدة اختبارا تجريبيا على قصص إخبارية مكتوبة آليا، وأخرى مكتوبة بشريا لمعرفة هل الكتابة الصحفية الآلية أقل تحيزا؟ وكشفت نتائج الدراسة أن القصص الإخبارية المكتوبة تلقائيا تم تصنيفها على أنها أكثر موضوعية ومصداقية، وأقل تحيزا، وتم الكشف عن وجود فرق كبير بين حالة التقييم المجمعة (قصص إخبارية مع معلومات المصدر والمؤلف)، وحالة تقييم الرسالة فقط (قصص إخبارية بدون معلومات المصدر والمؤلف) في تصنيفات الموضوعية والمصداقية، لكن ليس التحيز، إضافة إلى ذلك، وُجدت فروق ذات دلالة إحصائية في تصنيفات الموضوعية، والمصداقية للقصص الإخبارية المكتوبة آليا، والمكتوبة بشريا في المجالات الصحفية للقصص الإخبارية السياسية، والمالية، والرياضية، ففي القصص الإخبارية المكتوبة تلقائيا، تم تصنيف الأخبار الرياضية بأنها أكثر موضوعية ومصداقية ، بينما تم تصنيف الأخبار المالية على أنها أكثر تحيزا، وفي القصص التي كتبها الإنسان، تم تصنيف الأخبار المالية على أنها أكثر موضوعية ومصداقية، كما تم تصنيف القصص الإخبارية السياسية على أنها أكثر تحيزا بين القصص الإخبارية المكتوبة بواسطة الإنسان.

يرى مات كارلسون (Carlson, 2019): «أن العلاقة بين السلطة المعرفية، والتكنولوجيا الصحفية يحكمها منظور الموضوعية الميكانيكية، التي تؤمن بالنظم التكنولوجية القادرة على تقديم مخرجات معينة بطريقة تتغلب على حدود الذاتية البشرية، وذلك بالتعامل مع الموضوعية الصحفية ليس كمرجع مستقر، ولكن كمرجع سياقي ممكن أن يكون عرضة للتحولات في الممارسات، والتفاهمات عرور الوقت»، ووفقا لهذا المنظور تبرز تأثيرات تقنيات تسجيل المحتوى الإخباري، وإنشاءه، وتوزيعه على كيفية فهم الموضوعية الصحفية، وعكن فحص اثنين من الممارسات التكنولوجية هي: التصوير الصحفي والخوارزميات، فقد أدى تطور التصوير الصحفي إلى تقدير الصور الإخبارية باعتبارها تمثيلات موضوعية تنتجها الكاميرا لتقليل الحكم البشري، وبالمثل المخرجات المختلفة التي تنتجها خوارزميات الأخبار مصحوبة بتوجه نحو الموضوعية

الحاسوبية على النقيض من الذاتية البشرية، إن استكشاف هذه الديناميكيات يلقي الضوء على العلاقة المستمرة بين تقنيات الأخبار، وخطابات الموضوعية الصحفية في مواجهة الابتكارات الرقمية في إنتاج الأخبار وتداولها.

الخاتمة

خلصت الدراسة إلى أن انتشار ظاهرة نشر المعلومات المضللة على شبكة الإنترنت باتت تشكل تحديا عالميا يهدد الأمن، والسلم والمجتمعي. وهناك قلق متزايد في البلدان النامية لأن تلك الظاهرة كانت سببا في إثارة تحديات سياسية، واقتصادية، وأخلاقية فضلا عن زيادة الانقسامات الاجتماعية، وإثارة العنف لتقويض الهياكل الاجتماعية، مما يتطلب إجراء العديد من الدراسات لقياس كم المعلومات المضللة، والأخبار المزيفة عبر الإنترنت، لصياغة رؤيا ثاقبة لمواجهة تحديات الحاضر، والمستقبل، وتأثيرها على بيئة النظام الإعلامي، إذ تساهم المزايا التقنية لشبكات التواصل الاجتماعي، والروبوتات في نشر المعلومات المضللة، لخداع وتزييف وعي الرأي العام، مما يقتضي فهم الآليات، والظروف التي تزدهر فيها المعلومات المضللة عبر الإنترنت لرسم التدخلات، والإجراءات المحتملة للحد من تأثيرها، لا سيما أن الذكاء الاصطناعي ساعد في نشوء عدة تحديات مهنية وأخلاقية، فقد بدأت عملية الانتقال التدريجي للتفويض الأخلاقي، والمهني من الصحفيين إلى الذكاء الاصطناعي

بعد إن أضفى الطابع المؤسسي على الخوارزميات، وصحافة الذكاء الاصطناعي كمنشئي آلي للمحتوى على شبكة الإنترنت حيث تبني الواقع في مختلف مجالات الحياة، مما يثير ذلك العديد من التحديات الأخلاقية للصحافة المهنية، وفي مجالات متداخلة مع أخلاقيات الإعلام الرقمي، وأخلاقيات الإنترنت. إن صحافة الذكاء الاصطناعي تواجه تحديات أخلاقية ناشئة عن التقنيات الجديدة، فعندما تكون هناك بيانات مفقودة، أو عناصر مضطربة، تحد من قيمة المعلومات لمجموعة البيانات المنشورة على شبكة الإنترنت وغيرها، لذلك يكن أن تؤدي العناصر المفقودة إلى التحيز أثناء إنشاء المحتوى، والاخلال بشرط الموضوعية، فضلا عن احتمالية انتهاك الحقوق الشخصية، أو الخصوصية عند جمع البيانات، لذلك كان كل ما يتعلق بتدقيق أصل البيانات، وجودتها يقع في السابق على مستوى المسؤولية الفردية في الصحافة التقليدية. وقد انتقلت هذه المسؤولية في صحافة الذكاء الاصطناعي الآلية إلى مستوى إدارة المؤسسة الإعلامية، أو الطرف الثالث عندما البيانات المستخدمة لمنتجه. ويمكن ايجاز التحديات في مستوى الالتزام بالقيم الصحفية مقابل معالجة البيانات للمنتجات التجارية، وهل ستعكس المدونة القيم الصحفية للمؤسسات الإعلامية مثل؛ الشفافية، والموقولية، والدقة؟ إذ كان خيار النشر سابقا يشترط عدم الكشف عن هوية المصادر الصحفية لحمايتها من الملاحقة القضائية، إلا إن ذلك بات يتعارض مع قيم أخرى مثل؛ الشفافية والمساءلة، ومع لحمايتها من الملاحقة القضائية، إلا إن ذلك بات يتعارض مع قيم أخرى مثل؛ الشفافية والمساءلة، ومع



التطورات الجديدة أصبح من المهم أن تكون المصادر والمحررون معروفون، أما في صحافة الذكاء الاصطناعي الآلية فليس هناك معلومات عن النص، ومصادره، وهو ما يجعل الجمهور في حيرة من الاعتماد عليها وتصديقها، لأنه بالكاد يستطيع التمييز بين المحتوى الصحفي الذي أنشأه الصحفيون البشر، والمحتوى الذي تم إنشاؤه بطريقة آلية محوسبة.

إن نشر المعلومات المضللة على شبكة الإنترنت يشكل خطورة متنامية على الأمن، والسلم المجتمعي في كل دول العالم، لذلك ينبغي على منظمة الأمم المتحدة، واليونسكو تبني عقد مؤتمرات، وندوات تبحث في الآليات، والإجراءات اللازمة للحد من نشر المعلومات المضللة على شبكة الإنترنت.

References:

- Andersen, K. (2017) How America went haywire. The Atlantic. Retrieved from: https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/09/how-america-lost-its-mind/534231/
- Anderson, J., & Rainie, L. (2017). The future of truth and misinformation online. Pew Research Center, 19.
- ASBPE. (2015). "AP's Tom Kent: The time has arrived for robotics journalism ethical checklist." American Society of Business Publication Editors, May 3, http://www.asbpe. org/blog/2015/05/03/aps-tom-kent-the-time-has-arrived-for-robotics-journalismethical-checklist/.
- 4. Anderson, J. Q., Boyles, J. L., & Rainie, L. (2012). The Future Impact of the Internet on Higher Education: Experts Expect More Efficient Collaborative Environments and New Grading Schemes; They Worry about Massive Online Courses, the Shift Away from On-Campus Life. Pew Internet & American Life Project.
- 5. Atkinson, R. D., & McLaughlin, M. (2020). Freedom Is Not Free License: Freedom House's Flawed Measurement of "Internet Freedom". Information Technology and Innovation Foundation.
- 6. Berinsky, A. J. (2017). Rumors and health care reform: Experiments in political misinformation. *British journal of political science*, 47(2), 241-262.
- Carlson, M. (2019) News Algorithms, Photojournalism and the Assumption of Mechanical Objectivity in Journalism, Digital Journalism, 7:8, 1117-1133, DOI: 10.1080/21670811.2019.1601577
- 8. Demartini, G., Mizzaro, S., & Spina, D. (2020). Human-in-the-loop Artificial Intelligence for Fighting Online Misinformation: Challenges and Opportunities. *The Bulletin of the Technical Committee on Data Engineering*, 43(3).
- 9. Dörr, K. N., & Hollnbuchner, K. (2017). Ethical challenges of algorithmic journalism. Digital

- journalism, 5(4), 404-419
- 10. Friedman, Batya, Peter H. Kahn, and Alan Borning. (2008). "Value Sensitive Design and Information Systems." In The Handbook of Information and Computer Ethics, edited by Kenneth E. Himma, and Herman T. Tavani, 69-102. New Jersey: Wiley.
- 11. Gartner, (2015). Gartner says 6.4 billion connected 'things' will be in use in 2016, up 30 percent from 2015. 10 November.
- 12. Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 US presidential election. Science.
- 13. Guadagno, R. E., & Guttieri, K. (2019). Fake News and Information Warfare: An Examination of the Political and Psychological Processes From the Digital Sphere to the Real World. In Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online (pp. 167-191). IGI Global.
- 14. Guess, A. M., & Lyons, B. A. (2020). Misinformation, Disinformation, and Online Propaganda. Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform, 10.
- 15. Hellegren, I. (2020). Crypto-Discourse, Internet Freedom, and the State. In Oxford Research Encyclopedia of Communication.
- 16. Internet World Stats(2020) http://www.internetworldstats.com/stats.htm
- 17. Karaagac, A., Camerlynck, P., Crombez, P., & Hoebeke, J. (2020, June). VIoT: Voice over Internet of Things. In 2020 Global Internet of Things Summit (GIoTS) (pp. 1-6). IEEE.
- 18. Klyueva, A. (2019). Trolls, Bots, and Whatnots: Deceptive Content, Deception Detection, and Deception Suppression. In Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online (pp. 18-32). IGI Global
- 19. LaFrance, A. (2017). How the fake news crisis of 1896 explains trump. The Atlantic. Retrieved from https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/01/the-fakenews-crisis-120-yearsago/513710/
- 20. Olteanu, A., Castillo, C., Diaz, F., & Kıcıman, E. (2019). Social data: Biases, methodological pitfalls, and ethical boundaries. Frontiers in Big Data, 2, 13.
- 21. Turi2. (2015) "AP setzt auf Roboterjournalismus." Online: http://www.turi2.de/aktuell/ap-setzt-aufroboterjournalismus/
- 22. Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., ... & Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. Political polarization, and political disinformation: a review of the scientific literature (March 19, 2018).



- 23. Witschge, T., Deuze, M., & Willemsen, S. (2019). Creativity in (digital) journalism studies: Broadening our perspective on journalism practice. Digital Journalism, 7(7), 972-979.
- 24. www.internetworldstats.com(2021), https://www.internetworldstats.com/stats.htm
- 25. Yanfang, Wu (2019) Is Automated Journalistic Writing Less Biased? An Experimental Test of Auto-Written and Human-Written News Stories, Journalism Practice, DOI: 10.1080/17512786.2019.1682940

محور العدد: الاتصال في الحرب والأزمات

توظيف الناطق باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي (أفيخاي أدرعي) للأطر الإعلامية وتقنيات الدعاية للتأثير على تصورات الجمهور خلال أحداث رمضان 2022

د. معين الكوع
د. ديا صوالحة
د. ديانا شرار
جامعة النجاح الوطنية
قسم الإعلام والعلاقات العامة

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى توظيف الناطق باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي (أفيخاي أدرعي) على فيس بوك للأطر الإعلامية وتقنيات الدعاية خلال عام 2022م للتأثير على تصورات الجمهور، ولتحقيق هذا الهدف اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وأداة تحليل المحتوى لتحليل منشوراته التي شاركها على صفحته في الفيس بوك خلال الفترة الممتدة من 1 نيسان 2022م حتى 8 أيار 2022، وقد تم تصميم استمارة تحليل المحتوى وفقاً للإطار النظري الذي يعتمد على نظرية التأطير والتقنيات الدعائية السبعة المحددة من قبل معهد تحليل الدعاية في الولايات المتحدة الأمريكية. وحسب نتائج الدراسة فقط حل إطار المسؤولية بالمرتبة الأولى بنسبة قدرها %7.8 من مجموع الأطر التي استخدمها أدرعي للتأثير على تصورات الجمهور وحل ثانياً إطار الصراع بنسبة %23 من مجموع الأطر الإعلامية التي استخدمها في عينة البحث، فيما لم يحصل إطار النتائج الاقتصادية على أي تكرارات. وأظهرت النتائج أن استراتيجية الاتصال لأفيخاي أدرعي على فيس بوك خلال فترة الدراسة، تتماشى مع تقنيات الدعاية السبعة التي حددها معهد تحليل الدعاية، وكانت تقنية النقل هي أعلى نسبة حيث تكررت بنسبة %30.2 من إجمالي التقنيات المستخدمة في عينة الدراسة، بينما كان استخدام تقنيتا عامة الناس والعربة أقل التقنيات استخداما بنسبة متشابهة قدرها %1.3 الدراسة، بينما كان استخدام تقنيتا علمة الناس والعربة أقل التقنيات استخداما بنسبة متشابهة قدرها %1.5 والاقتصادي لدولة الاحتلال على كافة مواقع التواصل الاجتماعي، والعمل على مزاحمة الصفحات الإسرائيلية والاقتلال على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تكوين فريق إعلامي متخصص يجيد اللغات التابعة لدولة الاحتلال على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تكوين فريق إعلامي متخصص يجيد اللغات



الأساسية المختلفة (الإنجليزية، الفرنسية، الإسبانية)، بالإضافة إلى العمل على إبراز مادة إعلامية فلسطينية لدحض أكاذيب دولة الاحتلال وتبريراتهم للاستخدام المفرط للقوة ضد الشعب الفلسطيني، وإبراز الوثائق والإحصائيات التي تقوم بها منظمات دولية من أجل فضح جرائم الاحتلال الإسرائيلي واستهدافه للمدنيين الفلسطينين.

الكلمات المفتاحية: أفيخاى أدرعي، تقيات الدعاية، الأطر الإعلامية، فيس بوك، دولة الاحتلال الإسرائيلي.

Abstract:

This study aimed at identifying the extent to which Avichai Adraee employed media frames and propaganda devices in influencing audience's perceptions. To achieve this goal, the study relied on the descriptive analytical approach to analyze Adaree's Posts he shared on his Facebook page during the period from 1 April 2022 to 8 May 2022. The researchers developed the content analysis codebook based on framing theory and the seven propaganda devices developed by the Institute for Propaganda Analysis (IPA) in the late 1930s.

The results of the content analysis revealed that the responsibility frames came first with a percentage of 27.8% of the total frameworks used by the spokesman of the Israeli occupation army (Avichai Adraee) to influence the public's perceptions, while the Economic Results frames formed the least percentage as ranked 0% of the total frames used in Adraee's messages. Adraee's communication strategy on Twitter aligned with the seven propaganda devices. He employed "transfer" in approximately 30.2% of the total techniques used in the study sample, while the least techniques were "plain folks" and "bandwagon," as scored 1.3 In light of the results of the study, the two researchers recommend the importance of creating political pages that show the military, security and economic failure of the occupying state on all social media sites, and work to crowd out the Israeli pages of the occupying power on social media, through the formation of a specialized media team fluent in the various basic languages (English, (French and Spanish), to attack such pages, in addition, working to highlight Palestinian media material to refute the lies of the occupying state and their justifications for the excessive use of force against the Palestinian people, and to highlight documents and statistics carried out by international organizations to expose the crimes of the Israeli occupation and its targeting of civilians in all wars.

Keywords: Avichai Adraee, propaganda, posts, Facebook, the state of occupation.

المقدمة:

تعد الدعاية الحديثة من الأنشطة الاتصالية المؤثرة في حياة الجماعات والأفراد، والتي تمارسها الحكومات والأفراد والمؤسسات بالإضافة إلى الشركات التجارية للتأثير على تصورات الجماهير. تُعد دولة الاحتلال الإسرائيلي من رواد هذه الدعاية؛ إذ تقوم باستغلال وسائل التواصل الاجتماعي لصالح تطبيع علاقاتها مع الدول العربية، ودعم مصالحها الاستعمارية في فلسطين، إذ أن دولة الاحتلال تستخدم وسائل الاتصال الرقمي في عملياتها الدعائية حول العالم عامة، وفي الوطن العربي وفلسطين خاصة، لما لها من دور كبير في الوصول إلى الجمهور والتأثير فيهم (الكوع، حمد، وبدير 2022؛ الكوع ومصطفى 2022).

وعليه تسعى الدراسة الحالية إلى تحليل منشورات صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي (أفيخاي أدرعي) على فيس بوك، وهي أحد صفحات الحكومة الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية.

مشكلة الدراسة

تتلخص مشكلة الدراسة في معرفة مدى توظيف الناطق باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي (أفيخاي أدرعي) على فيس بوك للأطر الإعلامية، وتقنيات الدعاية خلال عام 2022م للتأثير على تصورات الجمهور، وتبيان أبرز الأطر الإعلامية، والتقنيات الدعائية المستخدمة للترويج ونقل الصورة المجملة عن الاحتلال خلال عام 2022م، تحديداً الفترة الممتدة من (1 نيسان 2022م إلى 8 أيار 2022م)، وهي فترة شهر رمضان المبارك وعيد الفطر، والتي تزايدت فيها اعتداءات الاحتلال الإسرائيلي على الفلسطينيين المدنيين، ومنعهم من ممارسة شعائرهم الدينية في المقدسات الإسلامية كالمسجد الاقصى، الذي يقصده الفلسطينيين بكثرة خلال هذه الفترة للصلاة والتعبد، بالإضافة إلى التعرف على الموضوعات التي تناولها أدرعي على صفحته، إذ تعد صفحته واحدة من أكثر الحسابات الإسرائيلية متابعة من قبل الجمهور العربي. استناداً لما سبق تتحدد مشكلة البحث المركزية في الإجابة على السؤال التالى:

ما مدى توظيف الناطق باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي (أفيخاي أدرعي) على فيس بوك للأطر الإعلامية وتقنيات الدعاية للتأثير على تصورات الجمهور؟

ويتفرع من السؤال المركزي عدة أسئلة فرعية:

- 1. ما أبرز الأطر الإعلامية التي استخدمها الناطق الرسمي باسم جيش الاحتلال على حسابه عبر الفيس بوك خلال عام 2022م تحديداً في شهر رمضان وعيد الفطر2022؟
- 2 . ما هي التقنيات الدعائية التي ركز عليها الناطق الرسمي لجيش الاحتلال عبر موقع فيسبوك خلال رمضان وعيد الفطر2022؟
- 3. كيف استخدم الناطق الرسمي باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي (أفخاي أدرعي) التقنيات الدعائية عبر



صفحته على الفيس بوك للتأثير على الجمهور المتابع لصفحته؟

أهداف الدراسة

- 1. الكشف عن مدى توظيف الناطق باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي (أفيخاي أدرعي) على فيسبوك للأطر الإعلامية، وتقنيات الدعاية للتأثير على تصورات الجمهور المتابع لصفحته.
- 2. التعرف على أبرز الأطر الإعلامية التي استخدمها الناطق باسم جيش الاحتلال أفيخاي أدرعي في حسابه عبر فيس بوك خلال عام 2022 للتأثير على الجمهور المتابع لصفحته.
- 3. بيان التقنيات الدعائية التي ركز عليها أفيخاي أدرعي في حسابة عبر فيسبوك خلال شهر رمضان المبارك وأيام وعيد الفطر 2022.
- 4. إبراز كيفية استخدام افيخاي أدرعي لتقنيات الدعائية للتأثير على الجمهور عبر تطبيق فيسبوك خلال شهر رمضان وأيام عيد الفطر 2022م.

أهمية الدراسة

تعتبر هذه الدارسة إضافة جديدة لمجال البحث العلمي حول الدعاية الإسرائيلية، إذ تسعى إلى كشف عن التقنيات الدعائية والأطر الإعلامية عبر منصة الفيسبوك في التأثير على الجماهير، واهتمت هذه الدراسة في تحليل مضمون منشورات الناطق باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي (أفيخاي أدرعي) الهادفة إلى تشويه صورة الفلسطينين وتجميل الاحتلال.

حدود الدراسة

- الحدود المكانية: صفحة «الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي» على فيسبوك. وتم اختيار هذه الصفحة بشكل خاص باعتبارها من الصفحات النشطة، حيث يتابعه 2.1 مليون شخص من جنسيات مختلفة حسب آخر تحديث للصفحة بتاريخ 29 نيسان 2022.
- الحدود الزمانية: تتمثل في الفترة الزمنية الممتدة من 1 نيسان 2022م إلى 8 أيار 2022م وهي فترة شهر رمضان المبارك وعيد الفطر2022م، وتم اختبار هذه الفترة بسبب الارتفاع الملحوظ في اعتداءات دولة الاحتلال على أبناء الشعب الفلسطيني، وبالتالي ازدياد تفاعل أدرعي عبر صفحته في فيسبوك من أجل تبرير أفعال جيش الاحتلال، وتلميع صورته، كما تمثلت بازدياد وتيرة العمليات الفدائية في الداخل المحتل، ومنها عملية ديزنغوف التي نفذها الشهيد رعد حازم بتاريخ 7 نيسان 2022، وعملية إلعاد بتاريخ 6 أيار 2022.





اعتمدت هذه الدراسة على نظرية التأطير الإعلامي في تحليل المنشورات التي شاركها الناطق الرسمي باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي (أفيخاي أدرعي) خلال فترة الدراسة، لمعرفة الأطر الإعلامية التي وظفها في خطابه. نشأت نظرية التأطير الإعلامي على يد عالم الاجتماع والباحث إيرفينك غوفمان، الذي قام بتطوير مفهوم التفاعل الرمزي والبناء الاجتماعي، من خلال مناقشة قدرات الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات، والذي يقوم بتحريك مدركاتهم، ويقوم بدفعهم إلى حسن استخدام خبراتهم الشخصية، وذلك من خلال اختيار أطر إعلامية تعطى معنى ومغزى للمضمون (سعد، 2002، ص. ص. 9-3). تعد عملية تحديد الأطر الإعلامية، عملية تنظيم الواقع اليومي للأفراد، وذلك من خلال تصنيف المعلومات، وإعطاء معنى للأحداث، ووصف يتفق مع أهداف القائم بالاتصال والمؤسسة الإعلامية (سعد، 2002، ص. 4)، الأمر الذي يعني أنه للتأطير تأثير كبير على الرأى العام والسياسات العامة، وقد حدد الباحثون مجموعة من الأطر، أهمها:

- 1- الإطار العام: يقوم مشاهدة الأحداث في سياق عام مجرد ويقوم بتقديم تفسيرات عامة للواقع، ويربطها بالمعايير الثقافية والسياسية، وتتمثل أهميته في الفهم الكبير للمشكلات، وتقديم الحلول لها، والإقناع على المستوى البعيد (الدليمي، 2016، ص. 204).
- 2- إطار الاهتمامات الإنسانية: هذا الإطار يرى الأحداث من منطلق تأثيراتها الإنسانية والعاطفية العامة، لكي يتم صياغة الرسائل بعد ذلك بقوالب وقصص درامية ذات نزعة إنسانية (الدليمي، 2016، ص. 204). 3- الإطار الاستراتيجي: يرى هذا الإطار الأحداث في منطقها الاستراتيجي من أجل وضعها في صيغة معينة، والعمل على تفسير المشكلات من أجل الوصول إلى فهم مشترك للبيئة المحيطة، ويتلاءم هذا الإطار مع الأحداث العسكرية والسياسية (الدليمي، 2016، ص. 204).
- 4- أطار النتائج الاقتصادية: يقوم هذا الإطار بوضع الوقائع والحقائق التي نتجت عن الأحداث في سياق النتائج الاقتصادية، ويشير للتأثير الحاصل أو المتوقع على الأفراد والدول والمؤسسات، إذ أن القائم بالاتصال يستخدم الناتج المادي من أجل جعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على الجمهور وأكثر ارتباطاً مصالحهم (الدليمي، 2016، ص. 205).
- 5- إطار المسؤولية: يقوم القائم بالاتصال في هذا الإطار بوضع الرسالة للإجابة على السؤال من المسؤول، إذ أن الدولة والمؤسسات والأفراد معنيون معرفة المسؤول عن الحدث وربطه بشخص أو مؤسسة أو قانون أو سلوك أو حكومة محددة (الدليمي، 2016، ص. 206).
- 6- إطار المبادئ الأخلاقية: في هذا الإطاريتم عرض الواقع في السياق الأخلاقي والقيمي للمجتمع، كما يخاطب المعتقدات والميادين الراسخة عند المتلقى، يرد القائم بالاتصال الحدث رداً مباشراً لوعاء المجتمع



الأخلاقي. ومن الممكن استخدام الاقتباسات والأدلة الدينية التي تدعم نسبته للوقائع أو المصادر أو الجماعات التي تؤكد هذا الإطار (الدليمي، 2016، ص. 206).

7- إطار الصراع: في هذا الإطار يتم عرض الحدث في الإطار التنافسي الذي يحمل طابع الصراع الحاد، ومن الممكن أن تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر مهمة من أجل إبراز الصراع، فيتم رصد المصالح قبل رصد الأهداف، وغالباً يتم قياس الرسالة بمقياس الرابح والخاسر، والمنتصر والمهزوم، كما يبالغ القائم بالاتصال كثيراً في جعله إطاراً للحدث (الدليمي، 2016، ص. 205).

تبعاً لما سبق، تسعى هذه الدراسة إلى معرفة الأطر الإعلامية التي استخدمها الناطق باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي في المنشورات التي قام بمشاركتها على صفحته في فيس بوك خلال فترة الدراسة، والتعرف على الهدف من استخدامها. لذلك تم استخدام هذه الأطر السبعة كجزء من استمارة تحليل المضمون.

الدعاية (البروباغندا) وتقنياتها

الدعاية هي الرسالة الموجهة والمعدة مسبقاً، وبشكل متعمد ومقصود من أجل التأثير على الأخرين فرداً أو جماعة، والقيام بتوجيههما نحو هدف معين. ويمكن أن تكون المعلومات التي تحتويها الرسالة صحيحة أو خاطئة، ولكنها في كل الأحوال تكون معلومات مكثفة وموجزة، ناقصة وغير شاملة (الدليمي، 2019، ص. 111). وقد حدد معهد تحليل الدعاية في الولايات المتحدة الأمريكية سبع تقنيات رائجة يتم استخدامها في الاتصال السياسي والترويجي، وهي:

1- التسمية السلبية (Name Calling):

تعرف التسمية السبية على أنها، استخدام فكرة معينة او كلمة أو رمز مثقل عاطفياً، إذ يقوم القائم بالاتصال بإطلاق تسميات سلبية لها علاقة بالأشياء التي تدل عليها، ويقوم بإعادة صياغتها بلغة جديدة تتناسب مع سياسة القائم بالدعاية، وبثها للناس، الأمر الذي يؤدي إلى تقبلهم لها لا شعورياً على المدى الطويل (Koa, 2018).

2- العموميات البراقة (Glittering Generalities):

هي عبارة عن كلمات ايجابية من أجل الترويج لقضية معينة، وهي كلمات ترتبط بمعتقدات وقيم ذات قيمة عالية، إذ أنها تحمل القدرة على الاقناع بدون الحاجة إلى معلومات إضافية، ومن الأمثلة على هذه التقنية، العموميات التي تناشد بحب الوطن والبيت والرغبة في السلام والحرية والمجد والعدل، وغيرها الكثير من المصطلحات التي ليس لها معنى محدد (Koa, 2018).

3- تقنية النقل (Transfer):

تنقسم تقنية النقل إلى نوعين، النقل السلبي والنقل الإيجابي. النقل يحمل هيبة وسلطة شيء محترم لجعل شيء مقبولاً (Lee & Lee,) شيء مقبولاً ومقدساً، إذ يتم استخدام النقل لربط قوة وسمعة شيء بشيء أخر لجعله مقبولاً (1939)، كالتقاط بعض السياسيون صور لهم بجانب العلم، إذ أن العلم يرمز إلى الوطنية والانتماء. كما يمكن أن تستخدم هذه التقنية في الاتجاه المعاكس، حيث يمكن استخدام شيء سيء السمعة الأمر الذي يؤدي إلى رفض فكرة أو شخص أو مشروع معين (Sproule, 2001:Jowett & O'Donnell, 2014).

4- البطاقة الرابحة (Card Stacking):

هي قول أنصاف الحقائق؛ إذ يتم في هذه التقنية استخدام كلمات إيجابية أو سلبية من أجل الترويج لقضية معينة، أي انها تقوم باختيار واستخدام الحقائق أو الأكاذيب أو الرسوم التوضيحية أو الانحرافات أو العبارات المنطقية أو غير المنطقية، من أجل إعطاء أسوء أو أفضل حالة ممكنة لشخص، أو برنامج أو منتج او غيرها (Koa, 2018).

5- التوصية/ التزكية (Testimonial):

تعد هذه التقنية من أكثر التقنيات الدعائية إقناعاً، إذ أنه عند استخدام شهادة أحد المشاهير، فمن المرجح أن تكون ناجحة. وغالباً ما تكون التوصية عبارة عن عبارات يقولها شخص مشهور أو شخص ذو سلطة ويتم استغلالها من قبل المروجين، وذلك من أجل اضافة المصداقية على موضوع ما أو قضية 777 (Koa, 2018, p. 577).

6- العربة (Bandwagon):

تهدف هذه التقنية إلى جعل الناس يتبعون الحشد ويقبلون الأجندة السياسية أو الترويجية (Koa, 2018, P.). يقوم المروج بخطاب يدل على أنه إذا كان الجميع يقوم بفعل شيء معين، إذاً يمكنك القيام به أيضاً. أو (Farris, 2020, P. 25).

7- عامة الناس (Plain folks):

في هذه التقنية يقوم القائم بالدعاية بمحاولة إقناع الآخرين بأن الافكار التي يقدمها بأنها أفكار مفيدة لكافة الشعب لأنه «منهم.» إذ أن هذه التقنية تناشد حاجة الناس للشعور بالأمان والراحة، وتقوم هذه التقنية أيضاً بالتركيز على اللغة والصورة المشتركة من أجل غرس الشعور بالثقة بين الجمهور المستهدف (Koa, 2018, P. 576).



قد قام الباحثون باستخدام هذه التقنيات كأحد مدخلات استمارة تحليل المضمون للتعرف على أهم التقنيات الدعائية التي يستخدمها الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي في حسابه على الفيسبوك للتأثير على تصورات الجمهور ومحاولة إقناعهم بأفكاره.

الدراسات السابقة

هدفت دراسة الصيفي، عيسى، والكوع (2022) إلى التعرف على مدى توظيف تقنيات الدعاية في صفحة الناطق الرسمي باسم الجيش الاسرائيلي (أفيخاي أدرعي) على تطبيق «تيك توك» من أجل التأثير على الجماهير الفلسطينية والعربية والمسلمة خلال الحرب على قطاع غزة عام 2021. وقد بينت الدراسة أن نسبة استخدام تقنيات الدعاية في المنشور الواحد كانت (107%)، وأن مقاطع الفيديو فقد تناولت ثمانية مواضيع أساسية، كان أبرزها «مهاجمة فصائل المقاومة الفلسطينية» بما نسبته (55%). وبالمثل هدفت دراسة الكوع، محمد، وغالب (2022) إلى التعرف على مدى توظيف صفحة «المنسق» التابعة للإدارة المدنية الاسرائيلية على «الفيسبوك» لتقنيات الدعاية خلال الحرب الرابعة على قطاع غزة في لفترة الواقعة بين 10 مايو/أيار إلى 21 مايو/أيار 2021. وقد اظهرت النتائج أن الصفحة استخدمت 6 تقنيات من أصل 7 خلال الفترة المحددة، أهمها تقنية البطاقة الرابحة بنسبة 44%. أما دراسة الكوع ومصطفى (2023)، فقد تناولت مدى توظيف تقنيات الدعاية في منظمة «قف معنا» الصهيونية خلال تواصلها مع الجمهور الناطق «فيسبوك»، والعمل على شرح تقنيات الدعاية المستخدمة من أجل إقناع الجمهور العربي بحقيقة وجود «فيسبوك»، والعمل على أنه جزء «أصيل» من الوطن العربي والعمل على تأطيره بمظهر المتقدم الديقراطي. وفي كيان الاحتلال على أنه جزء «أصيل» من الوطن العربي والعمل على تأطيره بمظهر المتقدم الديقراطي. وفي خطاب الترويج للتطبيع.

تناولت دراسة سعيد (2020) أساليب الدعاية للخطاب الاسرائيلي الموجه إلى الشعب الفلسطيني، والمكامن والأهداف وراء هذا الخطاب، بالإضافة إلى التطرق إلى التغيرات التي قام بها الاعلام التفاعلي في هذا الخطاب، والأهداف وراء هذا الخطاب، بالإضافة إلى التطرق إلى التغيرات التي قام بها الاعلام التفاعلي في هذا الخطاب معتلفه ونتائجه على أرض الواقع. وقد بينت الدراسة أن الاحتلال الاسرائيلي قام باستخدام الساليب دعاية مختلفة لتحقيق أهدافه عبر صفحة التواصل الاجتماعي، حيث تم استخدام الهاشتاغ بنسبة %95، والفيديو بنسبة %95، والإنفوجرافيك %26 وتم دمها بشكل متفاوت. أما دراسة أبو قوطة (2019)، فقد حللت ورصدت الخطاب الدعائي الاسرائيلي اتجاه مسيرات العودة عام 2018م، من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية التابعة لجيش الاحتلال على موقع تويتر، حيث بينت النتائج أن هذه الوسائل عملت على تشويه صورة مسيرات العودة والقائمين عليها، وقد تبين وجود تفاعل كبير من الجمهور مع هذه المنشورات سواء كان بالرد

أو التغريد أو التفضيل. أما دراسة أبو شنب (2017)، فقد سعت إلى التعرف على الخطاب الدعائي الاسرائيلي عمل خلال فترة العدوان على قطاع غزة عام 2014م. وقد بينت هذه الدراسة، أن الخطاب الدعائي الاسرائيلي عمل على وضع مبررات لاستهدافه المدنيين الفلسطينيين واظهار اهتمامهم بسلامتهم، بالإضافة إلى التركيز على تحميل المقاومة مسؤولية الدمار والقتل ونزع صفة الاسلامية عنها. وبالمثل هدفت دراسة نعيم (2017)، على رصد الخطاب الدعائي الاسرائيلي باللغة العربية اتجاه القضية الفلسطينية في مواقع التواصل الاجتماعي، والوقوف على أهم موضوعات المقاومة الفلسطينية وترتيب اولويات هذه القضايا والموضوعات، بالإضافة إلى التعرف على أهم الأطروحات ومسارات البرهنة والأطر المرجعية، ورصد أدوار وصفات القوى الفاعلة، والوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين خطاب المنسق على الفيس بوك والناطق الرسمي باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي «أفيخاي أدرعي» على تويتر. وبينت هذه الدراسة أن الخطاب الدعائي الاسرائيلي يهدف المحتوية صورة المقاومة الفلسطينية باستخدام أسلوب التضليل والتعميم لتبرير جرائمه بحق الشعب الفلسطيني.

أما دراسة الخرابشة (2018) فقد هدفت إلى تحليل منشورات الناطق الاعلامي الرسمي باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي لوسائل الاعلام العربية «أفيخاي أدرعي» على موقع «فيس بوك»، لمعرفة مدى تأثير هذه السياسات الاعلامية الاسرائيلية على المتابعين العرب، حيث بينت نتائج الدراسة أن فئة الاطار الاستراتيجي جاءت في المرتبة الأولى في منشورات «أدرعي» بنسبة 37%.

اتضح من مراجعة الدراسات السابقة أن هناك دراسات تشابهت من حيث الهدف مع الدراسة الحالية، ولكن مع اختلاف الفترة الزمانية للتحليل، ما ساعد الباحثون على التعرف على الأساليب والأدوات والمناهج البحثية المتبعة في الدراسات السابقة، وكيفية استخدامها والاستفادة منها لخدمة أهداف الدراسة الحالية ونتائجها، بالإضافة إلى الاطلاع على نهاذج التحليل المختلفة ونتائجها والاستفادة منها. وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها تدرس توظيف الناطق باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي (أفيخاي أدرعي) على فيس بوك للأطر الإعلامية وتقنيات الدعاية خلال شهر رمضان وعيد الفطر 2022 للتأثير على تصورات الجمهور والمواضيع التي ركز عليها وأهدافها.

منهجية الدراسة وأداتها

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي لتحليل محتوى حساب أفخاي أدرعي الناطق الرسمي باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي على منصة فيسبوك، إذ تم توظيف أداة تحليل المضمون ضمن هذا المنهج لتحليل المنشورات التي قام (أفيخاي أدرعي) بمشاركتها على صفحة الفيس بوك الخاصة به من 1 نيسان 2022محتى 8 أيار 2022. وقد تم تصميم استمارة التحليل وفقاً للاطار النظري الذي يعتمد على نظرية التأطر



والتقنيات ادعائية السبعة التي تم تحديدها من قبل معهد تحليل الدعاية (IPA) في أواخر الثلاثينيات، وقد تم تصميمها كما يلى:

- 1- رقم المنشور: وتعني أرقام المنشورات التي قام (أفيخاي أدرعي) بنشرها خلال الفترة الزمنية الممتدة بين 1 نيسان 2022م إلى 8 أيار 2022م والتي أخذت وفقاً للترتيب الزماني من الأقدم إلى الأحدث خلال فترة الدراسة.
- 2- التاريخ: تضمن الشهر وتاريخ اليوم الذي نشر فيها (أفيخاي أدرعي) منشوراته ضمن الفترة الزمنية المحددة للتحليل.
- 3- المنشورات: هي مجموعة المنشورات (النص، الصورة، الفيديو) التي نشرها الناطف باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي (افيخاي أدرعي) خلال الفترة المحددة للتحليل.
- 4- الأطر الإعلامية: وهي الأطر الإعلامية السبعة المستخدمة في المنشورات، وهي: الإطار الاستراتيجي، الإطار العام، إطار النتائج الاقتصادية، إطار المبادئ الأخلاقية، إطار المبادئ الإنسانية، إطار المسؤولية، وإطار الصراع.
- 5- التقنية الدعائية: وهي التقنيات الدعائية السبعة التي حددها معهد تحليل الدعاية (IPA) في أواخر الثلاثينيات، وهي: التسمية، العربة، البطاقة الرابحة، العموميات البراقة، الناس البسطاء، التوصية، والنقل.
- 6- كيف: حيث تم توضيح كيف استخدم (أفيخاي أدرعي) تقنيات الدعاية للتأثير على الجمهور، وذلك لكل منشور احتوى على تقنية دعائية خلال فترة التحليل.
- 7- لماذا: حيث تم توضيح لماذا استخدم (فيخاي أدرعي) هذه التقنيات الدعائية، وفقاً لتعريف كل تقنية، وطريقة عملها، والأثر الذي قد تحدثه في سياق المنشور.

مجتمع الدراسة

حدد الباحثون مجتمع الدراسة الذي يحقق أهداف الدراسة، والذي يشمل على جميع المنشورات المنشورة على صفحة الناطق الرسمي باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي «أفيخاي أدرعي» والتي يبلغ عددها (116) منشوراً خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة.

عينة الدراسة

استخدم الباحثون عينة المسح الشامل لجميع المشورات من تاريخ 1 نيسان 2022م إلى 8 أيار 2022م، والتي بلغ عددها (116) منشوراً.

نتائج الدراسة

أبرز الأطر الإعلامية التي استخدمها أفيخاي أدرعي في منشوراته للتأثير على تصورات الجمهور تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للأطر الإعلامية التي وظفها أدرعي في فيسبوك لعينة الدراسة من المنشورات، كما هو مبين في الجدول (1).

الجدول (1): الأطر الإعلامية التي احتوتها منشورات أفيخاي أدرعي على فيس بوك خلال فترة الدراسة.

الأُطر	ر الإعلامية	التكرار	النسبة%	المرتبة
إطار	المسؤولية	63	27.8%	1
إطار	الصراع	52	23%	2
إطار	المبادئ الأخلاقية	42	18.5%	3
إطار	الاهتمامات الإنسانية	40	17.6%	4
الإطار	ر العام	19	8.4%	5
الإطار	ر الاستراتيجي	10	4.4%	6
إطار	النتائج الاقتصادية	0	0%	7
المجم	موع	226	100%	

*لاحظ أن تكرار الأطر يفوق عدد المشورات المحللة في هذه الدراسة، حيث أن بعض المنشورات اشتملت على اكثر من إطار.

يوضح الجدول رقم (1) التكرارات والنسب المئوية لأبرز الأطر التي استخدمها أدرعي في منشوراته خلال شهر رمضان وفترة عيد الفطر 2022م، حيث حلت فئة إطار المسؤولية بالمرتبة الأولى من منشوراته، بنسبة قدرها %27.8 من مجموع الأطر التي وظفها في صفحته، فيما حل إطار الصراع بالمرتبة الثانية بنسبة قدرها %23.8 وجاء في المرتبة الثالثة إطار المبادئ الأخلاقية بنسبة قدرها %18.5، بينما حل إطار الاهتمامات الإنسانية في المرتبة الرابعة، بنسبة قدرها %17.6 أما المرتبة الخامسة فقد جاء فيها الإطار العام بنسبة قدرها %8.4، وحل الإطار الاستراتيجي بالمركز السادس بنسبة قدرها %4.4، أما المرتبة السابعة والأخيرة فقد جاء فيها إطار النتائج الاقتصادية بنسبة قدرها %0.

التقنيات الدعائية التي ركز عليها أدرعي في منشوراته على فيس بوك

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للتقنيات الدعائية المستخدمة في منشورات أفخاي أدرعي على فيسبوك كما هو موضح بالجدول رقم (2).



جدول (2) تقنیات الدعایة فی منشورات أفیخای أدرعی علی فیس بوك.

النسبة%	التكرارات	التقنيات الدعائية		
30.2%	88	النقل		
22.6%	66	التسمية السلبية		
22.3%	65	العموميات البراقة		
20.2%	59	البطاقة الرابحة		
1.7%	5	التوصية/التزكية		
1.3%	4	عامة الناس		
1.3%	4	العربة		
%.100	291	المجموع		
*لاحظ أن تكرار التقنيات يفوق عدد المنشورات المحللة في هذه الدراسة، حيث أن بعض المنشورات				

*لاحظ أن تكرار التقنيات يفوق عدد المنشورات المحللة في هذه الدراسة، حيث أن بعض المنشورات اشتملت على اكثر من تقنية.

تظهر النتائج أن استراتيجية الاتصال لأفيخاي أدرعي على صفحته على منصة الفيسبوك خلال الفترة الممتدة من 1 نسيان 2022م – 8 أيار 2022م، اعتمدت بشكل كبير على تقنيات الدعاية السبعة التي حددها معهد تحليل الدعاية في أواخر الثلاثينيات، حيث تكررت تقنيات الدعاية السبعة 291 مرة في نصوص مختلفة من 116 منشوراً تم تحليلها، حيث حلت في المرتبة الأولى تقنية النقل بنسبة قدرها %30.2، أما تقنية التسمية السلبية فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة قدرها %22.6، وحلت تقنية العموميات البراقة في المركز الثالث، وحصلت على نسبة قدرها %22.2، بينما حلت تقنية البطاقة الرابحة في المركز الرابع بنسبة قدرها %20.2 أما تقنية التزكية حصلت على نسبة قدرها %1.7 في المركز الخامس، وقد حصلت تقنية عامة الناس وتقنية العربة على نفس النسبة وقدرها %1.1 على المرتبتين الأخيرتين (السادسة والسابعة) من مجموع التقنيات الدراسة. الدراسة.

مناقشة النتائج

أبرز الأطر الإعلامية التي استخدمها أفيخاي أدرعي في منشوراته التي شاركها على صفحته على الفيس بوك للتأثير على تصورات الجمهور.

إطار المسؤولية

أوضحت نتائج الدراسة الحالية بأن أدرعي اعتمد بشكل أساسي على إطار المسؤولية من أجل التأثير

على تصورات الجمهور ورسم صورة إيجابية لجيش الاحتلال الإسرائيلي بشكل عام، إذ حل إطار المسؤولية في المرتبة الأولى من بين الأطر الإعلامية الأخرى التي اعتمد عليها في منشوراته بنسبة وصلت إلى %27.8 وتشير هذه النسبة إلى أن أدرعي يظهر اهتماماً كبيراً في إطار المسؤولية مقارنة مع الأطر الإعلامية الأخرى المستخدمة، وذلك بسبب تناسب هذا الإطار مع سياسة دولة الاحتلال بتحميل الشعب الفلسطيني، وفصائل المقاومة الفلسطينية المختلفة مسؤولية الدمار والخراب والمشاكل التي يعاني منها الشباب الفلسطينين، وضياع مستقبلهم ومستقبل عائلاتهم، كما وتعمل على إظهار الجانب الإيجابي الكاذب لدور دولة الاحتلال ومسؤوليتها في حفظ الأمن والامان، وتقديم التسهيلات والمساعدات المختلفة للشعب الفلسطيني.

فعلى سبيل المثال، في العديد من المنشورات يحاول أدرعي إظهار «عايش» والذي استخدمه كمثال على الشاب الفلسطيني في العديد من منشوراته، على أنه شاب طائش يفتعل المشاكل، فبالتالي هو المسؤول عن ضياع مستقبله ودمار بيته وبيت عائلته. وفي منشورات متعددة يعمل أفيخاي على تأطير فصائل المقاومة في إطار المسؤولية إذ انه يقول أنها المسؤولة عن تدهور الأوضاع في قطاع غزة، وذلك بسبب إطلاقها قذيفة صاروخية، مبرهنا أن الغارات التي شُنت على قطاع غزة هي ردة فعل عمًا فعلته هذه الفصائل.

إن تركيز أدرعي على استخدام هذا الإطار هو محاولة لتأطير الشعب الفلسطيني على أنه هو المسؤول عن عن تدهور الأحوال في كل من الضفة وقطاع غزة، وتأطير دولة الاحتلال الاسرائيلي في إطار المسؤولة عن الأمن والأمان.

إطار الصراع

حل بالمرتبة الثانية في عينة الدراسة إطار الصراع بنسبة قدرها %25 من مجموع الأطر التي اعتمدها أفيخاي أدرعي في منشوراته عبر الفيسبوك، والهدف من ذلك هو تبيان حدة الصراع بين الاحتلال والشعب الفلسطيني، وكان دامًا ما يؤطر كل من يواجه الاحتلال، ويناضل ضد المستوطنين من الشعب الفلسطيني بأنهم «إرهابيين خاسرين»، وكان ذلك واضحاً في استخدامه المتكرر لشخصية «عايش»، على اعتبار أن عايش سيكون عبرة لكل شاب فلسطيني يفكر أو يحاول أن يقوم بعمليات المقاومة التي يصفها الاحتلال «بالإرهابية»، متغافلا عمًا يفعله الاحتلال ضد الفلسطينيين من عمليات هدم وتنكيل، فمثلاً يظهر أفيخاي في فيديو بعد أن تم اعتقال منفذي عملية «إلعاد» حيث قام كلٍ من أسعد الرفاعي وصبحي أبو شقير بهجوم مسلح في منطقة إلعاد المحتلة وأسفر عنه مقتل ثلاث مستوطنين إسرائيليين وإصابة أخرين بجروح متفاوتة. وفي الفيديو يعيب أدرعي أفعال الشباب الفلسطينيين الذين يقومون بتوزيع الحلوى على إثر العملية، قائلاً أن مصير كل من يقوم مثل هذه العمليات التي وصفها «بالإرهابية» هو جهنم، مستشهداً بأية رقم (93) من أن مصير كل من يقوم مثل هذه العمليات التي وصفها «بالإرهابية» هو جهنم، مستشهداً بأية رقم (93) من سورة النساء «وَمَنْ يَقْتُلْ مُؤْمنًا مُتَعَمِّدًا فَجَزَاؤُهُ جَهَنَّمُ خَالدًا».



وهنا تكمن خطورة أدرعي حيث أنه يحاول استغلال معرفته الدينية في تأطير الرسائل الإعلامية التي ينقلها للجمهور للتأثير فيهم من الوازع الديني وإظهار حدة الصراع، بين دولة الاحتلال والشعب الفلسطيني إذ يحاول أن يؤطر مستوطني دولة الاحتلال على أنهم «مؤمنين»، وبالتالي من يعاديهم مصيره «جهنم خالداً فيها».

كما يحاول أدرعي من خلال شخصية «عايش» تصوير الشاب الفلسطيني على أنه يعيش صراع داخلي يومي في اختيار مصيره ومصير عائلته، إذ انه يؤطر الصراع الدائم بين دولة الاحتلال والشباب الفلسطينيين، ويعمل على إظهار دولة الاحتلال على أنها «الرابحة» وان كل من يحاول معاداتها هو «خاسر» في النهاية، كما يعمل على تأطير الشعب الفلسطيني وفصائل المقاومة، التي يصفها «بالمحرضة» بشكل متكرر في منشوراته، على أنهم مصدراً للخراب والدمار، وهذا يعد جزء مهم من الصراع بين دولة الاحتلال والشعب الفلسطيني المناضل.

إطار المبادئ الأخلاقية

حل إطار المبادئ الأخلاقية في المرتبة الثالثة في عينة الدراسة بنسبة قدرها %18.5 من مجموع الأطر التي اعتمد عليها أدرعي في منشوراته، وذلك بسبب اعتماده على تقديم الأخبار التي تظهر الاحتلال بأنه يتحلى بالقيم الأخلاقية، واقناع الجماهير بوجهة نظره التي ترتكز على تكوين صورة ذهنية إيجابية حول دولة الاحتلال. ففي العديد من المنشورات يحاول ادرعي على إظهار جنود الاحتلال وهم يقومون بتقديم المساعدة لفلسطينين، بينما يهمل صور القتل والتدمير التي يرتكبها جنوده بحق الأطفال، والمسنين، والنساء، والشباب الفلسطينين.

إطار الاهتمامات الإنسانية

وأما إطار الاهتهامات الإنسانية فقد حل بالمرتبة الرابعة في عينة الدراسة بنسبة قدرها %17,6 من مجموع الأطر التي اعتمد عليها أدرعي، وذلك بسبب اعتماده على تقديم كل ما يبين دولة الاحتلال على أنها دوله تهتم بالإنسانية، وتعمل على توفير الأمن والأمان لخدمة الشعب الفلسطيني، ودائما ما يسعى أدرعي إلى صياغة الرسائل التي يقدمها بقوالب درامية تحمل نزعة إنسانية لتأثير على عقول الجماهير، ففي العديد من المنشورات يبرز جنود الاحتلال بصورة المتحلين بالقيم الانسانية، حيث يقومون بتقديم المساعدة لكبار السن في الوصول إلى المسجد الأقصى لأداء الصلاة، متناسياً ما يقوم به جيشه في الوقت نفسه من قتل ومنع للمصلين الفلسطينيين من أداء الصلوات فيه، والاقتحامات الاستفزازية لمستوطنيه لساحات المسجد الأقصى، وهذا بدوره يبين أن أدرعي اعتمد على أنصاف الحقائق في تأطيره للأحداث.

الإطار العام

حل الإطار العام في عينة الدراسة بالمرتبة الخامسة بنسبة قدرها %8.4 من مجموع الأطر التي اعتمد عليها أدرعي في منشوراته. من خلال هذا الاطار حاول أدرعي إظهار دولة الاحتلال بأنها دولة مسالمة لكسب ثقة الجمهور والتأثير على تصوراته الذهنية حول دولة الاحتلال بشكل ايجابي، ففي بعض منشوراته يعمل ادرعي على تشجيع العرب إلى الانضمام إلى ما يسميه «جيش الدفاع» في دولة الاحتلال، كما يعمل على إظهار صورة مسالمة عن هذا الجيش بانه يضم وينضم اليه جنود من المسلمين، من خلال ذكره لأسم الضابط (محمد)، حيث لا يوجد دليل على أن من في الصورة هو ضابط مسلم.

الإطار الاستراتيجي

حل الإطار الاستراتيجي في المرتبة السادسة وقبل الأخيرة في عينة الدراسة بنسبة قدرها 4.4% من مجموع الأطر التي اعتمد عليها أدرعي في منشوراته، حيث أنه من خلال هذا الاطار ركز على استراتيجية دولة الاحتلال في ردع المقاومة بكافة أشكالها، والعمل على ترهيب الفلسطينيين من الاقبال على أي فعل مقاوم ومعادى لدولة الاحتلال.

فعلى سبيل المثال، يظهر الشاب الفلسطيني «عايش» -والذي يستخدمه أدرعي كمثال للشباب الفلسطينيين ضمن إستراتيجية يتبعها أدرعي لتخويفهم، وتذكيرهم المستمر بنتائج السلبية التي قد تلحق بهم وبعائلاتهم بسبب العمل المقاوم- وفي يده «المقلاع» وهي أحد أدوات المقاومة الشعبية التي يستخدمها الشباب الفلسطينيين لرمي الحجارة، ويبدو على وجهه ملامح الندم بعد أن قام بإلقاء حجر، وخلفه على ما يبدو عائلته حزينين على ولدهم لأنه وحسب افيخاي «قام بتدمير مستقبله» كما ويظهر في الصورة علم فلسطين في الخلفية وفوق بنايات قديمة، وكأن أدرعي يحاول ايصال رسالة بأن دولة فلسطين بحاجة إلى التطوير، وبدلاً من استخدام الحجارة لرميها على جنود الاحتلال «عمر بها بلدك»، كما وتظهر في الصورة لوحة مكتوب عليها كلمة «المستقبل» وتحولت بعد أن قام «عايش» برمي الحجر إلى كلمة «المقبل» واللوحة على شكل سهم متجه نحول الأسفل، ما يقصده أفيخاي هنا أن الحجر دمر مستقبل «عايش» وأن «المقبل» متجه نحو الهاوية. كما واستخدم افيخاي في المنشور مقولة شعبية ليدعم هذه الاستراتيجية وهو «بعد أن يغادر الحجر البد يصبح ملكاً للشبطان»، والشيطان رمز للشر.

إطار النتائج الاقتصادية

أما بالنسبة لإطار النتائج الاقتصادية لم يَقُم أدرعي باستخدامه، وذلك لعدم إظهار خسائر دولة الاحتلال



اقتصادياً أمام الجمهور، وتثبيط همم الشعب الفلسطيني، وايصال رسالة بأن كل ما يقومون به من مظاهرات وعمليات فدائية ومقاطعات للمنتجات الإسرائيلية لم تترك أي أثر سلبي على اقتصاد دولة الاحتلال، وبهذا عمل على إخفاء هذا الاطار من بين الأطر للحفاظ على الصورة الإيجابية التي يعمل أدرعي جاهداً على رسمها حول دولة الاحتلال في عقول الجماهير.

التقنيات الدعائية التي استخدمها أفيخاي أدرعي في منشوراته على صفحة الفيسبوك النقل (Transfer)

كانت نسبة تقنية النقل في منشورات أدرعي هي أعلى نسبة حيث تكررت 88 مرة بنسبة قدرها %30.2 من إجمالي التقنيات المستخدمة في عينة الدراسة، وانقسمت إلى نقل إيجابي ونقل سلبي، حيث استخدم النقل الايجابي لإظهار قوة جيش الاحتلال الاسرائيلي وهيبته باستخدام الأعلام والشارات، واستعراض الآليات القتالية المختلفة، وغيرها الكثير من أجل إظهار دولة الاحتلال على انها الدولة التي «لا تقهر» ولا يمكن التغلب عليها، بالإضافة إلى استغلال أدرعي الخطير لنصوص من الدين الاسلامي من خلال اقتباسه لآيات قرآنية وتوظيفها خارج سياقها الأصلي في محاولة لتأطير المقاومة على أنها محرمة، ورسم صورة للفلسطيني على أنه ظالم ومجحف في أفعاله مع شعب وجنود دولة الاحتلال. بينما تم استخدام النقل السلبي لتشويه صورة الفلسطينيين والشهداء، بالإضافة إلى استخدام كاريكاتيرات مشوهة لصورة الفلسطينيين ومحاولة إظهارهم على أنهم شعب «رجعي ومتخلف»، تُحرضه فصائل المقاومة الفلسطينية التي تدفع الناس إلى الهاوية.

ففي أحد المنشورات، يظهر فيه جنود جيش الاحتلال مبتسمين مظهرين الود والمحبة، وخلفهم آلية قتالية (الدبابة) ممسكين بأسلحتهم ومرتدين لباسهم العسكري لنقل القوة، أما بالنسبة للعلم والمساحة الخضراء في الخلفية هي من أجل إظهار شعور الأمن والأمان والانتماء والوطنية، والرسالة من هذا المنشور هو الادعاء بتواجد جيش دولة الاحتلال حتى في المناسبات الدينية لحفظ أمن الشعوب وأمانهم. وفي منشور آخر لكاريكاتير رسمه الرسام السعودي المعادي للفلسطينيين فهد الجبيري، يصور فيه مجموعة من الفلسطينيين بصورة همجية، ويظهر فيه بسام جرار بصورة مهينة مستهزاً به، كما يوجد في الصورة مجموعة من القاذورات الذي يحاول أن ينقل من خلالها صورة سلبية عن الشعب الفلسطيني، ويتهمه بخرق حرمة المساجد وتحويلها إلى ساحات للخراب واللعب. كما ترتدي الشخصيات في الصورة الكوفية الفلسطينية رمز حركة التحرير الوطني الفلسطيني (فنح)، بالإضافة إلى صورة لأكلة المقلوبة الفلسطينية التي تأخذها المرابطات الفلسطينيات معهن إلى الأقصى رمزاً لقلب وتغيير الأحوال. من خلال هذا الكاريكاتير نرى كل ما يستفز دولة الاحتلال من تفاصيل للشعب الفلسطيني، ومحاولاته المستميتة لنقل صورة سلبية مهينة عن

الشعب الفلسطيني المقاوم من أجل شرعنة استيلاء دولة الاحتلال على المقدسات الدينية.

(Name Calling) التسمية السلبية

حلت تقنية التسمية السلبية في المركز الثاني، وتكررت 66 مرة بنسبة قدرها %22.6 من مجموع التقنيات الدعائية التي استخدمها أدرعي في عينة الدراسة. وفي هذه التقنية هاجم أفيخاي بشكل كبير وواضح منفذي العمليات الفدائية والشباب الفلسطيني المقاوم، وفصائل المقاومة الفلسطينية، حيث وصفهم «بالإرهابيين» و»المحرضين» و»المنظمات الإرهابية» و»المخربين» و»الشامتين» و»السافلين المجرمين» و»البلطجية» و»المتطرفين» و»أهل الجهل» وغيرها من الألفاظ السلبية، حيث استخدم أفيخاي هذه التقنية لتشويه صورة الفلسطينيين وفصائل المقاومة وتأطيرهم في إطار «الإرهاب» لتبرير الاعتداءات الوحشية لجيش الاحتلال على الفلسطينيين.

فعلى سبيل المثال في أحد الفيديوهات والتي يظهر فيه مجموعة من المتظاهرين الفلسطينيين في مظاهرة سلمية في باحات المسجد الأقصى منددين باعتداءات جيش الاحتلال على المصلين ومنعهم من الصلاة في المسجد، والذي شاركه أدرعي على صفحته، استغل أدرعي هذا الفيديو لإطلاق ألقاب ومسميات سلبية مثل «المشاغبون» و«المحرضون أصحاب العقول الضعيفة»، واتهمهم بالبعد عن الدين واستغلال ساحات المساجد «للشغب» و«المظاهرات» و«التحريض على الإرهاب»، بدلاً من الصلاة والتقرب الى الله في شهر رمضان.

(Glittering Generalities) العموميات البراقة

حصلت العموميات البراقة في منشورات أفيخاي أدرعي على فيسبوك على ما نسبته 22.3% من تقنيات المعاية التي وظفها في صفحته، حيث تكررت 65 مرة من إجهالي التقنيات المستخدمة في عينة الدراسة، وجاءت في المرتبة الثالثة، حيث استخدم أدرعي هذه التقنية لتحسين صورة دولة الاحتلال الإسرائيلي لدى الجماهير العربية، وذلك باستخدام العبارات البراقة مثل الحرية، العدالة، الإنسانية، الاحترام، التقدير، الإيمان، الأمن، الفخر، الشموخ، المجد، الرحمة، عزية، إرادة، استقرار، الغير، البركة، وغيرها من المصطلحات البراقة التي لا تحمل معنى معيناً، ولكن لها تأثير قوي على تقبل الجمهور للأفكار. ففي العديد من المنشورات حاول أفيخاي أن يصور دولة الاحتلال في أجمل صورة، مشيراً إلى المبادئ «الكاذبة» التي يسيرون على نهجها، مستخدماً صوراً تظهر وحدة جيش الاحتلال الاسرائيلي وقوته. كما يؤكد على تجذر دولة الاحتلال مستخدماً جملاً مثل «أمة لا تعرف المغيب ولا المشيب» و»شهداؤنا ضمير الوطن» مركزاً على كلمة «الوطن» لترسيخ فكرة الوطن القومي اليهودي في عقول الجماهير والعمل على إقناعهم بفكرة تقبل وجوده والاعتراف به كدولة ووطن على الأراضي الفلسطينية المحتلة.



(Card Staking) البطاقة الرابحة

جاءت تقنية البطاقة الرابحة في المرتبة الرابعة من مجموع التقنيات الدعائية المستخدمة في منشورات أفيخاي أدرعي، حيث تكررت 59 مرة بنسبة قدرها %20.2 من مجموع التقنيات الدعائية التي استخدمها في عينة البحث المكونة من 116 منشوراً. أن ظهور البطاقة الرابحة في هذه النسبة من المنشورات يدل على أن منشورات أدرعي تصاغ بطريقة أنصاف الحقائق ومعلومات غير حقيقة وكاذبة، بهدف إظهار وإقناع الجماهير بأحقية وشرعية المستوطنين بأن تكون لهم دولة في الوطن العربي بالاعتماد على حجج واهية، ومحاولة تبرير اعتداءات جيش الاحتلال على الفلسطينيين وقتلهم، ومحاولة اظهار مستوطنيه على أنهم مساكين وأنهم جزء أصيل من الوطن العربي.

فعلى سبيل المثال، في احد المنشورات يدعى أدرعي أن مجموعة من الفلسطينيين قاموا بالاعتداء على «قبر سيدنا يوسف» وقاموا بتحطيمه، كما أتبعه مشاركة فيديو فيه مجموعة من الشباب يقومون برمي الحجارة على القبر، هنا استخدم أفيخاى تقنية البطاقة الرابحة في عرض الخبر، وذلك لعدم وجود دليل قاطع على أنه من في الفيديو هم شباب فلسطينيين، كما يجدر بالذكر أن القبر الوحيد الذي اتفق على مكانه العلماء هو قبر سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام، وهناك روايات توراتية تزعم أن رفات النبي يوسف عليه السلام تم نقله من مصر إلى منطقة نابلس، ولكن علماء الأثار جاءوا لينفوا الرواية الإسرائيلية مشيرين إلى أن عمر القبر لا يتجاول ال(250) عام. كما ويرى المؤرخون أنه لا يوجد ما يثبت صدق الرواية التوراتية عن وجود قبر النبي يوسف عليه السلام في مدينة نابلس، والدليل على ذلك أن النبي موسى عليه السلام جاء بعد وفاة النبي يوسف ب(200) عام، وبقى مكان دفنه مجهولاً في مصر، أما الدليل الأخر على عدم صحة الرواية الاسرائيلية هو أن القبر مبنى وفق الطراز الإسلامي، حيث تعلوه قبة، وهي عادة تستخدمها بعض الطوائف الإسلامية عند دفن الموتى. وهناك رواية أخرى تقول أن هذا القبر هو قبر يعود إلى العصر العثماني عام (1904) لأحد رجال الدين الصالحين اسمه (يوسف دويكات)، كما أن هذا القبر كان مسجلاً لدى دائرة الأوقاف الإسلامية وكان مسجداً قبل الاحتلال الاسرائيلي (سعادة، 2021). كل هذه دلائل واضحة على أن ما يقوم أفيخاي بمشاركته من أخبار على صفحته في الفيس بوك هي أنصاف حقائق، بهدف دعم الرواية الإسرائيلية.

وفي منشور آخر شارك أدرعي فيديو، معلقاً أن الفلسطينيين يقومون بتدنيس وتخريب المسجد الأقصى، ويقومون برمي المفرقعات داخل المصلى القبلي في المسجد الأقصى، مستشهداً بآية من القرآن الكريم «ومن أظلم ممن منع مساجد الله أن يذكر فيه اسمه»، دامًا تظهر خطورة استخدام أفيخاى معرفته في الدين الاسلامي للتأثير على الجمهور وقلب الحقائق، وهنا لم يعرض أدرعي الصورة الكاملة مرة أخرى وقام بإخفاء جانب اعتداءات جيش الاحتلال على المسلمين واقتحامهم للمسجد ومنع المصلين من الصلاة بشكل متكرر ووحشى. ومن الجدير بالذكر أن المنشور نفسه يحتوي على النقل السلبي؛ من خلال نقل نص الآية للمرابطين الفلسطينيين وعلى أنهم هم المقصودون بمعناها، وبالتالي هم من يمنعون إقامة الصلوات في المسجد بسبب مقاومتهم لاقتحامات المسجد الأقصى.

التوصية/ التزكية (Testimonial)

حلت تقنية التوصية في المركز الخامس وتكررت 5 مرات بنسبة قدرها %1.1 من مجموع تقنيات الدعاية التي استخدمها أدرعي في عينة البحث، إذ قام باستخدام التزكية لكسب تأييد الجمهور العربي والتأثير عليه. فعلى سبيل المثال استخدم أفيخاي التزكية الإيجابية، بالظهور مع الكاتبة البحرينية «عهدية أحمد» لإظهار أن دولة الاحتلال هي دولة مسالمة، ومحبة للتعايش والسلام، واصفاً دولة الاحتلال بأنها «أرضها» ليشجع «المواطن العربي» على كسر حاجز «التحريض»، إذ انه يحاول وبصورة واضحة تشجيع الدول العربية وكل مواطن عربي على التطبيع مع دولة الاحتلال، وتقبل التعايش مع وجودهم قائلاً «في أحسن من التعايش والسلام؟».

عامة الناس (Plain folks)

حلت تقنية عامة الناس في المرتبة السادسة حيث تكررت 4 مرات بنسبة %1.1 من مجموع التقنيات الدعائية التي استخدمها أفيخاي في عينة البحث، إذ قام أدرعي باستخدام هذه التنقية لإقناع الجمهور العربي بأنه وجيش الاحتلال مقربين من أبناء الشعب الفلسطيني، وانه «منهم»، فعلى سبيل المثال شارك أدرعي فيديو يظهر فيه متجولاً بين الفلسطينين عند أحد «حواجز» طولكرم، مباركاً لهم بشهر رمضان، متظاهراً بالمحبة والمودة ومطالباً ما سماها الجماعات «الإرهابية» بالتقبل والتعايش مع تواجد الاحتلال والتوقف عن ما سماه «التحريض»، كما وقام في الفيديو بالشراء من أحد الباعة للتظاهر بالانخراط في المجتمع الفلسطيني.

(Bandwagon) العربة

حلت تقنية العربة أو اللحاق بالركب في المركز السابع والأخير بنسبة قدرها %1.3، من مجموع التقنيات الدعائية التي استخدمها أدرعي في عينة الدراسة، ومن الجدير بالذكر أن تقنية عامة الناس تتشابه مع هذه التقنية من ناحية عدد التكرارات والنسبة المئوية أيضاً. استخدم أدرعي هذه التقنية ليظهر للجمهور أنه هناك اقبال كبير على الانضمام لجيش الاحتلال من جميع الديانات مثل الديانة المسيحية والاسلامية، للعمل على الغاء فكرة أن دولة الاحتلال هي دولة يهودية بحتة، وإنما هي دولة تضم جميع الديانات وبعيدة عن التحيز والعنصرية لدين أو جماعة معينة. كما استخدم افيخاي تقنية العربة من أجل الحث على تقبل فكرة



وجود دولة الاحتلال الاسرائيلي، والادعاء أن أغلبية أبناء الشعب الفلسطيني مرحبون بوجود دولة الاحتلال، ويدعو من خلال هذه التقنية «الأقلية المعارضة والإرهابية» كما يصفها أفيخاي، إلى الانضمام إلى البقية والتعايش مع وجود دولة الاحتلال وتقبلها، والتوقف عن معاداتها.

ففي أحد المنشورات التي شاركها أدرعي على صفحته، يظهر المقدم أيهاب شليان، المسيحي الذي يخدم في جيش الاحتلال الإسرائيلي، يعايد من خلاله على الجالية المسيحية بمناسبة عيد الفصح، ويدعي فيه أن دولة الاحتلال هي الدولة الوحيدة في الشرق الأوسط التي تكفل له كامل حقوقه كمواطن مسيحي، وأن دولة الاحتلال لها الفضل على الجاليات المختلفة في الدفاع عنهم وحمايتهم، لذلك يجب على الجميع من مختلف الديانات التقدم لخدمة دولة الاحتلال مقابل ما تقدمه لهم من راحة وأمان، كما يذكر في الفيديو أن جيش الاحتلال يضم جميع الطوائف سواء كانت يهودية، مسيحية، اسلامية، درزية أو شركس، وجميعهم يقفون يداً بيد لحماية دولة الاحتلال وجيشها. الهدف من مثل هذه المنشورات هي دعوة واضحة وصريحة للإقبال على تقبل فكرة الانتساب إلى جيش دولة الاحتلال والانخراط فيه، واللحاق بمن سبقوهم من أبناء الجاليات الدينية الأخرى في الانضمام إلى هذا الجيش.

مناقشة النتائج وفقاً للدراسات السابقة

تختلف هذه الدراسة مع دراسة الكوع ، مصلح، وعوض (2022)، ودراسة الصيفي، عيسى، والكوع (2022)، ودراسة الخرابشة (2018)، ودراسة الكوع ومصطفى (2023)، حيث استخدمت تقنية النقل في هذه الدراسة بشكل أكبر من التقنيات الأخرى. فأوضحت دراسة الكوع ، مصلح، وعوض (2022) في نتائج دراستهم أن تقنية العموميات البراقة هي أكثر التقنيات التي استخدمها ضاحي خلفان لتعزيز عملية التطبيع الإماراتي بنسبة %34 وأقلها كانت تقنية النقل الإيجابي بنسبة %1.1 من عينة الدراسة، وأظهرت دراسة الكوع ومصطفى (2023) أيضاً أن تقنية العموميات البراقة من أكثر التقنيات استخداماً بنسبة %41 في صفحة «قف معنا» الصهيونية، بينما كانت تقنية النقل هي الأقل بنسبة %3، حيث استخدمت هذه التقنيات من أجل دعم المواضيع التي تروج لها الصفحة من أجل تجميل صورة دولة الاحتلال واليهود، والقيام بتسويقها إيجابياً والعمل على تخريب وتشويه صورة الفلسطينيين والعرب ككل.

وأظهرت دراسة الصيفي، عيسى، والكوع (2022) أن التقنية الاكثر استخداماً من قبل أفيخاي أدرعي على صفحته في تيك توك هي تقنية أنصاف الحقائق خلال الحرب على غزة عام 2021م بنسبة %75 بينما كانت العربة أقل التقنيات استخداماً بنسبة %5. أما الدراسة الحالية فقد كانت نتائجها أنه تم استخدام تقنية النقل بشكل أكبر من التقنيات الأخرى لإظهار قوة جيش الاحتلال الاسرائيلي وهيبته، بالإضافة إلى استغلال أدرعي الخطير لنصوص من الدين الاسلامي من خلال اقتباسه لآيات قرآنية وتوظيفها خارج سياقها

الأصلي في محاولة لتشويه الحقائق الراسخة عن الشعب الفلسطيني والادعاء «بحرمة المقاومة» ورسم صورة الفلسطيني على أنه ظالم ومجحف في أفعاله مع شعب وجنود دولة الاحتلال.

كما أوضحت نتائج دراسة الكوع ، مصلح، وعوض (2022) أن الإطار الاستراتيجي هو أكثر الأطر استخداماً بنسبة %27 من تغريدات خلفان المعزز للتطبيع الإماراتي الإسرائيلي، بينما حل في المرتبة السابعة والأخيرة إطار المسؤولية بنسبة قدرها %2.1، من مجموع الأطر التي استخدمها في عينة البحث. كما أوضحت دراسة خرابشة أن الإطار الاستراتيجي أيضاً هو أكثر الأطر الإعلامية التي قام أفيخاي باستخدامها في صفحته على الفيس بوك بنسبة %37. بينما أظهرت الدراسة الحالية إطار المسؤولية بشكل أكبر من غيره من الأطر بنسبة %27.8، حيث أن أفيخاي يظهر اهتماماً كبيراً في إطار المسؤولية مقارنة مع الأطر الإعلامية الأخرى المستخدمة، وذلك بسبب تناسب هذا الإطار مع سياسة دولة الاحتلال بتحميل الشعب الفلسطيني، وفصائل المقاومة الفلسطينية المختلفة مسؤولية الدمار والخراب والمشاكل التي يعاني منها الشباب الفلسطينيين وضياع مستقبلهم ومستقبل عائلاتهم.

الاستنتاجات

في ضوء الدراسات السابقة ومناقشاتها مكن استنتاج الآتي:

- عملت الدعاية الإسرائيلية لدولة الاحتلال على تعزيز صورة المساواة بين المواطنين الفلسطينيين والإسرائيليين (المستوطنين) من خلال إظهار الصورة الحسنة الكاذبة لدولة الاحتلال، التي تظهرها كدولة حاضنة للديانات المختلفة، اليهودية والمسيحية والاسلامية، وتكفل لهم حرية الدين والمعتقد والعبادة، في حين تُهمل الدعاية الإسرائيلية أفعال جيشها من قتل وتدمير، واستباحة للمقدسات، حيث أن عملية إهمال جزء من الحقيقة يساهم بشكل كبير في عملية التأطير.
- تعمل التقنيات الدعائية على دعم الأطر التي يحاول القائم بالاتصال تعزيزها في أذهان الجمهور، من خلال الأوصاف الإيجابية التي تقدمها هذه التقنيات للقائم بالاتصال أو الأوصاف السلبية للمستهدف من عملية التشويه.
- استند الخطاب الإسرائيلي لدولة الاحتلال على الترويج الدائم لدولة الاحتلال بأنها تواجه «الإرهابيين والمخربين الفلسطينيين»، لإظهارها في صورة الضحية المعتدى عليها من قبل «الإرهابيين»، من أجل تبرير جرائم الحرب التي يرتكبها جيش الاحتلال بحق الشعب الفلسطيني المقاوم، ومحاولة ربط المقاومة الفلسطينية بما يسمى «الإرهاب العالمي».
- سعى الخطاب الدعائي الإسرائيلي لدولة الاحتلال إلى العمل على نزع الصفة الإسلامية عن المقاومين الفلسطينيين والتابعين لفصائل المقاومة المختلفة، وإظهارهم في مظهر «الإرهابيين والمخربين المخالفين



لتعاليم الإسلام ومنهجه»، والادعاء دوماً أن سلوكهم يتنافى مع القيم والمبادئ الإسلامية، ويشير هذا الأمر إلى تحول كبير في خطاب دولة الاحتلال الموجه إلى الشعوب العربية من خلال استغلاله للقيم والتعاليم الإسلامية في خطابه ضد الشعب الفلسطيني.

• يختلف استخدام التقنيات الدعائية حسب الهدف الذي يسعى القائم بالاتصال لتعزيزه، وهذا ما بينته مقارنة نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة.

التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة يوصى الباحثون بالتالي:

- إنشاء صفحات سياسية، تظهر الفشل العسكري والأمني والاقتصادي لدولة الاحتلال على كافة مواقع التواصل الاجتماعي.
- العمل على مزاحمة الصفحات الإسرائيلية التابعة لدولة الاحتلال على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تكوين فريق إعلامي متخصص يجيد اللغات الأساسية المختلفة (الإنجليزية، الفرنسية، الإسبانية)، لبيان زيف الدعاية الإسرائيلية.
- العمل على إبراز مادة إعلامية فلسطينية لدحض أكاذيب دولة الاحتلال وتبريراتهم للاستخدام المفرط للقوة ضد الشعب الفلسطيني، وإبراز الوثائق والإحصائيات التي تقوم بها منظمات دولية من أجل فضح جرائم الاحتلال الإسرائيلي واستهدافه للمدنيين.
- يوصي الباحثون بضرورة القيام بأبحاث علمية مشابهة لموضوع الدراسة الحالية عن الصفحات الإسرائيلية المختلفة، والعمل على فضح أكاذيبها.



المراجع

المراجع العربية

- أبو شنب، ح. (2017). الخطاب الدعائي الاسرائيلي خلال العدوان على قطاع غزة عام 2014م عبر موقع التواصل الاجتماعي «فيس بوك»: دراسة تحليلية.[رسالة ماجستير غير منشورة]، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين.
- 2. أبو قوطة، خ. (2019). الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي. مجلة الدراسات الإعلامية.
- خرابشة، م. (2018). الإطار الإعلامي للدعاية الإسرائيلية على الفيس بوك دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم «الجيش الإسرائيلي»، [رسالة ماجستبر غير منشورة]. جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
 - 4. الدليمي، ع. (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون. عمان، الأردن. دار اليازوري للنشر والتوزيع.
 - 5. الدليمي، ع. (2019). الدعاية والشائعة والرأي العام: رؤية معاصرة. عمان، الأردن. اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 6. سعد، م. (2002). الأطر الإخبارية للانتفاضة الفلسطينية وتأثيراتها المعرفية والوجدانية على قراء الصحف. المؤتمر العلمي السنوي الثامن بعنوان الإعلام وصورة العرب المسلمين. الجزء الأول. القاهرة- مصر.
- 7. سعيد، ص. (2020). أساليب الدعاية في الخطاب الإسرائيلي الموجه للشعب الفلسطيني عبر الإعلام التفاعلي. معهد الجزيرة للإعلام. تم الاسترجاع من https://2u.pw/zhgdb
- عينى، م. الكوع، م. (2022). مدى توظيف تقنيات الدعاية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الاسرائيلي
 على تطبيق «تك توك» خلال حرب قطاع غزة عام 2021م. المجلة العربية للنشر العلمي. 2022(40)، 766-737.
- 9. الكوع، معين؛ حمد، إيمان؛ وبدير، غزل. (2022). مدى توظيف الصفحات الرسمية الإسرائيلية على الفيسبوك لتقنيات الدعاية خلال الحرب الرابعة على قطاع غزة: صفحة «المنسق» أغوذجاً. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان، 22(24)، 33-1.
- 10. الكوع، معين؛ ومصطفى، هبة. (2023). توظيف المنظمات الصهيونية لتقنيات الدعاية باللغة العربية على الفيس بوك: دراسة تحليلية لصفحة «قف معنا». مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، ((1)، 32-1.
- 11. الكوع، معين؛ مصلح، سلسبيل؛ وعوض، دانا. (2022). توظيف ضاحي خلفان لتويتر اتجاه اتفاقية التطبيع الإسرائيلية- الإمارتية وتأثيره على الجمهور. مجلة فلسطين لأبحاث الأمن القومي. 1(2)، 121-91.
- 12. نعيم، (2017). الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية في الإعلام الاجتماعي، [رسالة ماجستيرغير منشورة]. الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 13. يونس، م. عبد الغفار، م. (2020). سمات المحتوى الإعلامي لتطبيق «تيك توك»: دراسة مقارنة بين المنصات العربية والأجنبية. جامعة الأزهر، القاهرة.



المراجع الأجنبية

- **14.** Caroline, F. (2020). Organized Propaganda or Disorganized Chaos? A Case Study of the Canadian Energy Centre and its Online Communications. Faculty of Arts University of Alberta.
- 15. Copeland, G., & Johnson-Cartee, K. (2004). Strategic Political Communication: Rethinking Social Influence, Persuasion, and Propaganda. *New York: Rowman & Littlefield*.
- **16.** Heemsbergen, L. J. & Lindgren, S. (2014). The power of precision air strikes and social media feeds in the 2012 Israel–Hamas conflict: 'targeting transparency'. *Australian Journal of International Affairs*, 68(5), 569-591.
- 17. 30. Jowett, G., & O'Donnell, V. (2014). Propaganda and Persuasion. Los Angeles: SAGE.
- **18.** Koa, M. (2018). Techniques of Strategic Political Communication: The Egyptian Muslim Brotherhood's Persuasive Devices. *International Journal of Strategic Communication*, 12(5), 571–598.
- 19. Koa, M. (2021). Communication Strategies of Winning Hearts and Minds: The Case of the Muslim Brotherhood's Political Communication Campaign Post Morsi's Downfall. *International Journal of Strategic Communication*, 17(1), 87-120.
- **20.** Lee, A. & Lee. (1939). The Fine Art of Propaganda: a Study of Father Coughlin's Speeches. *New York: Harcourt Brace and Co.*
- **21.** Sproule, J. M. (2001). Authorship and origins of the seven propaganda devices: A research note. *Rhetoric & Public Affairs*, 4(1), 135-143.

محور العدد: الاتصال في الحرب والأزمات

دور وسائل التواصل الاجتماعي والاعلام الرياضي في تحقيق الامن الاجتماعي: هُوذَجا «دراسة ميدانية في كلية الاعلام الفرع الاول الجامعة اللبنانية»

د. خالد ممدوح العزي

استاذ محاضر في الجامعة اللبنانية في كلية الاعلام.

drizzi2007@gmail.com

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على اهمية دور المواقع الرياضية في النقاشات الرياضية السلبية او الايجابية ، والانعكاسات التعليمية والمهارات الفنية والقانونية وما ينجح عن هذه النقاشات من علاقات تفاعلية وافكار ورؤى تسهم في الانشطة الرياضة وما فيها من دور للشخصيات والنجوم . الامر الذي يطرح الاشكالية التالية كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في النقاش حول النشاط الرياضي وما يدور فيه من صراع اوتوافق من جمهور المشاركين فيه.

مفاتيح الكلمات: الاعلام الرياضي، التكنولوجيا، وسائل التواصل الاجتماعي، الامن المجتمعي.

Abstract:

This study aims to highlight the importance of the role of sports websites in negative or positive sports discussions, educational reflections, technical and legal skills, and what succeeds in these discussions in terms of interactive relationships, ideas and visions that contribute to sports activities and the role of personalities and stars in it. Which raises the following problem: how do social networking sites contribute to the discussion about sports activity and what is going on in it in terms of conflict or agreement among the audience of its participants?

Keywords: sports media, technology, social media, community security.



1-مشكلة الدراسة:

ان التواصل الاجتماعي هي حركة لا يمكن ان ننفي انها سلوك اعلامي ، كما ان ننفي انها مزاجها بالثقافة والوعي الفردي في المجتمع مما يستدعي اثبات وجود تلك العلاقة العضوية بين الوعي ونشر الثقافة والحفاظ على الامن المجتمعي الذي يقع على عاتق الاعلام في عملية النشر .و أن وسائل التواصل يدور فيها حرب لا هوادة فيها وما فيها من علاقات ايجابية وسلبية حول اي النشاط او حدث الرياضي يأخذ تارة جانب القوة والسيطرة بين الافراد والنقاش حول والقدرات البدنية والمهارات الفنية والخطط المركبة ومع الوقت يصبح التواصل الملموس والمتكرريصيغ علاقات ايجابية قد تجعل صورة لواقع التنافس وتفعيل الحياة والامن المجتمعي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي

2-اهمية الموضوع:

ان الأهمية في هذا الموضوع حول وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في متابعة الاخبار الرياضية من خلال الوسائل المختلفة بات واضحا بان هذه الوسائل تبرز دور نشر وعي رياضي عام من اجل تشكيل راي عام متفاعل، وتشجيع النشاطات الرياضية.

الاعلام الرياضي هو عملية نشر الاخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والانشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع ، ومدى ترابط وسائل التواصل الاجتماعي بنشر هذا الوعى الريادي من خلال المحافظة على حماية الامن الاجتماعي .

فالإعلام الرياضي يتمحور حول دور اعلام التواصل الاجتماعي في نشر وتفاعل هذا الاعلام الرياضي في المجتمع العام من خلال المحافظة على الامن الاجتماعي حيت تبرز العديد من التساؤلات .

3-التساؤلات التالية:

ما هو دور وسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بنشر الثقافة الرياضية؟

كيف تجعل وسائل التواصل الاجتماعي النشاط الرياضي علاقات منافسة بين الناس؟

كيف سمحت وسائل التواصل بتفعيل الحوار والنقاش قبل وبعد النشاط الرياضي؟

4-الفرضيات:

-تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بنشر الثقافة الرياضية بين الافراد.

-تجعل وسائل التواصل الاجتماعي مكان واسع للتنافس والنقاشات في المفاهيم والتوابت والمبادئ الرياضية .

- يتم تفعيل الحوار والنقاش بين الافرادفي وسائل التواصل الاجتماعي قبل وبعد النشاط الرياضي.

5-اهداف الدراسة:

يهدف البحث الى تسليط الضوء على دور وسائل التواصل الاجتماعي حول التعليقات والتحاليل المتنوعة حول الانشطة والوقائع الرياضية ، كما لو ان الرياضة هوحدث سياسي عميق يؤثر تأثيرا واحدا وحيدا او له عدد من الاسباب .

ان هذاالدور العميق لوسائل التواصل الاجتماعي في شبكة العلاقات الانسانية وما ينتجه من تغلغل في الفكر الاقتصادي والاجتماعي ، والتي استفادت منه الرياضة بعدما سمحت الثورة العلمية والتطورات والتحديثات التكنولوجية العملاقة بجعل بالعالم كله «قرية صغيرة كما اشار عالم الاعلام والاتصال «مال كلوهان «، الذي غاص بالمنتج الرياضي بامتياز ، وما نسميه اليوم بالإعلام الرياضي وهذان الموضوعان يجمعان ثقافة التربية البدنية من جهة و والفكرالرياضي العلمي حيث اشارت الى المفاهيم و المصطلحات من خلال الممارسة الرياضية اليومية ، التي تساهم في الامن الاجتماعي العام .

ان الأعلام الرياضي لا يمكن ان يكون له انعكاسات ايجابية الا اذا وجدت مساحات دعائية ترويجية كبرى . كما ولايمكن ان يكون ذا قيمة استثمارية الا اذا كان له متلقون ومتفاعلون بإعداد كبيرة . فتصبح مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف تطبيقاتها منبرا للإعلام الرياضي.

و يهدف هذا البحث الى ابراز الدور الريادي الذي يلعبه الاعلام الرياضي ، في قيادة المجتمع ، ونشر الوعي الرياضي عبر الشراكة مع وسائل التواصل الاجتماعي، والاطلاع على الصفحات الرياضية في مختلف المنصات الاعلامية للتطبيقات التكنولوجية للإعلام الجديد، حيث بتشكيل الراي العام الثابت من خلال هذا الاعلام الجديد ، وعن كيفية ادارة الوعي الرياضي، وربط الاعلام الرياضي بالتكنولوجيا الجديدة من خلال عملية اطلاع الافراد على وسائل التواصل الاجتماعي وتامين الامن الاجتماعي من خلال التوقف امام الثانية:

- -يهدف البحث في اظهار الترابط بين وسائل الاعلام الجديد وعلاقتها بنشر الثقافة الرياضية في المجتمع .
- -الحفاظ على الوعي الرياضي من خلال متابعة وسائل التواصل الاجتماعي للحافظ على الامن الاجتماعي:
 - محاولة الربط بين الاعلام التكنولوجي والامن الاجتماعي من خلال الحوار والنقاش.

6-المنهجية:

لقد تم استخدم المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة ، لان هذه الدراسة تصنف ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بشرح وتوضح المفاهيم والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة في تطوير العلاقة بين الاعلام الرياضي والامن المجتمعي في محاولة لتحليل الواقع الذي تدور عليه الأحداث و



الوقائع التي تظهر لنا من خلال التكنولوجية الجديدة التي ربطت الاعلام فيها ، كما نحاول تحليل و تفسير الأسباب الظاهرية بقصد الوصول إلى نتائج منطقية.

لقد قسمت الدراسة إلى ثلاث مباحث:

المقدمة:

بظل التطور السريع للتكنولوجيا والاتصال، ونهو اعلام التواصل الاجتماعي حيث أصبح الاعلام شريكاً حقيقياً لمؤسسات الدولة والمواطن على السواء في تنمية الافكار الرياضية، حيث باتت وسائل الإعلام والصحافة تمثل جزءاً رئيساً في حياة الناس، فالفرد في المجتمع لا يعتمد على وسائل الإعلام كمصادر للحصول على المعلومات فحسب، بل اصبحت وسائل التواصل أداة فاعلة بحتاجها لإيصال صوته في معرفة وحل قضاباه الكبرة.

لذلك تعد الرياضة أحد الأنشطة الإنسانية المهمة، فلا يكاد يخلو مجتمع من المجتمعات الإنسانية من شكل من أشكال الرياضة، بغض النظر عن درجة تقدم أو تخلف هذا المجتمع ، ولقد عرفها الإنسان عبر عصوره وحضاراته الاجتماعية، وإن تفاوتت توجهات كل حضارة بشأنها: فبعض الحضارات اهتمت بالرياضة لاعتبارات عسكرية سواء كانت دفاعية أو توسعية; والبعض الاخر مارس الرياضة لشغل أوقات الفراغ; وكشكل من أشكال الترويح ;بينما وظفت الرياضة في حضارات أخرى كطريقة تربوية; حيث فطن المفكرون التربويون القدماء إلى إطار القيم الذي تحفل به الرياضة; وقدرتها الكبيرة على التنشئة والتطبيع وبناء الشخصية الاجتماعية المتوازنة، ناهيك عن الاثار الصحية التي ارتبطت منذ القدم مارسة الرياضة وتدريباتها البدنية، وهو المفهوم الذي أكدته نتائج البحوث العلمية حول الاثار الوظيفية والصحية على المستوى البيولوجي للإنسان.

يعتبر الأمن الاقتصادي والاجتماعي من الامور الذي تكفل تأمينه الدولة اتجاه مواطنيها، فالأمن لغة يعنى عدم الخوف، واصطلاحاً يعنى تهيئة الظروف المناسبة التي تكفل الحياة المستقرة، ومن خلال الأبعاد السياسية والاقتصادية التي تهدف إلى توفير أسباب العيش الكريم وتلبية الحاجات الأساسية.

والأمن الاجتماعي يعنى توفير الأمن للمواطنين بالقدر الذي يزيد من الشعور بالمواطنية والانتماء والعدالة الاجتماعية. كما وقدمت الأمم المتحدة تعريفاً جامعاً للأمن الاقتصادى وهو: "أن ملك المرء الوسائل المادية التي تمكنه من أن يحيا حياة مستقرة ومشبعة". ويعرفه آخرون بأن يملك الفرد ما يكفى من المال لإشباع حاجاته الأساسية وهي: الغذاء والمأوى اللائق، والرعاية الصحية الأساسية والتعليم. وما أن هذا الأمن مهدد بالانهيار أو بالفقدان لدى شريحة كبيرة من المواطنين اليوم، عبر الفقر أولاً، ثم انخفاض الدخل، والبطالة. ونظراً لكل هذه الأزمات والتهديد ببروز نتائج مخيفة ومرعبة على الصعيد الاجتماعي كزيادة نسبة الانتحار والجرائم الجماعية. وفي انتظار استراتيجيات الدولة في معالجة هذه القضايا نعوّل على دور الإعلام في كافة وسائله في المساهمة وإيجاد سبله واستراتيجيته الخاصة لمعالجة هكذا قضايا على أساس تعريف الإعلام بأنه: "هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً، وبالأساليب المشروعة أيضاً لدى كل نظام وكل دولة.

1- اهمية وسائل التواصل الاجتماعي في الاعلام الرياضي:

مع بدايات عصر التواصل الاجتماعي كان دور المواقع المختصة بهذه الميزة يقتصر على التعارف ونقل الأخبار عن وسائل الإعلام (فيل اندروز، 2015، ص 111). بينما اليوم اصبحت الصورة مغايرة كلياً، بحيث أن وسائل الإعلام باتت مع الاتحادات والأندية والمنظمات أصبحت تروج لنفسها في وسائل التواصل الاجتماعي التي صارت مصدراً رئيساً في أخبار الإعلام.

الاعلام الرياضي هو اعلام جزئي تخصصي ، لا يخفى على أحد أن الصحافة الرياضية اليوم ليست كالأمس ، فبعدما كانت مقتصرة على إيصال الأخبار بصفة مجردة، لا تحمل رسالتها الإعلامية أبعادا حضارية تعود على المجتمع و الرياضة بالتطور و الازدهار، لقد تعاظمت دور الاعلام ومهامه و تشبعت وظائفه ، فأصبح الاعلام بكافة وسائله يتحمل الثقل و العبء الكبيرين في الدفع بالحياة الرياضية في الوسط الاجتماعي (علي رحومة ، 2005 ، ص 42) . وهذا بموجب ما تملكه من إمكانيات مادية ومعنوية تؤهله لتحقيق ذلك، وقد أدى هذا إلى وضعه أمام ضرورة ملحة إلى التغيير في أنماط أعماله ونشاطاته في معالجة ، وانتقاء المادة الإعلامية ، لتسهم في التأثير على المشاهدين و خاصة المراهقين منهم في الانحياز إلى الرياضة بمتابعتها وممارستها.

إن عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، تهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية وتوعية المفاهيم الرياضية، بحيث انه جزء من الإعلام الخاص، لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياض والرياضيين (خير الدين على عويس،998 ،ص 15).

-الإعلام الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي قديا وحديثا بمثابة المدرسة الحياة الطبيعية التي تواصل عمل نقل المؤسسات الرياضية المختلفة ك»الأندية ومراكز الشباب»، لتكون تعليمية بمراحلها المختلفة، ولتتجاوز الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره هذه الوسائل من سلوكيات الكبار والصغار، بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السلمية يعد للإعلام الرياضي دور متعدد في المجتمع، قد ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين، لذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياساتها الفكرية وتنوع وسائلها ك» الصحف والقنوات الإذاعية والتليفزيون»، وحيث بات حديثا بظل الثورة التكنولوجية وسائل التواصل الاجتماعي بانها الناقل



الاول والمتفاعل مع الاحداث الرياضة.

وهنا تتضح أهمية الإعلام الرياضي في القيام بواجبه، بنقل الاخبار ونشر الوعي الرياضي السليم وذلك من خلال زيادة مصادرها، ومع تشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى، سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية، إن عدم قدرة الفرد على ملاحقة ومتابعة هذا التدفق الغزير من المعلومات والربط بينها ، والذي يعد أمرا صعبا في تلقيه في وقت واحد ، فأقل ما يوصف به هذا العصر هو أنه عصر المعلومات، نتيجة للتقدم الذي لحق بالكمبيوتر والأقمار الصناعية وظهور شبكة المعلومات الانترنت.

-دور وسائل التواصل الاجتماعى:

إن التواصل مع الآخرين يتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي لها أهمية بالغة وكبيرة فيما يخص موضوع تواصُّل المُستخدِمين مع بعضهم البعض ، وذلك من خلال إمكانية التواصُّل الفوري والمُباشر مع الأشخاص في أي مكان او زمان حول العالم، وذلك عبر العديد من التطبيقات التي تُتيح ذلك ك»الفيسبوك أو تويتر «، وغيرها من التطبيقات الأُخرى، بالإضافة إلى ميزة قدرة الوصول إلى أي مُستخدِم حول العالم عبر هذه الوسائل، وتُعد سهولة الاتصال ميزة مُضافة لهذه الوسائل، فقد ادى ظهور هذه الوسائل إلى إلغاء الاعتماد على خطوط الهواتف الأرضية، أو حتى استخدام البريد العادي، فكل ما يتطلبه الأمر الاتصال عبر هذه الوسائل هو وجود جهاز هاتف ذكي أو كمبيوتر يتم استخدام أحد تطبيقات التواصل الاجتماعي عليه (محمد قبيعة ، 1998 ، ص13).

ومن هنا تبرز الحاجة الضرورية والملحة في قيام الإعلام الرياضي لمراكبة التطور التكنولوجي والتغلب على الصعوبات ما يساعد جمهور الرياضة تلقي كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه حيث باتت التكنولوجيا الجديدة مصدرا اساسيا في متابعة الاخبار من خلال (عباس صادق، 2008 ، ص 31).

1-فتح صفحات على مواقع التواصل: تعمد بعض الصفحات الى استخدام أسلحة جذب معيّنة، منها الصور والفيديوهات المرافقة لأي عبارة، والتي تثير بطبيعة الحال كل المتابعين لها، وتزيد من عددهم بلا شك، وهذا الامر عزّز أيضاً حضور بعض الاندية واللاعبين على «إنستاغرام»، رغم أن هذا التطبيق الحديث النشأة غير منتشرٍ مثل «فايسبوك» أو «تويتر» حول العالم. و»إنستاغرام» تحديداً تحوّل سلاحاً فردياً للنجوم الذين يحبّون اللهو(شربل كريم ، جريدة الاخبار اللبنانية ، 2015) .

2-انشاء مواقع خاصة لمتابعة كافة انواع الرياضة لتكون أفضل المواقع الرياضية والحسابات والمنتشرة محلياً وحسب نسبة المتابعين لها كمواقع رياضية خاصة ، بحيث اظهرت الاحصاءات تفوق اعداد متابعيه ، ويتم ذلك من خلال ابراز العناوين الرنانة وتقدم المواقع كل أخبار الرياضة على طبق من ذهب، فلن يقتصر في عرضها على رياضة معينة بل تقدم كل أنواع الرياضات مع آخر الأخبار المستجدة ، ومع

متابعة الدوريات المحلية والعربية والعالمية، كما يدعم المواقع أيضا مواعيد المباريات ويقدم النتائج لحظة بلحظة، ومن مميزات هذه المواقع انه لها تأثير بشكل ايجابي واضح على حماس وأداء اللاعبين، مع خلق جو من التحدي فيما بينهم. بالاضافة الى المتابعين والمشاركين بارائهممن خلال وسائل التواصل الاجتماعي لحظة بلحظة متفاعلين مع ما يدور من تطورات.

ومن مميزات هذه المواقع انه يقام اختيار عبر التصويت شهريا وأسبوعيا لأفضل لاعب ومدرب وفريق بالجولات الرياضية المحتدمة وهذا بحد ذاته يعطي دافع للاعبين لبذل المزيد من النشاط والحماس. وهذا الامر هو دافع لتفاعل الجماهير وابداء آرائهم، بكل الموقع التي يشاركون بها. وهذا يسهل عملية اختيار افضل اللاعب للمنتخب او لفريق كما يتم تسهيل عملية كشف ايجابيات وسلبيات ما تقدمه الاندية والعمل على تقديم الافضل لهم.

ومن مميزات الحساب في وسائل التواصل الاجتماعي انه يوجد طاقم عمل مونتاج بالفيديو لعمل لقاءت مع الجماهير بعد المباريات، كما يوجد بالموقع مساحة التعبير بالرأي يسمح للجماهير إرسال آرائهم ومقالاتهم و مدى رضاهم عن كل مباراة او منافسة رياضية.

اذا لقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، في قياس مدى شعبية الأندية الرياضية، ولعبت دوراً كبيراً في انتشار قاعدة محبي هذه الأندية في مختلف انحاء العالم، وعلى الرغم من تصدر اندية كرة قدم شهيرة، مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن أندية أخرى لا تمارس كرة القدم، نجحت في فرض نفسها بين الكبار، بسبب نشاط مواقع التواصل الاجتماعي.

3-منصات اخبارية في وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الاخبار الرياضية داخل المجموعات ذات التوجه الواحد(د. خالد ممدوح العزى ، 2020، ص 242-240.).

الحرية المتاحة للمستخدمين هي التي أتاحت تعاظم هذه الظاهرة حتى صارت منصات التواصل الاجتماعي ما يشبه غابة كثيفة اختلط فيها كل شيء اختلاطا عجيبا. فلقد أتاح التدفق المستمر للأخبار والمرونة والسهولة والمجانية في النشر عبر منصات التواصل إمكانية بث الأخبار الكاذبة والمضللة في وسط الأخبار الحقيقية.تلك في واقع الأمر ظاهرة وليست مجرد إشكالية تتعلق بنشر بضعة أخبار، بل إن منصات التواصل الاجتماعي العالمية الكبرى وجدت نفسها في دائرة الاتهام بأن لها دورا مباشرا في التضليل الإعلامي (طاهر علوان ، جريدة العربي اللندنية ، 2019) .

4- خدمة البث التلفزيوني الرياضي المباشر على شبكة الإنترنت من خلال تطبيق» يوتيوب او تلغرام « حيث تعتبر إحدى الخدمات الجديدة التي تواكب التحول إلى المجتمع الرقمي. فقد أصبح بالإمكان من خلال بروتوكول الإنترنت الحصول على البث المباشر للقنوات الفضائية switched video service بالاعتماد على بروتوكول الإنترنت من قبل شركات الاتصالات. وتعتبر خدمة البث المباشر باستخدام بروتوكول الإنترنت



أحد الأساليب الحديثة في تقديم محتوى الإنترنت والسيطرة عليه، فهي ليست خدمة «تحميل فقط»، بل هي توصيل مباشر بالقناة الإذاعية عن طريق أجهزة .switched video service وقد بدأ عدد كبير من محطات التلفزيون على مستوى العالم ببث برامجها عبر شبكة الإنترنت والتنسيق مع شركات الإنترنت بعيث يتيح البث نقل المحتوى الرقمي مباشرة اعتماداً على بروتوكول الإنترنت.

غكن خدمة التلفزيون عبر بروتوكول الإنترنت في عمومها من الحصول على ومشاهدة القنوات المختلفة التي لا تصلها خدمات البث أو نطاق القمر الصناعي، ومن خلال هذا الموقع لا يحتاج المستخدم سوى تقنيات DSL و ADSL و ISDN و HITفزيوني في مضاهاة للبث التلفزيوني النشائي التلفزيوني النشائي الاعتيادي على التقنية الاعتيادي. كيف تعمل هذه التقنية؟ بينما تعمل وحدات البث التلفزيوني الفضائي الاعتيادي على التقنية التلفزيونية عبر الأقمار الصناعية والبث الهوائي (د. سعيد الغريب النجار ، 2002، ص 114)، تأتي هذه الخدمة عبر الكيابل الأرضية من خلال خوادم خاصة تقوم الشبكة عند طلب قناة معينة بتوجيه الرزم والاتصال إلى جهاز الحاسوب لتوفير البث التلفزيوني. ويتطلب هذا الإجراء اتصال إنترنت سريعا، فالتقنيات الضغط الحالية بالوضوح العادي.

5-التقنيات التكنولوجية الحديثة في وسائل التواصل الاجتماعي باتت منبرا اساسيا يعتمده الاعلام الرياضي في نشر اخباره وتزويد المتفاعلين انطلاقا من مفهوم التواصل الجماعي بين المجموعات والتي قضت بدورها على مفهوم الاتصال المباشر من جانب واحد حيث بات «الواتس اب» الوسيلة الاكثر انتشار بين الجماهير وتحديدا جيل الشباب ، من خلال المجموعات وربطها بالإدمان» Admins «بادمينز» اي واحد يدير ويشغل المجموعة المنتسبة بسبب الترابط الواحد ، من خلال الرسائل والروابط والفيديوهات والصور، والاخبار الرياضية وعرض الآراء والمشاركة التفاعلية في هذه التقنية بالإضافة ، وهذا مدفع الشركات بتطوير هذه الفعلية لتزويد المشاركين في رفع مستوى المشاركة .

وانسجاماً مع هذا الواقع باتت الشركات ملتزمة بضرورة تزويد مشاهديها ومعجبيها بأفضل تجربة وخدمة عملاء، فقد أطلقت مجموعة beIN Sport الإعلامية الرياضية ، منصة الرياضة والترفيه الرائدة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، خدمة واتساب Whats

وقد يسمح محرك البحث للمستخدم أن يطلب المحتوى الذي يقابل معايير محددة (والقاعدة فيها تلك التي تحتوي على كلمة أو عبارة ما) ويستدعي قائمةً بالمراجع توافق تلك المعايير. تستخدم محركات البحث مؤشرات/فهارس/مسارد منتظمة التحديث لتشتغل بسرعة وفعالية.وفي الوقت الذي يريده المستخدم وهذاما يعرف بالتقنية الحديثة

6- محرك البحثweb search engine Googel : هو برنامج حاسوبي مصمم للمساعدة في العثور على مستندات مخزنة على شبكات معلوماتية الشبكة العنكبوبتية العالمية World Wide Web : أو على حاسوب شخصي، وتقدم نتائج البحث عادةً على شكل قائمة من النتائج يشار إليها عادةً بـ «صفحات نتائج محرك البحث»،SERPs قد تكون المعلومات المقدمة مزيجًا من صفحات ويب وصور وأي نوع آخر من الملفات، تنقب بعض المحركات عن البيانات المتوفرة في قواعد البيانات أو أدلة مواقع الويب، وعلى عكس أدلة المواقع التي يحافظ عليها من خلال محررين بشريين فقط، فإن محركات البحث تحافظ على المعلومات في الزمن الحقيقي من خلال تشغيل خوارزمية على زاحف الشبكة . بنيت محركات البحث الأولى اعتمادا على التقنيات المستعملة في إدارة المكتبات الكلاسيكية. حيث يتم بناء فهارس للمستندات تشكل قاعدة للبيانات تفيد في البحث عن أي معلومة.

-أهداف الإعلام الرياضي:

ومن اهداف هذا الاعلام الرياضي التالي:

- -نشر الثقافة الرياضية، من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.
- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها، حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنهاط السلوك الرياضي المتفق مع تلك القيم والمبادئ، لأن التوافق سمة من سمات المجتمع.
- -نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة، ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها، لكي تكون أمام الرأى العام في المجال الرياضي.
- إعطاء الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات، وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات التي تستجد في حياتهم على المستوين المحلى والدولى.
 - -الترويح عن الجمهور وتسليته بالأشكال والطرق التي تخفف عنه صعوبات الحياة اليومية.

: حالتثقيف الرياضي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي2

أن الإعلام بات يعي مسألة فعاليته في إنتاج الوعي، ونشر الثقافة الاقتصادية وغيرها في المجتمع كالتعريف بالقوانين والتشريعات والاجراءات التنظيمية وتكنولوجيا المعلومات، والرياضة ، ووضع خطط استراتيجية على صعيد التنمية من كل جوانبها، عبر حشد كافة الطاقات الإعلامية البشرية والمادية وكافة المؤسسات العامة والخاصة، وهي قادرة على فعل الكثير من خلال مشاركة الناس في ندوات وحلقات حوار ونقاشات وورش عمل تعرف الناس بواجباتهم اتجاه مجتمعهم ودولتهم، وحقوقهم المدنية والمادية، لأن عملية الاتصال تمثل الاعلام بجميع وسائله كحلقة وصل بين الرأي العام الذي عثل الناس بجميع اتجاهاتهم واحتياجاتهم،



من جهة، وصانعي القرارات في الدولة ومؤسساتها من جهة أخرى.

لا يمكن إنكار حقيقة أن الرياضة باتت تسهم بشكل كبير في تقارب وتنوع الثقافات العالمية ، من خلال النقاشات والانتماءات الثانوية بين مختلف ابناء الثقافات المختلفة من تعارف الناس على بعضهم البعض، إذ يظهر ذلك جلياً واضحاً في البطولات الرياضية العالمية التي تجمع فرق عديدة ولاعبين من شتى بقاع العالم. وباتت كل دولة تستغل مثل هذه المناسبات العالمية في تعريف الآخرين بثقافتها الخاصة، و الترويج لها، الامر الذي يعود عليها بالنفع المادي، والمعنوي على حدًّ سواء (بشرى الراوي، 2012 ، ص 94). لذلك ان الرياضة تقف على الضد من الاقتتال، ونشوب الحرب بين الأمم والشعوب، وباتت تعتبر وسيلة تعبر عن رغبة أبناء الأرض في أن يسود السلام فيما بينهم، وفي توقف الحروب والصراعات التي تستنزف طاقاتهم، وتحطم أحلامهم بشكل لا نظر له.

-اعلام التواصل الاجتماعي ودوره في تعزيز الثقافة الرياضية:

أن الإعلام الرياضي يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع، فهو لا يتعارض من خلال ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات والتقاليد السائدة في هذا المجتمع، لأن الإعلام الرياضي مرآة للفلسفة المطروحة من هدف عمله وصورة المجتمع. فالإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري وله القدرة على تغطية ومخاطبة قطاعات كثيرة من الجماهير، فهو يختار الجمهور الذي يرغب في الوصول إليه في برنامج عبر محطة راديو أو تلفزيون موجه إلى جمهور فريق سباقات الخيول مثلا أو الرياضات الأخرى، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي السريع في وسائل التواصل الاجتماعي تبرز أهمية الإعلام الرياضي في تعريف أفراد المجتمع بما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال، وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع، وبالتالي يسهل الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار، وللإعلام الرياضي الكثير من التنوع في نقل الاحداث الرياضية والتي تساهم أن للإعلام الرياضي دورا مهما ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين، ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص القنوات الإذاعية والصحف لرفع مستوى الثقافة الرياضية وزيادة الوعي الرياضي بين الأفراد وتعريفهم بأهمية ودور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة، كما يستخدم وزيادة الوعي الرياضي في تعريف العالم الخارجي بحضارات الشعوب لما يعكسه من مقياس للرقي.

-دور شبكات التواصل في نشر الوعي الرياضي:

لقد اصبحت شبكة التواصل الاجتماعية جزء لا يتجزأ في هذه الحياة وأصبحت عالم لا حدود له وأصبحت

شغل الناس الشاغل وأتاحت لهؤلاء الناس الفرص لإبداء الآراء والأفكار والطموحات التي يتطلع الناس اليها. إن الشبكات الاجتماعية ظاهرة إعلامية واجتماعية جديدة تفرض نفسها على واقع المجتمعات والشعوب. حيث ان لهذه الشبكات أثر إيجابي يعود بالنفع ، وكما لها أثار سلبية تعود بالضرر على الفرد و المجتمع التي تستلزم من الوعى والثقافة في هذا الإعلام الاجتماعي الجديد (مريم غزال، 2014، ص5) .

فقد جاءت هذه التقنية بعادتها وتقاليدها الجديدة وبآليتها الغريبة على مجتمعاتنا حيث باتت أسرنا بالتواصل عبر هذه الشبكات والتطبيقات الحديثة كما شعر الناس بأنهم يرون بعض في كل يوم في هذا العالم الافتراضي (بسيوني إبراهيم حمادة، 2008، ص 448-449).

فالوعي هو الإدراك، والوعي الرياضي هو الاطلاع الدقيق و الإحاطة بشؤون الرياضة و أنظمتها و خصوصياتها و تاريخها و أحداثها بصفة عامة، والوعي الرياضي هو مفهوم يسعى إليه البعض عن تصميم كامل، ويستخدمه آخرون «شعارا» للتباهي و الدعاية والادعاء، وهو مجال يتسع لكثير من المعاني الخيرة المفيدة, هو شعور بالهوية و يشمل المواقف والمفاهيم و الخصائص المختلفة للرياضة. وعرفه آخرون بأنه: «إدراك الفرد ومؤسسات المجتمع المختلفة بمسؤولياتهم الكبرى في بناء الشخصية الإنسانية المتكاملة والسعي في دفع عملية النهضة و التقدم المعنوي والمادي من خلال إصلاح الفكر و السلوك والواقع».

ان التطوير الوعي الرياضي يتطلب الاهتمام بالتنوير و التثقيف الرياضي من خلال منافذ و أدوات إعلامية و علمية و تنظيمية مختلفة ، ونشر المعرفة و الثقافة التشجيعية ، و سلوك طرق الوعي الرياضي يتطلب مساواة في التعامل و يضمن الانسجام و التنوع في حده الأدنى ، و يتسع ليسمح بوجود كافة التوجيهات في إطار رياضي و طني يقدم مصلحة الوطن على ما عداها، و يضمن حقوق المواطنين الرياضية الشريفة بال ضغوط أو تعسف , إطار وطني رياضي ينبذ التوجهات الفردية، و يقوم على الإقصاء ، بل ينبذ «المسميات» والنعوت « الهابطة» ويزدري «التوصيف»، ويشجب «النمطية» وكما يرفض الأحكام المسبقة، من خلال تناغم يسهل و يدعم تألقي كافة التيارات في إطار مصلحة المجتمع عامة والجمهور الرياضي خاصة.

-انعكاس الوقائع الرياضية في الملاعب على وسائل التواصل:

الرياضة متعة وهواية جميلة، قد أحبها الكثير من الشعوب العالمية، وهذه الرياضة لها قيم سامية و مبادئ نبيلة وفوائد كثيرة على الرياضيين سواء كانوا العبين أم جماهير الرياضية، أم حكاما ومحللين، إذا استخدمت استخداما الصحيح الذي يسير وفق هذه القوانين و المبادئ الرياضية التي تسمو بالرياضة والرياضيين إلى الأخلاق الكريمة، بعيدا عن اللعب الفوضوي أو الصخب و التعصب في التشجيع من الجماهير و غيرهم (اسعادي الجمعي، 2013، ص23).



كما أنها تربي الإنسان على الأخلاق الكريمة و القيم السامية ، وان يبتعد الرياضيون بها عن التعصب و الصخب و يتصفوا بالقيم الأخلاقية الرفيعة ، التي تحميهم من اللعب الفوضوي في الشوارع بعيدا عن التوجيه السليم و اللعب الصحيح ، وهي تهذب و تقوي أواصر الألفة و المحبة بين الفرق المنافسة في المباريات و البطولات وان يتقبل النتائج بروح رياضية.

من المؤسف حقا ما يصدر عن فئة خاصة من المجتمع الرياضية من السلبيات التي سلبت المتعة و الإبداع والتي تدل على الروح الرياضية والوعي الرياضي كممارسات و أفعال تتصل بالأخلاق الرياضية بصلة، وكما تتنافى مع الروح التي يجب ان تظل الرياضة وسيلة للتنافس الشريف والمحبة و التعارف لا ان تجعلها سبيلا لإرهاق النفوس بالأمراض النفسية والعضوية و الاضطرابات السلوكية، وتبادل الألفاظ النابية و السيئة بين بعض الجماهير، المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي التي يتم كتابات على المرافق العامة والمساكن عبارات رياضية بذيئة لا تليق بالرياضة وبالمجتمع.

و هذه سلبيات التواصل الاجتماعي حول المواضيع الرياضية لعدم الوعي الرياضي، ومتى كانت لدينا الروح الرياضية ستظل تواصلها للأخلاق والقيم ، فالرياضة صفات أخلاقية يجب التحلي بها كي يقدم كل من الرياضيين، والجماهير والمغردين صورة حضارية تنقل التطور الرياضي ، وتعكس الأخلاق الرياضية (أياد العزاوي ومروان إبراهيم، 2002، ص 56).

من هنا ينشا الوعي الرياضي الذي يشكل نقطة تغيير في بناء اراء الشباب، اذا فان وسائل التواصل الاجتماعي نجحت في تغيير القوانين. وقد أثبتت الاجتماعي نجحت في معالجة مرض التجاهل في الوعي الجماعي، كما نجحت في تغيير القوانين. وقد أثبتت الأحداث أنه كلما ازداد عدد الناشطين، كلما خفّ عبء المسؤولية وحجمها (عبد الكريم الدبسي و زهير الطاهات، 2013 ص70).

من الصعب تجاهل النفوذ الهائل لسلطة وسائل التواصل الاجتماعي، فرغم بداياتها المترددة ك«طريقة تافهة» للبقاء على اتصال مع الأصدقاء ومشاركة الصور والنكات، أصبحت هذه الوسائل اليوم قوة حقيقية لإحداث تغيير مجتمعي وتسليط الضوء على مواضيع لم تكن معروفة سابقا، وتعميق المناقشات وتحكين مواطني العالم أجمع من التوحد وتفعيل التغيير بطرق متعددة.

ومن المثير للاهتمام أنّ قدرة وسائل التواصل الاجتماعي، بصفتها وسيلة للاتصال والتنظيم والتواصل، على تعزيز الديمقراطية ونشرها أكثر نجاعة بكثير من مليارات الدولارات من المعونة أو الحرب، في أركان من العالم تعرف بمقاومتها الشديدة لمثل هذا التغيير.

حيث أضحت مواقع التواصل الاجتماعي عاملاً مهماً في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم.

3- اهمية الوعى الرياضي في وسائل التواصل:

أن تنمية تنشئة الوعي وتعميق ثقافة الحوار في نسقنا الرياضي تحديدًا، في خضم تركيبته الثقافية المعقدة ورواسبه الاجتماعيَّة المتراكمة، ليست سهلة وبسيطة كما قد يتبادر إلى الأذهان، فهي عملية تحتاج إلى صياغة إستراتيجية وطنيَّة متكاملة وإلى وقت زمني غير محدود، وفق عمل تنظيمي في قالبه المؤسسي وخصوصًا أن المجال الرياضي الذي يحظى بمتابعة ومؤازرة من شريحة عظمى من المجتمع، فضلاً عن تركيبة أي مجتمع سكاني حيث تشكّل فيه الفئة الشبابية ما يقارب 65 في المئة من هرمه السكاني، ويمثّل مجالاً خصبًا وبيئة مناسبة لنشر ثقافة الوعي الرياضي بسبب تنوع الأفكار والنشاطات والفعاليات والبرامج الثقافية والاجتماعيّة والترويحية(عبد الجواد، وعبد الهادي ، 2018 ، ص 129 – 130).

يعاني المجتمع المعاصر الكثير من المشكلات التي تهدد وجوده واستقراره، وفي ذات السياق يعرف جوستاف لوبون الوعي الاجتماعي بأنه « الاستجابة غير العقلانية لما تردده الجماعة 32 في تحديد المقبول والمرفوض، غير أنه ليس كل ما يتردد في الجماعة مناسب للجماعة وللفرد ولمصالحهما.

يبرز عالم الاجتماع رايت ميلز خطورة وسائل الإعلام الجماهيرية وكيفية تأثيرها في صياغة، وتشكيل أفكار الأفراد (جوهر الوعي الاجتماعي) والتأثير في آرائهم، وتكوينها»اذقال ان جانبا ضئيلا مما تعرفه من حقائق اجتماعية عن العالم قد توصلنا إليه بأنفسنا، والجانب الأكبر عن طريق الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي عليه يتحقق ذلك بتشجيع وتقوية بعض الأناط السلوكية المرغوب فيها والتي تتوافق مع قيم المجتمع وثقافته الأصيلة في مقابل مقاومة السلوك غير المرغوب فيه. وتتمثل تلك السلوكات السوية في تقديم المساعدة والمسامحة وقبول الاخر كما هو. الخ.

كيف يتم نشر الوعي من خلال طرح قضية والنقاش حولها حيث يؤدي ذلك الى تشكيل وعي اجتماعي. وهذا الأمر يتطلب المزيد من الجهد والتفاعل والدراسات العلميَّة المبنية على معطيات وأرقام ومعلومات وإحصائيات على أرض الواقع، طبعًا من الصعوبة بمكان أن ننّمي الوعي وتعميق ثقافته داخل مكونات المجتمع الرياضي دون معرفة ما يدور بداخله ومتغيِّراته وفهم مشكلاته ومعضلاته، لذلك مهم دور مؤسسات التَّعليم العالى وأبحاثها ودراساتها المتخصصة (طاهر أبو زيد،2012 ،ص 34).

فالمعنيين بتطوير مفاهيم ووعي الرياضة يتطلب منهم إقامة وتنظيم الندوات الثقافية والملتقيات العلميَّة وورش العمل التي تنادي بتأصيل وتفصيل مفهوم الوعي في الوسط الرياضي وحثُّ الاتحادات الرياضيَّة، وأنديتها على تفعيل دورها الثقافي والاجتماعي بعقد مثل هذه الاتجاهات التنويرية، وبرامجها التوعوية، وأنشطتها الفكرية، كما أن وزارات الثقافة والإعلام تلعب دورًا (محوريًا) في نشر الوعي الثقافي الرياضي خصوصًا برامجها الرياضيَّة الحوارية التي باتت اليوم هي المحرك الإيجابيُّ أو السلبي للوعي، ومتابعة مضمون ومحتوى هذه البرامج الرياضيَّة على يحقِّق أهداف الرسالة الإعلاميَّة السامية ومنطلقاتها المهنية، وبالتالي



الإسهام في تشكيل (الوعي) في المجتمع الكروي.. الذي لم نجد مثل المجال الرياضي الأكثر استيعابًا واتساعًا للمناطقية والفئوية والعنصرية والتعصب والانقسامات والمشاحنات المؤثِّرة على ثقافة ووعي وسلوكيات وقيم المجتمع بشكل عام.

حيث أثبت التطور الهائل في مجال التكنولوجيا الحديثة خاصة مع انتشار الإنترنت واقع جديد على العالم، وبدأ البحث عن طريق للتواصل بين أفراد المجتمع فظهرت مواقع التواصل الإجتماعي وأصبح الناس يتلاحمون في عالم إفتراضي يحكم الواقع الإنساني والإجتماعي والثقافي من خلال هذه المواقع التي يشترك عبرها ملايين الناس مثل(الفيس بوك،تويتر، ماي سبيس ،لايف بوون ، يوتيوب...الخ)،التي أتاح البعض منها مثل الفيس بوك تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقن.

-الامن المجتمعي ووسائل التواصل الاجتماعي:

يعتبر الامن عامة والاجتماعي خاصة حجر الزاوية الذي يرتكز عليها التقدم في سبيل تحقي الاهداف المجتمع الجماعية المشتركة، وهو مطلب اساسي يطلع اليه الفرد منذ بداية الخلق، وفي أي مرحلة من مراحل حياته، ويتطلب من الدول والحكومات والانظمة أيضا العديد والجهود المميزة لتحقيقه سوأ على مستوى الاسرة او المدينة او الدولة او المستوى الدولي والعالمي لأنه ركيزة اساسية في استقرار البشرية(سلطان خلف المطيري ، 2015، ص 118). وبظل التطور السريع لوسائل التواصل الاجتماعي والتي استطاعت ان تلعب دورا مهما في حياة الافراد والمجتمعات لما لها من تأثير على ثقافة الافراد وامتزاج ثقافة مختلفة فيما بينها نتيجة كسر العدود والحواج بين الحدود وفي عملية نقل سريع للمعرفة والعلوم والثقافات المختلفة التي لها تأثيرات سلبية وايجابية على الافراد والمجتمعات، اصبح امن الدولة من الامن المجتمع مما بات فرض رقابة امنية في المجتمعات وخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي التي باتت مصدرا لكل المعارف والثقافة والمعلومات الصادقة او المشبوه التي تنتشر على هذه الوسائل ، مما ساهم في العديد من الدول على المتابعة والمراقبة حافظا على الامن المجتمع كونه ارتبطا ارتباطا وثقيا بأمن الدولة المعنية بالمحافظة على الكيان والهوية والامن والافراد في داخل المجتمع الواحد.

ومن هنا بات الامن مرتبط بثنائي عضوي الامن المجتمعي والامن القومي حيث بات من الصعب الفصل فيما بينهما وخاصة بظل المجتمعات الافتراضية (د. خالد ممدوح العزي ، 2020، ص 244) ، حيث ارتبطت هذه المجتمعات العابرة للحدود بتكنولوجيا جديدة موصولة بالشبكات العنكبوتية التي تسهل عملية التواصل الاجتماعي من خلال تطبيقاتها الجديدة التي ساهمت بنشر مصطلحات مختلفة يتم تعلمها واعادت نشرها في المجتمع مما بات يطلب المراقبة الامنية في داخل المجتمعات لتحقيق الامن المجتمعي (عبد النور عنتر ، 2005، ص 25).

-الرياضة واستقرار الامن المجتمعي:

يكمن أهمية الدور الذي تضطلع به مواقع التواصل الاجتماعي ذات الشعبية الكبيرة في دعم التفاعل الإيجابي مع الجمهور، وإسهاماتها الرائدة في نشر الثقافة الرياضية والتوعية الأمنية عبر أساليب تواكب المستجدات (هناء الحمادي، جريدة الاتحاد الاماراتية ، 2014) ، وتسعى للوصول إلى أفراد المجتمع بمختلف الوسائل المتاحة، وخاصة بعد ان تحولت الكثير من الصفحات والمجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي إلى ساحات حرب افتراضية بين مشجعي الأندية الكروية على وجه الخصوص (جهاد خوجة ، 2013، ص 52) ، فيصل الأمر إلى حد السب والقذف والتشهير والضرب في الأعراض، ولا يقتصر الأمر فقط على التعصب في تشجيع الأندية الكروية الأجنبية التي لا يربطها رابط جغرافي مباشر بالمشجع العربي (بالرغم من أن الرياضة لغة عالمية)، بل يتعداه ليصل كذلك إلى الأندية المحلية، حتى لا تكاد تصدق أن «المتحاربين» هما في الحقيقة أبناء البلد نفسه والمدينة ذاتها بل وربها الحي نفسه. إلا أن التعصب للفرق التي يشجعانها يجعلهما كما لو كان كل من هما في قطب من قطبي هذا الكوكب، يكنان لبعضهما الحقد والبغض حتى أصبح الأمر يشبه الحرب الأهلية.

وإذا كان التعصب الممارس في الفضاء الرقمي أقل إزعاجا وتأثيرا وقد لا يعيره الكثيرون اهتماما يذكر، فإنه وكما أسلفنا يصبح خطيرا حينما ينتقل إلى الواقع، فتتم ممارسة العنف الناتج عنه في الشوارع والمقاهي وربما في المدارس، وبالطبع في مدرجات الملاعب الرياضية على وجه الخصوص، بل وداخل أرضياتها في أحيان كثيرة ويصبح من الصعب السيطرة عليه، مع ما يخلفه ذلك من خسائر مادية وحتى بشرية ، وهو الأمر الذي يتم تسجيله في مناسبات كثيرة مع كامل الأسف .كل هذا يدفعنا إلى التساؤل حول ما مِكن فعله من أجل تطويق ظاهرة التعصب الرياضي المرتبطة باستعمال وسائل التواصل الاجتماعي في أوساط الشباب والمراهقين والحد من انعكاساتها الخطيرة على المجتمع، وإن كان هذا الأمر قد يبدو للبعض ثانويا وغير ذي أهمية، فإنه على العكس من ذلك تماما، ومع الأسف فإن إهمال هذا الجانب يعني مزيدا من انتشار هذه الظاهرة الخطيرة. وهذا ما دفعنا الى اجراء دراسة ميدانية على دور وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في نشر مفاهيم الرياضة في الاوساط الشبابية والطلابية والحافظ على الامن المجتمعي من خلال نشر الوعي القافي الرياضي في داخل المجتمعات الشبابية الافتراضية حيث باتت وسائل التواصل الاجتماعي تلعب الدور الريادي في ذلك. لقد تم توزيع الاستثمارات على عينة عشوائية في نهار دراسي دون الاهتمام بالسنوات والاعمار المتواجدين في الملعب في كلية الاعلام الفرع الاول في الجامعة اللبنانية من اجل تبيان اهمية النقاشات على وسائل التواصل الاجتماعي وخصوصا الفيس بوك وجاءت النتائج حسب السنوات الدراسية التي تبينت ان خمسين بالمئة من أصحاب المستجوبين في الاستمارة ، بان خمسين بالمئة هم من طلاب السنة الاولى ، واثنان وعشرون بالمئة هم من السنة الثانية وسبعة عشر بالمئة هم من طلاب السنة الثالثة وإحدى عشر بالمئة هم من طلاب الماجستير الاول.



وكما تبين لنا في التحليل بان الطلاب هم من القاطنون في الضاحية الجنوبية ويبلغ عددهم خمسون بالمئة، وبيروت ستة وعشرون بالمئة وثلاثة عشر بالمئة من الجنوب، واثنين بالمئة من الشمال.

وان نسبة الاناث بلغت واحد وخمسين بالمئة من عينة الدراسة وهي اكثر من نسبة الذكور البالغةواحد وأربعون بالمئة. وهذا معروف ان العنص مما يعني بان عدد الإناث في كلية الاعلام اكثرمن عدد الذكور.

جدول رقم1: مشاهدة البرامج الرياضية:

المند	نطقة	العينة الطلابية	النسبة المئوية
نعه	دم	37	41.2
کلا	١	45	50
احي	ىيانا	8	8.88
المج	جموع	90	100%

يبين الجدول ان النسبة قليلة بالنسبة للمجموع العام بحيث لا تتجاوز. 14التي تشاهد البرامج الرياضية تعود الى ان معظم الاناث لا يتابعن النشاطات الرياضية بل يهتمن بمجالات اخرى اكثر تميزا بالنسبة للعنصر النسائى .

جدول رقم2: توزع الطلاب حسب نوع البرامج الرياضية:

النسبة المئوية	العينة الطلابية	المشاهدة
5.55	5	اخبار رياضية
6.66	6	تحقيقات
87.77	79	نقل مباشر
100%	90	المجموع

يستحوذ النقل المباشر النسبة الاكبر البالغة%87.77 كونهم يؤيدون او يناصرون فريق او مباريات لفريقهم محليا او اقيميا او دوليا في مختلف النشاطات الرياضية.

جدول رقم 3: أماكن مشاهدة هذه البرامج:

النسبة المئوية	العينة الطلابية	البيت
41	37	البيت
30	27	مقاهي
10	9	نوادي
18.88	17	اصدقاء
100%	90	المجموع

المكان الاكثر اهتماما لحضور النشاطات الرياضية والمنقولة تلفيزيونيا هو البيت وبلغت النسبة 14يليه المقاهي 30%اما اعتبرنا وجود المجموعات المختلفة والتي يزيد نسب الحضور بشكل لافت وتبلغ في المقاهي والنوادي والاصدقاءنسبة 59% الامر الذي يزيد من النقاش المباشر ويتابع عمر وسائل التواصل الاجتماعي

جدول رقم 4: توزع المشاركة بالنقاش بعد المباراة:

النسبة المئوية	العينة الطلابية	المشاركة
77	79	نعم
12	12	کلا
11	11	احيانا
100%	90	المجموع

ان حجم نسبةالعينة في المشاركة بالنقاش مرتفع وبلغت 77% واذا تم اضافة الذي يقومون بالمشاركة بذلك احيانا تبلغ نسبتهم جميعا 88%

جدول رقم 5: تأثير النتائج على النقاشات:

النسبة المئوية	العينة الطلابية	التأثير
92.22	83	نعم
2.22	2	צע
5.55	5	احيانا
100%	90	المجموع



طبعا المهتم بالمباريات سيساهم بشكل كبير في النقاش خصوصا من قبل الفريق الرابح وتبرير الخسارة من الفريق الاخر اما من المدرب او لاعب او دور الحكام.

الاستنتاجات:

- 1- لا يقتصر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على متابعي الرياضة، بل يشمل الرياضيين والنجوم في مختلف الألعاب من خلال حساباتهم الخاصة على الشبكات الاجتماعية.
- 2- الاعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.
- 3- الاعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب للبيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع ، وحتى يمكن فهمه لابد اولا من دراسة وفهم المجتمع الذي يعمل فيه ، حتى لا يتعارض ما يقدمه من رسائل اعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع فالإعلام الرياضي .
- 4- يقوم الاعلام الرياضي بصياغة الواقع الرياضي ويقدمه للجمهور كما هو ، ويقصد بالواقع هو ذلك الجزء الذي يعرضه او ينشره الاعلام الرياضي حول الاحداث والقضايا والموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع الرياضي حيث يبدوا كأنه واقعى وطبيعى ومعبر عن الحقيقة.
- 5- دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي بن الفئات الطلابية بمختلف توجهاتها واقسامها للحفاظ على الجسم السليم .
- 6- ينجح الإعلام الرياضي، ولكي تحظى الرسالة الإعلامية الرياضية بالقبول والاهتمام لدى الجماهير، لا بد أن يسعى إلى إشباع الحاجات النفسية لهذا الجمهور، وأن يهدف إلى تلبية رغباتهم، وتحقيق فائدة ملموسة لديهم في حياتهم اليومية.
- 7- أن تغيير المواقف والاتجاهات لا يقتصر على الأفراد و القضايا الرياضية فقط، بل يشمل بعض القيم وأنماط السلوك الرياضية، فكثيرا ما قبل الناس سلوكا كانوا يرفضونه ويشمئزون منه، وكثيرا ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة، واستبدلوها بقيم دخيلة كانت موضع استهجان فيما سبق.
- 8- الإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانيات يستطيع أن يحدث تغييرا في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات، كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية، وتشكيله الثقافي.
- 9- تربية الجيل الناشئ على الافكار السليمة تلعب دور مميزا في تحقيق الامن والاستقرار وتقليص العنف والحروب والتعصب ،التي يمكن تدركها في المجتمعات اذا تمت التربية في تغيير السلوكيات بالتفكير

الصحيح في التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية استخدامها.

10-الامن مرتبط بثنائي عضوي الامن المجتمعي والامن القومي حيث بات من الصعب الفصل فيما بينهما وخاصة بظل المجتمعات الافتراضية .

إن استخدام الانترنت من قبل العديد من الناس وخصوصًا شرائح المراهقين والشباب أصبح من الظواهر التي يرى الإنسان العادي انعكاساتها مع كل من يتعامل مع هذه الشرائح(حامد سعيد الجبر و ابتسام محمد رشيد عقيل ، 2017، ص79).

فاستخدام المواقع التفاعلية (التواصل الاجتماعي) قد أصبح بديلاً للتفاعل الاجتماعي الصحي مع الرفاق والأقارب وأصبح هم الفرد قضاء الساعات الطويلة في استكشاف هذه المواقع المتعددة مما يعني تغيراً في منظومة القيم الاجتماعية للأفراد حيث يعزز هذا الاستخدام المفرط القيم الفردية بدلا من القيم الاجتماعية وقيم العمل الجماعي المشترك الذي عمل عنصراً هامًا في ثقافتنا.

فان أهمية نشر الوعي الرياضي بوسائل التواصل الاجتماعي من خلال التأكيد على بأهمية ممارسة الرياضة وتشجيع أفراد المجتمع على ممارستها خاصة تلك الرياضات التي تساعد المجتمع على تقوية روابطه والتآلف بين الجميع، لأن الرياضة دائمًا ما تحمل في طياتها اهدافًا كبيرة وواسعة في جميع جوانبها وليست مقتصرة على التنافس وتحقيق المراكز المتقدمة.

فأن تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر آثاره، من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنيا، تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات والقناعات الرياضية وليس على التغيير المباشر في سلوك الأفراد.

فالإعلام الرياضي في وسائل التواصل الاجتماعي لديه القدرة من خلال ما يبثه من معلومات رياضية على تغيير النظرة الضيقة من جانب البعض للرياضة، حيث يعتبرونها مضيعة للوقت، من خلال قدرته على تغيير مواقفهم تجاه بعض الأشخاص الرياضيين، و القضايا الرياضية المعاصرة، فيتغير بالتالي حكمهم على هؤلاء الأشخاص وتلك القضايا.

إن الاستضافة التي تبينت في هذه الدراسة تشير الى مدى اهمية استخدام موقع الفيس بوك بعد المباراة في تبيان تأثير استغلال التقنية الحديثة عبر تفريغ شحنات الفوز او الطاقة السلبية لدى كل مشاهد يستخدم الفيس بوك بعد المباراة والتي تؤدي إلى تخفيف الشحن الذاتي لدى البعض او العكس حيث تعمل زيادة تراكم بعض الطاقات المكبوتة والتي نشاهدها في عملية الفوضى في الشوارع بعد انتهاء المباراة.



المراجع والمصادر:

- 1- على رحومة، (2005)، الأنترنيت والمنظومة التكنو-إجتماعية، ط 1 ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت
- 2- فيل اندروز، (2015)، الصحافة الرياضية " Sports journalism " ترجمة بدران حامد، دار الفجر للنشر والتوزيع، عمان .
- 3-خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحمان، (1998)، الإعلام الرياضي، ط1 ، مركز الكتاب للنشر، الجزء الأول، القاهرة .
 - 4- محمد قبيعة، (1998)، تطبيقات الأنترنت ط1، دار العربية للعلوم والثقافة، القاهرة .
 - 5- عباس صادق، (2008)، الإعلام الجديد الوسائل والمفاهيم والتطبيقات، ط 1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.
- 6- شربل كريم ، (2015)، مواقع التواصل الاجتماعي شريكة حياة عالم الرياضة ، جريدة الاخبار اللبنانية ، الابار-مايو .
 - 7- طاهر علوان ، (2019)، من يثق بأخبار وسائل التواصل الاجتماعي، جريدة العربي اللندنية ،10 ايلول- سبتمبر.
- 8- جهاد خوجة ، (2013)، الترفيه الافتراضي على شبكة الأنترنت على المراهقين، مذكرة لنيل شهادة الماستر علوم واتصال المسيلة، الجزائر.
- 9-بشرى الراوي،(2012)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مجلة الباحث الاعلامي، جامعة بغداد العراق كلية الاعلام ، العدد 18 .
- 10 -مريم غزال، (2014)، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين مذكرة شهادة الليسانس إعلام واتصال، جامعة المسيلة ، الجزائر.
 - 11-بسيوني إبراهيم حمادة، (2008)، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، دار عالم الكتب، القاهرة .
- 12- اسعادي الجمعي، (2013) ، دور الاعلام الرياضي المكتوب في نشر الوعي والثقافة التشجيعية من وجهة نظر الجمهور الرياضي، مذكرة شهادة ماستر جامعة المسيلة، الجزائر .
- 13-عبد الكريم الدبسي و زهير الطاهات، (2013)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات ج40 ،العدد1 .
- 14- طاهر أبو زيد، (2012)، دور المواقع الاجتماعية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية ،رسالة ماجستير منشورة ، جامعة الأزهر غزة فلسطين .
- 15- حامد سعيد الجبر و ابتسام محمد رشيد عقيل (2017) ، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي
 لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، ج2، العدد176، ديسمبر.
- 16- سلطان خلف المطيري ، (2015)، شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الامن المجتمعي، رسالة ماجستير في

العلوم الاستراتيجية ، جامعة الامير نايف للعلوم الامنية ، كلية الدراسات الاستراتيجية ، قسم الدراسات الاقليمية والدولية. 17- عبد النور عنتر ،(2005)،البعد المتوسطي للأمن الجزائري ،واوروبا والحلف الاطلسي، ط2، المكتبة العصرية الجزائر. 18- د.سعيد الغريب النجار ، (2002)، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية ،الدار المصرية اللبنانية، القاهرة. 19-هناء الحمادي، (2014)، الإعلام الأمني يطوع التكنولوجيا لزيادة الوعي المجتمعي، جريدة الاتحاد الاماراتية ، 30 يناير. 20- د.خالد ممدوح العزي، (2020)،دور المنصات الاعلامية وتعاملها مع المعلومة في المجتمعات الافتراضية، مجلة وميض نصف شهرية علمية محكمة، دار النهضة العربية ، بيروت، العدد 4، كانون الثاني.

21- أياد العزاوي ومروان إبراهيم، (2002)، علم الاجتماع التربوي الرياضي، عمان، مكتب المجتمع العربي،.

22- عبد الجواد، وعبدالهادي، محمد فتحي ،سامح زينهم،(2018)، وسائل وشبكات التواصل االجتماعي،الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.

الإتصال والتنمية

الكلمة الخاتمة

وسائل الإعلام والاتصال في الأزمات: مشهدية تكاملية في خدمة المجتمع والإنسان د. تراز منصور

يشكّل الإعلام خطّ التماس الأول اليوم، لكثرة الأزمات الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، البيئية، الدينية، الحريات العامة وحقوق الإنسان والطفل في هذا القرن، لناحية التعامل وإدارة الأزمة منذ مراحلها الأولى وحتى متابعتها مع الجهات المختصّة.

وأصبح الإعلام من خلال الأحاديث عبرالشاشة العريضة في الفضاء الكوني والمنصة الإلكترونية في العالم الافتراضي، الصوت المؤثّر القادم عبر الأثير، الذي تظهر عبره وتتوضّح وتتكشّف مختلف الصراعات والأزمات في المجالات كافة، وتتسع لتشمل الرأي العام الاقليمي والعالمي.

وفي الوقت ذاته، أسهمت شبكات التواصل الاجتماعى التفاعلية، في التعبئة والنضال السياسي في الأحداث التى شهدتها المنطقة العربية في السنوات الأخيرة مثلًا (ثورات الربيع العربي، تهديد شرعية بعض الأنظمة والإطاحة بأنظمة وحكام مجموعة من الدول العربية).

وصارت عملية إدارة الأزمات إعلاميًا، تخصّصًا علميًا له قواعده ونظرياته وأسسه وآلياته واستراتيجياته، تهتم به المؤسسات التعليمية الأكادمية والبحثية والمؤسسات الإعلامية والسياسية والدبلوماسية، كما حَظي إعلام الأزمات «إعلام المواجهة» باهتمام القيادات العُليا في أغلب دول العالم.

ومن الأمثلة على ذلك ما تحظى به المناظرات السياسية بين مرشحى الرئاسة في أغلب دول العالم المتقدّم، مثل الولايات المتحدة، فرنسا والمملكة المتحدة، بما في ذلك معالجة أحداث وأعمال العنف، أو مقاومة الإرهاب، أو التطرف الفكرى، أو الخروج عن القانون، أو الأزمات الاقتصادية أو الأمنية وتفشّي الفساد وغير ذلك.

وقد يتفاوت الإهتمام الشعبي محليًا وإقليميًا ودوليًا بين أزمة وأخرى، ولكن يبقى لوسائل الإعلام الدور الرئيسي في التعريف بها والتفاعل مع مجرياتها، والإعداد الدقيق لإدارتها، وذلك بتقدير حجم وقوة وتأثير الإعلام المضاد محليًا أو خارجيًا، وعدم الانفراد بإدارة الأزمة إعلاميًا دون مشاركة جهات الاختصاص المسؤولة عن طبعة الأزمة.

على سبيل المثال، فإن التحرّك الإعلامي الداخلي لاحتواء أزمة اقتصادية داخلية، يكون في سياق التشاور مع الوزارات والهيئات والمؤسسات المعنية والخبراء ذوى الصلة، والتحرّك الإعلامي الخارجي يكون من خلال

الخطاب السياسي والتحرك الدبلوماسي على المستوى الخارجي والدولي.

من هنا، فإن البحث عن حلّ أمثل أو على الأقل حلّ أفضل بين البدائل المتاحة هو أساس التسوية السليمة للأزمة. ومن الضروري رصد الدروس المستفادة من الأزمة قبل طيّ ملفها، وتشكّل مثل تلك الدروس، تراكمًا معرفيًا لا غنى عنه لمواجهة أزمات المستقبل، قبل أن تنشب وتستفحل، كما يشكل التراكم المعرفي بدوره مرجعيات لتدريبات الإعلاميين من واقع الخبرات المُكتسبة.

تسعى وسائل الإعلام بشكل دائم لجذب الجمهور وزيادة أعدادهم، من خلال تقديم أشكال متنوعة من القوالب الإعلامية، كبرامج « التوك شو «، « البرامج الحوارية» و» برامج السخرية»، التى قد يبدو بعضها دون مضمون سياسي، وإن كان في الحقيقة لا يخلو من دلالات وإسقاطات سياسية. ومن المهم هنا ثقة المُتلقين في صدق ما تقدّمه وسائل الإعلام يوميًا من معلومات ورسائل إعلامية يوميًا، يجعل العامة منهم (البسطاء) غير قادرين على إدراك حقيقة الموقف، إلّا من خلال ما تطرحه تلك الوسائل، باستثناء الأشخاص ذوي المعرفة والوعى السياسي المرتفع، الذين يكونون أكثر قدرة على فهم وتحليل ونقد المعلومات والرسائل الإعلامية.

تزداد أهمية مصداقية وسائل الإعلام بوجه خاص أثناء الأزمات، حيث تحتاج هذه الوسائل إلى أداء من نوع خاص، مهنيًا وأخلاقيًا ووطنيًا، انطلاقًا من بعض المداخل والنظريات التى تستند إلى المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وممارسة الإعلام لدور الشفيع (المحامي) عن كل الفئات، دون تهميش أو إهمال أي منها، بما يوفّر حق المعرفة الشاملة والكاملة والمعمّقة، والتعبير عن الذات بحرية، بعيدًا عن سياسة الصمت الإعلامى تجاه مشاكل البعض أو واقعهم، بالإضافة إلى تنشيط الجهات ذات الصلة للقيام بواجباتها ومسؤوليتها، والقدرة على توسّط العلاقة بين الأفراد وصنّاع القرار، وتفعيل الحق في الاتصال بمفهومه الشامل، الحق في أن يعلم الجميع وأن يُعلم عن نفسه بحرية.

ولكي تحقّق وسائل الإعلام الأدوار المرجوة منها من قبل الأطراف كافة على النحو الأمثل، لا بدّ أن يتسم الأداء بمزيد من المصداقية، من خلال التزامها بعدد من الضوابط التى تحكم دورها في إدارة الأزمات، ومنها: الفورية في نقل الأزمة، التعريف بها وإمداد الجمهور بالحقائق التفصيلية أولًا بأول، العمق والشمولية في تغطية جوانبها المختلفة، ضبط النفس والتعامل بموضوعية مع أجهزة الرأي العام، الاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء التغطية والرجوع والاعتماد على المصادر الأصيلة.

ومن الأهمية بمكان إدراك أنّ تحقيق المصداقية لدى الجماهير عامة والنخب باختلاف مجالاتها، ليس بالأمر السهل، ولا سيّما خلال الأزمات التى تطول مدّتها، كما أنّ وجود قانون يحفظ حق الوصول إلى المعلومات يرتّب الحصول عليها وتبادلها، يعدّ البوابة الرئيسة لتحقيق إعلامًا يُسهم في مواجهة الأزمات، وليس إعلامًا يؤدى إلى اختلاقها أو التهويل من بعضها.