

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

" استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على

محافظات غزة (2014م) "

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هي نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وإن هذه الرسالة ككل، أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أية مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

كما أقر بحق أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا في حقوق النشر لهذه الرسالة وأنه لا يجوز النشر إلا بموافقة رسمية مكتوبة من الأكاديمية.

والله خير الشاهدين

DECLARATION

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any other degree or qualification.

I also acknowledged the right of the **Management and Politics Academy for Postgraduate Studies** to the copyright of this thesis and that its publication is admissible only through a formal, written consent by the Academy.

Student's name:	AHMED S. A. ALDAES	أحمد شحدة الدعس	اسم الطالب:
Date:	2017-01-24	25 ربيع الثاني، 1438هـ	التاريخ:
Signature:	AHMED ALDAES	أحمد الدعس	التوقيع:



برنامج الدراسات العليا المشترك بين
أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا
وجامعة الأقصى بغزة



استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)

إعداد الطالب:

أحمد شجدة أحمد الدعس

إشراف الدكتور:

نبيل حسن الطهراوي

**قُدمت هذه الرسالة لإتمام متطلبات الحصول على درجة الماجستير في
الدبلوماسية والعلاقات الدولية**

1437 هـ - 2016م



نتيجة الحكم على أطروحة الماجستير

بناءً على موافقة المجلس الأكاديمي بأكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث/ أحمد شحدة أحمد الدعس، لنيل درجة الماجستير في تخصص الدبلوماسية والعلاقات الدولية، وموضوعها:

"استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الاعلام الدولية"

أثناء العدوان على محافظات غزة 2014

وبعد المناقشة التي تمت اليوم الثلاثاء 21 ربيع الأول 1438 هـ، الموافق 2016/12/20 م الساعة الثانية عشر ظهراً، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

.....
.....
.....

د. نبيل حسن الطهراوي مشرفاً ورئيساً
د. أحمد جواد الوادية مناقشاً داخلياً
د. أمين منصور وافي مناقشاً خارجياً

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في تخصص الدبلوماسية والعلاقات الدولية. واللجنة إذ تمنحه هذه الدرجة فإنها توصيه بتقوى الله ولزوم طاعته وأن يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق،،،

رئيس الأكاديمية

.....
.....
.....
رئاسة الأكاديمية
د. محمد إبراهيم المدهون





﴿وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ﴾

(سورة يوسف: 76)

الإهداء

إلى أمي فلسطين التي ذبت عشقاً في ثراها ...
والتي حلمت بأن تصبح قبلة الشرق والغرب ...
وقبلة العلم وموطن التقدم ...
ولكل من قدم الغالي والنفيس لأجل رفعتها ...

... ..

إلى من حمل كل معاني الرحمة والحنان ...
وكان رضاها سبيلاً لرضا ربي ...
إلى والديّ العزيزين ...

... ..

إلى زوجتي الحبيبة ...
التي أشقيتها بجواربي ...

... ..

إلى أبنائي الأعزاء ...
عدنان ومنة وبراء

... ..

إلى مدرسي الأفاضل ...
إلى زملائي في العمل ...
وكل من له فضل علي ...

الباحث

شكر وتقدير

﴿ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَصْلِحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي إِنِّي تُبْتُ إِلَيْكَ وَإِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴾ (سورة الأحقاف: 15).

فإنني أحمد الله _ عز وجل _ على نعمته التي أنعمها علي وعلى والدي من قبل، ووفقتي للوصول إلى هذه اللحظة.

ولا يسعني إلا أن أتوجه بالشكر الجزيل إلى أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا بطاقمها الإداري والأكاديمي، الذي تتلمذت على أيديهم خلال دراستي الماجستير.

وكذلك الشكر إلى مشرفي الفاضل الدكتور/ نبيل حسن الطهراوي أستاذ الإعلام المساعد ورئيس قسم العلاقات العامة - جامعة الأقصى، الذي لم يبخل علي بنصائحه وتوجيهاته، وإرشاداته حتى خرجت هذه الرسالة إلى النور.

كما يطيب لي التقدم بالشكر العميق للدكتور أمين منصور وافي أستاذ الإعلام المساعد في الجامعة الإسلامية، والدكتور أحمد الوادية لتفضلهما بمناقشة رسالتي، واثرائها بالملاحظات القيمة والسديدة.

وكذلك شكري العظيم لكل من مد لي يد العون والمساعدة وأخص الدكتور حسين أبو جزر أستاذ المشارك في اللغة العربية في جامعة الأقصى، وكذلك الأخوة الأساتذة محكمي صحيفة الاستقصاء.

أخيراً وليس بآخر أشكر كل من ساهم وساعد ولو بدعوة خير في ظهر الغيب.

الباحث

قائمة المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
إهداء	ب
شكر وتقدير	ج
قائمة المحتويات	د
قائمة الجداول	ك
ملخص الدراسة	م
ملخص باللغة الإنجليزية	س
مقدمة الدراسة	1
الفصل الأول مشكلة الدراسة ومنهجها	
الإحساس بالمشكلة	5
مشكلة الدراسة	6
أهداف الدراسة	7
أهمية الدراسة	8
فروض الدراسة	9
حدود الدراسة	9
مصطلحات الدراسة	10
تقسيمات الدراسة	11
الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة المبحث الأول نظرية الاستخدامات والإشبعات	
نظرية الاستخدامات والإشبعات	14
فروض نظرية الاستخدامات والإشبعات	15
أهداف نظرية الاستخدامات والإشبعات	16

16	عناصر نظرية الاستخدامات والإشبعات
16	الجمهور النشط
17	الأصول الاجتماعية والنفسية لمستخدمي وسائل الإعلام
18	تعرض الجمهور لوسائل الإعلام
19	دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام
19	إشبعات الجمهور من وسائل الإعلام
21	أهمية النظرية لموضوع الدراسة ومزايا استخدامها
المبحث الثاني الإعلام الدولي	
23	تمهيد
23	مفهوم الإعلام الدولي
25	وظائف وأهداف الإعلام الدولي
29	سمات الإعلام الدولي وخصائصه
30	مشاكل الإعلام الدولي
35	التطور التكنولوجي وانعكاساته على وسائل الاتصال والإعلام الدولي
36	نشأة وتطور التكنولوجي لوسائل الإعلام الدولي
38	الانعكاسات الايجابية للتطور التكنولوجي لوسائل الإعلام الدولي
40	الانعكاسات السلبية للتطور التكنولوجي لوسائل الإعلام الدولي
40	تأثير تكنولوجيا الإعلام الجديد في وسائل الاتصال وفي الجمهور الدولي
44	المبادئ والنظم الحاكمة لحرية الإعلام والاتصال الدولي
46	البيئة القانونية الموجهة لوسائل الإعلام الدولية
المبحث الثالث وسائل الإعلام الدولي	
48	تمهيد
48	وكالة الأنباء العالمية
49	تعريف وكالة الأنباء العالمية

49	العوامل التي ساهمت في نشأة وتطور وكالات الأنباء
50	دوافع قيام وكالات الأنباء
50	الأسباب التي جعلت وسائل الإعلام تلجأ إلى وكالات الأنباء
50	مشاكل وكالات الأنباء العالمية
52	أنواع وكالات الأنباء العالمية
52	وكالة الأنباء الفرنسية هافاس (AFP)
53	وكالة رويترز البريطانية (R)
55	وكالة اسوشيتد برس الأمريكية (A P)
57	وكالة يونايتد برس إنترناشيونال الأمريكية (U P I)
57	الصحف والمجلات الدولية
58	وظائف الصحافة الدولية
58	مشكلات الصحافة الدولية
59	الإذاعات الدولية
60	مفهوم الإذاعة الدولية
61	الأسباب التي تدفع الحكومات إلى إنشاء الإذاعات الدولية
61	إيجابيات الأدوار التي تقوم بها الإذاعة الدولية
61	سلبيات الإذاعات الدولية
62	سيطرة الدول الكبرى على الإذاعات الدولية
62	الإذاعات الدولية الموجهة
62	تعريف الإذاعات الموجهة
62	أهداف الإذاعات الموجهة
63	سمات الإذاعات الموجهة
64	أنواع الإذاعات الموجهة
64	مشكلات الإذاعة الدولية
67	القنوات التلفزيونية
67	أهمية القنوات التلفزيونية
68	أبرز مظاهر التغيير الذي تمارسه القنوات الفضائية على المجتمع

69	إيجابيات القنوات التلفزيونية
70	سلبيات القنوات التلفزيونية
71	أدوات الإعلام الجديد
71	مفهوم الإعلام الجديد
71	تقسيمات الإعلام الجديد
72	عوامل ظهور الإعلام الجديد
73	خصائص الإعلام الجديد
74	إيجابيات الإعلام الجديد
75	سلبيات الإعلام الجديد
76	وسائل الإعلام الجديد
76	المدونات
77	شبكات التواصل الاجتماعي
78	مميزات شبكات التواصل الاجتماعي
79	إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي
79	سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
80	السينما العالمية
81	انتشار السينما الأمريكية حول العالم
82	قوة السينما الإقناعية وخطورتها
85	صورة العرب والمسلمين في السينما الأمريكية
87	الآثار السلبية للأفلام السينمائية الأمريكية التي تنشرها على منظومة القيم
المبحث الرابع	
العدوان على محافظات غزة عام (2014م)	
89	تمهيد
89	الموقع الجغرافي لقطاع غزة
90	التجمعات السكانية
90	الحدود والمعابر

90	الوضع العام لقطاع غزة
91	المؤشرات الإسرائيلية للعدوان
92	توقيت العدوان على غزة
92	أسباب العدوان
94	الأهداف التي يسعى إليها الفلسطينيون والإسرائيليون من وراء هذه الحرب
94	الأهداف الإسرائيلية
95	أهداف المقاومة الفلسطينية
96	اسم العملية وأبعادها النفسية
96	التسمية الإسرائيلية للعدوان على غزة الجرف الصامد (الحرب الثامنة)
97	التسمية الفلسطينية للعدوان على غزة
98	مسار العدوان على غزة
105	وقف إطلاق النار
106	ردود الأفعال المحلية والدولية حول وقف إطلاق النار
106	ردود الأفعال الفلسطينية
107	ردود الأفعال الإسرائيلية
107	ردود الأفعال الدولية
108	نتائج الحرب
108	نتائج الحرب على دولة الاحتلال الإسرائيلي
109	نتائج الحرب على الفلسطينيين
110	الدعاية الإعلامية التي اعتمدت عليها وسائل الإعلام الإسرائيلية في تغطيتها للعدوان على غزة (2014م)
114	الأساليب التي اتبعتها وسائل الإعلام الفلسطينية في الرد على الرواية الإسرائيلية أثناء العدوان على غزة (2014م)

الفصل الثالث الدراسات السابقة	
119	تمهيد
119	الدراسات الفلسطينية
128	الدراسات العربية
131	الدراسات الأجنبية
133	التعقيب على الدراسات السابقة
134	الفجوة البحثية
الفصل الرابع المنهجية والإجراءات	
137	تمهيد
137	منهج الدراسة
138	مجتمع الدراسة
138	عينة الدراسة
139	أسباب اختيار العينة
140	أدوات الدراسة
141	خطوات بناء الاستبانة
142	تصنيف المحك المعتمد في الدراسة
143	إجراءات الصدق والثبات
146	الأساليب الإحصائية المستخدمة
الفصل الخامس تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها	
149	تمهيد
149	الوصف الإحصائي للسمات والخصائص العامة
152	الوصف الإحصائي لتساؤلات أداة الدراسة
185	اختبار فرضيات الدراسة

الفصل السادس النتائج والتوصيات	
196	تمهيد
196	نتائج الدراسة
201	نتائج الفرضيات
201	توصيات الدراسة
المصادر المراجع	
203	المصادر
203	الكتب والمراجع
212	الرسائل والأبحاث العلمية
215	المواقع الإلكترونية
217	المراجع والدراسات الأجنبية
ملاحق الدراسة	
218	ملحق رقم (1) أهم (الصحف والمجلات الدولية _ الإذاعات الدولية _ الفضائيات الدولية _ أهم شركات الإنتاج السينمائي العالمي)
220	ملحق رقم (2) تحكيم استبانة
228	ملحق رقم (3) تعبئة الاستبانة
234	ملحق رقم (4) قائمة بأسماء المحكمين للاستبانة.

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
109	حجم الخسائر الفلسطينية نتيجة العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة عام(2014م)	جدول(1)
134	يوضح الفجوة البحثية	جدول(2)
140	يوضح حجم العينة الموزعة على الدراسة	جدول (3)
142	المحك المعتمد في الدراسة	جدول (4)
143	المحك المعتمد في الدراسة	جدول (5)
144	معامل الارتباط بين كل فقرة من الفقرات والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه	جدول (6)
146	معامل الثبات (ألفا كرونباخ) ومعامل طريقة التجزئة النصفية للاستبانة	جدول (7)
149	توزيع عينة الدراسة حسب النوع	جدول (8)
150	توزيع عينة الدراسة حسب العمر	جدول (9)
150	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	جدول (10)
151	توزيع عينة الدراسة حسب مكان السكن	جدول (11)
152	توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل	جدول (12)
153	يوضح استخدامات المبحوثين لوسائل الإعلام الدولية	جدول (13)
154	يوضح عدم استخدام النخبة لوسائل الإعلام الدولية	جدول (14)
155	يوضح متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الدولية	جدول (15)
156	يوضح الوسائل الإعلامية الدولية التي تعرض لها المبحوثون أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)	جدول (16)
159	يوضح المدة التي يقضيها المبحوثون يومياً عند استخدام الوسائل الإعلامية الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)	جدول (17)
162	يوضح الفترات المفضلة لمتابعة وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)	جدول (18)
163	يوضح الموضوعات التي يتم متابعتها في وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)	جدول (19)

166	يوضح ترتيب الوسائل الإعلامية وفق التزامها بالمعايير الموضوعية في تغطيتها أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)	جدول (20)
169	يوضح دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)	جدول (21)
171	يوضح الإشباعات المتحققة من استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)	جدول (22)
175	يوضح أبرز إيجابيات استخدام وسائل الإعلام الدولية من وجهة نظر النخبة	جدول (23)
177	يوضح أبرز سلبيات استخدام وسائل الإعلام الدولية من وجهة نظر النخبة	جدول (24)
178	يوضح درجة الثقة بالمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)	جدول (25)
180	يوضح تقييم فائدة المعلومات التي تحصل عليها النخبة من استخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)	جدول (26)
181	يوضح أثر استخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) على متابعة الوسائل الإعلامية المحلية	جدول (27)
182	يوضح أثر تغطية وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) في القنوات والاتجاهات	جدول (28)
183	يوضح مقترحات للاستفادة من وسائل الإعلام الدولية لخدمة القضية الفلسطينية	جدول (29)
185	نتائج اختبار العلاقة (person test)	جدول (30)
187	نتائج اختبار العلاقة (person test)	جدول (31)
189	نتائج اختبار (T) - لعينتين مستقلتين وفقا لمتغير (النوع)	جدول (32)
190	نتائج اختبار (F) - للعينات المستقلة وفقا لمتغير (العمر)	جدول (33)
191	نتائج اختبار (F) - للعينات المستقلة وفقا لمتغير (المستوى التعليمي)	جدول (34)
192	نتائج اختبار (F) - للعينات المستقلة وفقا لمتغير (طبيعة العمل)	جدول (35)
193	نتائج اختبار (F) - للعينات المستقلة وفقا لمتغير (مكان السكن)	جدول (36)
194	نتائج اختبار (F) - للعينات المستقلة وفقا لمتغير (طبيعة النخبة)	جدول (37)

ملخص الدراسة

هدف الدراسة التعرف إلى استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)، ومعرفة دوافع النخبة الفلسطينية لاستخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان والإشباعات المتحققة، ومدى الثقة بمعلوماتها، والتعرف إلى أبرز الإيجابيات والسلبيات في وسائل الإعلام الدولية، والمقترحات للاستفادة من وسائل الإعلام الدولية لخدمة القضية الفلسطينية.

واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، واستخدم صحيفة الاستقصاء كأداة رئيسة لجمع البيانات من المبحوثين، وتم اختيار عينة عشوائية قصدية مكونة من (150) مفردة من النخب الفلسطينية والمتمثلة في (السياسيين، الأكاديميين، الإعلاميين) المقيمين في محافظات غزة.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- 1- كشفت الدراسة أن (70%) من النخبة الفلسطينية يستقي معلوماته من وسائل الإعلام الدولية.
- 2- أظهرت الدراسة أن أكثر الوسائل الإعلامية التي تعرض لها النخبة الفلسطينية هي شبكات التواصل الاجتماعية التي حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (83.80%)، كما أنها حصلت على أعلى النسب في مدى التزامها بالمعايير الموضوعية الإعلامية.
- 3- بينت الدراسة أن التحركات الدولية من العدوان على غزة تصدرت أبرز الموضوعات التي يتابعها المبحوثون في وسائل الإعلام الدولية بنسبة (70.5%)، تلاها المفاوضات بين الطرفين أثناء فترة العدوان 2014م بنسبة (63.7%).
- 4- تقدمت الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية بنسبة مرتفعة، وكان دافع (السرعة في نقل الأخبار والمعلومات) من أهم دوافع استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية، تلاه دافع تعدد مصادرها وتنوعها.
- 5- كشفت الدراسة أن إشباع المضمون جاءت في مقدمة الإشباعات المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م) حيث تصدرت إشباع الشعور أن الإعلام المحلي نجح في التأثير على الرأي العام الدولي في نقل الصورة الحقيقية عن العدوان على غزة على أعلى نسبة (86.25%)، تلتها إشباع التعرف على المجتمعات الدولية المتضامنة مع الشعب الفلسطيني بنسبة (84.75%).

6- أوضحت الدراسة أن مستوى الثقة بوسائل الإعلام الدولية تأتي بدرجة متوسطة بنسبة (53.4%)، وأن وسائل الإعلام الدولية أثرت إلى حد ما على متابعة وسائل الإعلام المحلية بنسبة (54.8%).

وبناء على هذه النتائج خلصت الدراسة إلى عدد من التوصيات:

- 1- العمل على تعزيز إيجابيات وسائل الإعلام الدولية، وتقليل من السلبيات وتقنينها وتجنب مخاطرها، وبل وتلافيها.
- 2- ضرورة تأهيل العاملين بوسائل الإعلام الدولية كالمراسلين الصحفيين من الناحية التخصصية، وإخضاعهم لمزيد من الدورات التدريبية الإعلامية.
- 3- زيادة الاهتمام بوسائل الإعلام الدولية من خلال الاهتمام بالدقة والموضوعية لدى تناول الأخبار والمعلومات، وعرض جميع الآراء والاتجاهات حول القضية الفلسطينية ومايتعرضه من عدوان متواصل من قبل دولة الاحتلال.
- 4- حث الكادر الإعلامي الفلسطيني والعربي والأجنبي على الاهتمام بالقضية الفلسطينية، والعمل على إبرازها والاهتمام بها، وجذب أنظار المجتمع الدولي إلى التطورات المتسارعة في الأراضي الفلسطينية المحتلة وخاصة مايتعرضه قطاع غزة من حصار وقتل.
- 5- مراعاة عدم التسرع في نقل الأخبار وتحديد أماكن القصف أثناء الاعتداءات الإسرائيلية حفاظاً على الجبهة الداخلية.
- 6- إجراء مزيد من الدراسات البحثية العلمية المتعلقة بوسائل الإعلام الدولية، وكيفية ربطها بالقضية الفلسطينية، وكيفية معالجتها للأزمات التي تمر بها البلاد.
- 7- إجراء دراسات علمية متخصصة حول المصداقية والموضوعية في وسائل الإعلام الدولية.
- 8- العمل على إنتاج مواد إعلامية تقدم التاريخ الفلسطيني الحقيقي، وبطولات الشعب الفلسطيني، وتوزيعها على وسائل الإعلام الدولية لتعريف المجتمع الدولي بعدالة قضيته.
- 9- تشكيل مجلس أعلى للإعلام الفلسطيني موحد يمثل جميع القطاعات الرسمية والأهلية والحزبية، ووضع إستراتيجية إعلامية ممنهجة ومتكاملة وشاملة تقوم على خطة مدروسة تهدف إلى إبراز القضية الفلسطينية على الساحة الدولية.
- 10- تفعيل دور السفارات والملحقيات في مجال العمل الإعلامي.

Abstract

The Palestinian Elite's Uses of International Media during the Aggression on the Gaza Strip in 2014

The study aimed to identify the uses of the Palestinian elite of the international information media during the aggression on the Gaza Strip in (2014), the achieved gratifications of such uses, and their motives for using these media. The study also aimed to find out the extent of reliability of their information, and to identify the most prominent pros and cons of the international media, and suggestions for making use of the international media to serve the Palestinian cause.

The study falls within the descriptive studies as the researcher used the survey approach to survey the Palestinian elite's uses of international media depending on the uses and gratifications theory, and use the survey sheet as main tool for the collection of data from respondents, and a structured interview. A purposive random sample consisting of (150) subjects of the study population of practitioners working in all the different political, media and academic fields was chosen. The survey sheet was proportionally distributed among the categories.

The study concluded with a set of findings, the most important of which are the following:

- 1- The study revealed that (70%) of the Palestinian elite use the international media.
- 2- The study showed that the majority of media used by the Palestinian elite are the social networks which were ranked first by (83.80%).
- 3- The study showed that international movements of aggression on Gaza topped the most prominent topics watched by respondents on the international media by (70.5%), followed by negotiations between the parties during the (2014) aggression by (63.7%).
- 4- Social networking got the highest rates in the commitment to media qualities in terms of interpretation, persuasion, repetition, truthfulness, and simplicity.
- 5- The study revealed that content gratification topped the realized gratifications from exposure to the international media during the aggression on Gaza in (2014) as the feeling gratification that the local media succeeded in influencing the international public opinion to convey the true image of the aggression on Gaza got the highest percentage of (86.25), followed by the gratification of recognition of the international communities in solidarity with the Palestinian people by (84.75%).

- 6- The study showed that the confidence level of the international media came moderately by (53.4%), and that the international media affected to some extent the follow-up of the local media by (54.8%).

Based on these findings, the study put forward a number of recommendations:

1. Work on strengthening the pros and international media, and reduce the negatives and codified and avoid risks, Lobel and avoided
2. The need for rehabilitation workers and international media journalists Kalmrusselan of the specialist, and subjected to further Altdrebh information sessions.
3. The increased attention of international media through attention to accuracy and objectivity in dealing with news and information, and view all opinions and trends on the Palestinian issue and Maitardh of continuous aggression by the occupation state.
4. Increased interest in international media through attention to accuracy and objectivity in dealing with news and information, and view all opinions and trends on the Palestinian issue and Maitardh of continuous aggression by the occupation state
5. Media urged staff of the Palestinian and Arab and foreign interest in the Palestinian issue, and work on the visibility and attention, attracting the attention of the international community to the rapid developments in the occupied Palestinian territories, especially the Gaza Strip Maitardh of siege and killed.
6. taking care not to rush into the transfer news and locating bombardment during the Israeli aggression in order to preserve the home front.
7. conducting further scientific research studies relating to the international media, and how to connect them to the Palestinian cause, and how to address the crises experienced by the country.
8. Work on the production of informational materials offer real Palestinian history, the championship of the Palestinian people, and distributed to the international media to define the international community in their cause
9. formation of a higher council for the Palestinian media uniformly represents all the public and private sectors and partisan, and the development of media strategy in a systematic, integrated and comprehensive based on a deliberate plan aims to highlight the Palestinian cause on the international scene.
10. Social networking got the highest rates in the commitment to media qualities in terms of interpretation, persuasion, repetition, truthfulness, and simplicity.

مقدمة الدراسة

يعد الإعلام من الوسائل المهمة لدى أي دولة في العالم في ظل التطور التكنولوجي والتطور في وسائل الاتصال، حيث تحول العالم إلى قرية صغيرة، وصار الإعلام بالنسبة لبعض دول العالم سلاحاً أساسياً في المعركة مع العدو سواءً على الصعيد السياسي أو الاقتصادي أو الفكري.

ويواجه الإعلام الفلسطيني تحديات كبيرة في مسيرته التاريخية التي تتواءم مع فلسطين وقضيتها، وتحدياتها. غير أن التحدي الأكبر الذي يواجه الإعلام الفلسطيني هو تحدي العدوان الإسرائيلي الذي يتكرر كل حين، وفي كل ميدان ويتحدد في الإصرار الإسرائيلي في الالتفاف على اتفاق السلام، والمبالغة في تعميم سياسة الاستيطان، والهيمنة على الحدود، والأجواء والكهرباء وسياسة حصار غزة، وعرقلة إعمارها.

ولعل القضية الفلسطينية، بكل تعقيداتها ومكوناتها، تقع في محط أنظار المجتمع الدولي، وتؤثر على نحو واضح في الحياة السياسية في المنطقة، ولذا تهيمن المعلومات حولها على وسائل الإعلام الدولية المختلفة، وتحرص النخب الفلسطينية على اختلافها على متابعتها.

وكان العدوان (2014م) على محافظات غزة الذي استمر (51) يوماً قد جذب اهتمام الإعلام الدولي من خلال ما يمتلكه العدو الإسرائيلي من الأدوات والإمكانيات الذي سخر آله الإعلامية لبث الدعاية والأكاذيب والروايات المضللة والاتهامات نحو الطرف الآخر المعادي له حتى يحصل على التعاطف الدولي.

إلا أن الإعلام الفلسطيني يقوم بدور كبير في تقديم صورة حقيقية عن أوضاع الشعب الفلسطيني الذي يبرز تحت نير الاحتلال الإسرائيلي من خلال تغطية العدوان والنشاطات، والفعاليات الجماهيرية، والعمل على رفع معنويات الجماهير في وقت العدوان، وإيصال الخبر، والمعلومات لجميع فئات الجماهير من خلال تزويدهم بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أثناء الأزمات ووقت الحرب (الدليمي، 2011: 235).

ويعتبر الإعلام الدولي جزءاً لا يتجزأ من السياسة الخارجية للدول، فهو المحرك والمغير لكثير من السياسات والنظم على الساحة الدولية وله دوافع متعددة تعتمد على المصالح السياسية، والاقتصادية، والعسكرية (بدر، 1994: 50).

وقد يعمل الإعلام الدولي من خلال هذا المنظور على تعزيز التفاهم الدولي والحوار بين الأمم؛ ليؤدي إلى خلق تصور واضح للدول بعضها عن بعض، مفاده التحول من النظام الثقافي القومي التقليدي المغلق، إلى نظام ثقافي منفتح يعزز التفاهم الدولي ويعمل على تطويره أو إلى نظام ثقافي شمولي تديره جهات معينة من وراء الحدود للوصول إلى أهداف معينة تخدم مصالحها الخاصة (الوز، 2012: 112).

وتُعدُّ النخب أكثر فئات المجتمع تأثيراً في الحياة بشكل عام، نظراً لتمتعها بالتميز الفكري أو التعليمي أو الاجتماعي، الأمر الذي يؤهلها لأن تصبح الأكثر قدرة على القيام بأدوار وظيفية تبعاً لمسؤوليتها الاجتماعية، كاتخاذ القرارات في مجالات معينة.

وتستطيع الشخصيات النخبوية التأثير في قطاعات كبيرة من الجمهور نظراً لتمييزها بعدة مهارات؛ منها: النظر لجميع الأمور والتصرفات والسلوكيات الإنسانية من الزاوية الأعم، والتفريق بين الخطوط الرئيسة أو العريضة للأمور والموضوعات وبيان تقضيلاتها.

وتحتل النخبة الفلسطينية موقعاً قيادياً مهماً في المجتمع الفلسطيني، وتتمتع بتأثير ونفوذ قويين، وهي تأتي في مقدمة الفئات والشرائح المهمة بوسائل الإعلام الدولي نظراً للحاجة الماسة لمعرفة تفاصيل الأحداث والأخبار والوقائع الجارية فور وقوعها. ومما لا شك فيه أن ثقة الجمهور تتعزز بأفراد النخبة كلما كانوا يمتلكون مزيداً من المعرفة لحقائق الأمور الجارية على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي، الأمر الذي يدفع أفراد النخبة دوماً للجوء إلى وسائل الإعلام الدولية بهدف متابعة الأحداث والتطورات الجارية وبالتالي زيادة نسبة المعرفة بطبيعة الأحداث، ومعرفة مزيد من الأخبار والمعلومات حول العدوان، الأمر الذي يساعد أفراد النخبة في بناء الخطط المستقبلية واتخاذ القرارات الحاسمة.

وتحقيق نوع من التواصل مع كافة شرائح المجتمع في محافظات غزة، وإطلاع المجتمع المحلي والعربي والدولي على ما يجري من مذابح إسرائيلية متواصلة، وإطلاع الكل على آخر المستجدات والفعاليات الجماهيرية ومحاولة التأثير فيها لكسب التأييد والتفاعل مع روح المقاومة ورفع المعنويات والثبات والصمود في وجه الاحتلال الإسرائيلي، واعتداءاته على الشعب الفلسطيني في قطاع غزة بكافة أنواع الأسلحة المحرمة وغيرها.

وتؤدي وسائل الإعلام الدولية دوراً مهماً في التأثير على الجمهور من خلال الأداة المستخدمة أو البرنامج المقدم في وقت الحروب، والأزمات التي تتعرض لها أية دولة، وقد ظهر

في عصرنا الحالي الإعلام الإلكتروني مثل التدوينات، ومواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر،..... إلخ) الذي أصبح أكثر انتشاراً وتأثيراً.

ومن هنا تسعى الدراسة لمعرفة مدى استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)، وما الإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام؟ خلال هذه حرب التي تعتبر الحرب الثالثة إذ سبقتها حرب (2008م)، وحرب (2012م)، لكن هذه الحرب (2014م) كانت الأشد والأعنف، إضافة إلى ما يتعرض له سكان محافظات غزة من أزمات متكررة من حصار، وانقطاع التيار الكهربائي، وقلة الإمكانيات وارتفاع نسبة البطالة العالية، وذلك من خلال تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات على هذه الدراسة.

الفصل الأول

مشكلة الدراسة ومنهجها

- ❖ الإحساس بالمشكلة
- ❖ مشكلة الدراسة
- ❖ أهداف الدراسة
- ❖ أهمية الدراسة
- ❖ فروض الدراسة
- ❖ حدود الدراسة
- ❖ مصطلحات الدراسة
- ❖ هيكلية الدراسة

الفصل الأول

مشكلة الدراسة ومنهجها

أولاً: الإحساس بالمشكلة:

من خلال معايشة الباحث للواقع الذي نعيشه، وما يتعرض له الشعب الفلسطيني من اعتداءات من قبل الاحتلال الإسرائيلي، وخاصة العدوان الأخير على محافظات غزة (حرب 2014م) لاحظ الباحث أن النخبة الفلسطينية أثناء العدوان تتابع بشكل كبير وسائل الإعلام الدولية والمحلية لمعرفة الأحداث الجارية والمتسارعة من حوله، ومعرفة مدى تعاطف المجتمع الدولي مع القضية الفلسطينية، وخاصة ما يتعرض له محافظات غزة من عدوان شرس، الأمر الذي دفع الباحث إلى إجراء دراسة للتعرف أكثر إلى طبيعة استخدام وسائل الإعلام الدولية ومعرفة مدى تفاعلهم معها، كما تبحث الدراسة عن دوافع تعرض النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية، ومعرفة الإشباعات التي تحققها لهم هذه الوسائل، فوسائل الإعلام الدولية بحاجة إلى دراسة علمية للوقوف على جوانب إيجابياتها، وسلبياتها.

لذلك أجرى الباحث دراسة استكشافية ميدانية باستخدام أداة الاستبيان على عينة عشوائية بسيطة قوامها (30) مبحوثاً من النخبة الفلسطينية (الأكاديمية، الإعلامية، السياسية) تضمنت (20) سؤالاً تعكس أهداف الدراسة وفروضها، بهدف التعرف إلى مدى استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م).

وقد استخدمت الدراسة بعض الأدوات الإحصائية والعمليات الحسابية البسيطة كالنسب المئوية، التكرار.

وتوصلت الدراسة الاستكشافية إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- 1- تبين أن أكثر الوسائل الإعلامية الدولية التي استخدمها المبحوثون أثناء متابعتها العدوان على غزة كالتالي: حيث جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بنسبة (37%)، بينما جاءت الفضائيات الدولية في الترتيب الثاني بنسبة (28%)، ويليه المواقع الإلكترونية بنسبة (20%)، بينما الإذاعة المحلية بنسبة (15%).

2- كشفت الدراسة أن ما نسبته (59.6%) من النخبة الفلسطينية لا يوجد لديهم وقت محدد في متابعة الوسائل الإعلامية الدولية، بينما ما نسبته (25%)، يفضلون الفترة المسائية، بينما ما نسبته (15.4%) يفضلون فترة الصباح.

3- كشفت الدراسة أن أهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام الدولية تمثلت في التعرف إلى أحداث الحرب على غزة بنسبة (68.3%)، تلاها دافع التعرف إلى الظروف الحياتية والنفسية الصعبة التي مر بها سكان قطاع غزة خلال العدوان بنسبة (10.4%)، ثم جاء دافع التعرف إلى مدى استشعار المواطن بالاطمئنان وتعزز من روح معنوياته من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام من برامج تسهم في تعزيز صموده بنسبة (21.3%).

4- كشفت الدراسة أن ما نسبته (21.6%) من المبحوثين يثقون بمعلومات وسائل الإعلام الدولية بدرجة عالية، بينما ما نسبته (63%) درجة ثقتهم متوسطة، بينما ما نسبته (15.4%) درجة ثقتهم منخفضة.

5- بينت الدراسة أن ما نسبته (25%) من المبحوثين يرون أن هناك تأثيراً كبيراً لاستخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) على متابعة الوسائل الإعلامية المحلية، بينما ما نسبته (63.5%) يعتبرون أن لها تأثيراً إلى حد ما، بينما ما نسبته (11.5%) يعتبرون أنها لا لم تؤثر على متابعتهم لوسائل الإعلام المحلية.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

من خلال اطلاع الباحث والمتابعة لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)، والاطلاع على التراث العلمي وبعض الدراسات السابقة تم تحديد مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م) ؟

وذلك من خلال معرفة طبيعة التعرض والاستخدام والدوافع والإشباع المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م).

وقد انبثق عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1- ما مدى استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)؟
- 2- ما أكثر وسائل الإعلام الدولية استخداماً من قبل النخبة الفلسطينية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م) ؟
- 3- ما مدى ثقة النخبة الفلسطينية في مضمون وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م) ؟
- 4- ما دوافع استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)؟
- 5- ما الموضوعات التي تتعرض لها النخبة الفلسطينية عند تعرضهم لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م) ؟
- 6- ما الإشباعات المتحققة للنخبة الفلسطينية من خلال استخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)؟
- 7- ما الإيجابيات والسلبيات لاستخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م) من وجهة نظر النخبة الفلسطينية ؟
- 8- ما أهم المقترحات للاستفادة من وسائل الإعلام الدولية من وجهة نظر النخبة الفلسطينية لخدمة القضية الفلسطينية؟

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف إلى طبيعة استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)

وينبثق عن الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

- 1- التعرف إلى استخدامات وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة من قبل النخبة الفلسطينية، والإشباعات المتحققة من هذه الاستخدامات.
- 2- التعرف إلى أبرز وسائل الإعلام الدولية التي تستخدمها النخبة الفلسطينية أثناء العدوان، وما هي الأكثر استخداماً لديهم.

- 3- التعرف إلى مدى ثقة النخبة الفلسطينية في وسائل الإعلام الدولية؟
- 4- التعرف إلى تأثير استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على متابعاتهم لوسائل الإعلام المحلية.
- 5- التعرف إلى دوافع استخدامات وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان من قبل النخبة الفلسطينية.
- 6- التعرف إلى أبرز الإيجابيات والسلبيات لوسائل الإعلام الدولية من وجهة نظر النخبة الفلسطينية.
- 7- التعرف إلى المقترحات من وجهة نظر النخبة الفلسطينية للاستفادة من وسائل الإعلام الدولية لخدمة القضية الفلسطينية؟

رابعاً: أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تطرحه، وتكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

أولاً: الأهمية العلمية:

- 1- محدودية الدراسات التي تناولت استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م).
- 2- قد يفتح البحث آفاقاً جديدة للبحث العلمي في موضوعات أخرى ذات صلة.
- 3- الإضافة العلمية للمجتمع الفلسطيني الذي يفتقر لمثل هذه الدراسات المتخصصة خاصة في المكتبات العلمية والجامعات.

ثانياً: الأهمية العملية:

- 1- قد يستفيد من هذا البحث القائمون على وسائل الإعلام الدولية المختلفة لتطوير أدائهم الإعلامي.
- 2- تكمن أهمية الدراسة في مدى تطبيق التوصيات التي تخرج بها الدراسة والتي قد تفيد القائمين على وسائل الإعلام الفلسطينية.

خامساً: فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التحقق من الفرضيات التالية:

- 1-توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية حسب المتغيرات الديمغرافية للمبحوثين.
- 2-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)، ومدى الإشباع المتحقق لهم من وراء هذا الاستخدام.
- 3-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين درجة استخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)، ودرجة الثقة في وسائل الإعلام الدولية.

سادساً: حدود الدراسة:

الحد الموضوعي:

اقتصرت الدراسة في جانبها الموضوعي على استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م).

الحد المكاني:

سيقتصر هذا البحث على النخبة الفلسطينية المتواجدة في محافظات غزة.

الحد الزمني:

تم إجراء هذه الدراسة خلال الفترة من (6/1 /2015م) إلى (6/1 /2016م).

الحد البشري:

اقتصرت الدراسة على النخب الفلسطينية (السياسية _ الإعلامية _ الأكاديمية) المقيمين في محافظات غزة الذي بلغ حجم العينة (150) مبحوث.

سابعاً: مصطلحات الدراسة:

وفيما يلي استعراض لأبرز هذه المفاهيم:

❖ النخبة:

يرجع اشتقاق مفهوم النخبة أو الصفوة من الفعل اللاتيني (Eligere) ويعني يختار، وتشير كلمة (Elite) إلى العنصر المختار من ثقافة أو جماعة، أو الأفراد الذين يشغلون أوضاعاً عليا، كما استخدمه الباحثون العرب في المعاجم العربية فهو مصطلح مترجم، ومرادف لمصطلح الصفوة، فمعجم لسان العرب لابن منظور، يرجع كلمة النخبة إلى انتخب الشيء، في اللغة العربية، أي اختاره والنخبة ما اختاره والنخبة ما اختاره منه، ونخبة القوم، ونخبتهم خيارهم، ويقال هم نخبة القوم (بضم النون وفتح الخاء) وإذا قيل جاء في نخب أصحابه، أي خيارهم (ابن منظور، 1955: 751).

يعرف الباحث إجرائياً النخبة الفلسطينية:

هي الفئة المكونة من (السياسيين، والإعلاميين، والأكاديميين) التي تتمتع بمكانة متميزة في المجتمع بوعيتها وثقافتها وقدرتها في التأثير على تشكيل الرأي العام الفلسطيني وتشكيل قيم وثقافة مجموعة كبيرة من المجتمع بحكم طبيعة عملها التي تمارسها في المجتمع من خلال نشاطاتها ومشاركاتها الثقافية وإصداراتها العلمية.

❖ وسائل الإعلام الدولية:

هي تزويد الجماهير في الدول الأخرى بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد التأثير على تلك الجماهير، وإقناعها بعدالة القضايا الدولية وبالتالي تبني جماهير الدول الأخرى لمواقف تلك الدولة (الدليمي، 2011: 28).

يعرف الباحث إجرائياً وسائل الإعلام الدولية:

هي تلك الوسائل الإعلامية الدولية المتمثلة في الصحف والمجلات الدولية، والإذاعات الدولية، والفضائيات الدولية، وشبكات التواصل الاجتماعي معاً التي تقوم بتغطية أحداث

العدوان على محافظات غزة (2014م) ونقلها إلى الجمهور المحلي لطمأننته على الأحداث الجارية، وإلى الرأي العام الدولي لكسب تعاطفه مع القضية الفلسطينية.

❖ العدوان على محافظات غزة (2014م):

عرفت الجمعية العامة للأمم المتحدة بموجب قرارها (3314) عام (1974م) العدوان بأنه: استخدام القوة المسلحة من قبل دولة ما ضد دولة أخرى، أو سلامتها الإقليمية، أو استقلالها السياسي، أو بأية صورة أخرى تتنافى مع ميثاق الأمم المتحدة.

يعرف الباحث إجرائياً العدوان على محافظات غزة (2014م):

وهو العدوان العسكري الإسرائيلي التي شنته على محافظات غزة الذي أطلقت عليه إسرائيل اسم (الجرف الصامد)، وردت عليها حركة حماس باسم (العصف المأكول)، وردت عليها حركة الجهاد الإسلامي باسم (البنيان المرصوص) التي وقعت في الثامن من شهر يوليو حتى اليوم السادس والعشرين من أغسطس من العام (2014م)، والذي استمر واحد وخمسون يوماً الذي خلف ما يقارب (2322) شهيد، وتدمير المنازل فوق ساكنيها بشكل كامل وجزئي، وتدمير البنية التحتية (وزارة الصحة الفلسطينية، 2014: 26).

ثامناً: تقسيمات الدراسة:

الفصل الأول: مقدمة عامة.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة.

الفصل الثالث: الدراسات السابقة.

الفصل الرابع: الطريقة والإجراءات.

الفصل الخامس: تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها.

الفصل السادس: النتائج والتوصيات.

الفصل الثاني

الإطار النظري

❖ المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع

❖ المبحث الثاني: الإعلام الدولي

❖ المبحث الثالث: وسائل الإعلام الدولي

❖ المبحث الرابع: العدوان على غزة عام (2014م)

مبحث الأول

نظرية الاستخدامات والإشباع

- ❖ **فروض نظرية الاستخدامات والإشباع:**
- ❖ **عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:**
- ❖ **أهمية النظرية لموضوع الدراسة ومزايا استخدامها**

المبحث الأول

الإطار النظري للدراسة

نظرية الاستخدامات والإشباع

تمهيد:

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري بالتعرض لبعض الآراء العلمية والفرضيات التي تناولتها نظريات ودراسات الإعلام الجديد، ومنها نظرية الاستخدامات والإشباع التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية وعلمية منظمة، حيث تحولت النظرة إلى الجماهير ووسائل الإعلام والاتصال في هذه النظرية من كونها عنصراً سلبياً غير فعال، إلى عنصراً فعالاً ونشطاً في انتقائها للرسائل والمضامين التي تفضلها من وسائل الإعلام المختلفة، وأن الجمهور يتعرض لهذه الرسائل والمضامين لإشباع رغبات كامنة، استجابة لدوافع الحاجات الفردية لديه.

نظرية الاستخدامات والإشباع:

يذكر أن نظرية الاستخدامات والإشباع تعدُّ بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الإعلام والاتصال، فقد كان التقليد في بحوث التأثير الإعلامي هو دراسة وسائل الإعلام للجماهير، وتأثير ذلك عليهم بالنظر إلى مستويات التأثير الثلاثة: التأثير المعرفي، والتأثير العاطفي، والتأثير السلوكي. لتأتي هذه النظرية وتقلب المعادلة وتوجه دراسات الباحثين إلى محاولة معرفة دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام والكيفية التي تتم بها هذه الاستخدامات حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة ورغبة وحاجة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار (حجاب، 2010: 298).

ويرتكز الاتجاه البحثي بهذه النظرية على الفرد الذي يستخدم وسيلة اتصال بعينها لتحقيق إشباع حاجات معينة لديه، وقد حدد الباحثون العشرات من الأسباب التي تدفع الجمهور لاستخدام وسائل الاتصال ومن بينها مراقبة البيئة، والتفاعل الاجتماعي، والترفيه والتسلية (Vivian, 1993: 340).

ولهذا فإن هدف هذه النظرية هو الإجابة على سؤال أساسي وهو كيف ولماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام؟ أو الدوافع التي تجعل الناس يتعرضون لوسائل الإعلام؟ وما الإشباع التي تحقق لهم نتيجة لهذا التعرض؟ وما طبيعة هذه الإشباع؟ ويرى مؤيد هذا المدخل أنه بدلا من الاهتمام بدراسة ما تفعله وسائل الإعلام بالناس، فإن ما ينبغي دراسته هو ما الذي يفعله الناس بوسائل الإعلام (محمود، 1990: 9).

فروض نظرية الاستخدامات والإشباع:

يرى كاتز وزملاؤه أن منظور الاستخدامات والإشباع يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وهذه الفروض هي: (عبد الحميد، 2011: 62)

1- يتسم جمهور وسائل الاتصال بالإيجابية والنشاط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال موجه لتحقيق أهداف معينة وتلبية حاجات مقصودة. وبالنظر إلى هذا الفرض نجد أن النخبة الفلسطينية تستخدم وسائل الإعلام بغرض معين إما بالإيجابية في الاستخدام أو السلبية وهذا ما سنعرفه من خلال هذه الدراسة.

2- يختار الجمهور وسائل اتصال محددة لإشباع حاجاته. وهذا الفرض يتفق مع اختيار الباحث لتلك النظرية حيث أن الباحث يؤكد على أن الجمهور يحدد الوسيلة التي يتابع فيها أحداث العدوان على غزة.

3- تختلف درجة إشباع الحاجات المختلفة للجمهور وفقا لاختلاف وسائل الاتصال.

4- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما بالتعرف إلى استخدامات النخبة لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

وإذ أردنا تطبيق هذه الفروض على موضوع الدراسة فسوف نجد أن النخبة الفلسطينية تتشط في وقت العدوان حيث يسعى إلى التعرض إلى وسائل الإعلام الدولية المختلفة (المرئية، والمسموعة، والإلكترونية).

وكذلك اختيارهم لنوع المضمون المقدم من هذه الوسائل من البرامج والأخبار المباشرة عن الأحداث الجارية خلال العدوان على غزة، والتي تسهم في رفع الروح المعنوية والطمأنينة في نفوس الأفراد.

كما يعتبر النخبة الفلسطينية مركز القوة في عملية الاتصال، إذ يختارون الوسائل والمضامين التي يرون أنها تشبع احتياجاتهم وتلبي رغباتهم.

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

أهم الأهداف التي تسعى هذه النظرية إلى تحقيقها فهي: (مكاوي والسيد، 1998: 241)

- 1- السعي إلى اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام والاتصال، وذلك بالنظر إلى أن الجمهور نشط يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- 2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإعلام والاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- 3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام والاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

أولاً: الجمهور النشط:

إن الجمهور النشط يعتبر أحد أهم الافتراضات الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباع حيث يرى باحثو الاستخدامات والإشباع أن جمهور وسائل الإعلام مشارك ونشط وليس خاملاً في عملية الاتصال، حيث يأخذ الجمهور من محتوى وسائل الإعلام ما يحقق له إشباعاً لاحتياجات معينة كما أنه يدرك القدرات المتباينة لوسائل الإعلام على تحقيق هذه الإشباعات (محمود، 1990: 15).

وزعم (هويت) أن النظريات القديمة كانت تنتظر إلى الجمهور باعتباره متلقياً سلبياً أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم الجمهور (العنيد) الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى (مكاوي والسيد، 1998: 243).

ويرى (بالمجرن) أن الجمهور يكون نشطاً من خلال ثلاثة محكات رئيسية هي:

1- الانتقاء: هي خطوة سابقة على التعرض للمضمون الاتصالي (الإعلامي)، حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية، وكذلك المضامين التي يتعرض لها، وفقاً لما يتفق مع احتياجاته واهتماماته.

2- الاستغراق: وهي خطوة تحدث أثناء التعرض، ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.

3- الإيجابية: بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على المضمون الاتصالي، وهذا يشير إلى تذكر المضمون، وزيادة حجم المعلومات لدى الفرد في هذه الحالة، ويشعر الفرد أنه حقق نوعاً من الإشباع لحاجاته، كزيادة معلوماته بعد التعرض لوسائل الإعلام ورسائلها، وتؤكد هذه الأبعاد والعناصر - الخاصة بإيجابية الجمهور - أن هذا الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافعه من استخدامه لوسائل الإعلام (العادلي، 2004: 115).

ثانياً: الأصول الاجتماعية والنفسية لمستخدمي وسائل الإعلام:

إن شخصية الفرد تؤثر في نوعية ودرجة تقبله لمادة الاتصال، وقد كان البعض يظن أن القابلية للتأثير الاتصال هي نفسها سمات شخصية (دويدار، 1999: 101).

فلكل فرد عدد من الاحتياجات التي يرغب في تحقيقها من خلال التعرض لوسائل الإعلام وترتبط بوجوده داخل المجتمع وعلاقته بالأفراد الآخرين الذين يشاركونه الحياة فيها ويتفاعل معهم، واختلاف الجمهور بالطبع يؤدي إلى استخدامهم لوسائل الإعلام ولمضمونه بشكل مختلف لأسباب مختلفة.

1- الأصول الاجتماعية:

أن معظم الدراسات تؤكد وجود علاقة وثيقة بين الظروف الاجتماعية للفرد وبين استخدامه لوسائل الإعلام فأعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الإعلام باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منتظمة وشركاء في بيئة ثقافية واحدة.

2- الأصول النفسية:

أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم، ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، وأن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز، وأن تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام، وقد حدد (ماكجوير) تصنيفا يحتوي على ست عشرة (16) نقطة، تحدد الدوافع الإنسانية، وهي دوافع وثيقة الصلة بالنظريات المفسرة لاستخدام وسائل الإعلام والتعرض لها، ومن ثم اقترح الباحثون ضرورة تفسير الدور الذي تلعبه المتغيرات النفسية والسلوكية لأعضاء الجمهور.

وقد أجريت دراسات عديدة استهدفت فحص المتغيرات النفسية وعلاقتها باستخدام وسائل الإعلام، مثل دراسة (روز نجرين وويندال) حول المتغيرات الشخصية، ودراسة (جرينبرغ) عن الاتجاهات (حسن، 2006: 21).

ثالثاً: تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

من ضمن افتراضات نظرية الاستخدامات والإشباع أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الإعلام حتى يتحقق لهم الإشباع الذي يبحثون عنه، وذلك على اعتبار أن وسائل الإعلام تعتبر مصدراً من مصادر عديدة تسهم في إشباع حاجات الجمهور (العادلي، 2004: 119).

وقد أكدت العديد من الدراسات أن هنالك علاقة ارتباطية بين كل من البحث عن الإشباع، والتعرض لوسائل الإعلام، وتكون زيادة تعرض الجمهور انعكاساً لنشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تشبع حاجاته، ولقد استخلصت بعض الدراسات أنه كلما زاد مستوى تعليم الجمهور، زاد استماع أفرادهم للبرامج الجادة، كذلك توجد علاقة ارتباطية بين مقدرة الفرد الذهنية، ومدى استيعابه لمضامين وسائل الإعلام، بجانب ذلك اتضح تفضيل صغار السن للمواد الترفيهية أكثر من المواد الجادة، كذلك تزايد اهتمام الفرد بالمضامين الجادة والواقعية عن المضامين الخيالية كلما تقدم به السن (الحسيني، 2005: 83).

رابعاً: دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام ينتج أساساً عن الحاجات النفسية والاجتماعية لأفراد الجمهور، ويتم إشباع هذه الدوافع والحاجات بناءً على ظروفهم عن طريق الوسائل الطبيعية المسخرة، كالدافع إلى الانتماء، أو المعرفة، أو التفاعل الاجتماعي مع الغير ويتم الإشباع من خلال الاتصال المباشر مع الآخر، لكن في حالة استحالة إيجاد الوسائل الطبيعية أو تعذرهما، فإن الأفراد يلجؤون إلى إشباع هذه الحاجات عن طريق التعرض لمواد ومحتويات وسائل الإعلام وبناءً عليه فإننا سوف نستعرض دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام.

وبوجه عام تقسم معظم دراسات الإعلام والاتصال دوافع التعرض إلى فئتين هما: (مكاوي والسيد، 2010: 247).

1- الدوافع النفعية:

التي تستهدف التعرف إلى الذات واكتساب المعرفة والخبرات والمعلومات وجميع أشكال التعلم بوجه عام، والتي تعكسها البرامج التعليمية ونشرات الأخبار والثقافية.

2- الدوافع الطقوسية:

التي تستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل: (المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة).

خامساً: إشباع الجمهور من وسائل الإعلام:

وفق نظرية الاستخدامات والإشباع، يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام، بغية الحصول على نتائج خاصة، يطلق عليها الإشباع (مكاوي والسيد، 2010: 248).

ومنذ السبعينات، اهتمت دراسات الإشباع والاستخدام بضرورة التمييز بين الإشباع التي يسعى الجمهور إليها، من خلال التعرض لوسائل الإعلام، وبين الإشباع التي يحصل عليها نتيجة لهذا التعرض. إلا أن هذا الاهتمام ظل قاصراً على النواحي النظرية، حتى بدأت

العديد من الدراسات توضح من خلال أدلة إمبريقية العلاقة بين هذين النوعين من الإشباعات، وتأثير ذلك على استخدام وسائل الإعلام وتأثيرها، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات في هذا الصدد هي أن الإشباعات التي يبحث عنها الفرد ترتبط بشكل معتدل بالإشباعات التي يحصل عليها، وكان معامل الارتباط يتراوح في الغالب بين (0.40 _ 0.60)، ورغم ذلك فإن كلا من النوعين من الإشباعات منفصل عن الآخر، بمعنى أن كلا منهما يؤثر في الآخر، ولكنه لا يحدد مجاله، وبمعنى أن الإشباع الذي يبحث عنه الفرد من خلال تعرضه لوسائل الإعلام ليس بالضرورة هو نفسه الإشباع الذي سوف يحصل عليه (حسن، 2006: 21).

و قد قسم (وينر Wenner) إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام إلى نوعين:

1- إشباعات المضمون أو المحتوى:

وهي الإشباعات الناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى:

أ) إشباعات توجيهية:

مثل حصول المعلومات وتأكيد الذات.

ب) إشباعات اجتماعية:

تعني الربط بين معلومات الفرد وعلاقاته الاجتماعية.

2- إشباعات العملية:

وهي الإشباعات التي تتحقق من خلال عملية التعرض لوسيلة الإعلام ذاتها، وليس من خلال التعرض لمحتوى معين وتنقسم إلى:

أ) إشباعات شبه توجيهية:

وهي إشباعات بديلة أو مكملة للإشباعات التوجيهية وتتمثل: في تخفيف الشعور بالتوتر، والإثارة والتسلية والترفيه.

ب) إشباعات شبه اجتماعية:

وهي إشباعات بديلة أو مكملة للإشباعات مثل التقمص الوجداني، والتخلص من الإحساس بالوحدة وبالملل والعزلة (العادلي، 2004: 120).

أهمية النظرية لموضوع الدراسة ومزايا استخدامها:

ويرى الباحث أن نظرية الاستخدامات والإشباع من أفضل النظريات التي تمكننا من دراسة استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م) والإشباع المتحققة، وذلك للمبررات التالية:

1- تنظر نظرية الاستخدامات والإشباع إلى جمهور وسائل الإعلام على أنه جمهور نشط في استخدامه لتلك الوسائل، وعليه فإن هذه الدراسة تنظر إلى الجمهور الفلسطيني على أنهم جمهور نشط في مشاهدتهم واستماعهم للأحداث الجارية أثناء العدوان على غزة (2014م).

2- تفيدنا النظرية في تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الدولية لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم

3- كذلك يفيدنا الإطار النظري في المساعدة عن الإجابة على (أين؟)، أي إلى أين يذهب الفرد لكي يشبع احتياجاته من استخدامه لوسائل الإعلام الدولية المختلفة (الفضائيات أو الإذاعات الدولية، المواقع الإلكترونية..... إلخ)، أثناء العدوان على غزة (2014م)، وقد تكون من الأسباب: الثقة في ما تقدمه وسائل الإعلام الدولية (الفضائيات الفلسطينية، والفضائيات العربية، الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية والأجنبية أو الإذاعات الدولية الأجنبية الناطقة بالعربية والأجنبية ،..... إلخ) من وجهة نظر الجمهور.

4- تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحديد الأبعاد المختلفة للحاجات ومن الممكن أن تكون حاجات (معرفية، وجدانية، شخصية، اجتماعية، الهروب من الواقع) والإشباع المتحققة على المستوى الفردي أثناء العملية الاتصالية، ومدى تأثيرها على درجة ومستوى استخدام وسائل الإعلام، ومتابعة الأحداث الجارية، وهي عناصر أساسية لا يمكن تجاهلها عند دراسة مجتمع ذي طبيعة خاصة مثل المجتمع الفلسطيني.

5- تركز نظرية الاستخدامات والإشباع على تحديد الاحتياجات المختلفة للجمهور كنقطة أساسية.

6- نستطيع التعرف على دوافع المبحوثين في استخدام وسائل الإعلام الدولية (الدوافع النفعية والطقوسية) المختلفة في أوقات الأزمات وخاصة أثناء العدوان الأخير على غزة (2014م)، وعلاقة هذه الدوافع بحجم اعتمادهم على محتوى تلك الوسائل والإشباع المتحققة من ذلك.

المبحث الثاني

الإعلام الدولي

❖ تمهيد

❖ مفهوم الإعلام الدولي

❖ وظائف وأهداف الإعلام الدولي

❖ مشاكل الإعلام الدولية

❖ التطور التكنولوجي وانعكاساته على وسائل الاتصال والإعلام الدولي

❖ المبادئ والنظم الحاكمة لحرية الإعلام والاتصال الدولي

❖ البيئة القانونية الموجهة لوسائل الإعلام الدولية

المبحث الثاني

الإعلام الدولي

تمهيد:

يعتبر الإعلام الدولي جزءاً لا يتجزأ من السياسة الخارجية للدولة ووسيلة فاعلة من الوسائل التي تحقق بعض أهداف السياسة الخارجية، كما ويعد الإعلام الدولي أحد أساليب الدبلوماسية المستخدمة بين الدول والحكومات والشعوب، ويعتبر أيضاً من أهم العلوم السريعة والمتطورة والمتداخلة أصلاً مع العلوم الأخرى كعلم السياسة الدولية وعلم الجغرافيا السياسية، والقانون الدولي وكذلك العلاقات الدولية (المقدادي، 2013: 21).

ولقد حولت شبكات الاتصال الحديثة والأقمار الصناعية والتقنيات المعاصرة الإعلام العادي المحلي إلى إعلام دولي... كما حولت العالم إلى ساحة تحاول القوى الكبرى أن تهيمن عليها، ومن هنا تأتي أهمية الإعلامي الدولي كأداة أساسية في هذا الصراع الإعلامي الدولي، فالدول الكبرى تحاول أن تسيطر على أكبر قدر ممكن من وسائل الإعلام في المجال الدولي لكي يكون لها التأثير على الرأي العام الدولي.

في هذا المبحث سوف يتناول الباحث مفهوم الإعلام الدولي، وظائف وأهداف الإعلام الدولي وخصائصه، مشاكل الإعلام الدولية، التطور التكنولوجي وانعكاساته الإيجابية والسلبية لوسائل الإعلام والاتصال الدولي، تأثيرات تكنولوجيا الإعلام الجديد في وسائل الاتصال وفي الجمهور، المبادئ الحاكمة لحرية الإعلام والاتصال الدولي، المبادئ الأساسية القانونية الموجهة لوسائل الإعلام الدولية، الإعلام الدولي في إطار السياسة الخارجية، الإعلام الدولي ودوره في إطار المنظمات الدولية.

أولاً: مفهوم الإعلام الدولي:

استخدم مصطلح (الإعلام الدولي) على اعتبار أن الإعلام يعني الدقة والموضوعية والصدق في نقل الأخبار والحقائق عن الدولة، وعلى اعتبار أن الإعلام يخاطب العقول لا الغرائز والعواطف. فالإعلام الدولي... مهمته تزويد الجماهير في الدول الأخرى بالمعلومات

الصحيحة والأخبار الصادقة وإقناعها بعدالة قضايا الدولة وبالتالي تبني الجماهير في الدول الأخرى لمواقف تلك الدولة.

يعرف البعض الإعلام الدولي «بالدعاية الدولية» ويعتبرها شيئاً واحداً معه ويذهب إلى تعريف الدعاية الدولية بأنها: نشر الأفكار أو المواقف التي تؤثر على الآراء والسلوك أو كليهما... وهي التي تجتاز الحدود الدولية حيث تقوم مؤسسات أو أفراد دولة معينة بنقل الدعاية لمواطني دولة أخرى أو غالباً ما تكون الدعاية الدولية وسيلة من وسائل السياسة الخارجية.

وأصبح الإعلام يلعب دوراً مهماً ومؤثراً في عصر التقدم التكنولوجي في مجال الاتصال والإعلام، إلا أن هناك تعريفات اجتهد في وضعها أساتذة الإعلام والرأي العام.

عرف (أحمد بدر) الإعلام الدولي بأنه: تزويد الجماهير في الدول الأخرى بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد التأثير على تلك الجماهير وإقناعها بعدالة القضايا الدولية وبالتالي تبني جماهير الدول الأخرى لمواقف تلك الدولة (الدليمي، 2011: 28).

بينما يرى (محمد سيد محمد) الإعلام الدولي بأنه: الإعلام الذي يسهم به مجتمع أو جماعة أو هيئة أو مؤسسة في الساحة الإعلامية بحيث يستجيب لتلقيه رجل الشارع العالمي أي المستمع أو المشاهد أو القارئ بصفة عامة في العالم (مزاهرة، 2013: 49).

أما (محمد علي العويني) فيقول: بأنه وسيلة من وسائل السياسة الخارجية وإنه مع غيره من الوسائل يعمل على تحقيق أهداف هذه السياسة، وتتمثل هذه الأهداف في تحقيق المصلحة الوطنية للدولة في المقام الأول وتختلف هذه الأهداف باختلاف وزن الدولة ودورها في النظام الدولي (المرجع السابق: 49).

وعرف (عبدالله زلطة) الإعلام الدولي: بأنه الإعلام الموجه الذي يخترق الحدود الدولية ليصل إلى الجمهور الخارجي في منطقة جغرافية مستهدفة لتحقيق أحد أمرين:

- 1- تعريف شعوب العالم بالواقع الثقافي والفكري والحضاري للدولة وتفسير وجهات نظرها السياسية بالنسبة للمشكلات والقضايا الدولية والإقليمية والمحلية ومساندة سياستها الخارجية.
- 2- تقديم خدمة إخبارية وثقافية غير دعائية تسعى لتزويد الرأي العام الدولي الإقليمي بالأخبار والمعلومات الصادقة المتعلقة بالقضايا التي تشغل فكره وتثير اهتمامه (الدليمي، 2011: 29).

وبناء على ما سبق يلاحظ الباحث أن هناك تباين في التعريفات المتعددة لمفهوم الإعلام الدولي، يشير إلى الصعوبات التي ينطوي عليها هذا المفهوم لعدة أسباب:

1. تداخل الإعلام وارتباطه بالدعاية الدولية.
 2. الاندماج والترابط الشديداً بين وسائل الإعلام الجماهيرية، صحف، وإذاعة وتلفزيون ووسائل الاتصال الحديثة .. وغيرها، وهذا الترابط الشديد جعل من الصعوبة الفصل بين الإعلام والاتصال أو حتى التمييز بينهما، فالقائم بالاتصال في الإعلام والاتصال الدولي يمكنه استخدام كل وسائل الإعلام .
 3. إن تكنولوجيا الاتصال الحديثة والترابط بين الإعلام ووسائل الاتصال والمعلوماتية قلصت الفروق بين الإعلام القومي والوطني والمحلي والدولي، حيث يمكن لأي نوع من هذا الإعلام أن يتجاوز الحدود السياسية لهذه الدولة.
 4. الإعلام الدولي هو مجال اهتمام باحثين في تخصصات مختلفة الأمر الذي يؤدي إلى تقديم كل منهم مفاهيم مختلفة حول الإعلام الدولي (مزاورة، 2013: 50).
- يمكن القول أن الإعلام الدولي في مفهومه المعاصر يشير إلى التحليل الثقافي والاقتصادي والسياسي والاجتماعي والتقني للنماذج الاتصالية وآثارها بين الدول ويركز بشكل أكبر على الجوانب العالمية لوسائل الإعلام والأنظمة الاتصالية والتكنولوجية أكثر من التركيز على الجوانب المحلية أو حتى الوطنية (Mcp hail, 2006: 28)
- مما سبق يعرف الباحث الإعلام الدولي بأنه: نوع من الاتصال يقصد به تزويد الشعوب الأخرى بالأخبار والمعلومات بقصد التأثير عليهم وإقناعهم بالرسالة الإعلامية الدولية الموجهة.

ثانياً: وظائف وأهداف الإعلام الدولي:

1- وظائف الإعلام الدولي:

تطرق عدد من المتخصصين في مجال الإعلام الدولي إلى أهم وظائف الإعلام الدولي التي يمكن إيجازها على النحو التالي:

1. الاتصال بالجماعات المؤثرة:

يتولى الإعلام الدولي الاتصال بالجماعات المؤثرة في النظم السياسية المختلفة، كالأحزاب

وجماعات الضغط والجماعات المصلحية وأعضاء البرلمان ومختلف المؤسسات المؤثرة في صناعة القرار السياسي.

ومن الأمور التي ينبغي أن تؤخذ في عين الاعتبار درجة الموقف السياسي للدولة من تأييد تام وحياد وغيرها وبتحديد الموقف السياسي يمكن العمل على زحزحته نحو درجة التأييد الممكنة لصالح القضايا المعروضة، ويكون موقف الدولة معياراً للطريقة التي يمكن أن يتدخل فيها الإعلام الدولي.

ويفيد الاتصال بالجماعات المؤثرة بالإضافة إلى سيطرتها على عمليات صناعة القرارات في أن أعضاء هذه الجماعات يعدون النخبة التي تؤثر على الجماهير وبالتالي يتحقق الاتصال بالجماهير من خلال النخبة (جابر، 2014: 151).

2. الاتصال بالجماهير:

يتم من خلال إعلام الجماهير بالاتصال المباشر أو غير المباشر من خلال المحاضرات والمؤتمرات الصحفية والمنشورات والراديو والتلفزيون والمسرح والمعارض والسياحة وغيرها. وهذه الوظيفة تؤثر في الرأي العام بشكل عام الأمر الذي يؤثر على المستقبلين بغض النظر عن تأثرهم في اتخاذ القرار.

يتحدد تأثير الاتصال بالجماهير على مدى أطول نظراً لأنه:

- أ. يخاطب قطاعاً عريضاً وفئات مختلفة في درجات التعليم والمصالح والاتجاهات .
 - ب. يزداد اهتمام الجماهير بالقضايا التي تهمهم بشكل أو بآخر، وكلما استحوذت قضايا معينة على اهتماماتهم كلما تابعوها بشكل أكثر من غيرها.
 - ج. الاتصال بالجماهير يتطلب إمكانيات كبيرة ووسائل متعددة ونفقات عالية .
- وهناك من علماء السياسة من يركز على الاتصال بالجماعات المؤثرة، ومنهم من يركز على الوسيطتين معاً (المرجع السابق: 116).

3. وظائف تمثيلية:

يقوم الإعلام الدولي بوظائف تمثيلية وذلك بتمثيل الدولة التي ينتمي إليها أو المنظمة التي ينوب عنها كمكاتب الأمم المتحدة ومؤسساتها المتخصصة في العديد من دول العالم،

ومكاتب منظمة الوحدة الإفريقية، والجامعة العربية، والأوبك، ومنظمة المؤتمر الإسلامي ومنظمة التعاون لدول الخليج العربية، والسوق الأوروبية المشتركة، ومنظمة شنغهاي للتعاون، ورابطة الدول المستقلة، ورابطة أوروبا آسيا الاقتصادية، وغيرها من المنظمات الدولية والإقليمية (الدليمي، 2011: 27).

ويرى الباحث أن هناك عدد من وظائف الإعلام الدولي التي أشار إليها بعض الباحثين في الإعلام الدولي وهي: (الحديثي، 2007: 27).

1. خدمة السياسة الخارجية للدولة:

فعند تطبيق الإعلام الدولي يمكن التأثير على الرأي العام لضغط على الحكومة وعن طريق المفاوضات الدبلوماسية يمكن الوصول إلى نتائج ممتازة كما يمكن عن طريق الاتصالات المختلفة تقوية الروابط التي تخدم أهداف السياسة الخارجية لبلد من البلدان، وتزداد أهمية الإعلام الدولي لدى الدول عند نشوب الأزمات والتوترات الدولية.

2. خدمة الإستراتيجية العسكرية من خلال إضعاف الروح المعنوية للعدو:

فعن طريق الإعلام يمكن إضعاف الروح المعنوية للعدو، وتجنيب المجتمع الدولي ضده، والتأثر على الرأي العام داخل معسكري العدو نفسه.

3. خدمة الأهداف الاقتصادية للدولة:

وذلك من خلال توسيع التجارة الخارجية أو الحصول على التسهيلات المصرفية أو المساعدات وغير ذلك مما تتطلبه خطط التنمية في البلد المرسل، ويقوم الإعلام بدوره في الترويج للسلع، والخدمات التي تقدمها السوق العالمية من خلال الإعلانات التي تتضمن محتوياتها قيماً وأنماطاً للسلوك الاستهلاكي يستهدف الدعاية للسلع الأجنبية مما يلحق أضراراً فادحة بالاقتصاديات المحلية علاوة على التأثير السلبي للإعلانات على حرية الإعلام.

4. خدمة النظام الاجتماعي والثقافي من خلال التعاون وإحداث الاحتكاك الحضاري بين الدول:

حيث يعمل الإعلام الدولي على نقل المعارف والعلوم ويسهل الاحتكاك الحضاري والتغيرات الثقافية والاجتماعية كأن يتيح الفرصة لتبادل الخبرات في المجالات المختلفة، بل أنه في ظل تطور الإعلام السمع بصري أصبح هو المؤسسة التربوية والتعليمية الجديدة التي حلت مكان الأسرة والمدرسة والتي تقوم بدور أساسي في تلقين النشء والأجيال الجديدة المنظومة المعرفية

المنزوعة من سياقها التاريخي والقيم السلوكية ذات النزعة الاستهلاكية والتي تروج بأشكال متنوعة لمصالح السوق العالمية وأيديولوجياتها، ومن خلال هذه الوظيفة يمارس الإعلام أخطر أدواره الاجتماعية والتي تتمثل في أحداث ثورة إدراكية ونفسية تستهدف إعادة تأهيل البشر للتكيف مع متطلبات العولمة وشروطها.

5. تحقيق تأثير عقائدي وأيديولوجي بين الدول:

حيث تعتمد الدول كما يعتمد ذوو الأفكار والأيديولوجيات إلى نشر أفكارهم ومذاهبهم على المستوى الدولي، ويدخل في ذلك حركات التبشير المسيحي والدعوة إلى الإسلام ومحاولة نشر المذاهب والأفكار وترويجها عبر الوسائل المختلفة إلى مختلف البلدان.

6. التحيز ضد العدو:

يساهم الإعلام الدولي في التجنيد ضد العدو ضمن إطار الحرب الباردة، والتهيئة للحرب الساخنة كما يساهم عن طريق المؤسسات الدولية في الدعوة إلى السلام وتعميق التفاهم بين الشعوب، وجعل الحوار الوسيلة المثلى لحل المشاكل الدولية.

7. استقطاب النخب المثقفة

تقوم وسائل الإعلام العالمية باستقطاب النخب المثقفة للترويج لفكر العولمة وأيديولوجياتها عبر الحوارات التلفزيونية والمقالات والمؤتمرات والندوات حيث يتم تكثيف الجهود من أجل إعادة تشكيل الرأي العام العالمي لمناشدة السياسات الاقتصادية التي تقوم بإدارة اقتصادي العالم (البنك الدولي، صندوق النقد الدولي، منظمة التجارة العالمية) والدفاع عن المعايير المزدوجة كما يسمى بالشرعية الدولية والإسهام في إعلاء شأن الثقافة الأمريكية وتهميش ثقافات الجنوب والترويج لعالمية السوق متجاهلين التفاوت الحاد بين المستويات الاقتصادية.

8. وظائف سمعية بصرية من خلال الدراما والأفلام والسينما وغيره من الأشكال الإعلامية:

حيث تقوم وسائل الاعلام الدولية بدور مركزي في اختراق منظومة القيم الثقافية لدول الجنوب من خلال المسلسلات والأفلام وبرامج المنوعات الأمريكية خصوصا في ظل عدم الالتزام بالمواثيق الدولية التي نصت على ضرورة التزام البرامج التي تبث عبر الأقمار الصناعية باحترام الطابع المميز للثقافات المختلفة (الحديثي، 2007: 27).

2- أهداف الإعلام الدولي:

يمكن إيجاز أهداف الإعلام الدولي في النقاط التالية: (الدليمي، 2011: 25)

1. نشر السلام والتفاهم بين الشعوب.
 2. أعلاء قيمة التعاون بين الشعوب.
 3. الإسهام في حل المشاكل الدولية.
 4. مساعدة النظام السياسي في نشر أهدافه وبالتعاون مع السياسة الخارجية للدولة.
 5. تشكيل الرأي العام الدولي من خلال تزويده بالمعلومات.
- ويرى الباحث أن هناك بعض الباحثين قد أشاروا إلى أن هنالك أهداف أخرى للإعلام الدولي تتمثل في:

- 1- تحقيق المصلحة الوطنية العليا للدولة.
- 2- قيادة الجهود لمواجهة الأزمات الداخلية والخارجية.
- 3- نشر ثقافة التفاهم والتعاون والتآخي الدولي حول القضايا الدولية.
- 4- تعبئة الكراهية ضد العدو.
- 5- الحفاظ علي صداقة الصديق وتعاون المحايدين.
- 6- تحطيم الروح المعنوية للعدو.
- 7- تحقيق أهداف المنظمات الدولية من خلال تبني نشاطها في المحافل الدولية(البكري، 2011: 88).

ثالثاً: سمات وخصائص الإعلام الدولي:

الإعلام الدولي يختلف عن الإعلام المحلي ولكل منهما له خصائصه وسماته وفيما يلي أهم خصائص الإعلام الدولي:

- 1- يمثل الإعلام شكلاً من أشكال الاحتكاك والتزاوج بين الثقافات والحضارات المختلفة، مما يؤدي الى تحقيق التقدم والنهضة لمختلف شعوب العالم في كافة المجالات.

- 2- يعد الإعلام الدولي وسيلة مهمة من وسائل السياسة الخارجية ويعمل مع غيره من الوسائل على تحقيق هذه السياسة.
- 3- يتسم الإعلام الدولي باختراقه للحواجز والحدود بين الدول والشعوب خاصة بعد التقدم المذهل الذي شهده العالم في مجال الأقمار الصناعية.
- 4- يعتبر الإعلام الدولي في بعض الأحيان مزيجاً من الدعاية والإعلام؛ لذا يمكن أن نطلق عليه (الإعلام الدعائي الدولي).
- 5- يركز الإعلام الدولي في كثير من الأحيان على الجماعات المؤثرة في النظم السياسية المختلفة كرجال الأحزاب وأعضاء البرلمانات والناشطين في مجال حقوق الإنسان ومختلف المؤسسات المؤثرة في صنع القرار.
- 6- يتسم الإعلام الدولي بأنه إعلام موجه إلى الدول الأخرى وبالتالي فإنه يتم بشكل مخطط ومقصود وليس بشكل ارتجالي وعفوي.
- 7- تبدو أهمية وفاعلية الإعلام الدولي في أوقات الحروب والأزمات حيث يسعى إلى تعبئة الكراهية ضد العدو والحفاظ على صداقة الصديق والحصول على تعاون المحايدين وتحطيم الروح المعنوية لجمهور الدولة المعادية.
- 8- يرتبط الحديث عن الإعلام الدولي في كثير من الأحيان بقضايا تثير اهتمام المثقفين وقادة الرأي، مثل الغزو الثقافي، والتبعية الإعلامية، والتدفق الرأسي للأخبار والمعلومات، والتحيز في التغطية الإخبارية للأحداث المهمة، وغيرها من القضايا (السنوسي، 2008: 16).

رابعاً: مشاكل الإعلام الدولي:

على الرغم من كل الجهود التي تبذلها وسائل الإعلام الدولية وخاصة في الدول النامية من جهود حثيثة للخروج من المأزق الإعلامي الذي تعاني منه، نراها تتخبط حتى اليوم بمشاكلها الإعلامية التي تزداد تشعباً وتعقيداً كل يوم.

ويرى الباحث أن التطور العلمي والتكنولوجي الهائل في ميدان وسائل الاتصال الحديثة، ووسائل الإعلام أدى إلى ظهور مصطلح (الإعلام الجديد) هو السبب التي تعاني منها وسائل الإعلام الدولية، ومن أهم هذه المشاكل: (البخاري، 2009: 24).

1- الخلط بين الوظيفة الإعلامية الدولية، والوظيفة الإعلامية الإقليمية، والوظيفة الإعلامية المحلية، ومتطلبات كل من تلك الوظائف وخصائصها المتميزة.

2- الخلط بين السياسات الداخلية والإقليمية والخارجية للدولة عند التخطيط للحملات الإعلامية الدولية، والارتباك في تحديد الأولويات.

3- ضعف أجهزة وتقنيات المؤسسات الإعلامية الوطنية، وافتقارها للمعدات والتجهيزات المتطورة والإمكانيات المادية اللازمة للحملات الإعلامية الدولية أو استخدامها للاعتمادات المالية المتاحة بشكل سيئ، أو بشكل غير فعال في الأغراض المطلوبة، إضافة لسطحية المساعدات الخارجية التي تحصل عليها تلك الدول من الدول الغنية، والمنظمات الدولية المتخصصة.

4- النقص الفاضح في الكوادر الإعلامية المتخصصة بالإعلام المحلي والدولي، وندرة أصحاب التخصص الأكاديمي بينهم، مما يؤدي إلى:

أ. اختيار كوادر غير كفوة للعمل الإعلامي الدولي، لاعتبارات سياسية في أكثر الأحيان.

ب. غياب التنسيق بين المخطط والمنفذ وأجهزة المتابعة، في الحملات الإعلامية الدولية؛ وضعف الإلمام بخصائص الجمهور الإعلامي الأجنبي، وعدم وضع أسلوب إعلامي منطقي ملائم ومتطور قادر على إيصال مضمون الرسالة الإعلامية للجمهور المستهدف من الحملة الإعلامية الدولية.

ج. غياب التعاون وحتى التنسيق بين المؤسسات الإعلامية، ومؤسسات التعليم العالي المتخصصة ومؤسسات البحث العلمي، فيما يخص إعداد الكوادر الإعلامية الوطنية والبحوث العلمية والتطبيقية، وخاصة فيما يتعلق بدراسة راجع الصدى الإعلامي وتأثير المادة الإعلامية، وفاعلية الخطط الإعلامية. والاكتفاء بدلاً عن ذلك بالبحوث النظرية البحتة التي تتناول الجوانب الوصفية والتاريخية فقط، مبتعدة عن الدراسات التي تتناول جوهر التخطيط، وتحليل مضمون الرسائل الإعلامية، وتقدير راجع الصدى الإعلامي المخطط له وراجع الصدى الفعلي للمواد والوسائل الإعلامية.

وقد أشار عبد الحميد إلى بعض الظواهر على ساحة الإعلام الدولي والتي تعتبر ذات أهمية بارزة على الساحة الدولية وهي: (عبد الحميد، 2013: 47)

- 1- تعاضم قوة الاحتكارات.
- 2- فرض بعد واحد من المضمون الإعلامي.
- 3- بروز الاحتكارات العملاقة ما فوق القومية.
- 4- امتلاك قوة تكنولوجية كونية غير مسبقة وراعدة تلجم أية إمكانية لمواجهتها.
- 5- الضغط من أجل انتشار سياسة الخصخصة، وتراجع دور الدولة والاندفاع نحو الطابع التجاري على الإنتاج الإعلامي وتحويل المادة الإعلامية إلى سلعة.

وفي ما يلي أهم مشاكل الإعلام الدولي التي تعاني منها الدول على الساحة الدولية: (البكري، 2011: 96).

1- المشكلة السياسية:

حيث أن الإعلام الدولي مكون أساسي من مكونات السياسة الخارجية، ووسائل الإعلام الدولي تعبر بشكل أو بآخر عن هذه السياسة، وقد تمثلت هذه السياسة في سيطرة الدول الكبرى على وسائل الإعلام الدولية، وبالتالي يقدم إعلام هذه الدول أفكاره وسياساته بقدراته وإمكانياته وتستطيع هذه الدول أن تهيئ الرأي العام نحو قضايا معينة.

فالإعلام الدولي أداة أساسية في يد بعض الدول تستخدمه لخدمة أغراض معينة بما يخالف التفاهم الدولي ويبعيد عن الموضوعية والدقة في تناول الأحداث كمثال على ذلك، قيام القوى الدولية في استغلال الإعلام الدولي بتوجيه حملات دعائية ضد الكتل والقوى الأخرى المنافسة.

2- المشكلة الاقتصادية :

وكانت هذه المشكلات الاقتصادية تتمثل في تركيز التقدم التقني والثروة والقوة في دول قليلة بحيث تتمكن هذه الدول بفعل عوامل القوى من تمويل الصناعات والمشاريع التي لها علاقة بالإعلام والتكنولوجيا الأمر الذي يمكنها من الهيمنة على وسائل الإعلام الدولي بما قد يضر بمصالح الدول الأخرى الأقل ثروة وتقدم، وكمثال على ذلك مشكلات تملك التكنولوجيا المتقدمة.

غير أن هناك تغيراً طرأ على نمط العلاقات الدولية الاقتصادية مؤخراً وأثر بالتالي على نمط الاتصال الدولي وأبرز هذه المتغيرات ظهور قوى صاعدة على المستوى العالمي منافسة للدول المتقدمة المصدرة للتكنولوجيا وهما الصين والهند والاتحاد الأوروبي ودول جنوب شرق آسيا وذلك لامتلاكها اقتصاداً قوياً ينمو بمعدلات عالية بما يثير الكثير من المشكلات نتيجة المنافسة والمزاومة على السيطرة الاقتصادية في قيادة العالم التي انفردت بها الولايات المتحدة الأمريكية السنوات منذ بعد الحرب العالمية الثانية (البكري، 2011: 98).

3- المشكلة الإعلامية:

التأثيرات الإعلامية هائلة، حيث تقوم الدولة صاحبة البث بتسليط الأضواء على قضايا دولية معينة دون الأخرى، وعرضها بوجهة نظر معينة للتأثير في الرأي العام العالمي، وتقوم بالتأكيد على هذه الآراء بصفة دائمة ومتكررة مما يحدث أثراً فاعلاً، ولكنه محرفاً وبعيداً عن الحقيقة.

4- مشاكل الاحتكار :

تتلخص هذه المشكلة في تركيز معظم الوسائل والتقنية والأموال اللازمة للإنتاج الإعلامي الدولي في أيدي حفنة قليلة من الدول الصناعية المتقدمة بما يلحق ضرراً بالغاً بالدول الأخرى لوقوعها تحت رحمة هذه الدول المتقدمة في كل ما يتعلق بمستلزمات الإعلام الدولي إضافة إلى أن وكالات الأنباء الدولية تنقل الأخبار والتحليلات من خلال رأي الشركات الاحتكاري الكبرى والتي تسيطر هذه الوكالات في فلكها، ومثال على ذلك قيام وكالات الأنباء الفرنسية والأمريكية والبريطانية بتقسيم المناطق فيما بينهما الأمر الذي يؤدي إلى تقسيم الحصول على الربح ويؤدي إلى عدم التوازن في نقل الأخبار والمعلومات من الشمال إلى دول الجنوب والعكس (العويني، 1990: 61).

5- الإعلام الدولي وصياغة القرارات السياسية :

تؤثر وسائل الإعلام الدولي كثيراً في أوساط النخب السياسية وأوساط الرأي العام الوطني في العديد من الدول بسبب اعتماد هذه الأوساط على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الدولية فها يتعلق بالقضايا والأحداث الدولية لذلك يمكن أن تستخدم وسائل الإعلام أجندتها الخاصة لخلق أحداث معينة من خلال التمهيد لها بواسطة التغطية الإعلامية كما حدث أثناء حرب

أمريكا في العراق وقيام أمريكا بتهئية الرأي العام الأمريكي لتلك الحرب قبل دخولها العراق وادعائها بتملك العراق لأسلحة الدمار الشامل ثم قيامها بعد ذلك بإقناع الشعب الأمريكي أنها تعمل على تحقيق الديمقراطية ونشر حقوق الإنسان في العراق ونشرها هذه الادعاءات في جميع وسائل الإعلام المحلية والدولية بما يعنى أن الإعلام الدولي هو انعكاس لقوى لدولة وإستراتيجيتها ورؤيتها وأمنها الداخلي وهذا ما توضحه التغيرات التي تحدث في العالم في السنوات الأخيرة حيث تؤثر كثيرا في الأحداث العالمية(البكري، 2011: 100).

6- مشكلات الأمن القومي :

في إطار تطور العالم إلى النظام الدولي الجديد شعر مخططو الإستراتيجية والأمن القومي بأن هناك بيئة جديدة هذه البيئة الجديدة تؤثر على ارتباطات تفاعلية عبر الحدود حيث لا تستطيع الدول إيقافها، وتؤثر في جوانب أخرى، حيث أن تأسيس البنية الجديدة للأمن القومي يعتمد على المعايير التالية:(المرجع السابق: 102).

1. إن النظام الدولي الجديد يعتمد على معيارين،

أولهما: اختلاف شكل السيطرة الدولية: وهو متعلق بتوزيع القوة داخل النظام الدولي ككل.
وثانيهما: الاختلاف في مدى السيطرة داخل الوحدة الرئيسية للنظام وهي الدولة وهو متصل بتوزيع القوة داخل النظام الدولي ككل، وتوزيع القوة داخل الدولة في حد ذاتها.

2. انخفاض مستوى السيطرة داخل الدولة على سلوك الأفراد والجماعات والعمليات والمؤسسات الوطنية، مما أدى إلى بروز اشتباك هذه التكوينات في سلوك خارجي، بحيث لا تصبح الدولة هي الوحيدة المتحكمة فيه.

3. إعادة توزيع القوة الدولية أدى إلى الاكتفاء البنائي لمنطق القوة الدولية المسيطرة بشكل حاسم وإمبراطوري، بل أصبح النظام يعتمد على ائتلافات دولية حول موضوعات بعينها قرارات محددة.

4. أسهم المعنيون السابقون في إيجاد مساحة من التفاعل الاجتماعي المؤسسي الدولي العابر للحدود أفقيا ورأسيا، وبعبارة أخرى سواء بين الدول كوحدات في النظام الدولي للقوة أو بين مستويات التنظيم الاجتماعي الدولي كالتنظيم بين المهن أو الأنشطة أو المجالات.

5. هكذا تتبع ديناميكية هذا المجال أو البيئة الجديدة للأمن القومي التي لها استقلال وهوية أمنية خاصة لم تكن معروفة أو معتاد عليها خلال الحرب الباردة.

7- مشكلة الاختلال الإعلامي:

ظهرت هذه المشكلة بعد التغيرات المهمة التي حدثت في العالم بعد التطور التكنولوجي في وسائل للاتصال وإعلام الدولي حيث أصبح وسائل الإعلام سريعة ومتاحة لجميع البشر آخذين في الاعتبار الجوانب الاقتصادية والتقدم العلمي الذي يسمح بوجود فجوة مستمرة بين الدول، وأن مشكلة الاختلال في التوازن الإعلامي، من أهم مشكلات الإعلام الدولي حيث أن مشكلة الاختلال في الأنباء والأخبار وعد التوازن في التدفق الإعلامي قائمة بين دول العالم الأول والعالم الثالث، وترجع في جوهرها إلى ضعف قدرات العالم الثالث، وعدم قدرتها على إنتاج المعلومات والبرامج وأيضاً على عدم التأثير في تدفق الأنباء والأخبار الصادرة من معظم بلاد العالم ووجود فجوة تتسع دائماً بين الدول المتقدمة والنامية، حيث تظهر المشكلة في جميع فروع وأشكال الاتصال والإعلام وهيمنة الأقوى والأكثر تقدماً تقنياً على النظام الإعلامي (البكري، 2011: 103).

خامساً: التطور التكنولوجي وانعكاساته على وسائل الاتصال والإعلام الدولي:

أدت التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلى إزالة الحدود الجغرافية والزمنية والرقابية، مما جعل من وسائل الإعلام صناعة ضخمة تتطلب إمكانات بشرية مادية وتقنية، وقد عكست هذه التطورات الضخمة التفاعلات والصراعات الدولية في إطارها المادي والمعنوي، وأصبحت السيطرة على توجهات الإعلام الدولي هدفاً رئيسياً على القوى المسيطرة على النظام العالمي، وجعلت الإنسان يعيش في صندوق صغير يتلقى فيه يومياً الآلاف من الرسائل عبر هذه التقنيات منها ما هو مفيد لحياته ومنها ما يسبب أضرار ومشاكل كثيرة لها. ففي ضوء تعدد وظائف شبكة الإنترنت وخدماتها والقنوات الفضائية وبرامجها والهواتف المحمولة وتطبيقاتها أصبح المجتمع يطلع على آخر الأخبار والمستجدات المحلية والعالمية.

1- نشأة وتطور التكنولوجي لوسائل الإعلام الدولي:

وجدت وسائل الإعلام والاتصال بوجود كائنات هذا العالم ولكنها مرت بمراحل تطور عديدة أفرزت عدة أنواع متفاوتة في الكم والمدى، وكانت تهدف دائما إلى فورية الاتصال وتوسيع دائرة المستقبلين وتحسين نوعية الرسالة، وبرزت أولى بواذر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الدولي الحديث باكتشاف العالم البريطاني (وليام ستورغون W.Sturgon) الموجات الكهرومغناطيسية، وذلك في عام (1824م) واستطاع من بعده (صمويل مور S.Morse) اختراع التلغراف عام (1837م) حيث ابتكر طريقة للكتابة تعتمد على استخدام (النقط والشرط)، وقد تم مد خطوط التلغراف السلكية عبر كل أوروبا وأمريكا والهند خلال القرن التاسع عشر، وأصبح التلغراف بعد ذلك من بين العناصر الهامة في تكنولوجيا الاتصال التي أدت في النهاية إلى وسائل إلكترونية عديدة (مكاوي والسيد، 2002: 100-102)

وفي عام (1876م) استطاع الاسكتلندي (الكسندر غراهام بيل Alexander Graha BELL) أن يخترع التلغراف لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة مستخدما تكنولوجيا التلغراف، أي سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستبدلا مطرقة التلغراف شريحة رقيقة من المعدن تهتز حين تصطدم بها الموجات الصوتية، وتحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك، وتقوم سماعة التليفون بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى إشارات صوتية تحاكي الصوت الأصلي.

وفي عام (1877م) اخترع (توماس إديسون T. Edison) جهاز الفونوغراف ثم تمكن العالم الألماني (اميل برلنغر E. Berlinger) في عام (1887م) من ابتكار القرص المسطح (Flat Disk) الذي يستخدم في تسجيل الصوت.

وساعد توماس أديسون على نشأة السينما الأمريكية ففي عام (1891م) سجل اختراع جهاز لمشاهدة الأفلام السينمائية يعمل بوضع قطعة من العملة في ثقب خاص، وكان اسم هذا الجهاز (كينيتو سكوب) ولكن الإنتاج الصناعي للأفلام بدأ بعد ذلك بثلاث سنوات، وعندما هبطت شعبية جهازه قبل (إديسون) صنع جهاز العرض الذي اخترعه (جنكنز وارمات)، تحت اسم (إديسون فيتا سكوب)، وتم أول عرض عام على شاشة في (23) مارس في أحد مسارح نيويورك ويعتبر هذا اليوم بداية السينما الأمريكية (1896م)، أي بعد عرض لوميير بثلاثة أشهر والذي كان في أواخر عام (1895م) أين شاهد الجمهور الفرنسي أول العروض

السينمائية والتي كانت صامته ثم أصبحت ناطقة سنة(1928م) (مكاوي والسيد، 2002: 103)

وفي عام(1896م) استطاع العالم الايطالي (غو غليمو ماركوني G.Marconi) اختراع الراديو أو اللاسلكي، وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة دون استخدام أسلاك، وتم افتتاح أول محطة للبث الإذاعي في أمريكا سنة(1918م) وبعدها بدأت محطات البث الإذاعي في الانتشار وكان الألمان والكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الإذاعة الصوتية المنتظمة منذ عام(1919م)، وقام الأمريكي(جورج كيري G.Carey) في عام(1975م) بأول محاولة لنقل الصور باستخدام الكهرباء من تسليط الضوء المنعكس عن الصورة على لوح مرصع بالخلايا الضوئية التي تقوم بتوليد تيارات كهربائية تتناسب مع شدة الضوء المنعكس ومن ثم يتم نقل هذه التيارات بالأسلاك إلى عدد مماثل من المصابيح الكهربائية المتراسة فتضيء راسمة بذلك ضلال الصورة الأصلية، وعمل الألماني (بول نيكو "Paul Nipkow") في عام (1884م) من هذا النظام وذلك بالتخلي عن نظام المصابيح الكثيرة واستبداله بنظام ميكانيكي لمسح الصورة، وقد بدأت أول تجارب التلفزيون في ألمانيا عام (1935م) ببث غير ملون تبعثها فرنسا في نفس السنة وبريطانيا في عام(1936م) ثم الولايات المتحدة في(1939م) مستفيدة ما سبقها من دراسات وتجارب في مجال الكهرباء والتصوير الفوتوغرافي، والاتصالات السلكية واللاسلكية (المسلمي، 2005: 302_308).

وتميز القرن الماضي باكتساب وسائل الاتصال للصفة الجماهيرية وذلك من خلال طبيعة البرامج وسعة البث وانتشاره، وأصبحت لها أهمية كبيرة وخاصة الوسائل الالكترونية (التلفزيون والراديو) باعتبارها قنوات أساسية لنقل المعلومات والأخبار، وأصبحت برامج التلفزيون تعكس قيم المجتمع وثقافته وأنماط معيشتة وعكست برامج الراديو اهتمامات الناس وقضاياهم الحالية، ومع ظهور ونجاح الصحافة الجماهيرية التي اكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين، فقد شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال (التلغراف، التلفون، الفونوغراف، التصوير الفوتوغرافي، الفلم السينمائي، ثم الإذاعة المرئية التلفزيون) (موسوعة لاروس، 2002: 46).

واستجابة لعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية، فقد أحدثت هذه المرحلة ثورة في نظم الاتصال وحولت العالم إلى قرية كونية عالمية إلكترونية يعرف الفرد فيها بالصوت والصورة والكلمة المطبوعة، كل ما يحدث وقت وقوعه إلا إن هذا الانفجار المعلوماتي جعل الإنسان العادي يعجز عن متابعة ما يحدث في العالم على مستوى الأحداث اليومية أو على مستوى التخصص العلمي والمهني، وأصبحت وسائل الاتصال الإلكترونية وفق هذا المفهوم النافذة السحرية التي نرى من خلالها أنفسنا (مكاوي والسيد، 2002: 104)

وقد شهد النصف الثاني من القرن العشرين أشكالاً لتكنولوجيا الإعلام والاتصال والمعلومات مما قزم أمامه كل ما تحقق في القرون السابقة، ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو امتزاج ثلاث ثورات مع بعضها البعض شكلت ما يسمى بالثورة التكنولوجية أو الرقمية وهي ثورة المعلومات المتمثلة في انفجار ضخم في المعرفة وكمية هائلة من المعارف المتعددة والأشكال والتخصصات واللغات، وثورة الاتصال تتجسد في تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة بدءاً بالاتصالات السلكية مرورا بالتلفزيون وانتهاءها بالأقمار الصناعية والألياف الضوئية، وثورة الحاسبات الإلكترونية التي امتدت إلى كافة جوانب الحياة وامتزجت بكافة وسائل الاتصال، وقد أطلق على هذه المرحلة عدة مسميات منها مرحلة الاتصال المتعدد الوسائط (Multimedia) ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية (Interactive) ومرحلة الوسائط المهيمنة (Hypermedias) ومرتكزاتها الأساسية هي الحاسبات الإلكترونية في جيلها الخامس الذي يتضمن أنظمة الذكاء الاصطناعي والألياف الضوئية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية (جلول، 2003: 40)

2- الانعكاسات الإيجابية للتطور التكنولوجي لوسائل الإعلام الدولية:

1- تعمل على تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق وذلك نتيجة لسعة التخزين التي تتميز بها هذه التكنولوجيا (عبد الحميد، 2007: 52).

2- عملت تكنولوجيا الإعلام والاتصال على زيادة في سرعة إعداد الرسائل الإعلامية وفي القدرات العالية من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة (من مطبوعة إلى مرئية ومن

مرئية إلى مطبوعة) وفي القدرة على نشرها وتوزيعها وتخطي حاجزي الزمان والمكان(محمد وآخرون، 2002: 28).

3- ظهور الحاسب الشخصي والتوسع في استخداماته، حيث يتيح العديد من الخدمات والمعلومات، سواء للاستخدام الشخصي أو الاستفادة من المعلومات المقدمة في الشبكة، كما يحتوي هذا الحاسب على برامج عديدة من بينها النشر المكتبي والصحفي وقواعد البيانات والبريد الإلكتروني... الخ (البكري، 2003: 26).

4- كما يستخدم الحاسب في التعليم وانتشار الإستراتيجيات الخاصة بتوظيف برامج الحاسب في التعليم واعتماده في التعليم الفردي والذاتي، الذي يقوم على تصميم وانتاج برامج التعليمية ونسخها على (CD) للاستفادة منها في التعليم الفردي والذاتي.

5- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الواقع الرقمي، حيث أصبح فيها الفرد يكون صداقات وحوارات مع أشخاص لا يعرف عنهم شيئاً سوى تواجدهم على الشبكة أو تعاملهم عبر البريد الإلكتروني، وتجمعهم ثقافات مختلفة وهذا ما أنشأ المجتمع الافتراضي، حيث أصبحت هناك مجموعات لها نفس الأفكار والثقافة وتجمعها القيم الإنسانية أكثر من أي شيء آخر(عبد الحميد، 2007: 54).

6- قدمت التكنولوجيا الحديثة من خلال الأجيال الجديدة للهاتف والفاكس فرصة المشاركة في الندوات من خلال طرح التساؤلات والمناقشات لعدد من المواضيع، واتسعت دائرة التعليم عن بعد أو المفتوح التي بدأت في الجامعات، وتقديم المحاضرات من خلال الانترنت.

7- ظهور العديد من خدمات الاتصال الجديدة مثل الفيديو تكس والتيلتكس والبريد الإلكتروني والأقراص المدمجة الصغيرة (CD) التي يمكن أن تخزن مكتبة عملاقة على قمة مكتب صغير(محمد وآخرون، 2002: 29).

8- بجانب المواقع الإعلامية المعروفة على شبكة الانترنت، تقوم الآلاف من المواقع الأخرى التي تقدم الخدمة الإعلامية، حول الوقائع والأحداث التي تتم في العالم وكتابة التقارير الإخبارية والتعليق عليها في إطار الخدمة الإعلامية المتكاملة هذه المواقع(عبد الحميد، 2007: 56).

3- الانعكاسات السلبية للتطور التكنولوجي لوسائل الإعلام الدولية:

ساهمت التكنولوجيا الحديثة في خلق العديد من المشاكل في حياة البشر منها ما تسبب مخاطر بيئية، ومن هذه المخاطر:

1- الفجوة المعرفية بين الدول المالكة لتكنولوجيا والمستوردة لها، مثل ما يحدث بين الدول الأوروبية والعربية.

2- ونتيجة لفجوة معرفية احتمال حدوث العزلة الثقافية والدينية والعرقية التي يمكن أن تؤدي إلى صراعات محلية نتيجة التهميش الذي تعاني منه الدول العربية لعدم مشاركتها في الثورة التكنولوجية الإعلامية.

3- تتجسد خطورتها في تفكيك الثقافات المحلية والغزو الثقافي والإفساد الثقافي الذي يحدث في العالم، حيث أصبحت الثقافة موحدة عالمياً يعني لوجود لهوية أو ثقافة وطنية بل صبغت كلها بالثقافة العالمية المتداولة.

4- تكريس وإشاعة قيم الاستهلاك الغربي وفرض نموذج الثقافي الغربي وترسيخ قيم الامتثال والقضاء على التنوع الثقافي للمجتمع، وهذا ما تسعى إليه كل الدول الكبرى (منصر، 2012: 65).

4- تأثيرات تكنولوجيا الإعلام الجديد في وسائل الاتصال وفي الجمهور:

(الشيخاني، 2010: 468)

أثرت التطورات التكنولوجية للإعلام الجديد في الاتصال الجماهيري ولا سيما وسائله وفيه عملية مستمرة متصلة ذات أطراف متعددة، ويمكن رصد بعض التأثيرات التي أحدثتها التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام الجديد على وسائل الاتصال في الجوانب الآتية:

1- تكنولوجيا الإعلام الجديد لم تلغ وسائل الاتصال القديمة، ولكن طورتها بل غيرتها بشكل ضخم، فقد تغيرت الجرائد والمجلات بظهور مستحدثات جديدة في مجال صف الحروف وتوضيبيها، وفي نظم الطباعة ونظم إرسال الصفحات عبر الأقمار الصناعية مما أثر في أساليب التحرير والإخراج والإنتاج بشكل عام وكذلك شهدت صناعة السينما تغييراً شاملاً بظهور (السينما الإلكترونية) التي تعتمد على التقنيات الرقمية في إعداد المشاهد واللقطات الفنية.

كما تغير التلفاز بعد ظهور البث المباشر بالأقمار الصناعية، والتلفاز الكابلي، والتلفاز عالي الوضوح، والتلفاز الرقمي. فكل تكنولوجيا اتصالية جديدة جاءت لتطور تكنولوجيا سابقة قديمة كانت تعدّ أساساً امتداداً للحواس الإنسانية (السمع، البصر)، وذلك على مستويات الاتصال كلّها.

ومن خلال ما سبق يمكننا القول: إن التكنولوجيا الاتصالية الراهنة بوسائلها الاتصالية المختلفة لم تقضِ على التكنولوجيات القديمة بوسائلها المختلفة، بل إنها شكلت امتداداً طبيعياً وتطويراً لهذه الوسائل القديمة. (الشيخاني، 2010: 470)

2- أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد أيضاً إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة التي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل فجريدة (الشرق الأوسط) أصبحت جريدة إلكترونية بكل ما تحمله هذه الكلمة من معنى فهي تستخدم الأقمار الصناعية لإرسال صفحاتها إلى (12) مدينة حول العالم، وتستخدم الحاسوب (الكومبيوتر) في عملياتها كلّها، بل يمكن قراءتها مباشرة على شبكة الإنترنت.

اندمج التلفاز وشبكة الإنترنت أيضاً بشكل تشير التوقعات إلى أنه سيكون اندماجاً كاملاً في القريب العاجل، فجهاز التلفاز أصبح يستخدم لمشاهدة برامج التلفاز وفي الوقت نفسه الإبحار في شبكة الإنترنت وإرسال واستقبال رسائل البريد الإلكتروني. كما أن جهاز الحاسوب (الكومبيوتر) أصبح بالإمكان استخدامه كجهاز استقبال لبرامج التلفاز والراديو. وشركات الكابل أصبحت تعتمد بشكل متزايد على الأقمار الصناعية في بث برامجه.

ونرى اليوم منتجي برامج التلفاز يقدمون لزيائهم عروضاً كانت تقدمها ومازالت الصحافة المكتوبة، هذه هي حال شبكة (C. N. N) الأمريكية التفاعلية التابعة لشبكة (C. N. N) العالمية التي تقدم لمستخدمي شبكة الإنترنت نسخاً مفردة لصحيفة مرئية تجمع بين ميزات الصورة الثابتة والصورة الحية والنص، وهكذا نجد أن وسائل الإعلام الجماهيري الحالية جميعها أصبحت وسائل إلكترونية بشكل أو بآخر. (المرجع السابق: 468)

3- أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بالطابع الدولي أو العالمي إذ أحدثت الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الإعلام الجديد طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي أو عالمية الاتصال، بحيث أصبح التعرض لوسائل الاتصال الدولية جزءاً من نسيج الحياة اليومية

للمواطن بما يمكن أن يحدثه هذا من آثار تتصل بإدراكه واتجاهاته وقيمه، الأمر الذي ينعكس على توجهات الرأي العام وما يتعرض له صناع القرار من ضغوط.

4- إن الأخبار كأبرز محتويات وسائل الاتصال قد أفادت بشكل كبير من التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام الجديد، مما أدى إلى زيادة فاعلية وسائل الاتصال لمهامها الإخبارية على الصعيد الدولي، وتتمثل أبرز مجالات الإفادة الإخبارية من تكنولوجيا الإعلام الجديد في الجوانب الآتية: (الشيخاني، 2010: 469)

أ_ السرعة في تغطية الأحداث:

فقد مكنت التطورات التكنولوجية الحديثة من اختصار المسافة الزمنية بين الحدث وانتشاره كخبر، وألغت الفواصل الدقيقة بين مراحل نشر الخبر الثلاث وهي مرحلة اندلاع الخبر، ومرحلة بث الخبر، ومرحلة التشبع الإخباري، وقد تم هذا من خلال تغطية الأخبار ونقلها فور وقوعها.

حيث أعطى البث المباشر أهمية متزايدة للصورة إلى درجة أن الأخبار المصورة تأتي في الدرجة الأولى في طليعة نشرة الأخبار والموجزات الإخبارية في حين أن أخباراً أخرى غير مصورة وذات مدلول أكبر يكون مصيرها الإهمال.

ب_ توسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافياً:

لأن وسائل الاتصال لم تعد تعاني من تغطية أحداث تقع في مناطق جغرافية نائية سواء داخل الدولة أو خارجها، ولم تعد المسافة عائقاً في عملية الاتصال والتواصل بفضل التسهيلات التي قدمتها تكنولوجيا الإعلام الجديد.

ج _ توسيع عدد قنوات الأخبار وزيادة سعة كل قناة حتى في البلدان التي تعاني من ضعف في الإمكانيات والتجهيزات التكنولوجية، وبذلك أصبحت وسائل الإعلام أمام كم هائل من الأخبار الأمر الذي يتيح لها حرية اختيار أوسع.

د_ تحسن الأداء المهني للوظيفة الإخبارية وتطويره من خلال إمكانية الاتصال ببنوك المعلومات وشبكاتنا للتزود بالمعلومات الخلفية للأخبار.

هـ - استحداث وسائل وقنوات إخبارية جديدة تماماً ومختلفة عن الوسائل والقنوات التقليدية مثل (أنظمة النصوص التلفازية) و(الجرائد والمجلات الإلكترونية).

و- ارتفاع نسبة القيم الإخبارية في الأخبار ولاسيما القيم الجادة منها، كارتفاع نسبة عنصر الجودة والمصلحة والتوقيت والضخامة والتشويق والصراع والمنافسة والتوقع والشهرة سواء في أخبار الصحافة المكتوبة أو الأخبار الإذاعية والتلفازية.

5_ اختلال التغطية الإخبارية بين دول الشمال ودول الجنوب:

إن تقنيات المعلومات المتطورة التي تشكل أساس الانفجار الاتصال أو الثورة الاتصالية جاءت نتيجة طبيعية للتفوق العلمي والتكنولوجي والتقني في الغرب، مما أدى إلى احتكار (دول الشمال) لصناعة تقنيات المعلومات والاتصال والإعلام. هذا الاحتكار يتمثل بامتلاكها هياكل البنية الأساسية المتعددة لبناء صرح هائل للإعلام يمكنها من الحصول على الأخبار وإعادة صياغتها وإنتاجها وإعادة صياغتها وتحليلها ونشرها فوراً من خلال أشكال متعددة لوسائل الاتصال الجماهيري. وفي الجانب الآخر من العالم (دول الجنوب) نجد المشهد مختلفاً تماماً، فمعظم هذه الدول تعاني من ضعف كبير في البنى التحتية يتمثل بندرة المعرفة التكنولوجية المعلوماتية وضعف وسائل الاتصال وندرة الإمكانيات البشرية المؤهلة إلى جانب الرغبة في التقليد والمحاكاة كنوع من الوجهة الاتصالية التي تجعلها تعتمد على التكنولوجيا الأجنبية في مجال الإعلام والاتصال.

6_ التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام الجديد خاصة في مجال الإرسال والاستقبال التلفازي وشبكة الإنترنت كان لها آثارها في بعض الوسائل الأخرى كالسينما والصحافة.

فقد فرضت وسائل الإعلام الجديدة على الصحافة ولاسيما التلفاز وشبكة (الإنترنت) تغييرات عديدة من أهمها: (الشيخاني، 2010: 470)

أ. إعطاء أهمية أكبر للعناصر المرئية في إخراج الصحيفة.

ب. تأثر الأساليب التحريرية ذاتها بالخطاب التلفازي وميزات السرعة والإيجاز بحيث أصبحت قراءة الصحيفة قراءة سريعة.

ج. اهتمام موضوعات الصحافة المكتوبة بقضايا التلفاز وبرامجه حيث يصور التلفاز "كمراً للعالم" وكتجربة مؤكدة لكل مواطن.

د. الحضور الإلكتروني من خلال النشرات الإلكترونية التي تعرضها الصحافة المكتوبة لقرائها على شبكة الإنترنت.

7_ إن النمط أو الشكل الإنتاجي العام والمسيطر الذي كان يميز التطورات التكنولوجية السابقة هو ظهور مراكز توزيع على نطاق واسع من مصادر مركزية محددة إلى أعداد من الجماهير لا ترتبط بوحدة زمانية ومكانية. أما النمط الحالي للاتصال الجماهيري في إطار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الراهنة فيتميز بالتوجه إلى جماهير قليلة العدد محددة جغرافياً من خلال مراكز إقليمية مختلفة توازن بين المركز والأطراف، أي أن نمط الإعلام الجديد الآن قد أصبح يميل إلى الإقليمية ويقضي على سيادة المركز في عملية التدفق الإعلامي.

سادساً: المبادئ والنظم الحاكمة لحرية الإعلام والاتصال الدولي:(مركز الدراسات الإستراتيجية، 2016: نت)⁽¹⁾

1- ميثاق الأمم المتحدة:

والذى تم توقيعه في (26) يونيو(1945م) وتم العمل به بدءاً من (24) أكتوبر (1945م) والذي ينص في مادته الأولى على أن الأمم المتحدة تسعى لتحقيق التعاون الدولي وتشجيع احترام حقوق الإنسان وتوفير الحريات الأساسية للجميع بدون تمييز على أساس العرق أو الجنس أو اللغة أو الدين أما المادة رقم (55) فتتص على أن الأمم المتحدة يجب أن توفر الاحترام الدولي لحماية ومراقبة حقوق الانسان والحريات الأساسية كما تنص الفقرة رقم (58) على إنشاء لجنة لحماية حقوق الانسان.

2- دستور اليونسكو (1945):

أشار دستور اليونسكو الصادر في (16) نوفمبر (1945م) في الفقرة السادسة منه إلى أن أعضاء المنظمة يؤمنون بأهمية تطوير وزيادة وسائل الاتصال بين شعوبهم، وتوظيف هذه الوسائل لأغراض التفاهم والمعرفة التامة لبعضهم البعض، وقد عبرت الفقرة الأولى من الدستور بشكل أكثر وضوحاً عن حرية تدفق المعلومات كما ذكرت أن على المنظمة أن تضطلع بالآتي لتحقيق هذا الهدف:

1- تنمية التعاون لتحقيق المعرفة والتفاهم المشترك بين شعوب العالم باستخدام كل وسائل الاتصال الممكنة.

(1)<http://www.khayma.com/education-technology/Study9.htm> (22/12/2016)

2- دعم وتطوير نشر المعارف والمعلومات من خلال التعاون بين الأمم في مجالات الأنشطة الفكرية والثقافية.

3- الإعلان العالمي لحقوق الإنسان:

تنص المادة (19) في الإعلان على أن حرية الرأي والتعبير مكفولة لكل فرد ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء والمعلومات والبحث عنها واستقبالها وإرسالها من خلال أي وسيلة دون التقيد بأية حدود دولية.

وتجدر الإشارة أيضا إلى أن الإعلان أشار إلى حماية هذه المادة عبر القواعد القانونية على مستوى كل دولة، من ناحية أخرى فإن هذه الحقوق والحريات لا تتعارض مع أهداف ومبادئ الأمم المتحدة.

4- الاتفاقية الدولية للحقوق السياسية والمدنية:

التي صدرت بالإجماع عن الأمم المتحدة في (18) ديسمبر عام (1966)، وبدأ العمل بها في (23) مارس (1967م) وفيها تنص فقرات رقم (18)، (19)، (20) على حرية المعلومات والتفكير وإعادة التأكيد على حظر أي دعاية ضد الأديان أو التمييز العنصري أو القوميات.

5- إعلان مبادئ التعاون الثقافي الدولي:

وقد تبنته الجمعية العامة للأمم المتحدة بالإجماع في (4) نوفمبر (1966م) في احتفال المنظمة بمرور عشرين عاماً على تأسيسها وتنص الفقرة الأولى من الإعلان على أن ثقافة كل دولة لها كرامتها وقيمتها واحترامها التي يجب تقديرها والمحافظة عليها وأن كل شعب له حق وعليه واجب تنمية هذه الثقافة.

6- إعلان المبادئ الموجهة لاستخدام البث المباشر بالأقمار الصناعية:

جاء هذا الإعلان لتحقيق حرية تدفق المعلومات وانتشار التعليم وتعظيم التبادل الثقافي، وقد صدر هذا الإعلان عبر منظمة اليونسكو في (15) نوفمبر (1972م)، وقد بنى هذا الإعلان وفق قواعد القانون الدولي، وخاصة ميثاق الأمم المتحدة، ومعاهدة الفضاء الخارجي وأشار الإعلان إلى أن فائدة البث عبر الأقمار الصناعية يجب أن يكون متاحا لكل الدول بدون تمييز وبغض النظر عن درجة نموها، وتنص الفقرة الثانية من الإعلان على أن البث بالأقمار

الصناعية يطرح وسائل جديدة لنشر المعرفة وتنمية مفاهيم متبادلة بين شعوب العالم، وتشير الفقرة الرابعة منه إلى ضرورة احترام الخصوصية الثقافية للمجتمعات المختلفة.

سابعاً: البيئة القانونية الموجهة لوسائل الإعلام الدولية: (حافظ، 2011: 108)

تشير قراءة القانون والعرف الدولي إلى مجموعة من القواعد التي يتحتم على وسائل الإعلام الالتزام بها منها

- 1- لا يجب استخدام وسائل الإعلام الدولي للدعاية للحرب أو العدوان أو التشجيع عليه.
- 2- يحظر على وسائل الإعلام الدولي التدخل في شئون دولة أخرى.
- 3- يحظر على وسائل الإعلام الدولي الدعوة للتمييز العنصري أو سيادة جنس على آخر.
- 4- على وسائل الإعلان أن تمتنع عن التحريض ضد أي جماعة ذات طابع قومي أو عرقي أو ديني.
- 5- على وسائل الاعلام أن تمارس دوراً إيجابياً في تطوير ثقافة السلام.
- 6- تتمتع كل الشعوب بحقوق متساوية فيما يتعلق بحقها في الحصول على المعلومات واستقبالها ونشرها بكل الوسائل الممكنة.
- 7- تتمتع كل الشعوب بسيادة متساوية لإنشاء بني الاتصال الخاصة بها.
- 8- يجب على كل دولة أن تسوى نزاعاتها الخاصة بالإعلام، والاتصال بالطرق السلمية عبر التفاوض والوساطة والتحكيم دون اللجوء إلى العدوان العسكري.
- 9- يتحتم على دول العالم التعاون في مجالات الاتصال الدولي أياً كانت درجة الاختلافات بينها ويشمل ذلك تكنولوجيا الاتصال والتدريب المهني وغيرها.
- 10- تلتزم كل الدول مخلصاً بالالتزام بميثاق الأمم المتحدة والمواثيق الدولية المنظمة للإعلام.
- 11- على وسائل الإعلام في كل دول المجتمع الدولي أن تمتنع عن بث مضامين إعلامية معينة خاصة تلك المتعلقة بالدعاية من أجل الحرب أو تشجيع العدوان أو الاستعمار بأي صورة من الصور.

المبحث الثالث

وسائل الإعلام الدولي

❖ **وكالات الأنباء العالمية**

❖ **الصحف والمجلات الدولية**

❖ **الإذاعات الدولية**

❖ **القنوات التلفزيونية**

❖ **أدوات الإعلام الجديد**

❖ **السينما العالمية**

المبحث الثالث

وسائل الإعلام الدولي

تمهيد:

يعتبر الإعلام الدولي أحد النواذ المهمة للدولة على الصعيد الدولي، ووسائل الإعلام الدولية قديمة حيث مارست الحضارات الإنسانية الإعلام الدولي بأشكال مختلفة حسب تطور الوظيفة الاتصالية في تلك الحقب، واستغلت الإمكانيات المتاحة في تلك المرحلة من اتصال شخصي أو الاتصال بأنواعه المختلفة، ومن أجل تحديد الوسيلة الإعلامية الدولية عن غيرها من الوسائل، فقد وضع الخبراء في مجال الإعلام الدولي ثلاثة شروط لاعتماد وسائل الإعلام الدولية: (الدليمي، 2001: 251)

1- الانتشار والقدرة للوصول.

2- اللغة والقدرة على المخاطبة.

3- المحتوى والمضمون ومدى الملاءمة للآخر.

وهذا المبحث يتناول أهم وسائل الإعلام التي تتمثل في (وكالات الأنباء العالمية _ الصحف والمجلات الدولية _ الإذاعات الدولية _ الفضائيات الدولية) بالتفصيل.

أولاً: وكالات الأنباء العالمية:

تعد وكالة الأنباء العالمية وسيلة من وسائل الإعلام غير المباشرة تصل إلى الجمهور من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية المعروفة، وكما تعتبر المصدر الرئيسي الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام وتقتبس منه الأخبار والمعلومات إضافة إلى أنها الممول الرئيسي لهذه الوسائل بالمادة الإخبارية على اختلاف أنواعها وأشكالها، وتقوم بدور عالمي في نقل وتبادل الأنباء عبر القارات (أبو عرجة، 1996: 17).

كما أنها تمثل أداة أساسية في تشكيل الرأي العام العالمي حيث ترى الشعوب عن طريقها الأحداث والوقائع والقيم.

تعريف وكالة الأنباء العالمية:

تعرف وكالة الأنباء العالمية بأنها الجهاز الذي يتولى استقاء الأخبار من مصادرها الأساسية في مناطق متفرقة من العالم، وتوزيعها على الصحف والإذاعات المرئية والمسموعة بأجهزتها الخاصة، وهي أيضاً منظمة تمد الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون وبعض الجهات الأخرى بالتقارير الصحفية وهي لا تنشر الأخبار بنفسها وإنما تمد مشتركها بالأخبار (مزهرة، 2013: 160).

وعرفت (اليونسكو) وكالات الأنباء الدولية بأنها الوكالة التي تستخدم شبكة من المراسلين لجمع الأنباء في عدد كبير من البلاد، وتستخدم موظفين في مراكزها الرئيسية لتحرير هذه المواد الإخبارية العالمية، بالإضافة للأخبار المحلية وإرسالها بأسرع ما يمكن إلى كل من:

1. مكاتب الوكالة في الخارج للتوزيع المحلي على الجرائد ومحطات الإذاعة.
2. الوكالة المحلية المتعاقدة معها.
3. الجرائد والمحطات الإذاعية والتلفزيونية وغيرها بالخارج والمشاركين فيها مباشرة (سكريبه، 1998: 54).

العوامل التي ساهمت في نشأة وتطور وكالات الأنباء وهي:

1- العوامل التكنولوجية:

إنشاء نظام البريد، تطور وسائل النقل البحرية والبرية، اختراع التلغراف، اختراع الراديو والتلفاز.

2- العوامل الاجتماعية والاقتصادية:

التمويلات اللازمة لإنشاء المشروعات التي تتعلق بالصحافة، توافر قاعدة علمية، تركز الكثافة السكانية بالمدن.

3- عوامل تتصل بتطور الصحافة المطبوعة:

انتشار المطابع بالمدن، رواج النشرات الإخبارية المطبوعة، ظهور صحافة رخيصة الثمن، ظهور مفهوم السبق الصحفي، ازدهار الصحافة (الدليمي، 2011: 59).

دوافع قيام وكالات الأنباء:

كانت هنالك حاجة لإنشاء وكالات الأنباء وهي:

- 1- بطء نظام جمع الأخبار.
- 2- بطء نظام نقل الأخبار.
- 3- ارتفاع التكلفة المالية للحصول على الخبر.
- 4- تنوع مصادر الأخبار (الدليمي، 2011: 53).

الأسباب التي جعلت وسائل الإعلام تلجأ إلى وكالات الأنباء:

- 1- وسائل الإعلام غير قادرة على جمع الأخبار من كافة أنحاء العالم.
- 2- وكالة الأنباء تقوم بجمع الأخبار ونقلها لوسائل الإعلام بشكل أسرع وبتكلفة أقل (المرجع السابق: 54).

مشاكل وكالات الأنباء العالمية:

وفي ما يلي أهم مشاكل التي تعاني منها الدول على الساحة الدولية:

1. اختلال في التوازن الإخباري الاختلال الكمي:

تعاني الدول النامية وخاصة في الوطن العربي من الاختلال الإعلامي المتمثل في الخلط الحاصل في عملية التدفق الإعلامي من الدول المتقدمة إلى الدول النامية أي أن كل ما يكتب ويذاع يصدر من الدول المتقدمة يرسل إلى الدول النامية، وقد لعبت وكالات الأنباء الدولية (رويترز والأسوشيتد برس) دوراً رائداً في هذا المجال، فالدول النامية تدعو إلى إيجاد نظام إعلامي جديد يعتمد على عملية التوازن في التدفق الإخباري (المقدادي، 2013: 22).

وقد ركزت (اليونسكو) على طبيعة المشكلات التي تعاني منها دول العالم الثالث في مجال الاتصالات بأن هذه المشكلات تتمثل في:

1- ندرة الموارد المالية التي تعاني منها الدول النامية بصفة عامة ومواردها الاتصالية بصفة عامة.

2- نقص الكوادر الفنية المؤهلة في مجالات الاتصال والإعلام العديدة.

- 3- انخفاض القدرة الإنتاجية للدول النامية في مجال معدات وأجهزة الاتصال.
- 4- نقص المعلومات التي يمكن الاعتماد عليها والمناسبة للمستهلكين المتوقعين في الدول المتقدمة.
- 5- استعداد غير كاف من الدول المتقدمة لمساعدة الدول النامية في تطوير بنائها الأساسية في مجال الاتصال، حيث لم يحظ هذا المجال بالأولوية المناسبة في ميدان التعاون الدولي (البكري، 2011: 300).

2. الاختلال في المضمون:

ويقصد به الحذف والتشويش وتفسير الأخبار بغير مدلولاتها، وتنقسم أشكال تشويش الأخبار والمعلومات إلى: (البكري، 2011: 304)

1- معلومات يشوهها مصدرها عن عمد:

فقد تتولى وكالات الأنباء ووسائل الاتصال نقل أنباء صادرة مشوهة أو محرفة أصلاً عن مصدرها ولا تقع مسؤوليتها على أية وكالة أو وسيلة اتصال، وليس في مقدورها أن تثبت من صحة وصدق كل ما تحصل عليه من أنباء.

2- معلومات تشوهها الوكالات عن عمد:

وتعترف وكالات الأنباء بأنها تنقل أنباء محرفة في بعض الأحيان ، ولكنها تنفي أنها تحرفها عن عمد، ولابد من التركيز على أن وكالات الأنباء الدولية كغيرها من وسائل الاتصال في العالم تنقل الأنباء بطريقة معينة خدمة لمصالح معينة ، ولكن مع الأخذ في الاعتبار أنه ليس كل البرقيات محرفة .

3- معلومات تشوه عن غير عمد لأسباب سيكولوجية ومهنية: ويرجع ذلك لسببين :

- أ. أن هذا النوع من التحريف يلزم طبيعة عمل الوكالات ووسائل الاتصال على النطاق الدولي .
- ب. أنه يوصف خطأ بأنه تحريف متعمد أو قصور متعمد في الخدمات الإخبارية التي تقدم لدول العالم الثالث. (المرجع السابق: 306).

أنواع وكالات الأنباء العالمية:

على الرغم من كثرة وكالات الأنباء الدولية وأهميتها كجزء من الاتصال الإعلامي الدولي، فهي تلعب دوراً رئيسياً وحاسماً في التأثير على الرأي العام العالمي بمختلف اتجاهاتها وانتماءاتها وظروفها الاجتماعية والثقافية والنفسية فالיום توجد أكثر من مائة وعشرين وكالة أنباء تنتشر بين قارات العالم إلا أنه لم يكتب لها الاستمرار بسبب ظروف تنافسية ودولية، ولم يبق منها سوى خمس وكالات دولية والبعض يقلصها إلى أربع وكالات فقط، استطاعت البقاء والسيطرة على نقل الأخبار في كل مناطق العالم، وتم الاتفاق فيما بينها على تقسيم العالم إلى مناطق نفوذ بينها، وتتمركز وكالات الأنباء في الدول الصناعية المركزية (مزاخرة، 2013: 179).

ويتناول الباحث وكالات الأنباء العالمية الأربع الكبار التي سيطرت وتحكمت بالمعلومات والأخبار بما يخدم مصالحها ومصالح دولها وهي: وكالة الأنباء الفرنسية (A F P)، وكالة رويترز البريطانية (R)، وكالة أسوشيتد برس الأمريكية (A P)، وكالة يانيتد برس انترناشيونال الأمريكية (U P I).

أولاً: وكالة الأنباء الفرنسية هافاس (AFP):

تعتبر هذه الوكالة أقدم الوكالات العالمية من حيث النشأة فقد تأسست في عام (1835م)، وقام بتأسيسها (شارل لوي هافاس) وهو يهودي الجنسية من أصل برتغالي واستمرت حتى الحرب العالمية الثانية إلا أن هذه الوكالة سقطت في يد الألمان (1940م) عند غزو فرنسا وتحولت الوكالة إلى جهاز للدعاية النازية (البكري، 2011: 288).

وقد عاودت نشاطها بعد أن تحررت فرنسا من سيطرة ألمانيا عام (1944م)، ومركزها الرئيسي باريس، وكانت الوكالة في بادئ الأمر مدعومة من قبل الحكومة الفرنسية إلا أنها استقلت كلياً عن الدولة عام (1957م)، إلا أن الدولة بقيت تمويل (60%) من ميزانية الوكالة، وأصبح يشرف على إدارتها مجلس يمثل الصحف والإذاعة والشعب إضافة إلى ممثل عن الوكالة نفسها (مزاخرة، 2013: 180).

كما استخدمت التكنولوجيا الإلكترونية المتقدمة في عمليات ضخ الأخبار إلى العالم لتصبح امبراطورية منافسة لوكالات الأنباء الأخرى، وتشمل اهتمامات الوكالة الفرنسية (هافاس)

العديد من الموضوعات السياسية والاقتصادية والدبلوماسية والثقافية والتجارية والرياضية الدولية بواسطة شبكة من مراسليها في كل قارات العالم (المقدادي، 2013: 142).

وتقدم هذه الوكالة خدماتها بخمس لغات هي الفرنسية والألمانية والعربية والإسبانية والإنكليزية ولها (12.500) ألف مشترك (187) مكتباً منتشرة في العديد من دول العالم ويبلغ معدل بثها اليومي مليوني كلمة (Mcp hail, 2013: 287).

ثانياً: وكالة رويترز البريطانية (R):

يعود تاريخ تأسيس وكالة (رويتزر) إلى أكتوبر (1851م) عندما افتتح المهاجر الألماني (بول جوليس رويتر) مكتباً له في لندن، وتشرف على إدارتها أربع جمعيات للاتحادات الصحفية وهي جمعيتا: مالكي الصحف البريطانية ووكالة الصحافة المتحدة الأسترالية ووكالة الصحافة النيوزيلاندية ووكالة برس أسوشيتد لضمان عدم وقوعها تحت سيطرة الحكومة وتضم (4) أربعة أقسام رئيسية هي (قسم الخدمات العالمية - قسم وسائل الإعلام - قسم أمريكا الشمالية - القسم الاقتصادي)، وتقوم الوكالة بجمع الأنباء والمعلومات وتوزيعها وتعتمد على مراسلين متمرسين يقومون بجمع الأنباء وتستخدم آلاف الصحفيين والمراسلين في معظم دول العالم (Mcp hail, 2013: 279).

في البداية لم تعتمد الصحف على مكتب رويترز الإخباري؛ لاعتمادها على مجموعة من المراسلين والمندوبين ففي عام (1859م) فقد أقبلت الصحف على الاشتراك في وكالته بعد أن تمكن من بث خطاب لهم (نابليون) الثالث من مركز وكالته واشترط رويترز على المشتركين أن يذكروا اسمه كمصدر للأخبار التي يأخذونها عن وكالته.

ركزت الوكالة في بدايتها على النواحي الاقتصادية حيث قامت بنقل أخبار ومعلومات أسواق المال بين لندن وباريس ثم توسعت بعد ذلك لتنتقل الأخبار الاقتصادية والعامة إلى كل أنحاء العالم، وحققت النجاح في تغطياتها الإخبارية (المقدادي، 2013: 139).

ساعدت التطورات التكنولوجية في توسيع خدمات الوكالة الموجهة إلى الخارج مثل التلغراف وظهور الراديو مما أكسبها البعد الدولي.

في عام (1960م) بدأت (رويترز) في شراء أسهم شركة الأخبار التلفزيونية العالمية فيز نيوز (Vis News) وفي عام (1992م) اشترت الشركة بالكامل، وبذلك أصبحت صاحبة أهم مصدر دولي للأخبار التلفزيونية (280: Mcphail, 2013).

وتوجه (رويترز) برامجها وأخبارها إلى (1.5) بليون شخص يومياً وتقدم خدماتها إلى الجمهور عن طريق أنظمة الاتصال الفضائي والأرضي.

وتزود وكالة (رويترز) بالمواد الصحفية أكثر من (150) بلداً وتنتشر أخبارها بشكل منتظم ولديها (4100) مشترك وعدد مكاتبها (163) مكتباً موزعة في العديد من دول العالم فيما يبلغ بثها اليومي خمسة (5) ملايين كلمة.

تنتشر الوكالة قرابة (10.000) قصة إخبارية يومياً كما تقدم خدماتها الإخبارية والمعلوماتية إلى قرابة (140) موقعاً إلكترونياً من المتوقع متابعته من قبل (10.9) مليون مستخدم في الشهر الواحد (281: Mcphail, 2013).

ويعتمد موقف وكالة رويترز كمؤسسة أخبار دولية رائدة على أربعة عناصر للقوة هي:

- 1- شبكة أخبار ومعلومات دولية تعرف بسرعتها ودقتها وحالتها واستقامتها وعدم تحيزها.
- 2- شبكة اتصال متطورة باستمرار وخط إنتاج يتميز بالجودة والاتساع.
- 3- دعم مالي شامل لتغطية الأوقات والأحداث الراهنة وتوفير المعلومات التاريخية المطلوبة.
- 4- سمعة دولية معترف بها إلى جانب تطورات وتطبيقات تكنولوجية متواصلة (280: Mcphail, 2013).

وفي عام (2008م) بيعت رويترز إلى شركة (طومسون) في (تورونتو) كندا شركة تكتل إعلامي تقدم الخدمات المالية في صورة بيانات ومعلومات وأعيد هيكلة الشركة المندمجة إلى قسمين قسم مهني (الأخبار، والمعلومات)، وقسم الأسواق (القانون الضرائب الرعاية الصحية)، واتباع الملاك الجدد المبادئ الأساسية نفسها التي كانت تتبناها وكالة رويترز منذ النشأة، وأعيد توطين وحدات (رويترز طومسون) من مراكزها الرئيسية في لندن وواشنطن إلى الهند لتوفير الأموال (الخزامي، 2012: 398).

ويرى الباحث أن وكالة (رويترز) من أكثر الوكالات تغطيةً للأحداث حول العالم فهي رائدة من بين الوكالات العالمية في استثمار التقنيات الحديثة، وتبنيها مبادرات جديدة للتعامل

مع المعطيات الإعلامية العالمية، ومواكبة توجهات السوق واهتمامات الجمهور العام، فقد اتخذت وكالة (رويترز) بعض الخطوات التي تبنتها الوكالة في هذا المسار:

1. من المؤكد أن وكالات الأنباء العالمية ستأخذ في اتجاهاتها الجديدة المنافسة على الجمهور العام وسيصبح الفرد العادي هو أحد مناطق المنافسة مع وسائل الإعلام الأخرى مثل محطات التلفزة والإذاعة والصحافة وتعمل وكالة (رويترز) بشكل خاص على نشر خدماتها الإخبارية إلى المشتركين في الجولات لإبلاغهم بأهم الأخبار والأحداث العالمية وخاصة الطارئة والهامة على الصعيد الدولي. فنظير اشتراك شهري لا يتعدى ثلاثة دولارات (أمريكية) يمكن إرسال أهم عناوين الأخبار بمعدل عدة أخبار في الأسبوع.

2. تعمل وكالة (رويترز) على تقديم خدمات متخصصة في المجال الذي يرغبه المشترك من خلال خدمات الجوال، وهذا ما يمكن تسميته بالخدمات المعلوماتية المتخصصة.

3. كما أن اتجاه (رويترز) هو تقديم خدمات مرئية (لقطات فيديو) بالتعاون مع كبرى شركات الاتصالات (Vodafone) حيث يمكن تقديم لقطات مرئية من الأحداث والأخبار إلى العملاء المشتركين عبر الجوال - أكثر من عشرين لقطة فيديو - إضافة إلى معلومات مالية وغيرها بشكل يومي (مزاورة، 2013: 190).

ثالثاً: وكالة (أسوشيتد برس) الأمريكية (A P):

يرجع أصولها إلى عام (1849م) حينما أسس ستة (6) ناشرين للصحف في مدينة (نيويورك) هذه الوكالة لكي يتعاونوا في جمع الأخبار لمواجهة ارتفاع كلفة نقل الأنباء والمعلومات عن طريق التلغراف، واكتسبت الوكالة بالتدرج صفتها العمومية لكل البلاد والتي احتكرت فيما بعد العمل الإعلامي والإخباري في كل الولايات المتحدة الأمريكية، حيث كان يطلق عليها (وكالة الصحافة النيويوركية). ويشترك في ملكية هذه الوكالة قرابة (1550) صحيفة (Mcphail, 2013:282).

في عام (1870م) اتفقت هذه الوكالة مع الوكالات الأوروبية الثلاث (هافاس - رويترز - ولف الألمانية) لاقتسام الأخبار العالمية بينهم واستمر هذا الاتفاق حتى الثلاثينيات من القرن الحالي.

في عام (1892م) اتفقت بعض الصحف الأمريكية على إقامة وكالة (أسوشيتد برس) لخدمة هذه الصحف فقط لذلك فانه لا يوجد مشتركون في هذه الوكالة بل أعضاء يتولون المساهمة في ميزانية الوكالة بحسب نسبة التوزيع، وقبل نهاية القرن العشرين أصبحت وكالة أسوشيتد برس تباع أخبارها وصورها وخدماتها الصحفية إلى ما يقارب من (8500) مشترك دولي وتترجم مادتها الصحفية إلى ست (6) لغات عالمية، وحصدت وكالة (أسوشيتد برس) (27) جائزة في مجال الصورة بشكل لم تحققه أي مؤسسة إخبارية أخرى (المقدادي، 2013: 141).

وفي عام (1931م) فتحت هذه الوكالة فروعها في لندن وباريس وبرلين ثم تغلغت في السوق الأوروبية للأخبار.

وفي عام (1941م) عندما أصبح الراديو أهم وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية كانت وكالة (أسوشيتد برس) رائدة في استخدام البث الإذاعي على مستوى وكالات الأنباء الدولية، أما أخبار وكالة (أسوشيتد برس) التلفزيونية التي كان منافسها الرئيسي وكالة (رويترز) كانت تجمع من (70) مكتباً فرعياً للوكالة حول العالم ويشارك في خدماتها أكثر من (300) مؤسسة إعلامية وشبكات تلفزيونية مثل (CNN - ABC - Fox News).

وفي منتصف التسعينيات من القرن العشرين بدأت الوكالة بتقديم القصص الإخبارية الأهم على مستوى اليوم الواحد عن طريق الأقمار الصناعية إلى الشبكات التلفزيونية (المرجع السابق: 142).

لقد أدخلت وكالة (أسوشيتد برس) العديد من التطورات إلى خدماتها إلى جانب التنوع في الأخبار التي تقدمها لوسائل إعلامية بعينها فهناك الأخبار المطبوعة والمسموعة والمرئية إلى جانب خدمات الإنترنت ويزيد عدد المستفيدين من خدماتها على البليون شخص يومياً وبذلك أصبحت وكالة (أسوشيتد برس) الوكالة الرئيسية في أمريكا الشمالية.

وتقوم الوكالة حالياً بتقديم خدماتها إلى أكثر من (15) ألف جريدة وإلى محطات الإذاعة والتلفزيون في أكثر من (115) بلداً ولديها أكثر من (1100) مكتب داخل الولايات المتحدة و(70) مكتباً خارج الولايات المتحدة وعدد موظفيها يزيد على (5) آلاف موظف ومعدل حجم الأخبار المغطاة أربع وعشرين ساعة يعادل (20) مليون كلمة (Mcphail, 2013: 285).

رابعاً: وكالة (يونائيد برس إنترناشيونال) الأمريكية (U P I):

أسس (إدوارد سكريبس) وكالة (اليونائيد برس) عام (1907م) لتزويد الصحف التي يمتلكها بالأخبار دون الاعتماد على (الأسوشيتد برس) التي احتكرت توزيع الخبر ورفضت تزويد عدد من الصحف. وفي عام (1909م) أسس (وليام هيرست) وكالة الخدمة الإخبارية الدولية (إنترناشيونال نيوز سيرفس) (I.N.S) (الدليمي، 2011: 66).

في عام (1935) أصبحت (U P) (يونائيد برس إنترناشيونال) أول وكالة أخبار أمريكية تزود محطات الراديو بالأخبار، وفي عام (1958م) ابتاعت الأولى الثانية وظهر اتحادهما وكالة الصحافة الدولية U.P.I.

وفي ستينيات القرن العشرين كان يعمل في الوكالة قرابة (6000) موظف ويستقبل خدماتها حوالي (5000) مشترك. في الثمانينيات من القرن العشرين كانت وكالة (يونائيد برس إنترناشيونال) أول وكالة في العالم تتيح للمشارك اختيار الأخبار التي يريد حسب الموضوعات التي يهتم بها بدلاً من تقديم أخبار عامة ومتنوعة. وفي عام (1995م) أكملت الوكالة نظام النقل الفضائي العالمي لخدماتها وقد أنهت اعتمادها على خطوط الهاتف الأرضية وإغلاق كثير من مكاتبها (المقدادي، 2013: 146).

وفي عام (1999م) باعت الوكالة وحدة أخبارها الاقتصادية الإذاعية إلى وكالة (أسوشيتد برس) وبذلك فقدت غالبية المشتركين. واتخذت الوكالة (الطابع الاستقرازي) في تغطياتها. وكانت تتنافس بشكل مباشر مع وكالة (أسوشيتد برس). والآن تعاني وكالة (يونائيد برس إنترناشيونال) من المشاكل المالية حيث تضم في الوقت الراهن أقل من (100) موظف يتركز معظمهم في واشنطن وكانت ملكية (يونائيد برس إنترناشيونال) قد عادت إلى مجموعة من المستثمرين السعوديين لكن في عام (2000م) بيعت إلى كنيسة محافظة جداً (Mcphail, 2013: 286).

ثانياً: الصحف والمجلات الدولية:

لكي نطلق على أية صحيفة أو مجلة الصفة الدولية لا بد أن تتوفر فيها ثلاث محددات وهي:

1- انتشار التوزيع عبر الحدود والحوجز التي تفصل بين الدول.

2- قوة التأثير خارج الحدود الوطنية وخارجها وهي نابعة من عمق المضمون وتنوع المادة الصحفية.

3- الصدور بلغة تسمح بالانتشار على النطاق العالمي أو إصدار طبعات بلغات متعددة تسمح للصحيفة بالوصول إلى قراء خارج نطاق حدودها الوطنية (أبو زيد، 2012: 37).

وظائف الصحافة الدولية:

تعتبر الصحافة الدولية أداة من أدوات السياسة الخارجية للدولة التي تصدرها فهي تقوم بعدة وظائف أهمها:

- 1- تعكس الدول من خلال الصحافة الدولية مبادئها ومنجزاتها وحضاراتها.
- 2- تعمل على تحقيق التفاهم الدولي والتعاون بين الشعوب.
- 3- تساهم بشكل كبير مع غيرها من وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام العالمي.
- 4- تعمل على إثارة اهتمام الرأي العام العالمي بالمشكلات التي تهدد الأسرة الدولية.
- 5- تعمل على إظهار التحديات والأخطار التي تهدد جميع الأمم (مرجع السابق: 39).

مشكلات الصحافة الدولية:

نتيجة لتطور التكنولوجيا الحديثة في السنوات الأخيرة وتطور وسائل الاتصال الحديث توسعت الصحف الدولية في استخدام النظم الإلكترونية الحديثة مثل نظم إرسال النصوص المرئية وهذه النظم المتقدمة أتاحت للدول السيطرة على وسائل الإعلام الدولية على جميع الأخبار والمعلومات التي تدفق إلى دول العالم مستخدمة كل تقنيات الاتصالات الحديثة المتقدمة (الأقمار الصناعية) وشبكات الإنترنت التي تملكها وتديرها الولايات المتحدة الأمريكية، دون منافسة تذكر، ونرى الدول الأخرى وخاصة الدول النامية والدول العربية تعاني من التدفق الإعلامي الدولي أحادي الجانب والتوجيه والتأثير فالصحافة الدولية المعاصرة لا تعاني فقط من الصعوبات المادية وإنما تواجه اليوم العديد من المشكلات المرتبطة بطبيعة المهنة الصحفية نفسها ويمكن أن نوجز هذه المشكلات المرتبطة بطبيعة المهنة الصحفية نفسها ويمكن أن نوجز هذه المشكلات في ثلاث: (البخاري، 2009: 30)

أولاً: تواجه الصحافة الدولية تحدياً جدياً لمدى مصداقيتها بعد اكتشاف استغلال الكثير من أجهزة المخابرات للصحافة الدولية وخاصة المراسل الخارجي حيث تدفع هذه الأجهزة أموالاً لبعضهم بهدف تزويدهم بالمعلومات، والأخطر من ذلك أن أجهزة المخابرات أحياناً تتسلل إلى هذه الصحف بتعيين عملاء لها كمراسلين ولا شك أن نتيجة ذلك تهز الثقة في الصحافة الدولية وقد يصل الأمر لأجهزة المخابرات للسيطرة التامة على مطبوعات دولة معينة.

ثانياً: تشكو كثير من الأمم والشعوب وخاصة من بين الدول النامية والعربية والإسلامية من محاولات التشويه المتعمد لصورتها القومية وإنجازاتها الحضارية من قبل بعض الصحف الدولية بنشر المعلومات الناقصة والأخبار المحرفة.

ثالثاً: يواجه العديد من مراسلي الصحف الدولية كثيراً من العقبات في تغطية الأحداث الدولية، وتضع بعض الدول صعوبات تحول دون وصول المراسلين إلى مصادر الأنباء وأحياناً يمنع المراسلون من دخول بعض البلدان وفي بعض الأحيان تضع بعض الدول العراقيل أمام إرسال الأنباء وتفرض ألواناً من الرقابة على البرقيات والتقارير الصحفية (المرجع السابق: 33).

ثالثاً: الإذاعات الدولية:

تعتبر الإذاعة المسموعة من أفضل وسائل الاتصال الجماهيري قدرة على الوصول للمستمعين في أي مكان بسهولة ويسر، متخطية كافة الحواجز الجغرافية والسياسية والأمية، وأصبح العالم كما يقول (مارشال ماكلوهان) قرية عالمية (المزاهرة، 2013: 17) وبرزت الإذاعة كأداة من أدوات السياسة الخارجية للدولة في التأثير على الجماهير خارج حدود الدولة ولجأت حكومات مختلفة إلى استخدامها في الوصول إلى شعوب الدول الأخرى مباشرة لشرح وجهات نظرها وسياساتها ومحاولة كسب مؤيدين لتلك السياسات فهي تستطيع مخاطبة الجميع دون تمييز، وبغض النظر عن فارق السن ومستوى التعليم، ولا تحتاج لظروف وأوضاع خاصة للاستماع وقد استغلتها الدول في توجيه رسالتها الدعائية والتحريض وإضعاف معنويات العدو ورفع الروح المعنوية للمواطنين من خلال استخدام الإذاعات. وفيما يلي سنتطرق إلى مفهوم الإذاعة الدولية، وأنواعها وأهدافها، والأسباب التي تدفع الحكومات إلى إنشاء الإذاعات الدولية، إيجابيات وسلبيات الإذاعة الدولية، أساليبها، ومفهوم الإذاعة الموجهة، والإذاعة السرية، الإذاعات الدينية الدولية، مشكلات الإذاعة الدولية.

مفهوم الإذاعة الدولية:

هناك تعريفات متعددة تناولت موضوع الإذاعة الدولية من حيث المفهوم فمنهم من أطلق على الإذاعات الدولية بأنها إرسال الصوت والموسيقى عبر مساحات شاسعة لتستقبلها جماعة أو جماعات من الناس خارج حدود الدولة التي تقوم بالإرسال، وذلك بلغات يمكن للمستمعين الموجهة إليهم الخدمة فهمها. وبعضهم اعتبر الإذاعة الدولية بأنها كل إذاعة مخصصة لأن تصل مباشرة إلى الخارج من خلال الحدود الدولية وأن البرامج الموجهة هي البرامج التي أعدت خصيصاً للاستهلاك الخارجي، وهي ليست تلك البرامج التي تسمع من دولة إلى أخرى بشكل عفوي أو دون سابق إنذار (البكري، 2011: 251).

ويلاحظ الباحث أن جميع التعريفات التي تتناول مفهوم الإذاعة الدولية تشتمل على ما يلي:

- الإذاعات الموجهة التي تبثها الدولة إلى شعوب غيرها من الدول.
 - تبادل البرامج الإذاعية المسجلة بين دولتين أو أكثر بموجب اتفاقات أو بروتوكولات.
 - إعادة بث البرامج على موجات الدولة المستقبلة.
 - إذاعات قراصنة الأثير غير المصرح بها والتي تبث برامجهما من خارج حدود الدولة المستهدفة (أبو زيد، 2012: 78).
 - الإذاعات التي توجهها بعض الدول إلى قواتها المسلحة المرابطة في الدول الأخرى .
 - الإذاعة التي تبثها الأمم المتحدة بأكثر من (28) لغة حول العالم.
 - الإذاعات الوطنية القوية التي تتمكن من تخطي الحدود لتصل إلى مواطني الدول المجاورة.
 - الإذاعات الدينية التي تبثها بعض الدول أو المنظمات الدولية أو الجمعيات الأهلية إلى العديد من مناطق العالم (جابر، 2014: 135).
- ويمكننا القول بأن الإذاعات الدولية هي: الإذاعات التي توجه برامجهما المختلفة ورسائلها الإعلامية خارج حدود الدولة بعدة لغات، وذلك بغرض تحقيق أهداف سياسية أو عقائدية أو دينية أو تجارية محددة ومخططة.

ثانياً: الأسباب التي تدفع الحكومات إلى إنشاء الإذاعات الدولية: (أبو زيد، 2012: 79)

ويرى الباحث إلى أن هنالك عدة أسباب تدفع الدول لإنشاء هذه الإذاعات وهي:

1. حرص الحكومة على الإبقاء على صلات مستمرة مع مواطنيها عبر البحار وتزويدهم بأنباء الوطن والاحتفاظ معهم بعلاقات ثقافية.
2. تقديم تغطية إخبارية منتظمة للأحداث الوطنية والدولية كخدمة لهؤلاء الذين لا تصلهم ما تعتبره الإذاعة المرسله أنباء موضوعية (زارع، 2004: 191)
3. تقديم صورة على الصعيد الدولي للحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للدولة بما يدعم من اهتمام المستمع وتفهمه لإنجازاتها الحضارية.
4. نشر السياسات الوطنية ومواقف الدولة بإزاء الأحداث الجارية والشئون الدولية.
5. تعزيز المصالح الوطنية والمكانة القومية والاحتفاظ بعلاقات مع المواطنين في الخارج.
6. دعم التفاهم والموضوعية والترويج لعقيدة أو مذهب معين.
7. دعم الثقافة القومية بما في ذلك تعليم اللغة والاحتفاظ بمكان على الخريطة الإذاعية لاحتمال الحاجة إليها في المستقبل(جابر، 2014: 136)

ثالثاً: إيجابيات الأدوار التي تقوم بها الإذاعة الدولية:

1. نشر الأخبار العالمية وتفسيرها.
2. التوعية والتنقيف وتنوير الرأي العام العالمي بالأحداث الدولية.
3. التعريف بحضارات وثقافات الشعوب.
4. تعزيز الوفاق الوطني(البكري، 2011: 251).

رابعاً: سلبيات الإذاعات الدولية:

1. أداة من أدوات السياسة الخارجية ووسيلة لتعزيز نفوذها السياسي.
2. سلاح في الدعاية السياسية والأيدولوجية.
3. أداة في تحقيق الحرب النفسية(المرجع السابق: 253).

خامساً: سيطرة الدول الكبرى على الإذاعات الدولية:

رغم أن بعض الدول النامية تبث عددا لا بأس به من الإذاعات الدولية وبساعات غير قليلة، إلا أن السيطرة ما زالت معقودة للدول الكبرى على عشرات الملايين من المستمعين للإذاعات الدولية، وذلك بفضل ما تملكه إذاعات الدول الكبرى من إمكانيات تكنولوجية متقدمة فضلا عما يتوافر لديها من إمكانيات مادية وبشرية، وما تستخدمه من أساليب فنية وسيكولوجية متطورة في جذب أكبر عدد من المستمعين، فكانت روسيا أسبق دول العالم في استخدام الإذاعة وكان راديو موسكو يوجه الإذاعة للدول الأجنبية في جميع أنحاء العالم بحوالي (2010) ساعة في الأسبوع، بينما احتلت الولايات المتحدة المركز الثاني في مجال الإذاعات الدولية حيث تبث أكثر من (1900) ساعة أسبوعيا ومن أهم هذه الإذاعات صوت أمريكا، واحتلت جمهورية الصين الشعبية المركز الثالث في حجم الإذاعات الدولية وتبث حوالي (1500) ساعة أسبوعيا. وكل الدلائل تشير إلى استخدام هذه الإذاعات كأداة للدعاية السياسية ويقول (هريت شيللر): إن إذاعة صوت أمريكا مثلا لا تسعى إلا لشيء واحد وهو أن تضع الوقائع والأحداث الدولية وفي صورة تخدم المصالح الأمريكية عند الجمهور الأجنبي (جابر، 2014: 137).

سادساً: الإذاعات الدولية الموجهة:

1- تعريف الإذاعات الموجهة:

يقصد بالإذاعات الموجهة تلك الإذاعات التي ترسل الصوت والموسيقى عبر مساحات واسعة وتستقبلها جماعات من الناس خارج حدود الدولة المرسله وبلغات مختلفة. وهذه الإذاعات الدولية تخضع بشكل مباشر إلى الدولة التي تبثها باعتبارها أداة من أدوات السياسة الخارجية للدولة، فالإذاعة الدولية وسيلة لتعزيز النفوذ السياسي والتجاري والمكانة الدولية، وهي سلاح فعال في الدعاية السياسية والأيدولوجية. (الحلواني، 1983: 14).

2- أهداف الإذاعات الموجهة:

للإذاعات التي تتخطى حدود الدولة لها أهدافها وأهمها: (خزعل، 2011: 92)

- 1- تعريف المستمع بحضارة الدولة الباثة وثقافتها.
- 2- ترجمة سياسة الدولة الباثة في القضايا وتقديم وجهة نظرها والدفاع عنها.

3- تقديم الأنباء العالمية بصورة موضوعية.

4- تعليم اللغات، وتشكل (9%) من حجم ساعات الإرسال في الإذاعات الموجهة لهيئة الإذاعة البريطانية.

5- تدعيم التفاهم الدولي وتوطيد العلاقات بين الشعوب، ومن وسائلها: (خزل، 2011: 93)

1. إبراز المصالح الوطنية والأهداف المشتركة بين شعوب العالم.

2. الابتعاد عن إذاعة الأنباء والموضوعات التي تعد تدخلاً في الشؤون الداخلية المستقلة.

3. الابتعاد عن إذاعة أو تقديم المواد التي تسيء إلى علاقات الدول الباثة بالدول المستهدفة.

4. إذاعة الأنباء الدولية بصورة موضوعية ودقيقة بعيداً عن التحيز.

5. التعريف بالجوانب الإيجابية في سياسة الدولة الباثة ودورها في تدعيم السلام العالمي وإرساء دعائم الوفاق الوطني.

3- سمات الإذاعات الموجهة: (رشتي، 1986: 18)

1- أنها معلومة المصدر والجهة ومن ثم فلا تدخل ضمن هذا التعريف تلك الإذاعات التي تبث برامجها من فوق السفن لعدم القدرة على الحصول على معلومات رسمية بشأن طبيعتها وأهدافها.

2- أنها موجه لجمهور معين وبأهداف محددة ومقصودة وبالتالي فلا يدخل في الإذاعات الموجهة تلك الإذاعات التي يستمع إليها مستمعون بطريق المصادفة من خلال محطات الإذاعات المحلية في الدول المجاورة لهم كما لا يدخل فيها أيضاً الإذاعات التي تبثها دولة لقواتها المسلحة المرابطة في دولة أخرى.

3- أنها توجه من دولة إلى دولة أخرى دون اتفاقيات مسبقة تكفل للدولة المستقبلة حق الإشراف عليها أو على ما تقدمه من برامج أو تعديلها، وبالتالي فلا تدخل عمليات التبادل البرامجي ضمن هذه التعريف.

4- أنها مرتبطة بسياسة الدولة الباثة أو جهة الإشراف عليها وتعبر عن وجهة نظرها، ومن ثم فلا تدخل ضمن التعريف إذاعات راديو الأمم المتحدة الذي يغطي نشاطات المنطقة الدولية وأقسامها المختلفة بصورة صادقة دون تحيز.

4- أنواع الإذاعات الموجهة:

1- الإذاعات التبشيرية:

تحتل الإذاعات الدينية وخاصة التبشيرية موقعاً مهماً بين الإذاعات الدولية وخاصة الدول الغربية المسيحية وبعض المنظمات والهيئات الدولية المسيحية، والتي أدركت منذ فترة مبكرة من اكتشاف إمكانيات الموجات القصيرة في البث الدولي أهمية الإذاعات الدولية في تحقيق الأهداف التبشيرية فقامت بإنشاء العديد من الخدمات الإذاعية الدولية الدينية (شكري، 2001: 53).

في البداية استندت الحكومات الغربية في إنجاح رسالة هذه الإذاعات على نفوذها الاستعماري في المجتمعات النامية، واستغلت هذه الدول حاجة المجتمعات إلى المساعدات الاقتصادية والفنية فأقامت بها العديد من محطات الإرسال والتقوية بحيث صارت البرامج التبشيرية تصل إلى شعوب العالم بأوضح مما تصل به البرامج الوطنية (أبو زيد، 2012: 89).

2- الإذاعات الإسلامية:

أدركت الدول الإسلامية مؤخراً أهمية الإذاعات الدولية في مجال الدعوة الإسلامية وفي مواجهة الإذاعات الدولية التبشيرية فقامت مصر بإنشاء إذاعة القرآن الكريم التي أصبح إرسالها يغطي دول شمال إفريقيا، وكذلك إذاعة القرآن الكريم من مكة (البكري، 2011: 269).

سابعاً: مشكلات الإذاعة الدولية:

أهم هذه المشكلات التي تواجهها الإذاعات الدولية:

1- مشكلات تقنية:

رغم التقدم الكبير في تكنولوجيا الاتصال الإذاعي فإن المستمع إلى الإذاعات الدولية ما يزال يواجه مشكلات تقنية تتعلق بعمليات الإرسال والاستقبال قد يصعب التغلب عليها في بعض

الأحيان، وهو ما يصرف المستمع عن متابعة هذه البرامج في بعض الأحيان ومن هذه المشاكل المتعلقة في التقنية (أبو زيد، 2012: 92):

أ. ضعف قوة الإرسال.

ب. قلة عدد الذبذبات المسموح استخدامها دولياً.

ج. قلة عدد أجهزة الموجات حسب الظروف.

2- التشويش:

قد عانت الإذاعات الدولية من التشويش المتبادل من جانب العديد من الدول وغالباً ما يتم التشويش عن طريق بث إشارة أو رسالة صوتية بغرض اعتراض إرسال الإذاعة الصوتية المقصودة. والتشويش الإذاعي نوعان:

أ. تشويش عام ومستمر ويبدأ من بداية الإرسال حتى نهايته.

ب. تشويش اختياري ومتقطع حيث يتم التشويش على برامج بعينها وعلى آراء وأفكار بعينها (المرجع السابق: 93).

كيفية التغلب على التشويش (الوسائل): (زارع، 2004: 192)

أ. زيادة قوة المحطة الموجهة واستخدام ترددات إذاعية أعلى.

ب. بث الإرسال الإذاعي على الموجتين القصيرة والمتوسطة في نفس الوقت.

ج. إنشاء محطات إرسال ذات قوة عالية على حدود الدول المستهدفة وذلك لتسهيل وصول الإشارة الإذاعية إلى هدفها بسرعة وسهولة.

د. بث الرسالة الموجهة على تردد قريب جداً من التردد الذي تنذع عليه الدولة المستهدفة حيث تضع إذاعة الدولة المستهدفة إذا ما حاولت التشويش على الرسالة.

هـ. إعادة إذاعة البرامج الموجهة في فترات زمنية متقاربة وهي طريقة مجدية للتغلب على التشويش الانتقائي.

و. محاصرة حدود الدولة المستهدفة بأجهزة إرسال متعددة تقوم بإذاعة البرامج نفسها البرنامج في الوقت نفسه على جميع تلك الأجهزة لتشتيت جهود عمليات التشويش الإذاعي (زارع، 2004: 193).

3- فوضى البث الإذاعي:

نتيجة لتكالب العديد من الدول على بث الإذاعات الدولية وبدون مراعاة حقوق الدول الأخرى أدى إلى حدوث فوضى في البث الإذاعي نتيجة التداخل بين موجات الإرسال (أبو زيد، 2012: 94)

4- مشكلات تتعلق بمضمون البرامج وطرق تقديمها:

أ. الإبقاء على نمط واحد للبرامج المذاعة.

ب. عدم مناسبة مواعيد البث الإذاعي للجماهير المستهدفة.

ج. مشكلات التحيز والتلوين والكذب المتعمد.

د. التركيز على الوجه الدعائي في البرامج.

5- مشكلات تتعلق بالجماهير المستمعة للإذاعة الموجهة بسبب:

1- اختلاف اللغات (المرجع السابق: 79).

2- تباين الألفاظ: فالكلمة لها مدلولان هما:

أ. المعنى القاموسي: الذي لا خلاف عليه وهو المعنى الأصلي للكلمة.

ب. المعنى الدلالي: تقييمي وهو يختلف من ثقافة إلى أخرى ومن فرد لآخر حسب معتقداته وتجاربه وثقافته.

رغم الجهود الدولية المتعددة الساعية لتوظيف الإذاعات الدولية في تعزيز السلام العالمي والتفاهم بين الشعوب فلا مفر من الاعتراف بأن الشقة ما تزال واسعة بين ما تدعو إليه الاتفاقيات الدولية وبين ما يمارس في الواقع الفعلي (جابر، 2014: 140).

رابعاً: القنوات التلفزيونية:

إن التلفزيون من أجهزة الإعلام ذات التأثير الكبير، وخاصة بعد ظهور الفضائيات لما له قدرة على تعديل سلوك الكبار والصغار بشكل واضح؛ ولذلك يمكن استخدامه في شتى مجالات. وقد أصبحت الفضائيات في مقدمة وسائل الاتصال الجماهيري ومن أبرزها باعتبارها الأقوى والأقدر على نقل الأحداث والمعلومات لحظة وقوعها، والأكثر إقناعاً وتأثيراً على المتلقين (عبد الحميد، 2011: 107).

ويوجد حالياً أكثر من خمسمائة قناة فضائية تمتلكها حكومات ومؤسسات وشركات خاصة في قارات العالم الخمس.

أهمية القنوات التلفزيونية:

ترجع أهمية الفضائيات الدولية إلى: (الدليمي، 2013)

- 1- أن القنوات الفضائية تجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية مما يزيد من قوة تأثيرها.
- 2- أن القنوات الفضائية تتميز بقدرتها على جذب المشاهد وخاصة المراهقين وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما تقدمه من مواد تعليمية وترفيهية إضافة إلى التأثير الاجتماعي الذي تقوم به (عبد الحميد، 2011: 102).
- 3- أن القنوات الفضائية تتعامل مع المشاهد مباشرة، فالمرسل في هذه الوسيلة يخاطب المستقبل وجهاً لوجه، حيث يخزن الوقائع والصور ويختصر الزمن بين وقوع الأحداث وعرضها على المشاهدين مباشرة أو بعد حين (الأصفر، 1993: 212).
- 4- إمكانية نقل الأحداث الاجتماعية على الهواء ساعة وقوعها ونقل الكثير من الجوانب الثقافية والمعنوية والمادية للمشاهد ونقل خبرات الأشخاص ذوي المواهب والتخصصات النادرة، وإلقاء المحاضرات وعرض البرامج والندوات والأفلام العلمية والوثائقية والتاريخية ونقل حياة الشعوب وأساليب حياتها (شراب، 1996: 111).
- 5- الصورة المتحركة الناطقة التي تقدمها القنوات الفضائية تجعل المشاهد يتابع الأحداث في مكانه دون أن يكلف نفسه عناء السفر أو الخروج من منزله للبحث عنها، مما يوفر الوقت والجهد والمال (زكريا، 2002: 22).

6- أن القنوات الفضائية تتميز بقدرتها على تحويل المجردات إلى محسوسات، وتعد وسيلة جذابة للكبار والصغار، فهي تمتلك القدرة الفنية التي تمكنها من تحويل الخيال إلى صورة واقعية والواقع إلى خيال فهو وسيلة ناجحة للدعاية والإعلان.

ويرى الباحث أن القنوات الفضائية تتفوق على كل وسائل الإعلام، لأن من خلالها يمكن تعريف شعوب العالم بعضها ببعض، وأكثر اجتذاباً لملايين المشاهدين.

أبرز مظاهر التغيير الذي تمارسه القنوات التلفزيونية على المجتمع: (عبد الحميد، 2011: 118)

1. خطورة ما تبثه القنوات الفضائية من الدول المرسلّة التي تملك وتدير مثل هذه القنوات والبلدان التي تستقبلها مما يجعلها في وضع المتأثر، بسبب الفوارق الثقافية والاجتماعية الكبيرة بينهم.

2. إقصاء الثقافات المحلية حيث تعتمد وكالات الأنباء العالمية التي تسيطر عليها الدول الصناعية تخضع لثقافات البلاد الموجودة بها فالدول المنتجة للمادة الإعلامية تعمل على إهمال ثقافات الدول الأخرى ولا تعرض منها إلا ما هو طريف وعجيب وأثر ذلك على المثقلى الذي يرى أن الثقافة المعروضة أولى من ثقافته التي تفرض عليه بهذه الصورة فيزهد بهذه إلى تلك (المرجع السابق: 126).

3. تجزئة الثقافة المحلية، لأن الأخبار والمادة العلمية المتعلقة بالثقافات المحلية تأتي مبسطة ومجزأة بل وأحياناً مشوهة ومجافية للواقع، ومن الممكن أن تشير إلى أن النظام الإعلامى بطابعه المثير والمؤثر والمعلومات المتعددة والمتنوعة وغير المترابطة تؤدي إلى تفتت التنشئة الاجتماعية.

4. تعدد القنوات الفضائية فيه خطورة ملحوظة على الثقافات الوطنية وذويانها أو طمس بعض معالمها في ظل هذا الفيض الإعلامى الموجه لصالح ثقافة البلدان المنتجة مع ما يتبعه من تنميط ثقافى وتصدير لمثل عليا ونماذج وأبطال وسلوكيات وتوجهات وقيم وأسلوب حياة وافدة ومفروضة بشكل فوقى يمس بعض أساليب الحياة الاجتماعية وقد يطغى على ملامح الثقافات الوطنية التقليدية (المرجع السابق: 124).

5. التأثير المباشر على التنشئة الاجتماعية فالأمر الملحوظ أن تأثير القنوات الفضائية أو الاتصال الجماهيري في عمليات التنشئة الاجتماعية قد بدأ بارزاً حيث دخلت القنوات الفضائية كل بيت وخاطبت كل فرد صغيراً أو كبيراً واقتحمت كل الميادين فتغيرت القيم وتبدل السلوك الجمعي (عبد الحميد، 2011: 132).

إيجابيات القنوات التلفزيونية:

فلكل وسيلة إعلامية لها إيجابياتها وسلبياتها وفيما يلي أهم إيجابيات الفضائيات:

1- المساعدة في تحقيق التنمية والتعليم وسرعة إيصال المعلومات إلى المناطق النائية والمعزولة، عن طريق التلقي المباشر من الأقمار الصناعية التي تسبح في فلك السماء والتي تجاوزت جميع الحدود، ودخلت المنازل بدون استئذان ناقلة العالم بين يدي المستخدم بكل ما فيه والاطلاع المباشر عليه (مرسول وخطاب، 2005: 81).

2- أنها تحمل مواد إعلامية ذات فائدة كبيرة للمشاهد، منها القنوات التعليمية التي توفر حصصاً مجانية في مختلف العلوم، والقنوات الثقافية، وإضافة إلى نقل الأخبار الهامة من سياسية، واجتماعية وثقافية واقتصادية من قلب الحدث وبأقصى سرعة.

3- وجود فضائيات دينية التراثية الهادفة التي تركز اهتمامها على التراث العربي وتطرح له المقومات الأساسية للمحافظة عليه. وتقف ضد مما تطرحه القنوات العادية لتشويه التراث العربي والإسلامي (المرجع السابق: 81).

4- ساهمت الفضائيات في ربط المغتربين العرب عموماً بوطنهم الكبير، وأسهمت في رأب الصدع الذي أصيبت به مؤسسات العمل العربي المشترك، وتحسين الصورة التي رسمتها الصهيونية للعرب في الدول الغربية (الدبوبي وأعمر، 2011: 584).

5- توفر الفضائيات الدولية وخاصة البث المباشر للمشاهد فرصة لمعرفة الأنباء والأحداث العالمية لحظة وقوعها، والتعایش مع الحدث والخبر مباشرة بالصوت والصور المتحركة (عبد الحميد، 2011: 107).

ويرى الباحث مما سبق أن القنوات الفضائية تفيد المشاهد في الحصول على الأخبار والمعلومات، ويقدم للمجتمع معلومات جديدة في جميع المجالات التي تهتم بالصحة والتعليم والرياضة وغيرها.

سلبيات القنوات التلفزيونية:

تعتبر القنوات الفضائية من الاختراعات الحديثة التي قدمت للبشرية خدمات متنوعة وجيلية في حياة المجتمعات البشرية، وبالمقابل فهي سلاح ذو حدين لها جانب إيجابي وجانب سلبي لا يمكن تجاهله وفيما يلي سلبيات الفضائيات:

1- أن الفضائيات تساعد على تغيير الإرث القيمي واستدخال الأفكار والقيم المستوردة عليه التي لا تتوافق مع التراث العربي والإسلامي (الدبوبي وأمر، 2011: 585).

2- اعتماد الدول النامية والدول العربية على وكالات الأخبار الأجنبية، التي تعتمد إلى صياغة الأخبار بشكل يحقق ما تسعى إليه الدوائر الغربية من تشويه لموافق الإنسان واتجاهاته، ولذلك أصبحنا مستهلكين لأخبارهم وأفكارهم وعاداتهم وتقاليدهم (علي عبد الأمير، 1999: 87).

3- تشجع القنوات الفضائية الشباب على السلوكيات السلبية كالتدخين، والمخدرات وشرب الخمر وتناول الوجبات السريعة وتناول المشروبات الغازية، مما يؤثر سلباً على صحة الشباب، كما تؤثر على الأطفال كضعف البصر وانحناء الظهر وذلك بسبب طول الجلوس كما تؤدي إلى سلوك إجرامي إضافة إلى ما تسببه موجات التلفاز الكهرومغناطيسية من شعور بالقلق.

4- نشر ثقافة العنف بسبب المواد المعروضة في الفضائيات، التي تؤثر بشكل كبير في المشاهد، خاصة الأفراد المنهمكين في مشاهدة أفلام العنف (الدبوبي وأمر، 2011: 585).

5- تسابق الفضائيات العربية على إرضاء الجمهور العربي خاصة فئة الشباب واجتذابه بأي وسيلة لبث المواد التي تتعارض مع التنشئة الاجتماعية العربية خاصة البرامج التي تثير الغرائز الجنسية والغريزية (المرجع السابق: 585).

6- أن كثرة البرامج الوافدة من الفضاء سترغم أفراد الأسرة على الجلوس ساعات طويلة لمشاهدتها، مما يؤدي إلى تقليل التفاعل الاجتماعي بين أفراد الأسرة (مرسول وخطاب، 2005: 43).

7- تعد الفضائيات من الأذرع الرئيسية للعولمة التي تسعى أيديولوجيتها إلى إسقاط الارتباطات العائلية والوطنية والدينية والقومية والثقافية والطبقية للإنسان بغية ربطه بالتكنولوجيا والحياة الجديدة التي تصنعها الأجيال المتعاقبة في تطوراتها المختلفة (صبري، 2004: 143).

ويرى الباحث أن هذه القنوات الفضائية تحمل في مضمونها حملات تشويه تستهدف الثقافة العربية الإسلامية ورموزها وتقديم صورة للعرب تجمع بين التخلف والإرهاب والتطرف.

خامساً: أدوات الإعلام الجديد:

يعاني العالم اليوم من صراعات وتبدلات سياسية وإيديولوجية ومنازعات عسكرية وتحولات ديمقراطية، ويعيش الناس حالة من التطور السريع، ويتأثر الفكر والحوار السياسي بالعديد من المتغيرات، في رأسها العولمة، والإرهاب الدولي، وتبعات الاحتباس الحراري، والنفط، والخلافات والنزاعات في العديد من المناطق.

وقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينيات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصالات، حيث انتشرت شبكة الإنترنت في كافة أرجاء المعمورة، وربطت أجزاء هذا العالم بفضائها الواسع.

أولاً: مفهوم الإعلام الجديد:

يعرف الإعلام الجديد بأنه إعلام متعدد الأشكال (مسموعاً، ومرئياً، ومقروءاً)، والوسائط والنماذج (يوتيوب، مدونات، مواقع،.....) يعتمد بشكل أساسي على شبكة الإنترنت بميزاتها المتعددة، وعلى تحويل وسائل الإعلام التقليدي إلى وسائل إلكترونية مع تميزه عن الإعلام التقليدي بخصائص كالحرية الواسعة والتفاعل والتنوع والشمول (شقرة، 2014: 53).

ثانياً: تقسيمات الإعلام الجديد:

- 1- الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها.
- 2- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف.
- 3- نوع من منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيف إليها مميزات جديدة مثل التفاعلية، والرقمية، والاستجابة للطلب.
- 4- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية وما إليها وتشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها (الصادق، 2008: 33)

ثالثاً: عوامل ظهور الإعلام الجديد:

وراء ظاهرة الإعلام الجديد عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يأتي:

1 - العامل التقني:

المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر، تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات ولا سيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية. فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الإنترنت التي تشكل حالياً لكي تصبح وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية. وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام صحافة وإذاعة وتلفاز.

2 -العامل الاقتصادي:

المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات. وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاضد أهميتها يوماً بعد يوم.

3 - العامل السياسي:

المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاحر بالصراعات والتناقضات، وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبقة، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جداً، وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية (شيخاني، 2010: 444).

رابعاً: خصائص الإعلام الجديد:

فرض الإعلام الجديد بتنوع أشكاله وتعدد وسائطه، واقعاً إعلامياً جديداً من حيث سعة الانتشار وتغطية المساحة الجغرافية وإمكانية الوصول إلى جميع أنحاء الأرض دون اعتبار للحواجز المكانية والزمانية ومن أبرز خصائصه: (الشميمري، 2010: 181)

1. التفاعلية:

حيث يتبادل القارئ بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين. في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أننا لم نتحلل جمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.

2. اللاتزامنية:

وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا.

3. المشاركة والانتشار:

يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين. وتعني أيضاً أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها (المرجع السابق: 182)

4. الحركة والمرونة:

حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، حيث هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال في أي مكان

إلى آخر أثناء حركته مثل التليفون المحمول، تليفون السيارة، التليفون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة تصوير المستندات وزنها عدة أوقيات، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة.

5. الكونية:

حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة. يطلق على شبكة الإنترنت أنها شبكة الشبكات، تلتقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية التي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة يصعب الآن بناء التوقعات حول أعدادها وتطويرها، ومعها يتزايد عدد مستخدمي الإنترنت في كل دولة من دول العالم بطريقة غير مسبقة، نتيجة توفر إمكانيات الاتصال ورخص تكلفتها، مما أدى بالتالي إلى تجاوز الحدود الجغرافية (الشميري، 2010: 183)

6. اندماج الوسائط:

في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد،....إلخ.

7. الانتباه والتركيز:

نظراً لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادةً سلبياً وسطحياً .

8. التخزين والحفظ:

حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها(المرجع السابق: 183).

خامساً: إيجابيات الإعلام الجديد:

حققت وسائل الإعلام الاجتماعية إيجابيات ربما لم تستطع أن تقدمها وسائل الإعلام التقليدية بسبب محدودية الوسيلة والتفاعلية، ومنها: (خليفة، 2012)

1 - لا يتطلب تكاليف مادية كبيرة (جهاز كمبيوتر، وخط إنترنت).

- 2 - أعطى الناس فرصة للتعبير عن أنفسهم وتقديم تقرير عن عالم كان لا يمكن تصويره حتى وقت قريب جدا.
- 3- انتشار وجهات النظر مختلفة وحقائق منعت من قبل.
- 4 - جعلت الناس أكثر ثقة في استخدام التكنولوجيا.
- 5 - مساعدة الأفراد الذين يفتقرون إلى الثقة في بناء العلاقات الاجتماعية المباشرة، ليشرع بمقابلة الأصدقاء والاتصالات عن بعد.
- 6 - عزز التضامن بين الجماعات وأصحاب القضايا المشتركة.
- 7 - ساعد على التغلب على "طغيان المسافة" في مجال الاتصالات، على سبيل المثال: المغتربين وأهلهم.
- 8 - يساعد الصحفيين في معرفة اتجاهات الرأي العام.
- 9 - ساعد القوى وحركات التحرر على التواصل واستخدمه كمنصة إخبارية في البلدان السلطوية.
- 10 - أدوات الإعلام الاجتماعي على حد سواء تنوعا ومرونة.
- 11 - تمكن أي فرد من إنشاء المحتوى الخاص به ومشاركته مع الآخرين بسهولة.
- 12 - تقوم بوظائف الإعلام (الإخبار، الترفيه، التسويق) (خليفة، 2012).

سادساً: سلبيات الإعلام الجديد:

وتتمثل مساوئ الإعلام الجديد في عدم تمحيص المواد المنشورة، وعدم الثقة بالإخبار والمواد الموجودة حيث أن أهم تحديين يواجهها الإعلام الجديد هو جودة المحتوى، والتكنولوجيا التي يمكن بها عرض هذا المحتوى.

وأما عن أشكال المخاطر الأمنية المتأنتية عن الإعلام الجديد فهي: مخاطر متعلقة بالفكر الإرهابي ونشر ثقافة العنف، مخاطر متعلقة بإشاعة الفوضى ونشر ثقافة إسقاط الأنظمة، مخاطر متعلقة بإثارة النزعات الطائفية والعنصرية، ومخاطر متعلقة بالجريمة الجنائية الرقمية(ساق الله، 2013).

ومن سلبيات الإعلام الجديد أيضاً:

- 1 - انتحال الشخصية.
- 2 - الذم والتحقير والإهانة عبر الشبكة.
- 3 - النصب والاحتيال في المعلوماتية.
- 4 - انتهاك البيانات الشخصية الإلكترونية.
- 5 - التحرش والمضايقة عبر برامج أنشطة الاعتداء علي الخصوصية وهي تتعلق بجرائم الاختراق.
- 6 - تشكل أحد وسائل غسيل الأموال.
- 7 - تتيح تشكيل منصات مواقع إلكترونية إباحية.
- 8 - سهولة إخفاء معالم الجريمة الإلكترونية وصعوبة تتبع مرتكبيها.
- 9 - غيرت من أنماط الحياة في المجتمع الشرقي. (محمود، 2011: 68)

سابعاً: وسائل الإعلام الجديد:

تعتبر الوسائل هي الطريقة الاتصالية الناتجة عن اندماج تقنيات الاتصال الحديثة كالحاسوب والهواتف الذكية والشبكات والوسائط المتعددة بالإعلام الجديد. وتتعدد وسائل الإعلام الجديد وأدواته، وهي تزداد تنوعاً ونمواً وتداخلاً مع مرور الوقت، ومنها: المحطات التلفزيونية التفاعلية، والكابل الرقمي، الصحافة الإلكترونية، منتديات الحوار، المدونات، المواقع الشخصية، مواقع الشبكات الاجتماعية، ومقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية وغيرها. بالإضافة إلى الهواتف الجواله التي تنقل الإذاعات الرقمية، والبث التلفزيوني التفاعلي، ومواقع الانترنت، والموسيقى، ومقاطع الفيديو، والخرائط الرقمية.

وفيما يلي سيشير الباحث لأهم وسائل الاعلام الجديد:

أولاً: المدونات:

هي عبارة عن موقع على الإنترنت يستخدم صحيفة يومية إلكترونية فردية تعبر عن صاحبها وتركز على موضوع معين، مثل السياسة أو الأخبار المحلية ويمكن أن تكون عبارة

عن مذكرات يومية، وهي تنشر بالنصوص، والصور والفيديو والصوتيات وتحمل وصلات لمدونات أخرى، مواقع إنترنت أو وسائط أخرى متعلقة بالمقالة (صادق، 2008: 196).

وتعتبر المدونات وسيلة فعالة للتعبير عما يريده المدون من يوميات أو خواطر يتم ادراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص على الحاسوب وارساله فور الاتصال بالشبكة ليظهر على صفحة الموقع المعني وهي تمزج عمداً بين المعلومات والآراء كما تتوافق مع ربط بمصدر أصيل أو بمفكرة أخرى أو بمقالة ينصح بها كاتب اليوميات أو يعلق عليها، وقد أدت المدونات ادواراً هامة كبيرة هامة على الساحة الدولية كالحروب والثورات العربية.

ثانياً: شبكات التواصل الاجتماعي:

لقد فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العقدين الأخيرين خاصة مع انتشار الانترنت، حقائق جديدة على العالم، جعلت الناس يتلاحمون في عالم افتراضي ما فتئت إفرزاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الإنساني والسياسي والاجتماعي لسكان الكرة الأرضية، ولعل من أهم إفرزات هذا العالم الذي لا يكاد يستقر على حال ما أصبح يعرف بالشبكات الاجتماعية التي يشترك عبرها ملايين الناس كل حسب اهتماماته وميوله (شفيق، 2013: 171).

بدأت الشبكات الاجتماعية في الظهور عام 1995 وكان من أوائل المواقع في هذا المجال موقع Classmates.com للربط بين زملاء الدراسة، وأُنشئت ل(200) ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم من الحضانة وحتى الجامعة (ريان، 2012: 7).

وحصلت نقلة كبيرة جداً عام (2004م) حيث ظهر فيس بوك والذي تفوق على المواقع الأخرى بمئات الملايين من المستخدمين، تبعه موقع My Space الأمريكي عام(2005م) (الدليمي، 2011: 58).

تتعدد شبكات التواصل الاجتماعي الموجودة على شبكة الانترنت، ومن أبرزها (الفيس بوك، والتويتر، والماسي سبيس، والجوجل بلس، ليكند أن)

مميزات شبكات التواصل الاجتماعي: (أبو شنب، 2013: نت)⁽¹⁾

تسعى شبكات التواصل الاجتماعي إلى تقديم مجموعة من المميزات، بحيث تجعلها من الوسائل الأكثر متابعة من قبل الجمهور على مستوى العالم، وذلك على النحو الآتي:

1- **العالمية:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة.

2- **التفاعلية:** فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيّنة في الإعلام القديم _ التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيزاً للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

3- **التنوع وتعدد الاستعمالات:** فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القارئ... وهكذا.

4- **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل بحيث تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بمعالم جديدة من حيث البناء والاستخدام وذلك على النحو الآتي: (عبد الحميد، 2009: 129)

أ. الاشتراك المجاني في الاستفادة منها.

ب. سهولة المشاركة في هذه الشبكات والاستفادة منها.

ج. سهولة بناء الروابط للموضوعات ذات الاهتمام المشترك بمواقع أخرى.

د. استخدام وسائل النشر الفوري على الجماعات أو التشكيلات الاجتماعية من خلال خدمة (R.S.S).

5- **التوفير والاقتصادية:** اقتصادية في الجيد والوقت، المال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليست ذلك حكراً على أصحاب الأموال أو حكراً على جماعة دون أخرى.

(¹)<http://goo.gl/CS20xN> /2013/8/31 (2016/12/28).

6- قدرات اتصالية متعددة: تتمتع مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بقدرات اتصالية متعددة، فهي تدمج بين البريد الإلكتروني والرسائل وبناء الموقع، وكتابة اليوميات وتحميل الملفات والموسيقى والفيديو، وهذا ما يجعلها تدمج مميزات متعددة لوسائل الاتصال اخرى في باقة واحدة للمستخدمين (اللبان، 2012: 88).

7- الآنية في نقل الحدث والمعلومة: يحسب لشبكات التواصل الاجتماعي أنها تتعامل مع المعلومة والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، بحيث إذا وضع أحد المستخدمين أي معلومة على صفحته تصل في نفس الوقت إلى باقي المستخدمين المشتركين معهم في نفس الوقت تلقائياً.

إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعية: (Owyang, 2008)

- 1- تحفز على التفكير الإبداعي وبأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين ومن بيانات مختلفة.
- 2- تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل الفعال.
- 3- تساعد على قبول القضايا الخلافية.
- 4- تساعد على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين .
- 5- توفر فرصة التعلم بالرمزيات.
- 6- تساعد في تنشيط المهارات لدى المستخدم.
- 7- تحقق قدرًا لا بأس به من الترفيه والتسلية.
- 8- تساعد في الحصول على وظيفة مناسبة.

سلبيات شبكات الاجتماعية: (محمود، 2011: 85)

- 1- إدمان الجلوس عليها مما يعطل الكثير من الأعمال.
- 2- نشرها لأفكار الضالة مثل ترويج العنف والمشاركة فيه، والجنس.

- 3- التعرض للجرائم الإلكترونية كما أخبر بذلك موقع كاسبرسكي الذي رصد أكثر من (40) ألف ملف خبيث عام (2012م) تم نشرها عبر الشبكات الاجتماعية مثل (الفيس بوك).
- 4- تعرض للخداع فبعض الأشخاص عبارة عن مسوقين للمنتجات وهذا مثال على خدعه بسيطة فما بالك بخدع أخرى.
- 5- فتور الحس الأخلاقي كما ورد في دراسة أجرتها جامعة "ساوثرن كاليفورنيا" في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك نتيجة للكمية الهائلة من المعلومات مليئة بالدمار والعنف والتي من شأنها أن تعود الناس على مشاهد الألم والعذاب عند البشر، مما يجعله أمراً مألوفاً.
- وهنا يرى الباحث أن المعركة الأشد التي واجهها الاحتلال هي المعركة الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك بشهادة قادة الاحتلال ووسائل الإعلام الغربية، حيث عمل الصحفيون والإعلاميون الفلسطينيون بنشر صور المجازر والضحايا وإيصالها للرأي العام العالمي والدولي، ما أدى إلى فضح الاحتلال وكشف زيف ادعاءاته.

سادساً: السينما العالمية

تعد السينما بلا شك واحدة من أهم وسائل الاتصال وأكثرها خطورة لقدرتها الكبيرة على المقاربة مع الواقع من خلال فكرة إعادة الصوت والحركة من خلال أسلوب العرض الذي يجعل المتفرج في حالة تلقي لمدة طويلة من الزمن يتعاطف فيها فعل المؤثر الحسي إلى درجة هائلة، وعند انتهاء هذا المؤثر يعود المشاهد إلى عالمه الواقعي مشحوناً، بالأفكار، ويدوم فعل المؤثر فيه مدة طويلة من الزمن قد تدوم العمر كله. فمن منا لا يحاكي في حياته اليومية ما قد شاهده في أحد الأفلام فيؤثر هذا في تفسيره للمواقف الحياتية أو يدفعه إلى التصرف كما تصرف أحد أبطال الأفلام التي أعجب بها. لقد استطاعت السينما ومنذ ظهورها أن تؤثر في معتقداتنا وأفكارنا وحتى طريقة حياتنا اليومية، وقدمت رؤى عميقة ومختلفة عن الحياة وازدنت أفكاراً ومعرفة وخبرة (سادول، 1986: 72).

لقد أكد أحد كبار السينمائيين العالميين وهو الروسي أندريا تاركوفسكي على أهمية السينما "إن نفوذ السينما هائل ونستطيع من خلاله أن نطرح أكثر مشاكل العصر إلحاحاً وتعقيداً،

ويجب على الحكومات عدم اعتبار السينما وسيلة للمتعة فقط بل النظر إلى جوهرها المرتبط بحاجة الإنسان لادراك العالم واستيعابه" (بوجز، 2008: 93).

انتشار السينما الأمريكية حول العالم:

تمثل صناعة السينما الأمريكية نموذجاً للهيمنة الأمريكية الثقافية والإعلامية حيث توجد سيطرة هائلة للسينما الأمريكية على سوق الأفلام المتداولة في العالم، رغم أنها تأتي في المرتبة الثانية بعد الهند من حيث عدد الأفلام، إلا أن السينما الأمريكية تمثل الصناعة الأكثر تفوقاً والأكثر ربحاً في العالم، حيث تمثل الأفلام الأمريكية ميزة فريدة في الميزان التجاري الأمريكي مقارنة بجميع الصناعات الأمريكية الأخرى فهي الصناعة الوحيدة التي تتمتع بفائض في الميزان التجاري مع كل دولة من دول العالم، وليس بوسع أي مشروع تجاري أمريكي آخر أن يدعي مثل هذا الإنجاز (الزواوي، 2006: 240).

وتشير الإحصائيات إلى أن مبيعات الأفلام السينمائية والبرامج التلفزيونية وأشرطة الفيديو الأمريكية في الخارج بلغت على سبيل المثال في العام (2001م) (15) مليار دولار، وذلك بزيادة قدرها (109) في المائة خلال عشر سنوات، وهذا الرقم يبدو متواضعا إذا ما قيس بحجم صناعة السينما الأمريكية، وما تحقّقه بعض الأفلام الأمريكية من مبيعات وأرباح هائلة، فمثلاً حقق فيلم (أفاتار) الذي أخرجه (جيمس كامرون) وكلف إنتاجه (300) مليون دولار خلال أسابيع قليلة مبلغ (34.1) مليار دولار تم عرضه في شهر أيلول (2009م)، وخلال ستة أسابيع تجاوزت عوائده ملياري دولار وهو مبلغ يعادل نصف عوائد قناة السويس خلاله سنة، حيث بلغت عوائدها (3.4) مليار عام (2009م)، وهو بذلك تجاوز عوائد فيلم تايتانيك للمخرج نفسه عام (1997م)، والذي حقق مبلغ (84.1) خلال (4) أسابيع من عرضه، وهناك العديد من الأفلام الأمريكية التي تحقق عدة مئات من الملايين من الأرباح وهي أرباح هائلة، وخيالية، ومعظم هذه الأرباح تحقق من خلال التوزيع الخارجي في السوق الأجنبية (الألوسي، 2012: 237).

كما بلغ معدل الإيرادات في العام (2013م) حوالي (53.9) مليار دولار، وفي العام (2014م) بلغ عدد الأفلام (657) فيلماً بإيرادات وصلت إلى (9) مليارات دولار (لاطة، 2014).

ويتضح من كل ذلك أن هوليوود تهيمن على المشهد السينمائي العالمي ففي أوروبا مثلاً تشكل الأفلام الأمريكية (80%) من العدد الإجمالي للأفلام التي تعرض في دور السينما الأوروبية، حتى في دولة مثل فرنسا معروفة بصناعتها السينمائية العريقة وبحساسيتها تجاه الغزو الثقافي الأمريكي ويشاهد الفيلم الفرنسي هذه الأيام، واحد بالمائة من عدد مشاهدي الأفلام الأمريكية (الزواوي، 2006: 241).

وإن طغيان السينما الأمريكية التي ازد عدد الأفلام التي أنتجتها سنوياً على ما تم إنتاجه في أي بلد آخر، ففي عام (1927م)، أنتجت هوليوود نحو (700) فيلم طويل مقابل (214) في ألمانيا، (44) فقط في بريطانيا، وتراوحت حصة هوليوود في العروض السينمائية الإجمالية في معظم بلدان العالم بين (75) و(90) بالمئة، وهذه النسبة هي مازالت تمثل تقريباً معدل عرض الأفلام الأمريكية في دول العالم المختلفة، وتمثل هذه الهيمنة نموذجاً لهيمنة وسيطرة وسائل الإعلام الأمريكية، على المضمون الإعلامي العالمي، وما يمثل ذلك من تكريس الهيمنة الثقافية الأمريكية، ونقل النموذج الثقافي الأمريكي إلى مختلف الشعوب والدول وعولمة هذا النموذج، بكل ما تحمله من مساوئ وما يحمله من ثقافة العنف، التي أصبحت سمة من سمات المضمون الإعلامي بسبب الهيمنة الإعلامية والثقافية الأمريكية. ويثبت هذا الأمر كما يؤكد بعض الباحثين على قدرة الولايات المتحدة وقدرة المتحكمين بالإعلام فيها على تضليل الشعوب والرأي العام العالمي، بحيث إذا رددت وسائل الإعلام أي كذبة أو قصة مختلقة يتم ترديدها وتداولها بشكل بيبغوي من قبل وسائل الإعلام في مختلف دول العالم حتى تصبح، أسطورة واقعة، مثلما حصل في قصة أسلحة الدمار الشامل التي يملكها نظام الرئيس العراقي السابق صدام حسين والتي على أساسها تم شن الحرب الأمريكية على العراق (الألوسي، 2012: 238).

قوة السينما الإقناعية وخطورتها:

توفر السيطرة على وسائل الإعلام عدة إمكانيات مهمة:

أولاً: تستطيع وسائل الإعلام أن تجذب الاهتمام وأن توجهه إلى المشاكل أو الحلول أو المناسبة بطرق قد تميل لصالح من يمتلكون القوة، وتستطيع بشكل متلازم تحويل الانتباه عن المنافسين أفراداً أو جماعات.

ثانياً: تستطيع وسائط الإعلام أن تضيف وضعاً شرعياً على أمر ما من الأمور وأن تؤكد شرعيته.

ثالثاً: يمكن أن تكون وسائط الإعلام في بعض الظروف سبلاً للإقناع وحشد الطاقات.

اربعاً: تستطيع وسائط الإعلام أن تساعد على خلق أنواع معينة من الجماهير والمحافظة عليها.

خامساً: إن وسائط الإعلام هي واسطة لتقديم الجوائز والإشباع النفسية فهي قادرة على الإلهاء والتسلية وهي قادرة على التملق وعموماً فإن وسائط الإعلام فعالة من حيث خفض التكاليف باعتبارها وسيلة اتصالات في المجتمع، وهي أيضاً سريعة مرنة وسهلة نسبياً من حيث التخطيط والإشراف عليها (جريبير، 1999: 53).

ولقد بدأ التدفق الإعلامي الحر للأخبار بهيمنة الولايات المتحدة الأمريكية بصفقتها قوة مؤثرة في تشكيل النظام الدولي، واستطاعت الولايات المتحدة الأمريكية أن تدعم نظامها الحر لتدفق المعلومات من خلال المعاهدات والاتفاقيات مع دول العالم، وذلك بسبب احتكار الغرب الرأسمالي لوسائل الاتصال الرئيسية، والتكنولوجيا المتقدمة أكثر من المشرق، ودول العالم الثالث بكثير.

ويؤكد الباحث الأمريكي (Schiller Harbert)، أن التركيز على مبدأ التدفق الحر للمعلومات يمثل جزءاً من المخطط الأمريكي الرأسمالي للحصول على شرعية دولية لهذا المبدأ وأن الرأسمالية استغلت تزايد الحديث عن الحرية كونها مطلباً أساسياً للمجتمع الدولي. لتدعم مبادئها على المستوى الدولي، وهذه الحرية تشمل حرية رأس المال، وكذلك حرية تدفق المعلومات (خالد، 2008: 145).

وتشير الأبحاث إلى أن الجماهير تستجيب لإقناع وسائل الإعلام المختلفة وفقاً لمستويات تعليمهم وثقافتهم، فالأفراد الأكثر تعليماً وثقافة يميلون إلى المطبوعات كالصحف والمجلات والكتب والدوريات أكثر من أي وسيلة أخرى. أما من هم أقل تعليماً وثقافة غالباً ما يعتمدون أكثر على وسائل الراديو والتلفزيون والفضائيات بسبب أن هذه الوسائل لا تحتاج إلى مجهودات شخصية في تلقي الرسائل الإعلامية وتحليلها وإدراكها وفهمها (خالد، 2008: 154).

أما النخبة من أهل الفكر والثقافة والمعرفة، فتعتمد أكثر على شبكات معلومات الإنترنت والتواصل الإلكتروني في هذا الزمن الذي دخلت فيه وسائل الاتصال التكنولوجية، حيث يذكر

حول هذا الموضوع (كلاير) أنه في التجارب العملية تحت نفس الظروف، فإن الاتصال الشخصي يكون أكثر قدرة على الإقناع من المطبوعات، وفي مواقف الحياة الواقعية يبدو أن التأثير الشخصي بشكل عام أكثر قدرة على الإقناع من أي وسيلة من وسائل الإعلام(خالد، 2008: 154).

إن القدرة الإقناعية لكل وسيلة تختلف طبقاً لعدد من المتغيرات الرئيسية أو العناصر الهامة وهي: (خالد، 2008: 155)

- 1- طبيعة الموضوعات: فبعضها يحسن تقديمه شفويًا، والبعض الآخر قد يحتاج إلى أن يكون مرئيًا، والآخر مشاهدًا أو جميع الحالات معاً.
 - 2- الجهد المستهدف من ناحية خصائصه وقدراته الاتصالية، وأنماط وعادات تعرضه لوسائل الاتصال، حيث يعد الجمهور الهدف الرئيسي في عملية الإعلام.
 - 3- المهارات والقدرات الشخصية المطلوبة لاستخدام الوسيلة الملائمة لتوصيل الرسالة الإعلامية.
 - 4- مقدرة وسيلة الإعلام المستخدمة على جعل محتوى الرسالة الإعلامية حيويًا وجذابًا وواقعيًا.
- ويضيف (ختاتنة و أبو سعد، 2010: 54) أن للسينما قدرة على الإقناع النفسي لدى الجماهير وذلك من خلال الخصائص الآتية:
- 1- أنها تجذب جمهوراً لا بأس به بعدده لمشاهدة الأفلام السينمائية، وتتوقف نسبة المشاهدين على أهمية الفيلم والموضوع والتمثيل والعرض.
 - 2- يشاهد الفيلم السينمائي المتعلم وغير المتعلم.
 - 3- شديد التأثير على حديثي السن ما يمكن من توجيه الناشئين بواسطته توجيهها وطنياً خيراً.
 - 4- سهولة تكرار عرضه بكلفة قليلة بخالف المسرحية.
 - 5- صانع السينما يستطيع التلاعب بالحوار المنطوق والتأثيرات الصوتية والموسيقى ليحصر المشاهدين في دائرة من الأصوات ذات الجذب لهم ولإحداث جو معين للفيلم المنوي عرضه.
- إن خطورة السينما تتمثل في أنها أصبحت أحد أدوات الاستعمار المتعدد الأبعاد، فهناك الاستعمار الثقافي، والاستعمار اللغوي، والاستعمار الإعلامي، والاستعمار المعلوماتي،

والاستعمار الإلكتروني، وبعد أهمهم هو الاستعمار الإعلامي الذي يتكون من أربعة عناصر هي (العبد، 2009: 29):

1- تصدير البرامج التلفزيونية الأمريكية لدول العالم وهي برامج على درجة مرتفعة من الكفاءة المهنية وجودة الشكل لكنها تروج لأفكار وقيم تدمر الثقافات التقليدية كالإلحاد والإباحية والشذوذ

2- الملكية والسيطرة الأجنبية على وسائل الإعلام وذلك بظهور الشركات المتعددة الجنسيات المتخصصة في المجال الإعلامي التي لها فروع في أفريقيا وآسيا وأوروبا.

3- فرض الأنماط التجارية الأمريكية في الإعلام من خلال تشجيع اعتماد وسائل الإعلام على الإعلان في تمويل البرامج المختلفة مما يؤدي إلى زيادة تركيز هذه البرامج على الترفيه لتسليّة الجمهور حتى يقبل على مشاهدة الإعلانات.

4- فرض أسلوب الحياة الأمريكية على شعوب العالم ترسيخا للحلم الأمريكي بما يسمى بتغريب العالم وهو أسلوب لا يتناسب مع المجتمعات النامية بإمكانياتها المحدودة.

صورة العرب والمسلمين في السينما الأمريكية:

(إن العرب يبدون متخلفين وخطرين عند النظر إليهم عبر عدسات هوليوود المشوهة)، بهذه الفقرة ختم الدكتور الأمريكي ذو الأصل العربي جاك شاهين كتابه (العرب الأشرار في السينما ..كيف تشوه هوليوود أمة) (Shaheen, 2001: 592)

فالشركات السينمائية العالمية التي تهيمن عليها اليهود (كشركة فوكس القرن العشرين وكولومبيا والوارنر وجولدن ماير) نجحت في نقل صورة مشوهة للشخصية العربية وذلك من خلال الأفلام العديدة التي أنتجتها (عبد الحافظ، 2007: 1)

ويشير (نصيرة، 2015: 209) أن صورة العربي والمسلم في السينما الأمريكية تتحدد من خلال خمسة أنماط تبدأ بحرف B وهي (Five B'S) تم تجسيدها من خلال الرسوم الكاريكاتورية أو في بعض الأفلام التلفزيونية والسينمائية وهي كالتالي:

1- **صورة البدوي:** وهي ليست صورة البدوي الشهم الكريم، ولكنه البدوي غير المتحضر الهمجي الذي لا يمكن الوثوق به، والذي يعيش أساسا على الغزو فهو إنسان عدواني.

2-صورة الراقصة: وهي أيضا ليست صورة الراقصة الفنانة، ولكنها صورة الراقصة المبتدلة والمثيرة للإغراء.

3-صورة العربي والمسلم كرجل بازار: وهي ليست صورة البازار الذي يحافظ على هويته ويصور منتجاته في صور مشرفة، ولكنها صورة رجل البازار الدائم للمساومة، والذي لا يمكن الوثوق به بعد الوصول إلى اتفاق.

4-صورة العربي والمسلم كبلونير: وهو ليس بليونير بمعنى مشرف، ولكنه البلونير الذي لا يقدر قيمة المال لأنه حصل عليه بشكل سريع وبطريقة سهلة، وبالتالي فهو لا يعبأ به بل يبذره ويقامر به.

5-صور العربي والمسلم كقاذف قنابل: وهي الصورة التي جرى التأكيد عليها أكثر بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر (2001)، فتصور العربي كإرهابي متوحش لا يبالي بالأطفال أو النساء . وهناك من يضيف صورة أخرى متمثلة في صورة الراقصة مع صورة المرأة التي ترتدي الحجاب، فهي المرأة وحسبهم التي اتجهت للإغراء و إلى التخلف والعودة للوراء.

وعلى الرغم من أن اليهود لا يزيدون عن ثلاثة في المئة تقريبا من إجمالي سكان الولايات المتحدة فإن أكثر من نصف مليارديرات أمريكا من اليهود، كما أن رؤساء أكبر ثلاث شبكات تلفزيون وأكبر أربع شركات للإنتاج السينمائي في الولايات المتحدة من اليهود، كما أن أصحاب أهم الصحف الأمريكية وأوسعها انتشاراً وأكثرها نفوذاً وتأثيراً وهي نيويورك تايمز هم من اليهود (وبر، 2014: 3).

أصبح اليهود سادة صناعة السينما العالمية من خلال امتلاكهم لأشهر شركات الإنتاج السينمائي العالمية وخاصة الأمريكية، وتشير الإحصائيات لعام (2010م) إلى أن أكثر من (90%) من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي، إنتاجاً وإخراجاً، وتمثيلاً، وتصويراً، ومونتاجاً، هم من اليهود، وترجع سيطرتهم على السينما الأمريكية لعام (1909م) حيث سيطروا على أول شركة إنتاج سينمائية أمريكية هي فيناغراف، وقد تخصصت في إنتاج أفلام سينمائية صهيونية (الدليمي، 2010: 125).

الآثار السلبية للأفلام السينمائية الأمريكية التي تنشرها على منظومة القيم: (العدد، 2009: 44 - 40)

لقد لعبت صناعة السينما الأمريكية دوراً عالمياً في الترويج لقيم العنف والمغامرة والإرهاب والجاسوسية والجنس والجريمة المنظمة، وكذلك في الترويج للكسب السهل والانحلال وتفكيك الأسرة فضلاً عن الترويج للصناعة الأمريكية ولرجل الأمن والإنسان الأمريكي الخارق. وفيما يلي أهم الآثار السلبية للأفلام السينمائية:

1- تهدف المضامين التي تُقدم في الأفلام الأمريكية على زيادة الاتجاهات نحو الاستهلاك وانتشار نمط الحياة الاستهلاكية، الذي لا يتلاءم مع امكانيات الدول النامية، مما أدى إلى ظهور ما يسمى ثورة التطلعات التي تتحول في هذه الدول نظراً لظروفها الاقتصادية الصعبة إلى ثورة إحباطات وتهميش الهوية القومية.

2- طغيان قيم وعادات مجتمعات تختلف بشكل كبير عن المجتمعات العربية والإسلامية التي تستقبل هذه الأفلام، مما أدى إلى أن العالم أصبح أصغر، وتراجع مفهوم القومية والسيادة الوطنية.

3- تتضمن المضامين في الأفلام الأمريكية حملات تشويه مستمرة للثقافة العربية والإسلامية ورموزها، فهي تعتمد تقديم صورة للعرب والمسلمين تجمع بين الضعف والتخلف والإرهاب والتطرف، وتقدمهم في صورة لا تليق بهم وبتاريخهم وحضارتهم، ولا تعتمد على الحقائق الثابتة، بل تعتمد على نزعة عنصرية ظالمة، ويؤدي ذلك إلى إشاعة روح الانهزامية واليأس واللامبالاة وتسطيح الوعي وهو ما يمثل تحدياً فكرياً وحضارياً.

4- تؤثر الأفلام الأمريكية على مفهوم الزواج وقيمة الأسرة عن طريق عرض نماذج العلاقات غير الشرعية، وتكريس فكرة (الأسرة المعيشة).

5- إن هناك معلومات تصل مما يقدم في الأفلام إلى الطفل والمراهق العربي، الذي لم يصل بعد إلى نسق قيمي وأخلاقي كامل يمكنه من الحكم السليم على ما يشاهده، مما يؤثر عليه بشكل سلبي.

المبحث الرابع

العدوان على محافظات غزة عام (2014م)

- ❖ تمهيد
- ❖ الموقع الجغرافي لمحافظة غزة
- ❖ المؤثرات الإسرائيلية للعدوان
- ❖ الأهداف التي يسعى إليها الفلسطينيون والإسرائيليون من وراء هذه الحرب
- ❖ مسار العدوان على غزة
- ❖ وقف إطلاق النار
- ❖ نتائج الحرب
- ❖ الدعاية الإعلامية التي اعتمدت عليها وسائل الإعلام الإسرائيلية في تغطيتها للعدوان على غزة
- ❖ الأساليب التي اتبعتها وسائل الإعلام الفلسطينية في الرد على الرواية الإسرائيلية

المبحث الرابع

العدوان على محافظات غزة عام (2014م)

تمهيد:

يعد الصراع العربي الإسرائيلي من أكثر الصراعات الدولية الممتدة، كونه ناجماً عن أطول احتلال في العصر الحديث، وتزداد وتيرته يوماً بعد يوم (عوض الله، 2012: 85).

وقد شنت دولة الاحتلال الإسرائيلي خلال السنوات الست السابقة ثلاث حروب على محافظات غزة التي أعدت لها خطوة وراء خطوة باحثة عن أهداف أعلنت عنها وأخرى ظلت غير معلنة، كما غطت أحداث غزة على القضية الوطنية برمتها وخصوصاً، ما يجري في الضفة والقدس من عمليات استيطان وتهويد، فكل عدوان له مقدمات وأسباب. ومن هنا سوف يتطرق الباحث في هذا المبحث إلى الموقع الجغرافي لقطاع غزة، والمساحة، والحدود الجغرافية لمحافظة غزة، بالإضافة إلى عدد السكان، والمعابر الحدودية المرتبطة بها، والمؤشرات الإسرائيلية للعدوان، وتوقيت العدوان على غزة، وأسباب العدوان، والأهداف التي يسعى إليها الفلسطينيون والإسرائيليون من وراء هذه الحرب، واسم العملية وأبعادها النفسية، ومسار العدوان على غزة، ووقف إطلاق النار، وردود الأفعال المحلية والدولية، ونتائج الحرب، والمكينة الإعلامية التي اعتمدت عليها وسائل الإعلام الفلسطينية والإسرائيلية في تغطيتها للعدوان على غزة.

أولاً: الموقع الجغرافي لمحافظة غزة:

يقع قطاع غزة في المنطقة الجنوبية من الساحل الفلسطيني على البحر الأبيض المتوسط، وهو عبارة عن منطقة ساحلية شبه مستطيلة، ويبلغ طولها (45 كم) ويتراوح عرضها بين (6كم) في الشمال و(13 كم) في أقصى الجنوب، وتبلغ مساحته (365 كم) أي ما نسبته (1.33%) من مساحة فلسطين التاريخية، وهو بذلك يشكل شريطاً ضيقاً شمال شرق شبه جزيرة (سيناء المصرية)، وتعد غزة كبرى مدن القطاع وثاني أكبر مدينة فلسطينية بعد القدس (القاسم، 2007: 25).

ويطل قطاع غزة من الجهة الغربية على ساحل البحر الأبيض المتوسط بطول (40 كم) بينما تحده من الجهة الشمالية والشرقية أراضي (1948) المحتلة بخط حدود يبلغ (50 كم)، فيما تحده مصر من الجهة الجنوبية بطول (13 كم) (الكياي، 1985: 15).

ويضم القطاع خمس محافظات (محافظه شمال غزة، محافظة غزة، محافظة الوسطى، محافظة خان يونس، محافظة رفح).

ثانياً: التجمعات السكانية:

يعتبر قطاع غزة من أكثر المناطق المكتظة سكانياً، ويتميزون بهرم سكاني شاب، حيث بلغ عدد سكان القطاع (1.800.000) نسمة (الإحصاء الفلسطيني، 2016).

ويضم القطاع عدة مخيمات للاجئين أبرزها جباليا ولشاطئ والنصيرات والبريج والمغازي ودير البلح وخان يونس ورفح، كما يوجد بقطاع غزة (44) تجمعاً سكانياً أهمها غزة ودير البلح وخانيونس ورفح (عطا الله، 2010).

ثالثاً: الحدود والمعابر:

يتصل قطاع غزة بالعالم الخارجي من خلال سبعة معابر حدودية برية لا يدخل ولا يخرج منه شيء دون المرور بأحدها، وتخضع ستة منها لسيطرة إسرائيل وهي بالترتيب من الشمال إلى الجنوب معبر بيت حانون (إيرز)، ومعبر المنطار (كارني)، ومعبر الشجاعية (نحال عوز)، ومعبر العودة (صوفا)، ومعبر القرارة (كيسوفيم)، ومعبر كرم أبو سالم (كيرم شالوم) حيث تقع جميعها على حدوده مع أراضي (1948) المحتلة، ماعدا معبر رفح وهو الوحيد الخارج عن سيطرة الاحتلال الإسرائيلي الذي يتصل مع جمهورية مصر العربية.(الجزيرة، 2014: نت)⁽¹⁾

رابعاً: الوضع العام لقطاع غزة:

يعاني سكان قطاع غزة من حصار مالي واقتصادي وسياسي خانق فرضته دولة الاحتلال الإسرائيلي على قطاع غزة عام (2007م) لإبقاء القطاع تحت سيطرتها، وقد أدى هذا الحصار

(1)<http://studies.aljazeera.net/ar/positionestimate/2014/07/2014724104718111875.html>
(2014/7/24).

الى تزايد نسبة البطالة والفقر وانخفاض معدل دخل الفرد اليومي.

وشهد قطاع غزة حربين سابقتين حيث كانت الأولى في أواخر عام (2008م) واستمرت (22) يوماً، حيث استشهد نحو (1300) مواطن، فيما استشهد نحو (155) مواطن في الحرب الثانية عام (2012م) والتي استمرت لمدة ثمانية أيام، ثم جاء العدوان على غزة (2014م)، في وقت تشهد فيه المنطقة سلسلة من المتغيرات الدولية والإقليمية.

لم يشكّل العدوان الإسرائيلي على غزة مفاجأة لأحد فقد كانت دولة العدو الإسرائيلي تراجع عن الالتزام بما جرى الاتفاق عليه، بعد حرب (2012م)، بشأن تخفيف الحصار على غزة، ورفضت توسيع منطقة الصيد للصيادين في البحر المتوسط إلى أكثر من ثلاثة أميال، كما رفضت أيضاً تسهيل دخول البضائع التجارية إلى (غزة) عبر معبر (كرم أبو سالم). كل هذا قبل أن تشن عدوانها الآثم على القطاع.

خامساً: المؤشرات الإسرائيلية للعدوان:

بعد انتهاء العدوان (2012م) على غزة وتطبيق وقف إطلاق النار عبر التفاهات التي تمت في القاهرة عبر الوساطة المصرية واصل العدو سياسته المتمثلة في محاصرة قطاع غزة من جميع النواحي، ولكن زادت الأمور تعقيداً أكثر بعد سقوط الرئيس المصري المنتخب (مرسي) وتولي الرئيس (السيسي) مقاليد الحكم في مصر بعد الانقلاب العسكري، الذي يعتبر لإسرائيل فرصة تاريخية سانحة لا تعوض بشأن قطاع غزة، وإخضاع الوضع القائم في قطاع غزة، والقضاء على المقاومة.

فقد زادت هواجس المواطنين من قيام إسرائيل بشن حرب على قطاع غزة خاصة بعد الاشتباكات المتعددة التي نشبت بين المقاومين من فصائل المقاومة الفلسطينية والقوات الإسرائيلية على الحدود الشرقية لقطاع غزة من تبادل لإطلاق النار بين الطرفين، ولهذا كان هناك مؤشرات إسرائيلية واضحة قبل بدء شن العدوان واسع على قطاع غزة من خلال:

1- مصادقة المجلس الوزاري الإسرائيلي المصغر للشؤون السياسية والأمنية (الكابنيت) على زيادة ميزانية الجيش بـ (2.75) مليار شيكل خلال جلسة خاصة عقدها لإقرار الميزانية المتعلقة بالجيش للعام (2014م).

2- اتخاذ المجلس الوزاري الإسرائيلي المصغر قرارًا بتشكيل طاقم برئاسة مدير مكتب رئيس الوزراء (هارئيل لوكير)، بهدف الإشراف على عملية تسريع نقل معسكرات الجيش من وسط فلسطين المحتلة إلى جنوبها في حالات الطوارئ.

3- بدء قوات الاحتلال الإسرائيلي تدريبات عسكرية في مطار (اسديه دوف) في (تل الربيع) لسلاح الجو، وإعلان العدو الإسرائيلي عن تدريبات عسكرية غير مسبقة في مدينة عسقلان، تحاكي احتلال غزة.

4- قيام العدو الإسرائيلي بإجراء اختبارات واسعة لصفارات الإنذار في خمس مستوطنات محيطة بغزة، وكذلك في مدن العمق الفلسطيني المحتلة كالقدس وتل الربيع وحيفا.

5- تقديم مندوب الاحتلال الإسرائيلي في الأمم المتحدة (رون بروس) شكوى لمجلس الأمن حول إطلاق قذائف صاروخية من قطاع غزة.

6- الأطماع الاقتصادية للعدو الإسرائيلي ورغبته في السيطرة على حقل الغاز الذي عُثِرَ عليه قبالة شواطئ غزة بتاريخ 2014/2/24م. (أبو سعدة، 2014: مقال).

سادساً: توقيت العدوان على غزة:

بدء العدو الإسرائيلي عدوانه على قطاع غزة مساء السابع من يوليو من العام (2014م)، حيث شنت هجوماً واسع النطاق على القطاع استخدمته الجيش الإسرائيلي كافة أنواع الأسلحة الموجودة في ترسانته العسكرية، ويعتبر هذا الهجوم الأعنف والأوسع والأضخم والأشرس والأكثر دموية ضد المدنيين الفلسطينيين، وممتلكاتهم في تاريخ الاحتلال الإسرائيلي الذي دمر البيوت والمساجد وقتل الأطفال، وشرّد المدنيين من منازلهم، وانتهى العدوان بعد إعلان وقف إطلاق النار الذي تم بين الطرفين برعاية المصريين، حيث دخل حيز التنفيذ عند الساعة السابعة من مساء يوم السادس والعشرين من أغسطس من العام (2014م)، وهذا العدوان استمر واحداً وخمسين يوماً.

سابعاً: أسباب العدوان:

في بداية كل عدوان إسرائيلي تشنه على الفلسطينيين تتحجج وتدعي بذرائع واهية لبدء عدوانها، وما عملية قتل المستوطنين الثلاثة في منطقة الخليل إلا ذريعة استغلتها إسرائيل في شن عدوانها على محافظات غزة (2014م).

وهنا نتطرق إلى أهم الأسباب التي أدت إلى شن هذا العدوان على محافظات غزة:

1- السبب الأول: يتعلق بطبيعة التحالف الحكومي الذي يقوده نتنياهو، وحرصه على إظهار أن التزامه بأمن الدولة العبرية لا يقل عن التزام هؤلاء الحلفاء.

2- السبب الثاني: يتعلق بطبيعة التحالف الإقليمي الذي يربط بين إسرائيل بعدد من الدول العربية، التي تقود منذ شهور حملة واسعة ضد قوى الإسلام السياسي. في محاولة العدو الإسرائيلي اقتلاع حماس والقوى الإسلامية المسلحة في قطاع غزة، أو إضعافها.

3- السبب الثالث: يتعلق بعملية السلام المتعثرة بين إسرائيل والفلسطينيين، وذلك بعد قرار رئيس السلطة الفلسطينية (محمود عباس) الذهاب إلى المصالحة مع حماس وتشكيل حكومة التوافق الوطني الفلسطينية؛ مما دفع العدو الإسرائيلي إلى الترويج بعدم وجود شريك فلسطيني في عملية السلام في الأوساط الدولية.

4- السبب الرابع: يعود إلى سياسة الحكومة الإسرائيلية التي ترى في الحرب الدورية النهج الوحيد لتحجيم إمكانات المقاومة الفلسطينية التسليحية.

5- السبب الخامس: يتعلق بتطور سياق الحرب، فبعد أن أدرك رئيس الوزراء الإسرائيلي أن من الصعب تحقيق أهدافه السابقة بالقوة، بات يحاول بناء تحالف عالمي _عربي لإنهاء الحرب باتفاق يتضمن نزع سلاح قطاع غزة (بريخ، 2015: 108).

وأضاف عدد من الباحثين والأكاديميين من خلال ورشة عمل إلى أن أهم أسباب العدوان على غزة هي:

- 1- انسداد الأفق السياسي في عملية التسوية.
- 2- إنجاز الفلسطينيين للمصالحة الفلسطينية.
- 3- علاقة حماس المتوترة مع بعض دول الإقليم ووصولها إلى طريق مسدود.
- 4- وجود ظهير عربي مساند لدولة الاحتلال دفع بها لشن عدوان على قطاع غزة.
- 5- حدوث مركبات جديدة، وتشكيل محور جديد على الصعيد الإقليمي والدولي.
- 6- استغلال العدو الإسرائيلي ما حدث في الضفة الغربية من اختطاف وقتل للجنود (معهد فلسطين للدراسات الاستراتيجية، 2015: ورشة عمل)

ثامناً: الأهداف التي يسعى إليها الفلسطينيون والإسرائيليون من وراء هذه الحرب:

في الحروب والصراعات الدولية لا تكشف الدولة والكيانات السياسية عن كامل أهدافها واستراتيجياتها، فهناك أهداف معلنة وأهداف خفية غير معلنة، فكل الحروب العدوانية الإسرائيلية الثلاث التي شنتها على قطاع غزة لا تخرج عن هذا السياق، وقد تكون الأهداف الخفية من هذه الحروب أكثر خطورة على الدولة وهنا نتناول أهم الأهداف التي يسعى الطرفان لتحقيقها من وراء هذه الحرب.

1- الأهداف الإسرائيلية:

في بداية كل عدوان تشنه إسرائيل على قطاع غزة تضع أهدافاً غير واضحة، ولكن بعد أيام من بداية العدوان لاحظنا أن الأهداف تتمحور وتتغير وفق مجريات الأمور ولكن جاءت أهم الأهداف التي وضعتها فيما يلي:

- 1- وقف الصواريخ التي تطلقها المقاومة الفلسطينية من قطاع غزة.
- 2- تدمير الأنفاق الحدودية.
- 3- تدمير البنى التحتية لفصائل المقاومة في قطاع غزة.
- 4- نزع سلاح المقاومة من القطاع.
- 5- إعادة الاعتبار لهيئة نظرية الردع الإسرائيلية.
- 6- فصل قطاع غزة عن الضفة الغربية والعمل على عدم إنجاز المصالحة الفلسطينية (بربخ، 2015: 109).

وهناك أهداف غير معلنة في العدوان:

- 1- الانتقام من حماس التي تحاول نقل المقاومة إلى الضفة الغربية بعد خطف المستوطنين الثلاثة وقتلهم في الخليل.
- 2- تدمير البنية التحتية للمقاومة، والمس بقياداتها.

3- تعزيز قدرة الردع الإسرائيلية التي تآكلت خلال السنوات الماضية بعد حرب لبنان (2006م)، وحرب (2008م)، وحرب (2012م) على غزة.

4- تقويض المصالحة الفلسطينية التي تعتبرها دولة الاحتلال انقلاباً على عملية السلام الفلسطينية الإسرائيلية.

5- بناء تحالف عربي جديد ضد المقاومة الفلسطينية. (عامر، 2015: 64).

ويرى الباحث أن دولة الاحتلال بعد انتهاء العدوان لم يتحقق أي هدف من الأهداف المعلنة والضمنية التي وضعتها إسرائيل بل على العكس فقد تكسرت جميع الأهداف أمام صمود المقاومة وفشلت كافة المخططات وتخبط القيادة السياسية والعسكرية، وتضعفت سمعة دولة الاحتلال في العالم، وأصبحت جرائم الحرب جرائم ضد الإنسانية على مرأى ومسمع من الجميع، وازداد التصدع الحكومي لدى الاحتلال الإسرائيلي واتسعت الفجوة بين القيادة العسكرية والسياسية وكيّلت الاتهامات بينهما بل ظلت صواريخ المقاومة تدك المدن والمنشآت المدنية والعسكرية والمطارات حتى الدقيقة الأخيرة قبل دخول اتفاق وقف إطلاق النار حيز التنفيذ، الأمر الذي دفع العدو إلى ارتكاب مجازر بشرية بحق المدنيين من خلال استهداف المنازل والأبراج السكنية.

2- أهداف المقاومة الفلسطينية:

شهد قطاع غزة أثناء العدوان تلاحماً غير مسبوق بين الشعب والمقاومة رغم الدمار، والحصار المفروض على غزة، وإغلاق المعابر، والمجازر التي ترتكبها إسرائيل في صفوف المدنيين الآمنين في بيوتهم. كل ذلك أوجد أرضية للمقاومة لصياغة أهدافها التي تتمثل في الهدف الأساسي وهو كسر الحصار، وتوفير أساسيات الحياة الكريمة لسكان قطاع غزة، وتتمثل أهداف المقاومة الفلسطينية في:

1. رفع الحصار الظالم عن قطاع غزة وفتح المعابر.
2. إعادة إعمار القطاع وإدخال المواد الخاصة بالإعمار.
3. فتح معبر رفح البري الذي يربط غزة بالعالم الخارجي بشكل دائم.
4. السماح بالصيد لمسافة (12) ميلاً بحرياً.

5. الإفراج عن الأسرى الذين تم اعتقالهم مؤخراً والمفرج عنهم في صفقة شاليت.

6. الإفراج عن النواب الذين تم اعتقالهم. (عكاشة، 2014: نت)⁽¹⁾

تاسعاً: اسم العملية وأبعادها النفسية:

إن من صميم المعركة والحرب النفسية استخدام أسماء ومصطلحات ذات تأثير نفسي أو بعد عاطفي من شأنها رفع الروح المعنوية كإطلاق اسم للحرب الذي قد يشنها طرف ما ضد طرف آخر.

1- التسمية الإسرائيلية للعدوان على غزة الجرف الصامد (الحرب الثامنة):

عكف خبراء نفسيون إسرائيليون على اختيار اسم للعدوان العسكري على غزة يختلف عما سبق من الأسماء فاطلق على عدوانه تسمية ذات وقع نفسي (الجرف الصامد) ليحقق بهذا الاسم حالة من الرعب الداخلي.

وجاءت التسمية الإسرائيلية في الأصل مأخوذة من عبارة توراتية تعد بركة تسمى (بركة بلعام) للقينيين، وقد وردت هذه البركة في قصة (بلعام بن باعورا) في سفر العدد، "ليكن مسكنك متيناً وعشك موضوعاً في صخرة"، وهي الدعوة التي دعا بها بلعام للقيني، عندما أراد أعداء بني إسرائيل أن يجبروه للدعوة عليهم، لأنه كان مجاب الدعوة، لكن الرب أنطق لسانه بالدعوة لهم، فكلمتا(متيناً)، و(صخرة)، هما مادة اشتقاق الاسم الذي أطلق على العملية "الجرف الصامد" على العدوان على غزة (صباحي، 2014: نت)⁽²⁾

ولكن قررت دولة الاحتلال رسمياً، تسمية العدوان الذي شنته على قطاع غزة بالحرب الثامنة منذ قيامها، والأولى مع الفلسطينيين منذ بدء احتلالها لأراضي فلسطين من العام (1948م)، وهو ما رآه المراقبون والمحللون خطوة استباقية لأي ملاحقة قانونية وسياسية، وإعفاء لقوات الاحتلال الإسرائيلي من أي تعويضات مالية. وهو ما جاء على لسان وزير الحرب الإسرائيلي (موشيه يعالون) الذي قال أن قرار تسمية العملية العسكرية بـ"الحرب" جاء

(1) [http://www.acrseg.org/11245\(2014/9/22\)](http://www.acrseg.org/11245(2014/9/22))

(2) <http://old.dotmsr.com/ar/1002/1/44540> (2014/8/3)

بسبب طول المدة الزمنية للعملية، ونظرًا لفقدان الكثير من الجنود، الذين دفعوا الثمن الأكثر ارتفاعاً في قتال الفلسطينيين.

ولقد شنت دولة الاحتلال منذ بدء احتلالها لأراضي فلسطين في عام (1948م)، ثمانى حروب الحرب العربية الإسرائيلية عام (1948م)، وحرب العدوان الثلاثي عام (1956م)، وحرب حزيران عام (1967م)، وحرب الاستنزاف مع مصر (1969-1970)، بالإضافة إلى حرب "يوم الغفران" في تشرين الأول/ أكتوبر عام (1973م) مع سوريا ومصر، وحرب لبنان الأولى عام (1982م)، وحرب لبنان الثانية عام (2006م) (فلسطين أون لاين، 2015: نت⁽¹⁾).

من ناحية أخرى دولة العدو تستخدم مصطلح "العملية العسكرية"، كالدلالة على ما هو أقل من حرب وأكثر من غارة واجتياح، في تسميتها لأي عدوان تشنه ضد الفلسطينيين، غير أنها أطلقت مصطلح الحرب على العدوان الأخير على قطاع غزة، لأكثر من سبب منها: أن العدوان الأخير الذي شنته على قطاع غزة كان الأطول في تاريخ مواجهات دولة العدو، سواء ضد الفلسطينيين أم ضد العرب، فطول المدة (51 يوماً)، دفعها لإطلاق هذه التسمية، بالإضافة لعدد قتلاها، فهو مقارنة بالمواجهات السابقة يعد رقماً كبيراً بالنسبة للاحتلال الإسرائيلي، كما أنها ترمي إلى تحقيق أهداف غير معلنة، تشمل في مقدمتها البعد القانوني والسياسي لهذا العدوان، واستباق أية ملاحقة لإسرائيل وإجبارها على دفع تعويضات مالية أو قانونية جراء حجم ما ارتكبته من جرائم حرب رداً على طلب انضمام فلسطين إلى المحكمة الجنائية الدولية. (أبو عامر، 2015/8/15: مقابلة)

2- التسمية الفلسطينية للعدوان على غزة:

ردت المقاومة الفلسطينية على تلك التسمية بـ (العصف المأكول) ذات الدلالة الدينية الواضحة المستوحاة من سورة (الفيل) قال تعالى: ﴿وَأَرْسَلَ عَلَيْهِمْ طَيْرًا أَبَابِيلَ (3) تَرْمِيهِمْ بِحِجَارَةٍ مِنْ سِجِّيلٍ (4) فَجَعَلَهُمْ كَعَصْفٍ مَأْكُولٍ (5)﴾. (سورة الفيل، آية 5) والتي تطرقت إلى قصة أصحاب الفيل ومفرداتها (حجارة السجيل، والطير الأبابيل، والعصف المأكول) في عناوين المعركة وأسماء الأسلحة، له أثر معنوي عظيم في نفسيات المجاهدين، والشعب الفلسطيني وجبهة الأصدقاء عموماً، والتي تشمل كذلك العمق العربي والإسلامي، هذه الجبهة التي يحفظ

(1) <http://felesteen.ps/details/news> (2015/1/5)

صغارها وكبارها عن ظهر قلب سورة (الفيل)، ويعرفون جميعاً ما جرى لجيش أبرهة، حيث ارتبطت القصة والسورة بمولد النبي محمد (صلى الله عليه وسلم)، كما ودعي عام مولده بعام الفيل. ولذلك فاستحضار القصة من خلال رمزية التسميات تؤدي إلى رفع المغنويات من خلال ما يأتي:

1. التأكيد على قدسية المعركة حيث يستهدف العدو المكان المقدس، الكعبة هناك، وهنا المسجد الأقصى والأرض المقدسة، والطرف المهاجم هو ظالم ومعتد في الحالين، والاحتلال اليهودي جاثم في الأقصى وما حوله، وبادئ ومبادر بالعدوان على قطاع غزة ومن فيه، وأن المقاومين يشبهون الطير الأبايل؛ فهم جنود الله وسلاحهم حجارة السجيل، فهي لا بد مصيبة أهدافها وفاعلة فيهم فعلها.

2. حتمية الانتصار المؤزر، واليقين بهزيمة الأعداء، فتلك حرب الله _ تعالى _ على أعدائه الذين يعتدون على المسجد الأقصى والأرض المقدسة، والمجاهدون جنوده وطيره الأبايل، وهو _ سبحانه _ لا بد هازم أعداء دينه، وجاعلهم كالعصف المأكول، وبالتالي ناصر جنوده، ومن هنا يقاتل المجاهدون ويصمد معهم شعبهم، وهم متيقنون من عدالة قضيتهم ونصر الله لهم (بربخ، 2015: 107).

فيما أطلقت فصائل فلسطينية أخرى مسميات مختلفة على هذا العدوان من بينها حركة الجهاد الإسلامي التي أطلقت عليها (البنيان المرصوص) المشتق من مطلع سورة (الصف) قال تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُنْيَانٌ مَرْصُوصٌ﴾. (سورة الصف، آية 4) الذي يؤكد للأصدقاء والأعداء أن المقاتلين صف واحد كالبنيان المرصوص أمام هذا العدوان (خاطر، 2014: 103).

أما لجان المقاومة ألوية الناصر صلاح الدين فأطلقت على عملياتها العسكرية اسم (لهيب الثأر).

عاشراً: مسار العدوان على غزة:

قبيل العدوان على غزة كانت هناك مفاوضات بين الفلسطينيين والإسرائيليين الذي كان من المفترض أن تفرج دولة الاحتلال عن الدفعة الرابعة من قدامى الأسرى الفلسطينيين التي تضم (26) أسيراً ما قبل أوصلو، كاستحقاق لاستئناف المفاوضات ضمن سقف زمني محدد مدته

تسعة شهور، للخروج بنتائج سياسية مرضية، لكن دولة الاحتلال ماطلت القيادة الفلسطينية، ووضعت شرطاً مسبقاً لإخراجهم بتمديد المفاوضات إلى ما بعد 2014/4/29م مقابل عدم توجه الفلسطينيين إلى الانضمام للمؤسسات الدولية واستئناف المفاوضات إلا أن الفلسطينيين رفضوا هذا الشرط المسبق مما أدى إلى رفض العدو تنفيذ الإفراج عن الدفعة الرابعة، وبذلك ظهرت الإدانات الدولية حول مسؤولية الاحتلال عن تعثر المفاوضات (المعرفة، 2014: نت)⁽¹⁾

لقد كان رد القيادة الفلسطينية على الرفض الإسرائيلي بتوقيع الرئيس (محمود عباس) على طلب الانضمام إلى (15) منظمة ومعاهدة دولية في الأمم المتحدة وهو ما رفضته دولة الاحتلال، واعتبرته تهرباً من سلامها المزعوم، وأصبحت دولة الاحتلال تواجه إدانة دولية حول تعثر المفاوضات وتحميلها كامل المسؤولية عن فشلها بما فيها تصريحات وزير الخارجية الأمريكية (جون كيري) (المعرفة، 2014: نت)⁽²⁾

في 2014/ 4 / 23م، وقعت حركة حماس وفتح على اتفاق المصالحة الوطنية المنتظرة منذ سبعة أعوام، وإنهاء الانقسام الفلسطيني _ الفلسطيني الذي سميت باتفاق الشاطئ الذي تمخض عن هذا الاتفاق بتشكيل حكومة التوافق خلال خمسة أسابيع من وزراء (كفاءات) مستقلين وظيفتهم إدارة شئون الحكم، والتمهيد للانتخابات الفلسطينية خلال (6) شهور. إلا أن دولة العدو هددت السلطة الوطنية الفلسطينية بمقاطعة حكومة الوفاق فور تشكيلها، وجاء قرار الاتحاد الأوروبي من خلال إعلانه بقبوله بحكومة الوفاق، وأعربت أمريكا بقبولها ضمن شروط الرباعية. وقد صرح رئيس وزراء العدو (بنيامين نتنياهو) قائلاً: إن رئيس السلطة الفلسطينية (محمود عباس) كان أمامه خيار إما السلام مع دولة الاحتلال أو الاتفاق مع حماس الإرهابية، واختار الاتفاق مع حماس ولذلك ضربة للسلام، وآمل أن يغير رأيه (النعامي، 2014/4/22: مقال).

في 2014/ 6 / 12م أعلنت دولة الاحتلال اختفاء ثلاثة من مستوطناتها في مدينة الخليل، والذين يقطنون التجمع الاستيطاني (غوش عتصيون). الفصائل الفلسطينية نفت مسؤوليتها عن

(1) [http://www.marefa.org/index.php/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D8%A8_%D8%B9%D9%84%D9%89_%D8%BA%D8%B2%D8%A9_\(2014\)_\(2014/7/8\)](http://www.marefa.org/index.php/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D8%A8_%D8%B9%D9%84%D9%89_%D8%BA%D8%B2%D8%A9_(2014)_(2014/7/8))

الاختطاف بما فيها حركة حماس، ووجهت إسرائيل أصابع الاتهام إلى حركة حماس بالمسئولية عن حادثة الاختطاف (وكالة الرأي الفلسطينية، 2014: نت)⁽¹⁾

وشنت قوات الاحتلال الإسرائيلي حملة اعتقالات واسعة من خلال العملية التي أسمتها (إعادة الأبناء) والتي اعتقلت فيها دولة الاحتلال إسرائيل أكثر من (500) فلسطيني من بينهم نواب من حماس، و(51) معتقلاً تم الإفراج عنهم في إطار صفقة (شاليط)، وقتلت أكثر من (15) فلسطينياً (الهندي، 2014: 174).

استغل نتنياهو بشكل واضح قضية خطف المستوطنين الثلاثة من أجل الاستمرار في نزع الشرعية عن المصالحة الفلسطينية وحكومة الوفاق الوطني قائلاً (إن التحالف الذي عقد بين أبو مازن وحماس يفتح الباب لسلب حماس السلطة الفلسطينية، والسيطرة على يهودا والسامرة " الضفة الغربية) (الحياة الجديدة، 2014/6/15: صحيفة).

في 2014/6/30م عثرت إسرائيل على المستوطنين الثلاثة بعد (18) يوماً من اختفائهم قرب منطقة (ححول) شمال مدينة الخليل مقتولين، وملقاة جثثهم قرب بئر مهجور، انطلقت الدعوات الصهيونية بالانتقام من العرب بالقتل والتعذيب (الهندي، 2014: 175).

في 2014/7/2م فجرنا توقفت سيارة تقل مستوطنين إسرائيليين قبالة الفتى المقدسي (محمد أبو خضير) الذي يبلغ من العمر (16) عاماً، وقاموا باختطافه والفرار من المكان باتجاه حي راموت، بعدها عثر على جثته في أحراش دير ياسين مقتولاً، وقد أفاد الطب الشرعي بتعرضه للتعذيب وحرقه حياً بعد سكب مادة البنزين في جوفه وعلى جسده وقد عرف مرتكبو الحادثة والذين برروها بالانتقام من خطف المستوطنين الثلاثة في الخليل وقتلهم والذي اعقبه احتجاجات واسعة النطاق وخصوصاً في مناطق عرب (48) (خاطر، 2015: 101).

وقد أدت تلك الحادثة إلى احتجاجات واسعة في القدس توسعت لتشمل باقي المناطق الفلسطينية في الداخل والخارج.

ولم تقف الأمور عند هذا الحد فقد زادت الأوضاع تدهوراً بعد إقدام مستوطن قرب مدينة حيفا على دهس اثنين من العمال الفلسطينيين، وبشكل متعمد مما أدى إلى تصاعد وتيرة المظاهرات التي عمت مناطق السلطة الوطنية الفلسطينية، وداخل الخط الأخضر.

(1) <http://alray.ps/ar/index.php?act=post&id=124099> (2014/7/8)

أرادت دولة العدو الإسرائيلي الخروج من الوضع فاتجهت نحو قصف قطاع غزة في سلسلة غارات عنيفة على مطار غزة جنوب القطاع التي ادعت إطلاق مسلحين صواريخ على جنوب إسرائيل من المكان نفسه.

في 2014/7/6م ردت المقاومة الفلسطينية رداً محدوداً بإطلاق مجموعة من الصواريخ سقطت جنوب فلسطين المحتلة. أتبعها دولة العدو في اليوم الثاني بتنفيذ عدة غارات على عدة مواقع للمقاومة الفلسطينية أدت إلى استشهاد سبعة مقاومين من كتائب القسام في غارة إسرائيلية استهدفت منطقة المطار شرقي رفح (فلسطين أون لاين، 2014: نت)⁽¹⁾

بدأت الأمور تتجه نحو التصعيد شيئاً فشيئاً وأعلن المجلس الوزاري الإسرائيلي المصغر يوم 2014/7/8 عن بدء العملية الذي أطلق عليه الجيش الإسرائيلي (الجرف الصامد) مستدعياً (40) ألف جندي احتياط.

في المقابل أطلقت المقاومة الفلسطينية من بينها حماس على معركتها مع الاحتلال اسم (العصف المأكول)، بينما أطلقت الجهاد الإسلامي اسم (البنيان المرصوص) (حميدة، 2014: نت)⁽²⁾.

ويرى الباحث أن العدو الإسرائيلي استخدم كل قواته البرية والبحرية والجوية من طائرات (أف16) والطائرات المروحية (الأباتشي) وطائرات الاستطلاع بدون طيار التي تحدد الأهداف وتضع الاحداثيات بشكل دقيق، ودبابات (الميركافا 4) فباشر بتوجيه ضربات جوية متواصلة، هدفت إلى تدمير منازل قيادات ونشطاء في حركات المقاومة، سيما المقاتلين في الأذرع المسلحة، ومحاولة تصفية عدد منهم، والمدارس والمستشفيات، وسيارات الإسعاف والمساجد والمؤسسات الحكومية والجامعات ومراكز الإعلام، وشبكات الصرف الصحي، والاتصالات وقام بتدمير محطة توليد الكهرباء الوحيدة في غزة، في محاولة منه لدب الرعب في صفوف المواطنين.

وخلال (48) ساعة كانت دولة العدو قد شنت نحو (500) غارة على قطاع غزة، واستهدفت البنى التحتية وشبكات الصرف الصحي والكهرباء والاتصالات ودمرت (55) منزلاً واستهدفت

(1) <http://felesteen.ps/details/news> (2014/7/7)

(2) <https://www.palinfo.com/site/pic/newsdetails.aspx?itemid=162205> (2014/9/9)

مقار جهاز الأمن والحماية وجهاز الأمن الداخلي، ووصلت حصيلة عدد الشهداء إلى (62) شهيداً والمئات من الجرحى في حين لم يسجل أية إصابة إسرائيلية.

وردت المقاومة الفلسطينية بصواريخ أبعد مدى عنها في الحرب السابقة لتدافع عن نفسها وعن الشعب الفلسطيني، وذلك ما كفلته كل القوانين الدولية.

وفتح الإسرائيليون ملاحظتهم للاحتفاء بها من صواريخ المقاومة التي طالت وسط فلسطين المحتلة وشمال تل أبيب، ومدينة القدس في حين بقي المواطنون الفلسطينيون تحت نيران الصواريخ الإسرائيلية التي ارتكب مطلقوها عدة مجازر ضد المدنيين.

في (13) يوليو أعلنت كتائب القسام أنها تصدت لقوة بحرية إسرائيلية فجر هذا اليوم حاولت التسلل عبر شاطئ منطقة السودانية شمالي قطاع غزة، واعترف الجيش الإسرائيلي بإصابة أربعة من جنوده في الاشتباك الذي قالت سرايا القدس الجناح العسكري لحركة الجهاد الإسلامي إن مقاتليها شاركوا فيه وقالت أن النار اشتعلت في زورق حربي إسرائيلي شارك في العملية (المعرفة، 2014: نت) ⁽¹⁾.

في (14) يوليو بدأ المئات من المدنيين بالنزوح إلى مدارس وكالة (الأونروا) هرباً بعد اشتداد القصف الإسرائيلي العنيف، وأعلنت كتائب القسام في بيان نشر عبر وسائل الإعلام عن إرسالها طائرات بدون طيار أطلقت عليها (أبابل 1) وحلقت إحداها فوق وزارة الدفاع الإسرائيلية، في حين قال الجيش الإسرائيلي إن منظومة (آرو حيتس) المضادة للصواريخ الباليستية اعترضت صباح اليوم طائرة بدون طيار أطلقتها المقاومة الفلسطينية من قطاع غزة (المركز الفلسطيني للإعلام، 2014: نت) ⁽²⁾.

في مساء يوم (14) يوليو نشرت وسائل الإعلام نص المبادرة المصرية لوقف إطلاق النار بين الفصائل في غزة والعدو الإسرائيلي، والتي تحدت في خمس نقاط وهي: (سالم، 2015: نت) ⁽³⁾.

(1) [\(http://www.marefa.org/index.php/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D8%A8_%D8%B9%D9%84%D9%89_%D8%BA%D8%B2%D8%A9_\(2014\)_\(2014/7/14\)\)](http://www.marefa.org/index.php/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D8%A8_%D8%B9%D9%84%D9%89_%D8%BA%D8%B2%D8%A9_(2014)_(2014/7/14))

(2) [\(https://www.palinfo.com/news/2014/7/14\)](https://www.palinfo.com/news/2014/7/14) (2014/7/14)

(3) [\(http://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/369937.html\)](http://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/369937.html) (2015/6/21)

- 1- تقوم دولة العدو بوقف جميع الأعمال العدائية على قطاع غزة برأ، وبحراً، وجواً مع التأكيد على عدم تنفيذ أي عمليات اجتياح بري لقطاع غزة أو استهداف المدنيين.
- 2- تقوم كافة الفصائل الفلسطينية في قطاع غزة بإيقاف جميع الأعمال العدائية من قطاع غزة تجاه إسرائيل جواً، وبراً، وبحراً وتحت الأرض مع التأكيد على إيقاف إطلاق الصواريخ بمختلف أنواعها والهجمات على الحدود.
- 3- فتح المعابر، وتسهيل حركة الأشخاص، والبضائع عبر المعابر الحدودية في ضوء استقرار الأوضاع الأمنية على الأرض.
- 4- أما باقي القضايا بما فيها موضوع الأمن سيتم بحثها مع الطرفين.
- 5- يتم استقبال وفود رفيعة المستوى من الحكومة الإسرائيلية، والفصائل الفلسطينية في القاهرة خلال (48) ساعة منذ بدء تنفيذ المبادرة لاستكمال مباحثات تثبيت وقف إطلاق النار، واستكمال بناء الثقة بين الطرفين على أن تتم المباحثات مع الطرفين كل على حدا طبقاً لتقاهمات تثبيت التهدئة في القاهرة (2012م).
- في (17) يوليو وافقت إسرائيل وفصائل المقاومة في غزة على هدنة إنسانية لمدة خمس ساعات تبدأ في الساعة العاشرة صباحاً وتنتهي الساعة الثالثة مساءً وذلك بعد تسعة أيام من القصف المتبادل التي سعت إليه الأمم المتحدة لتمكين توصيل الاحتياجات الإنسانية للسكان، وفور بدء سريان التهدئة بدت شوارع قطاع غزة نابضة بالحياة بفعل ضجيج السكان، الذين خرجوا للتزود بحاجياتهم ومستلزماتهم ولم يسجل أي خرق (خاطر، 2015: 109).
- في (18) يوليو أعلنت حركة حماس والجهاد الإسلامي رفض المبادرة المصرية لوقف إطلاق النار، والتي تقضي بوقف أعمال العنف المتبادلة، وعلى الطرفين الجلوس بعدها للتفاوض. وانتقدت مصر حركة حماس لعدم قبولها المبادرة، وبدأ الجيش الإسرائيلي عملية اجتياح بري بدعم من سلاح البحرية ضد النشاط الفلسطيني في قطاع غزة.
- في (25) يوليو أعلن وزير الخارجية الأمريكي (جون كيري) في مؤتمر صحفي له في القاهرة دعوته للإسرائيليين والفلسطينيين بقبول هدنة إنسانية لمدة (7) أيام، على أن تتلو الهدنة مفاوضات لحل القضايا العالقة بين الجانبين، إلا أن إسرائيل رفضت مقترح كيري، وطلبت إجراء

تعديلات على المقترح قبل تنفيذه (الجزيرة، 2014: نت)⁽¹⁾.

وعلى الصعيد الدبلوماسي، شارك وزراء خارجية كل من الولايات المتحدة، وقطر، وتركيا، وفرنسا، وبريطانيا، وإيطاليا، وألمانيا، وممثل للاتحاد الأوروبي في اجتماع في باريس سُمي "الاجتماع الدولي لدعم وقف إطلاق النار الإنساني في غزة" حيث صدر عنه بيان يحث فيه دولة العدو والمقاومة الفلسطينية على إعلان هدنة جديدة مدتها أربع وعشرون ساعة قابلة للتمديد وبدء مفاوضات تؤدي إلى هدنة دائمة وأن هذا الاجتماع يهدف إلى دعم المبادرة المصرية.

في (30) يوليو واصلت دولة العدو قصفها للمدنيين حتى طال قصفها المساجد ومدارس الأونروا، ورداً على المجازر التي تحدث قامت كتائب القسام الجناح العسكري لحركة حماس بتفجير عربة من نوع "أمولوسيا" - المحملة بالمواد السائلة المتفجرة- بصاروخ كورنيت أدى ذلك لإبادة جميع من كان حول العربة من جنود وضباط إسرائيليين بالتزامن مع اندلاع نار بمساحة ضخمة.

في (1) أغسطس جرى الاتفاق على هدنة تدوم (72) ساعة تبدأ من الساعة (8) صباحاً وتقرر بقاء القوات في أماكنها أثناء هذه الهدنة. اتهمت إسرائيل حماس بقتل جنود وخطف آخرين. في اليوم التالي ردت كتائب القسام ببيان جاء فيه أنه لا علم لها بموضوع الجندي المخطوف أو مكان وظروف اختفائه. وجاء في البيان: "لقد فقدنا الاتصال بمجموعة المجاهدين التي تواجدت في كمين نصبوه لجنود الاحتلال أثناء توغلهم ليلاً شرقي رفح، ونرجح أن جميع أفراد هذه المجموعة قد استشهدوا في القصف الصهيوني، فيما قتل معهم الجندي الذي يتحدث العدو عن اختفائه، على افتراض أن هذه المجموعة من مقاتلينا قد أسرت هذا الجندي أثناء الاشتباك (سالم، 2015: نت)⁽²⁾

في (26) أغسطس أعلن عن وقف إطلاق النار بين الطرفين بواسطة المصريين حيث تبدأ التهدئة عند الساعة السابعة مساءً بتوقيت القاهرة. (الجزيرة نت، 2014: نت)⁽³⁾.

(1) <http://studies.aljazeera.net/ar/positionestimate/2014/07/2014724104718111875.html> (2014/7/25).

(2) <http://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/369937.html> (2015/6/21)

(3) <http://studies.aljazeera.net/ar/positionestimate/2014/08/2014724104718111875.html> (2014/8/26)

الحادي عشر: وقف إطلاق النار:

بعد ارتكاب دولة العدو المجازر وتشريد السكان من منازلهم وارتفاع حصيلة عدد الشهداء كانت هناك جهود مضيئة وجولات عديدة قام بها الرئيس الفلسطيني (محمود عباس)، وتدخل أمريكي وسعودي وقطري فاعل، صدر بيان عن وزارة الخارجية المصرية تقول فيه:

"حفاظاً على أرواح الأبرياء وحقناً للدماء واستناداً إلى المبادرة المصرية (2014م)، وتفاهات القاهرة (2012م)، دعت مصر الطرفين الإسرائيلي، والفلسطيني إلى وقف إطلاق النار الشامل والمتبادل بالتزامن مع فتح المعابر بين قطاع غزة وإسرائيل بما يُحقق سرعة إدخال المساعدات الإنسانية والإغاثية ومستلزمات إعادة الإعمار، والصيد البحري إنطلاقاً من (6) أميال بحرية، واستمرار المفاوضات غير المباشرة بين الطرفين بشأن الموضوعات الأخرى خلال شهر من بدء تثبيت وقف إطلاق النار". وفي ضوء قبول الطرفين الفلسطيني والإسرائيلي بما ورد بالدعوة المصرية، فقد تحددت الساعة السابعة مساءً بتوقيت القاهرة يوم 2014/8/26م ببدء سريان وقف إطلاق النار.

وبين البيان أن "مصر تؤكد مُجدداً التزامها الثابت بدورها الذي تملّيه حقائق التاريخ والجغرافيا وبمسؤولياتها الوطنية والعربية والإقليمية، وبما ينبثق عن ذلك من العمل على تحقيق تطلعات الشعب الفلسطيني ودعم قيادته، والحرص على تعزيز السلام والاستقرار في المنطقة من خلال إقامة الدولة الفلسطينية المستقلة لتحقيق السلام والأمن في المنطقة وبما يُسهم في ازدهار ورخاء كافة دولها وشعوبها، وتُثمن مصر الجهود التي تبذلها الولايات المتحدة الأمريكية والدور الذي تضطلع به في هذا السياق" (خاطر، 2015: 111).

وينص اتفاق وقف إطلاق النار على: (الهندي، 2014: 177).

- 1- وقف إطلاق النار شامل ومتبادل، ووقف الاغتيالات والاستهدافات.
- 2- فتح المعابر بين قطاع غزة ودولة العدو، بما يُحقق سرعة إدخال المساعدات الإنسانية والإغاثية ومستلزمات إعادة الإعمار.
- 3- حرية الصيد حتى (6) أميال بحرية على أن تصل إلى (12) ميلاً في المرحلة الثانية.
- 4- فتح معبر رفح بوجود قوات الرئاسة الفلسطينية على المعبر وعلى طول الحدود.

5- رفع الحظر عن تحويل الأموال لموظفي حركة حماس في القطاع.

6- إلغاء المنطقة العازلة الممتدة لـ (300) متر وقصرها على (100) متر فقط.

7- العودة للمفاوضات غير المباشرة بين الطرفين بعد شهر من بدء تثبيت وقف إطلاق النار من أجل إعادة بناء المطار الذي هدمته دولة الاحتلال عام (2001م) في رفح، وإقامة ميناء بحري. والبحث في الطلب الإسرائيلي باستعادة جثث جنودها لدى حماس، ونزع أسلحة الفصائل الفلسطينية.

الثاني عشر: ردود الأفعال المحلية والدولية حول وقف إطلاق النار:

1- ردود الأفعال الفلسطينية:

جاء رد القيادة الفلسطينية من خلال ما عبر عنه الرئيس الفلسطيني محمود عباس عن شكره لجمهورية مصر العربية على جهودها المتواصلة لوقف العدوان على قطاع غزة ووقف شلال الدم، والعمل على تلبية متطلبات واحتياجات سكان قطاع غزة، وناشد المجتمع الدولي والأمم المتحدة بسرعة إرسال هذه المواد بأسرع وقت ممكن، وطالب بإنهاء الاحتلال وإقامة الدولة الفلسطينية على حدود الـ (67) وعاصمتها القدس الشريف (إيلاف، 2014: نت)⁽¹⁾.

وفي قطاع غزة صدر بيان عن حركة حماس بعنوان "العزة والانتصار" تقول فيه: انتصرت المقاومة الفلسطينية عسكرياً قبل أن تنتهي الحرب، يوم أن ظلّت واقفة أمام ترسانة الإرهاب الصهيوني. وصمدت المقاومة سياسياً وهي تدافع عن مبادئها وتحمي ثوابت شعبها، وتحقق مطالبه وعلى رأسها إنهاء الحصار". وأثبتت معركة العصف المأكول أنّ المقاومة هي خيار شعبنا الفلسطيني في الداخل والشتات. وإثر هذا البيان انتشرت المسيرات والمظاهرات لأنصار الحركة في قطاع غزة ومدن الضفة الغربية احتفالاً بالنصر.

وفي بيروت عقد الأمين العام لحركة الجهاد الإسلامي مؤتمراً صحفياً قال فيه: "إن هذه المعركة ليست آخر المعارك وليست أم المعارك، لكنها تؤسس لأمر المعارك وستضع أقدام المقاومة على الطريق، خاصة أن أهم نتائج هذه المعركة هو حسم الجدل حول صراع الإيديولوجيات"، وأضاف "ندعو الجميع إلى حسم الخيار بأن المقاومة التي يقدم لها الشعب

(1) <http://elaph.com/web/news/2014/8/935225.html> (2014/8/27).

اليوم الدم يجب أن نحتضنها كما احتضنها الشعب". وأشار: "أن ما فعلته المقاومة الفلسطينية من إنجازات في قطاع غزة، يجب أن يصدر إلى الضفة المحتلة بأسرع وقت ممكن (الهندي، 2014: نت)⁽¹⁾.

2- ردود الأفعال الإسرائيلية:

بعد يوم من وقف إطلاق النار خرج رئيس وزراء العدو (بنيامين نتنياهو) عن صمته ليعلن أن الجيش الإسرائيلي حقق إنجازين سياسيين وعسكريين كبيرين، حيث لم يتم الاستجابة لأي من شروط حماس في المفاوضات مثل الميناء والمطار والإفراج عن الأسرى والسماح لقطر بالتدخل. وأضاف أن هدف الهجوم على غزة تحقق بعد أن ضربت حماس ومنظمات "الإرهاب" بشدة. وفيما يتعلق بوقف إطلاق النار، قال نتنياهو: إن من المبكر الحديث عنه لفترة طويلة، لكن الضرب الذي تعرضت له حماس يزيد من فرص التهدئة لفترة طويلة (الأمم المتحدة، الجزيرة، 2014: نت)⁽²⁾.

3- ردود الأفعال الدولية:

جاء رد الولايات المتحدة الأمريكية على لسان وزير الخارجية الأمريكي جون كيري الذي صرح بأن بلاده تأمل في أن يكون اتفاق وقف إطلاق النار بين الإسرائيليين والفلسطينيين دائماً وقابلاً للاستمرار، ودعا جميع الأطراف إلى الالتزام بالاتفاق.

أما الأمم المتحدة فقد عبر أمينها العام (بان كي مون) عن أمله في أن يكون وقف النار في غزة دائماً، وأن يمهد الطريق أمام عملية سياسية بين الطرفين، ودعا الطرفين إلى تحمل مسؤولياتهما مشيراً إلى أن أي خرق لوقف النار سيكون عملاً غير مسؤول.

أما الاتحاد الأوروبي فقد رحب بالاتفاق ودعا الإسرائيليين والفلسطينيين إلى اغتنام فرصة اتفاق وقف إطلاق النار للتفاوض بشأن اتفاق شامل ودائم، مؤكداً أن العودة إلى الوضع الذي كان سائداً قبل النزاع ليس خياراً. وطالب مجدداً بالتوصل إلى سلام دائم من خلال استئناف عملية السلام التي تقود إلى حل الدولتين.

(1) <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=441321> (2014/11/13).

(2) <http://studies.aljazeera.net/ar/positionestimate/2014/08/2014724104718111875.html> (2014/8/27).

أما الموقف التركي فقد عبر عنه (رجب طيب أردوغان) بقوله: إن وقوفنا إلى جانب القضية الفلسطينية سببه ما نشاهده من مناظر إنسانية مروعة (الهندي، 2014: نت)⁽¹⁾.

الثالث عشر: نتائج الحرب:

1- نتائج الحرب على دولة الاحتلال الإسرائيلي:

بعد انتهاء العدوان على قطاع غزة أصبحت دولة الاحتلال الإسرائيلي تنتظر ما حولها وتتعرف على ما أنجزته وما أخففته في هذا العدوان، فلم تكن دولة الاحتلال الإسرائيلي وأجهزتها الاستخباراتية وغيرها من الدول على دراية بمدى القدرات العسكرية لدى المقاومة الفلسطينية، فاصطدمت بواقع المقاومة الفلسطينية وبدأت الحرب تأخذ طابع التصاعد بوتيرة متسارعة، وبشكل ممنهج وهمجي، من قبل العدو لكي تحاول إخفاء ما تم كشفه من إخفاق في جهازها الاستخباراتي (المركز الفلسطيني للإعلام، 2014: نت)⁽²⁾.

وفي خضم المعركة، حدث العديد من التطورات في الجبهة الداخلية الإسرائيلية، وكان من أهمها الانقسام السياسي بين القيادات الإسرائيلية في كيفية إدارة الحرب على غزة، وتوتر الجبهة الداخلية وعدم ثقة بعض السياسيين والقيادات العسكرية السابقة والحالية بمدى قدرة دولة العدو على إنهاء الوضع القائم في غزة، وعدم ثقة الجمهور الإسرائيلي بقيادته، حتى ضمن الحكومة برز الخلاف فقد وجه نائب وزير الجيش الإسرائيلي (داني دانون) انتقاداً للحكومة وقيادة العدو، مما اضطر نتتياهو إلى إقالته على الرغم من أن (داني دانون) من أقطاب اليمين في حكومة نتتياهو، وبات الأمر في الداخل الإسرائيلي بين المطالب باستمرار العدوان على قطاع غزة وبين الرفض والساعي لوقف الحرب، والتي كشفت الوجه الحقيقي للعدو، رغم ذلك كانت الخسائر في الجانب الإسرائيلي على النحو التالي:

1- مقتل (70) إسرائيلياً من بينهم (67) جندي، و(3) مستوطنين، وفق ما ذكرته وسائل الإعلام الإسرائيلية.

2- إصابة (720) إسرائيلياً معظمهم من الجنود.

(1) <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=441321> (2014/11/13).

(2) <https://www.palinfo.com/news/2014/7/20> (2014/8/30).

3- قدرت مصادر أمنية إسرائيلية خسائر الجيش اليومية ب (150) مليون شيكل أي (43) مليون دولار، كما تضررت السوق الإسرائيلية يومياً بمبلغ (100) مليون شيكل (29) مليون دولار.

4- إلحاق أضرار بنحو مليار دولار في (100) سلطة محلية في دولة العدو، جراء سقوط الصواريخ المنطلقة من غزة وزيادة المصروفات بسبب حالة الطوارئ. (الشرق الأوسط، 2014/8/28م: صحيفة).

2- نتائج الحرب على الفلسطينيين:

لقد تركت هذه الحرب العديد من الآثار النفسية والصحية والاقتصادية والاجتماعية على كافة المواطنين وخاصة الأطفال منهم حيث أصبحوا يعانون من مشاكل نفسية خطيرة لها تداعياتها وتأثيراتها السلبية والمدمرة في المستقبل القريب، وكانت الصورة الأبرز التي تمارسها دولة العدو من خلال عملية القتل الجماعي للسكان العزل في بيوتهم وهو ما يمثل انتهاكاً صارخاً للقوانين الدولية ومواثيق حقوق الإنسان.

ويبين الجدول التالي حجم الخسائر الفلسطينية نتيجة العدوان الإسرائيلي على محافظات غزة عام (2014م) وفقاً للتقارير الصادرة عن وزارة الصحة، والمرصد (الأور ومتوسطي) لحقوق الإنسان:

جدول (1)

حجم الخسائر الفلسطينية نتيجة العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة عام 2014م

نوع الخسائر	الخسائر بالأرقام
الشهداء	(2322) شهيداً منهم (630 طفلاً - 510 امرأة).
الجرحي	(10,564) جريحاً منهم (3,806) طفل.
المهجرون	نزوح أكثر من (500) ألف، منهم (100) ألف بلا مأوى.
دمار المنازل	(48080) منزلاً منها (10080) دمرت بشكل كلي (38000) بشكل جزئي - تدمير ثلاثة أبراج سكنية.
المساجد	دمر (62) مسجداً بشكل كلي (109) بشكل جزئي.

نوع الخسائر	الخسائر بالأرقام
المؤسسات الصناعية والتجارية	استهداف (19) مؤسسة مالية ومصرفية و(372) مؤسسة صناعية وتجارية، و(55) قارب صيد، وأكثر من(500) منشأة اقتصادية من المنشآت الكبيرة تم تدميرها بشكل جزئي، (48) جمعية أهلية، ومحطة كهرباء واحدة.
المؤسسات الصحية	تم تدمير (10) مستشفيات، و(19) مركزاً صحياً و(36) سيارة إسعاف.
المؤسسات الإعلامية	تدمير (19) مؤسسة إعلامية ما بين كلي وجزئي، واستشهاد(17) صحفياً.
المؤسسات التعليمية	تدمير(2220) مدرسة منها (141) مدرسة حكومية(76) مدرسة تابعة للأونروا، و(5) مدارس خاصة، و(6) جامعات.

(وزارة الصحة الفلسطينية، 2014: 26-27)،(الهيئة العربية الدولية لإعمار غزة، 2014: نت)⁽¹⁾،
(المتوسطي، 2014: 4)، (مقداد، 2014: 16). (وكالة وفا، 2014/8/28م: نت)⁽²⁾

الرابع عشر: الدعاية الإعلامية التي اعتمدت عليها وسائل الإعلام الإسرائيلية في تغطيتها للعدوان على غزة(2014م):

1- التحريض على الفلسطينيين وترويج الأكاذيب:

تعتمد المكينة الإعلامية الإسرائيلية على استخدام الدعاية الإسرائيلية وتسخير كل طاقاتها وإمكانياتها منذ اليوم الأول في عدوانها على غزة على ترويج الأكاذيب، معتبرة أن ما تقوم به دولة الاحتلال هو الدفاع عن أمن مواطنيها، معتبرة أن الطرف الآخر هو من بادر بفتح باب المواجهة وخاصة حركة حماس التي تسيطر على قطاع غزة من خلال اختطافهم لثلاثة مستوطنين ومن ثم قتلهم حسب ما جاء في الرواية الإسرائيلية(أبو عامر، 2014: 51).

وبالتالي اتخذت دولة العدو قراراً بالقيام بعملية عسكرية واسعة تهدف إلى القضاء على حركة حماس في قطاع غزة، حيث اعتبرت أن أوامر الخطف والقتل جاءت من قيادات حركة حماس في قطاع غزة، متناسية بذلك التجاوزات الإسرائيلية بحق القطاع من حصار خانق

(1)www.goo.gl/f4fqhl

(2)http://info.wafa.ps/atemplate.aspx?id=9460 (2014/8/28)

وعدوان متلاحق، واعتداءات على أهلنا في الضفة الغربية وحرق الطفل الفلسطيني المقدسي بلا أدنى شفقة على يد المستوطنين.

2- تحميل السكان في قطاع غزة المسؤولية:

تعتمد دولة العدو في روايتها الإعلامية على تحميل الفلسطينيين القاطنين في قطاع غزة المسؤولية الكاملة عن احتوائهم لحركة حماس وغيرها من فصائل المقاومة التي - حسب الرواية الإسرائيلية- عزز من وجودها وقدرتها العسكرية انضمام غالبية أبناء القطاع لفصائل المقاومة، وهذا ما أكده الناطق باسم جيش الاحتلال (أفيخايدري) حينما سألته مذيعة قناة الجزيرة عن أن غالبية الشهداء والجرحى من المدنيين والأطفال والنساء فأجابها بأن الفلسطينيين هم من يتحملون مسؤولية ذلك لأنهم لم يخرجوا من بيوتهم ولم يستجيبوا لتحذيرات جيشه وفضلوا الدفاع عن المقاومة وحماس (الجزيرة، 2014: نت)⁽¹⁾

3- التفاخر بقتل الأطفال والنساء:

كانت وسائل الإعلام الإسرائيلي في السابق تدعي بأن قتل الأطفال والنساء والشيوخ وحتى المدنيين كان بطريق الخطأ إلا أنها غيرت من سياستها الإعلامية في هذا العدوان من خلال تحميل الطرف الآخر المسؤولية وخاصة حماس التي تقوم بالاحتفاء بالمدنيين الفلسطينيين وهو ما جاء على لسان الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي الذي أكد افتخاره واعتزازه بالانتماء لهذا الجيش القاتل؛ لأن جيشه يقوم بالدفاع عن المواطنين الإسرائيليين، وأن حماس وفصائل المقاومة هي من تقوم بالاحتفاء بالمدنيين الفلسطينيين الذين يدركون جيداً خطورة ذلك.

حيث وردت تعليقات إسرائيلية مختلفة تبرر مقتل الفلسطينيين من خلال الادعاء بأن المدنيين الذين يقدمون المأوى والدعم للمقاومين لا يستحقون أن يطلق عليهم مصطلح أبرياء، ولا ينبغي أن نذرف الدموع عليهم، ويبررون أن المدنيين هم المسؤولون عن سماح المقاومين لاستخدامهم كدروع بشرية (عباس، 2005: 954).

(1) <http://studies.aljazeera.net/ar/positionestimate/2014/07/2014724104718111875.html>
(2014/7/24).

4- الادعاء بأن جيش الاحتلال الإسرائيلي كان يحذر المواطنين قبل قصف بيوتهم حفاظاً على سلامتهم:

هذا كان محض افتراء لأن جيش الاحتلال يحذر المواطنين قبل قصف بيوتهم بأقل من خمس دقائق خاصة وأن القصف كان يطول البيوت الآمنة في أوقات ما بعد منتصف الليل، فكيف يستطيع المواطنون النائمون تلقي هذه التحذيرات والخروج في مدة لا تتجاوز الخمس دقائق، وكيف يمكن تفسير البيوت التي هدمت على ساكنيها دون سابق إنذار، ومجزرة سوق الشجاعية كل هذا يدل على كذب الرواية الإسرائيلية، ومجزرة رفح، ومجزرة خزاعة(المرجع السابق: 957).

5- التلويح بعودة سياسة الاغتيالات:

بعد أن أعلنت دولة العدو قيامها بالحرب البرية، والتهديد بها، رغم ما كبدها ذلك من خسائر فادحة في صفوف جنودها، راحت تلوح باللجوء إلى سياسة الاغتيال لقيادات فصائل المقاومة، من خلال الترويج بها في وسائل الإعلام من أجل التلاعب أكثر بنفسية المواطنين من خلال نشر قوائم خاصة بالاغتيال كنوع من الحرب النفسية، إلا أن دولة العدو لم تنجح في هذه السياسة فهي لم تستطع الظفر بأي من القيادات الفلسطينية ممن وضعتهم على لائحة الاغتيال(عباس، 2005: 942).

6- الفلسطينيون مجرد أرقام:

أشارت وسائل الإعلام الإسرائيلي في حديثها عن الشهداء الفلسطينيين والضحايا إلى أنهم مجرد أرقام دون تسليط الضوء على حقيقة الأمر، فراحت تنشر أرقاماً للشهداء بطريقة التهميش دون الحديث عن طريقة قتلهم أو حتى ظروف القتل، إلا إذا كانت عملية الاغتيال لأشخاص قياديين بارزين في فصائل المقاومة(أبو عامر، 2014: 61).

والإعلام الإسرائيلي يتعامل بحسب حجم التهديد الكامن الذي يمثله الفلسطينيون، وقد ظهر هذا الأمر عند إقدام دولة العدو على اغتيال القياديين البارزين في حركة حماس، وهو ما شهدناه أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عند محاولة اغتيال القائد (محمد الضيف) فلم يتم ذكر عدد الشهداء الفلسطينيين، عند استهداف منزل عائلة (الدلو) وتدمير المنزل على رؤوس ساكنيه.

كما تلاعب الإعلام الإسرائيلي بالصورة التلفزيونية من خلال تقريب العدسة على الجمهور الإسرائيلي أثناء تشييع أحد القتلى الإسرائيليين، أو تسليط الضوء على المنازل التي طالتها صواريخ المقاومة، وإظهار حالة الهلع في صفوف الإسرائيليين عند تعرضهم لصواريخ المقاومة، مما يعطي تأثيراً كبيراً للمشاهد، وحالة تضامنية معه في حين تغيب صورة الضحايا الفلسطينيين تماماً، وتركز على صور المسلحين الذين يتقدمون الجنازات (الهمص وشلدان، 2010: 156).

7- الزعم بأن قادة حماس يناون بأنفسهم وبأبنائهم عن الحرب:

خلال العدوان على غزة بدأت المكيمة الدعائية الإسرائيلية بالتسويق بأن قادة المقاومة بما فيها حركة حماس تسعى جاهدة للاختفاء والنأي بعائلاتهم عن أماكن الصراع في قطاع غزة حفاظاً على حياتهم، ويضعون الشعب في فوهة المدفع والتضحية بهم، إلا أن ذلك كان غير صحيح، حيث أن العديد من قيادات فصائل المقاومة تعرضت منازلهم للهدم، والقصف، وتم استهداف العديد من عائلاتهم بل حتى واغتيالهم شخصياً (عباس، 2005: 956).

8- المراوغة والتضليل:

وهذا ما شهدناه من خلال قيام سلطات جيش الاحتلال بالتنصل من اتفاقيات التهدئة سواء التي كانت برعاية مصرية أو التي كانت بتوافق مضمن من الطرفين، حيث قامت بخرق التهدئة أكثر من مرة، وإلقاء الحجج المضللة سواء للرأي العام الدولي، أو الرأي العام الداخلي، وهذا ظهر جلياً حينما خرقت إسرائيل اتفاقية التهدئة وقامت بمجزرة رفح حينما ادعت بأن المقاومة الفلسطينية قامت بخرق التهدئة وأسر الضابط الإسرائيلي (هدارغولدرين)، في حين أن حركة حماس أكدت بأنه ليس لديها معلومات عما تدعيه دولة العدو، وأن العملية كانت قبل دخول ساعات التهدئة حيز التنفيذ وأن العملية كانت تؤكد مقتل الجنود الصهاينة لأن مسافة الاشتباك كانت من نقطة صفر، وجاءت الأحداث متعاقبة لتؤكد كذب الدعاية الإسرائيلية (عباس، 2005: 943).

9- العمل على نشر الفزع والإشاعات في صفوف المواطنين:

وذلك من خلال ما تقوم به قوات الاحتلال الإسرائيلي بإلقاء منشورات تحذيرية للمواطنين بضرورة مغادرة منازلهم، وعدم حماية الإرهابيين حسب زعمهم؛ لأن ذلك يعرض حياتهم للخطر، وبالإضافة إلى اختراق شبكات الهاتف المحمول والتلفونات الأرضية من خلال بث رسائل

تتذرهم بقصف منازلهم، وتحميل المسؤولية لحركة حماس بأنهم خلف هذا العدوان على قطاع غزة، إلا أن المواطنين الفلسطينيين كانوا أكثر وعياً، ولم يستجيبوا لتلك الرسائل الإعلامية، وهذا ما أكدته وسائل الإعلام الفلسطيني حينما كانت تقوم بعقد مقابلات لأهل الشهداء والبيوت المدمرة أنهم صامدون ومع المقاومة حتى لو كلفهم ذلك كل ما يملكون مادياً وبشرياً(الهمص وشلدان، 2010: 156).

الخامس عشر: الأساليب التي اتبعتها وسائل الإعلام الفلسطينية في الرد على الرواية الإسرائيلية:

استطاع الإعلام الفلسطيني أن ينتصر على الإعلام الإسرائيلي من خلال العمل على تصحيح أخطائها السابقة في الحروب السابقة مع الكيان الإسرائيلي، فعملت على فضح سياسة المحتل الإسرائيلي من حيث استهدافه للأطفال والنساء والشيوخ والمدنيين العزل، واستهداف المساجد والبيوت الآمنة، والمصانع في محاولة كانت ناجحة في دحض الدعاية الإسرائيلية حيث ارتكز الإعلام الفلسطيني على عدة مرتكزات فيما يلي يناقش الباحث المرتكزات التي يقوم عليها الإعلام الفلسطيني في مواجهة الإعلام الإسرائيلي خلال العدوان على غزة (2014م):

1- إبراز انتهاك حقوق الإنسان من خلال استهداف جيش الاحتلال الإسرائيلي للمواطنين والبيوت والمنشآت المدنية:

عمل الإعلام الفلسطيني بكل وسائله المختلفة من (إذاعة ، تلفزيون، فضائيات، صحف، مواقع الإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي) على فضح ممارسات الاحتلال الإسرائيلي، من خلال توثيقها لكل الجرائم الإسرائيلية، وإبراز حجم الخسائر التي تعرض لها أبناء شعبنا الفلسطيني والضحايا، وفتح موجات خاصة متواصلة على مدار (24) ساعة لمواصلة فضح جرائم الاحتلال الإسرائيلي، والاستعانة بالشهادات الحية سواء من شهود العيان، أو من الناجين من تحت الأنقاض، وفضح كذب الرواية الإسرائيلية حول استهداف أماكن ومخابئ خاصة بالمقاومة. على الرغم من فداحة المشاهد لأشلاء الأطفال والأقدام المبتورة إلا أن وسائل الإعلام عمدت إلى إظهارها بشكل واضح لإبراز الانتهاكات التي يقوم بها جيش الاحتلال الإسرائيلي ضد المدنيين والمنشآت الفلسطينية، مما أكسب تعاطفاً دولياً واضحاً تجاه ما يحدث في قطاع غزة (وادي، 2014: 36).

2- تحذير المدنيين الإسرائيليين:

مثل جسد الإعلام الفلسطيني إعلام مقاومة حقيقية يرقى إلى مستوى الإعلام المتقدم، حيث كانت خطابات المقاومة واضحة جلية تحمل كل شيء يشبع تساؤلات المواطن الفلسطيني أولاً، والإسرائيلي، والدولي، فاستخدمت استراتيجية إعلامية حربية من خلال:

أ. تحذير المدنيين الإسرائيليين من التجمع أو العودة لمنازلهم قبل إطلاق صواريخ المقاومة، وهذا ما وضعه (أبو عبيدة) الناطق باسم كتائب (الشهيد عز الدين القسام) حينما حذر المدنيين الإسرائيليين من العودة لمنازلهم والبقاء بالقرب من الملاجئ، وعدم التجمع (عيد، 2014: نت)⁽¹⁾.

ب. إعطاء مهلة كافية لهم من أجل تحذيرهم والذي يعتبر كقوة إعلامية رادعة لما تقول عنه دولة الاحتلال بأنها تحذر المواطنين الفلسطينيين قبل قصفهم بدقائق فقط، وبذلك أصبح الإسرائيليون يعتمدون على خطابات المقاومة بدلاً من وسائل الإعلام الإسرائيلي الخادعة لهم، وهذا ما أكدته غالبية الصحف العبرية التي أوردت أن سكان المستوطنات أصبحوا ينتظرون خطابات (أبو عبيدة) من أجل التعرف على طبيعة سير حياتهم. إضافة إلى أن مثل هذا التحذير يجعل المقاومة الفلسطينية في منأى عن المحاسبات الدولية الجائرة التي تتهم المقاومة باستهداف المدنيين (العزوني، 2014: 44).

3- تحذير الدول والمؤسسات الأجنبية التي لها مصالح مع دولة الاحتلال الإسرائيلي:

قامت المقاومة ببث خطابات من خلال الوسائل الإعلامية بتوجيه رسائل تحذير واضحة للدول التي لها مصالح في دولة الاحتلال بعدم استخدام مطار اللد (بنغوريون) في عمليات الملاحة الجوية، كما حددت الساعة التي يبدأ عندها العد التنازلي لدخول تحذيرها حيز التنفيذ مما حدا بالعديد من الدول إلى تعطيل رحلاتها من وإلى دولة الاحتلال، وهذا يدل على نجاح الخطاب الإعلامي الفلسطيني تجاه المجتمع الدولي، وأبرز أخلاقيات المقاومة في عدم زج الآخرين في عملياتها المشروعة ضد دولة الاحتلال الإسرائيلي، مما جعلها تكسب ثقة المجتمع الدولي في خطابها، وهذا يمهد خطوة أولية في إرسال المزيد من الرسائل الإعلامية التي ستلقى أرضاً خصبة للدفاع عن قضيتنا المشروعة (ساق الله، 2014: 43).

(1) <http://www.alwatanvoice.com/arabic/content/print/583084.html> (25/8/2014)

4- الاعتماد على إستراتيجية المفاجأة في خطابها للجمهور الفلسطيني:

اعتمدت المقاومة الفلسطينية على مبدأ المفاجأة في خطابها للجمهور الإسرائيلي أو الفلسطيني، حيث أصبحت تحتبس الأنفاس عند الإعلان عن موعد للخطابات المقاومة، لأنها تحمل المفاجآت، ولا يستطيع الفلسطينيون أن ينسوا ذلك اليوم الذي أعلن فيه (أبو عبيدة) نبأ أسرهم الجندي الإسرائيلي (شاؤول أرون) حيث عمت الأفراح جميع المدن الفلسطينية في قطاع غزة والضفة الغربية، وعم العويل والبكاء في أرجاء دولة الاحتلال بعد هذا النبأ الذي كان في نهاية الخطاب الإعلامي الذي تحدى فيه رئيس الاحتلال (بنيامين نتياهو) بأن ينكر هذا النبأ، وهذه الإستراتيجية نجحت في جعل الكيان الإسرائيلي يبتعد عن إستراتيجيته المعهودة بإخفاء المعلومات وتضليل الرأي العام الإسرائيلي (نعيرات والشوبكي، 2009: 56).

5- التوحد في الخطاب العسكري والسياسي:

وهذا برز جلياً حينما أعطت المقاومة العسكرية الفلسطينية الفرصة كاملة للمفاوض الفلسطيني وضبط النفس عن عمليات الخروقات الإسرائيلية، وعدم انشقاق الصف الفلسطيني في الداخل المقاوم، والمفاوض في الخارج المقاوم بطرق سياسية، عمل الخطاب الإعلامي الفلسطيني على إبراز المطالب العادلة الأساسية للشعب الفلسطيني التي من شأنها رفع الحصار وتحسين ظروف الحياة الأساسية للمواطن الفلسطيني، وأكد ذلك الخطاب العسكري والسياسي بأنها مطالب إنسانية ومستحقة وكانت موجودة في السابق.

وقد أظهرت وسائل الإعلام أن العدو الإسرائيلي هو من لا يريد التفاوض ولا إعطاء أي استحقاق للفلسطينيين أمام العالم العربي والدولي وحتى المجتمع الإسرائيلي الذي انقسم إلى جزء كبير يؤيد إنهاء الحرب بطرق سياسية لأن نتياهو لم ينجح في تحقيق أي من الأهداف.

6- الرد الفوري على ادعاءات الجيش الإسرائيلي:

فالإعلام الإسرائيلي يروج أن الجيش قام بعمليات واسعة وناجحة وقضى على الأنفاق، وعلى منصات الصواريخ ودمر جذور المقاومة، وجاءت الخطابات الإعلامية الفلسطينية والبيانات العسكرية لتؤكد بالفعل عدم صدق الرواية الإسرائيلية، حيث كان الخطاب الإعلامي يظهر ويليه قصف موسع للمدن الفلسطينية المحتلة، في رد واضح على افتراء الدعاية العسكرية الإسرائيلية مما جعل الإسرائيليين يتجهون نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني المقاوم في

استقائهم المعلومات، وهذا حدا بهم للخروج بمسيرات تطالب بوقف خزعبلات ننتياهو والتسوية السياسية مع الفلسطينيين لأنهم لا يثقون به، وأن المقاومة نجحت في إرباك العدو الصهيوني(الزهار، 2004: 51).

و يرى الباحث في هذا السياق أن هناك عدة عوامل ساهمت في نجاح الإعلام الفلسطيني في إيصال رسالته الإعلامية إلى الرأي العام الدولي وهي:

- أ. المصادقية، فالإعلامي الفلسطيني لم يكن بحاجة إلى الكذب أو التهويل.
- ب. التغطية الإعلامية المباشرة، وهذا تطلب إقداما وصمودا منقطع النظير في الميدان.
- ج. المهنية في التعامل مع الأخبار العاجلة، وفي إنتاج التقارير الميدانية السريعة، وفي تقديم البرامج التوعوية والتعبوية والتحليلية، وفي استقطاب إمكانات المحليين والأكاديميين الفلسطينيين، للمساهمة في هذا العمل الإعلامي بالرأي والتحليل والاستقراء والاستنباط، ما شكل دعماً للسياسيين الفلسطينيين في اتخاذ القرار.
- د. اعتماد الإعلام الفلسطيني على نفسه بالكامل رغم بساطة إمكاناته الفنية، وجهوية كوادره والتدريب المضني الذي خصص مسبقاً لخوض هذه المرحلة.
- هـ. توحيد المصطلحات الإعلامية الفلسطينية، وغياب المصطلحات الفئوية التي أنتجها الانقسام السياسي والتحزب الفصائلي، وهو ما انعكس على وحدة الشارع الفلسطيني في الميدان لمواجهة جرائم الاحتلال.

الفصل الثالث

الدراسات السابقة

❖ تمهيد

❖ الدراسات الفلسطينية

❖ الدراسات العربية

❖ الدراسات الأجنبية

❖ التعقيب على الدراسات السابقة

❖ الفجوة البحثية

الفصل الثالث

الدراسات السابقة

تمهيد:

تعتبر الدراسات السابقة تراثاً علمياً تراكمياً، ولقد قام الباحث بمسح علمي للمكتبات التي تحتوي على الدراسات والموضوعات القريبة من هذه الدراسة، وبعد القراءة المتأنية لهذه الدراسات، وبالاطلاع عليها استعرض الباحث أهم الدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة، الذي يسهل لنا جمع المعلومات لما قام به الآخرون من تجارب يمكن الاستفادة منها من خلال التعرف على النتائج والتوصيات التي توصل إليها الباحثون.

وقد أدرج الباحث في هذه الدراسة عدد (22) دراسة سابقة منها: (13) دراسات فلسطينية، و(6) دراسات عربية، و(3) دراسات أجنبية، وتم عرض الدراسات وفق التسلسل الزمني من الأحدث إلى الأقدم، وسنسرّد بالتفصيل هذه الدراسات على النحو التالي:

أولاً: الدراسات الفلسطينية:

1- دراسة (أبو مراد، 2016) بعنوان: اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية أثناء الأزمات.

هدفت الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية أثناء الأزمات، ومعرفة أهم مواقع الصحافة الإلكترونية التي تلجأ إليها النخبة أثناء الأزمات، وكشف الدوافع الكامنة وراء اعتماد أفراد العينة على الصحافة الإلكترونية، ومعرفة درجة الثقة التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية كمصدر للمعلومات بالنسبة للنخبة السياسية، بالإضافة لمعرفة الآثار الناتجة عن اعتماد المبحوثين على الصحافة الإلكترونية وخاصة القرارات المتعلقة بالأزمات والآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، وتم جمع البيانات باستخدام المقابلة المقننة وصحيفة الاستقصاء، والتي تم توزيعها على عينة عشوائية قوامها (207) مبحوثين من النخبة السياسية الفلسطينية، والتي تشمل الوزراء الحاليين والسابقين ونواب المجلس التشريعي وقادة القوى والفصائل الوطنية، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أوضحت الدراسة أن ما نسبته (100%) من العينة المبحوثة تستخدم شبكة الإنترنت.
- اعتمد المبحوثون على الصحافة الإلكترونية بدرجة عالية أثناء الأزمات بنسبة (42.5%).
- حصلت الأخبار والمواد الصحفية التي تتناول قضية القدس على أعلى نسبة متابعة من المبحوثين بنسبة (73.4%).

2-دراسة (بربغ، 2015) بعنوان: اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام (2014م)

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام (2014م)، ومعرفة أسباب هذا الاعتماد، وأهم الموضوعات متابعة، ومعرفة درجة الفضول المعرفي ودرجة ثقتهم، ومعرفة الآثار الناتجة عن اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام (2014م)، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، وتم جمع البيانات باستخدام المقابلة المقننة وصحيفة الاستقصاء، والتي تم توزيعها على عينة حصصية قوامها (164) مبحوثاً من النخبة السياسية الفلسطينية في محافظات غزة، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في مقدمة المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون كمصدر للمعلومات أثناء العدوان على غزة بنسبة (78.66%)، في حين ما نسبته (70.12%) اعتبروا الإذاعات مصدرهم للمعلومات أثناء العدوان.
- كانت أهم الموضوعات التي تابعتها المبحوثون على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان إحصائيات وزارة الصحة اليومية لأعداد الشهداء بنسبة (59.15%).
- كانت درجة إشباع شبكات التواصل والاجتماعي لفضول المبحوثين المعرفي حول معلومات العدوان الإسرائيلي عالية بنسبة (46.3%)، بينما جاءت درجة ثقتهم بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي متوسطة بنسبة (47%).

3-دراسة (خاطر، 2015) بعنوان: اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام (2014م)

هدفت الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام (2014م)، وأسباب هذا الاعتماد وأهدافه ودوافعه، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد، واستخدمت الباحثة المنهج المسح، وتم جمع البيانات باستخدام صحيفة الاستقصاء، التي تم توزيعها على عينة طبقية عشوائية قوامها (400) مبحوث من طلبة الجامعات الرئيسية في قطاع غزة، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- تصدرت شبكات التواصل الاجتماعي المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة أحداث العدوان على غزة (2014م) بنسبة (57.8%).
- أهم شبكات التواصل الاجتماعي الذي اعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات أثناء العدوان جاء (الفيس بوك) في المقدمة بنسبة (78.3%) تلاه (تويتر)، ثم (جوجل بلس).
- أن (41%) من المبحوثين يتقنون بالمعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي، وجاءت التأثيرات الوجدانية في مقدمة التأثيرات الناتجة عن اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان.

4-دراسة (أبو قوطة، 2015) بعنوان: اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية - الإسرائيلية.

هدفت الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية - الإسرائيلية، ومعرفة مدى متابعة النخبة للمواقع الإلكترونية، ومعرفة أهم المواقع التي يعتمدون عليها، ومدى ثقتهم بها، ومعرفة الآثار الناجمة عن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية - الإسرائيلية. وقد اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، وتم جمع البيانات باستخدام أداة الاستبيان،

والتي تم توزيعها على عينة حصصية قوامها (132) مفردة من النخب السياسية الفلسطينية المتمثلة بقيادة الفصائل، والمسؤولين في الحكومة، وأعضاء المجلس التشريعي الحاليين والسابقين، والأكاديميين السياسيين والمحللين السياسيين المقيمين في محافظات قطاع غزة والضفة الغربية، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- إن الغالبية العظمى من النخبة السياسية الفلسطينية يتابعون المواقع الإلكترونية لاكتساب المعلومات عن المفاوضات بنسبة (93.5%).
- جاءت المواقع الإلكترونية في مقدمة الوسائل الإعلامية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في متابعة قضية المفاوضات الفلسطينية - الإسرائيلية بنسبة (31.9%).

5- دراسة (خليفة، 2015) بعنوان: اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التزام المواقع الإخبارية الفلسطينية بأخلاقيات المهنة.

هدفت الدراسة التعرف إلى اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التزام المواقع الإخبارية الفلسطينية بأخلاقيات المهنة، ورصد أكثر المواقع متابعة من قبل النخبة الإعلامية، وأسباب المتابعة، وتقييمهم لمدى التزام المواقع الإخبارية بمسئوليتها الاجتماعية والقانونية والمهنية، وفحص أثر متغيرات الوضع الفلسطيني وهي حالة الصراع مع الاحتلال، وحالة الانقسام السياسي على التزام المواقع الإخبارية بأخلاقيات المهنة، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، وتم جمع البيانات باستخدام أداة الاستمارة، والتي تم توزيعها على عينة طبقية عشوائية قوامها (154) مفردة من النخبة الإعلامية مقسمة إلى طبقتين منهم (75) أكاديمياً، و(79) صحفياً، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أثبتت الدراسة دوراً إيجابياً للمواقع الإخبارية الفلسطينية في تغطيتها للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة بنسبة (77.9%) فظهرت أنها وبنسبة عالية اصطفت خلف المقاومة الفلسطينية، وعملت على رفع الروح المعنوية للشارع الفلسطيني.
- بينت الدراسة أن المواقع الإخبارية الفلسطينية مارست الدعاية الإعلامية في مواجهة إعلام الاحتلال، وغلبت المصلحة الوطنية، وراعت نقل ما يعزز الرواية الفلسطينية في ترجمتها لإعلام الاحتلال، ولكن انخفضت نسبة مراعاتها لعدم التسرع في نقل الخبر العاجل إلى (64.2%)، وهي نسبة مرتفعة عند الأخذ بعين الاعتبار أننا في حالة تعرض لعدوان.

6-دراسة (الشيخ علي، 2015) بعنوان: استخدام الجمهور الفلسطيني لوسائل الإعلام الإسرائيلي والإشباعات المتحققة منها دراسة تطبيقية على حربي (2008) و حرب(2012م)

هدفت الدراسة التعرف إلى استخدام الجمهور الفلسطيني لوسائل الإعلام الإسرائيلي والإشباعات المتحققة منها، وأي من وسائل الإعلام الإسرائيلية التي يلجأ إليها الجمهور الفلسطيني داخل قطاع غزة خلال حربي (2008م) وحرب (2012م)، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي لمعرفة متابعي الجمهور الفلسطيني لوسائل الإعلام الإسرائيلي، وتم اختيار عينة عشوائية من سكان المناطق الحدودية، والمناطق الداخلية قوامها (600)، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أكثر وسائل الإعلام الإسرائيلي متابعه من قبل الجمهور الفلسطيني داخل قطاع غزة خلال حربي (2008م) و(2012م) المواقع الإلكترونية موقع (صحيفة عرابيل) الذي حصل على أعلى نسب متابعه بنسبة (40.07%)، أما على مستوى الإذاعات (إذاعة صوت إسرائيل) حصلت على أعلى النسب قدرها (51.0%)، أما المحطات التلفزيونية فكانت (القناة العاشرة) حصلت على أعلى النسب قدرها بنسبة 33.01%.
- أن وسائل الإعلام الإسرائيلية كان لها تأثيرات سلوكية (تمثلت في دعم المدنيين الفلسطينيين بشكل نفسي)، ووجدانية: (تمثلت في أنها عملت على زيادة الكره لدى الجمهور الفلسطيني داخل القطاع للجانب الإسرائيلي، أما في حرب عام(2012م) فقد تمثل في (التعاطف مع الجانب الفلسطيني)، ومعرفية: وهو (زيادة المعرفة بسياسة الجانب الإسرائيلي).
- أهم أسباب متابعة الجمهور الفلسطيني لوسائل الإعلام الإسرائيلي تتمثل في تمكنها من متابعة أحداث وتطور حربي(2008م) و(2012م).

7-دراسة(أبو صلاح، 2014) بعنوان: استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة دراسة ميدانية

هدفت الدراسة التعرف إلى معرفة استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة، والتعرف على أبرز الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها طلبة الجامعات الفلسطينية، والتعرف على دوافع الاستخدام، ومدى ثقة طلبة الجامعات بشبكات

التواصل الاجتماعي، والتعرف على أبرز الإيجابيات والسلبيات لشبكات التواصل الاجتماعي، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، وتم جمع البيانات باستخدام المقابلة المقننة وصحيفة الاستقصاء، والتي تم توزيعها على عينة طبقية عشوائية قوامها (400) مبحوث من طلبة الجامعات الفلسطينية الثلاث (الأزهر، الإسلامية، الأقصى)، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أن (90%) من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.
- كان دافع التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج من أهم دوافع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي، تلاه دافع الحصول على المعلومات واكتساب خبرات، ثم تلاه دافع التسلية وقضاء أوقات الفراغ.
- تصدرت إشباعات التفاعل الاجتماعي بنسبة (33.2%)، تلتها إشباعات مراقبة البيئة بنسب (27.3%)، ثم إشباعات المشاركة بالرأي بنسبة (23.8%)، وأخيراً إشباعات التسلية بنسبة (20.1%).

8- دراسة (عوض الله، 2012) بعنوان: الأطر الخبرية للعدوان على غزة عام (2012م) في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية (دراسة تحليلية مقارنة)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأطر الخبرية للعدوان على غزة عام (2012م) في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية، وكيفية تغطية وتأثير تلك المواقع لأحداث العدوان، وتهدف الدراسة إلى: رصد وتحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة على مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية (روسيا اليوم)، و(الحرّة)، و(فرنسا) (24)، فيما يتعلق بأحداث العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة أواخر العام (2012م)، والوقوف على أوجه الخلاف والاختلاف في التغطية الخبرية للعدوان على مواقع الدراسة، تنتمي الدراسة للدراسات الوصفية واستخدمت منهج الدراسات المسحية، وتم استخدام أداة تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة الذي تم في إطاره توظيف أسلوب المقارنة المنهجية، وتمثلت عينة الدراسة في المواقع الإلكترونية المذكورة، فيما شملت العينة الزمنية الفترة الممتدة من 2012/11/1م إلى 2012/12/31م، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- تزايد اهتمام موقع (روسيا اليوم) بتغطية أحداث العدوان بشكل مضاعف عن الموقعين الآخرين.
- اتفاق المواقع الثالثة بعدم اعتمادها على (وكالة أنباء إسرائيلية).
- أن الخبر هو الشكل الصحفي الغالب للمواد الخبرية المنشورة على المواقع الإلكترونية.

9- دراسة (الفرا، 2010) بعنوان: تأثير الفضائيات الفلسطينية على الوضع الفلسطيني (حرب غزة نموذجاً)

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى دور الفضائيات الفلسطينية، تحديداً قناتي (فلسطين) و(الأقصى)، في نقل مجريات الحرب الإسرائيلية على غزة والتعرف على الخطاب الإعلامي لقناتي فلسطين والأقصى الفضائيتين الموجه للمجتمع الفلسطيني والدولي وقت الحرب، وتأثيره في ظل الانقسام الفلسطيني- الفلسطيني الداخلي، والتعرف على دوافع عزوف الكثير من أبناء قطاع غزة عن مشاهدة تلك القنوات وقت الحرب، والوقوف عند دور القنوات العربية الفضائية في تغطيتها للحرب الإسرائيلية، وقام الباحث بإعداد وبناء استمارة مقابلات، موجهة إلى عدد من المعنيين العاملين في فضائية فلسطين، وفضائية الأقصى، والمتضررين وضحايا الحرب، والناطقين باسم الفصائل الفلسطينية، ومدير عام الإسعاف والطوارئ في وزارة الصحة الفلسطينية، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- الوسائل الفلسطينية كافة لعبت دوراً هاماً في تغطيتها للحرب الإسرائيلية على غزة حسب الإمكانيات والظروف.
- عدم وجود خطاب موحد من حركتي فتح وحماس وقت الحرب وكان له تداعيات سلبية.
- تمكن الإعلام الفلسطيني والعربي من فضح مجازر العدو الإسرائيلي، والخروج بنتيجة أن العدو الإسرائيلي لم يحقق أهدافه من الحرب على قطاع غزة.

10- دراسة (ثريا، 2010) بعنوان: إدارة الإعلام المقاوم زمن الحرب (فضائية الأقصى حالة عملية)

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى زمن الحرب في الفترة من 2008/12/27م حتى 2009/1/18م وتتكون الدراسة من مجتمعين:

الأول: جميع العاملين في فضائية الأقصى والبالغ عددهم (310)، والمجتمع الثاني: وهم العاملون في الفضائيات والوكالات العربية والأجنبية الذين عملوا خلال فترة الحرب. وقد اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام المقابلة والاستبانة أداة بحثية. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- إدارة قناة الأقصى الفضائية استطاعت تحقيق أهدافها التي خطط لها بنسبة كبيرة.
- نجحت إدارة القناة في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية بطريقة جيدة خلال فترة الحرب.
- حققت الفضائية أهدافها المختلفة المتعمقة بتعزيز الصمود والثبات للمشاهد العربي بنسبة جيدة.

11- دراسة (نعيبرات والشوبكي، 2009) بعنوان: الحرب على غزة قراءة الواقع ودلالات المستقبل

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى بيئة الحرب الإسرائيلية على غزة بأهدافها وأدواتها المختلفة، فقد تناولت الدراسة أهداف الحرب الإسرائيلية على غزة، وواقع المقاومة الفلسطينية في غزة، والمواقف العربية والدولية من الحرب وتطورها، والمبادرات التي طرحت لوقف الحرب على غزة، وخسائر الحرب على صعيد الطرفين، ونتائج الحرب وانعكاساتها، وقد استشرفت مستقبل العلاقات الفلسطينية الداخلية، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أن الحرب على غزة تمت من خلالها توجيه ضربة شديدة لحركة حماس، وتدمير قوة الردع العدو الإسرائيلي.
- تعزيز مكانة مصانع إنتاج القذائف الصاروخية، وإثبات قوة الجندي بعد هزيمة حرب لبنان تموز (2006م).

12- دراسة (عابد، 2010) بعنوان: تفعيل دور الفضائيات العربية لدعم الهوية العربية الإسلامية للقدس الشريف بالتطبيق على النخبة الفلسطينية (دراسة وصفية تحليلية)

هدفت الدراسة التعرف إلى كيفية تفعيل دور الفضائيات العربية لدعم قضية القدس الشريف وهويتها العربية والإسلامية، والتعرف على أهم المعوقات التي تواجه الفضائيات العربية في

توضيحها لقضية القدس للرأي العام، واستخدم الباحث المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، وتم جمع البيانات باستخدام أداة الاستبيان، والتي تم توزيعها على عينة عشوائية مكونة من (60) مفردة من مجتمع البحث من الممارسين للعمل في جميع المجالات المختلفة السياسية والاجتماعية والثقافية والسياسية والإعلامية، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- إمكانية تفعيل دور الفضائيات العربية لدعم الهوية العربية والإسلامية للقدس الشريف في حالة تخليها عن ضغوط سياسة الأنظمة الحاكمة.
- أن معظم أفراد العينة من النخبة تشاهد الفضائيات العربية بنسبة (58.3%)، وتشاهدها أحياناً (41.7%).
- أن النخبة غير راضية عن الدور الذي تقوم به الفضائيات حالياً في دعمها لقضية القدس الشريف بنسبة (61.7%)، وأن أسباب عدم الرضا تكمن في قلة البرامج التي تقدمها، والتي تعمل على فضح سياسات التهويد التي تقوم بها دولة الاحتلال للقدس الشريف.

13- دراسة (الدواوسة، 2002) بعنوان: استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات الجمهور الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الفضائية العربية وما تحقّقه من إشباع، وقد أجريت الدراسة على الوسائل الإعلامية الآتية (التلفزيون، قنوات فضائية، راديو، صحافة) واختارت عينة ممثلة من الجمهور في قطاع غزة من شرائح مختلفة.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- ارتفاع مستوى المعلومات السياسية للإناث عن الذكور، ويرجع ذلك إلى مستوى ثقافة الإناث.
- هناك علاقة ارتباطية بين المعرفة والوعي السياسي وارتفاع ثقافة الفرد.
- التلفزيون باعتباره وسيلة (34.6%)، والإذاعة بنسبة (32.3%)، وأخيراً الصحافة بنسبة (24.1%) في تنمية الوعي والمعارف السياسية.

ثانياً: الدراسات العربية:

1- دراسة (الصوفي والبريهي، 2014م) بعنوان دور الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو "الربيع العربي" (دراسة ميدانية)

هدفت الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في (اليمن) نحو ما عرف إعلامياً بثورات (الربيع العربي) من خلال المحاور التالية: قياس اتجاهات هذه النخبة نحو وطنية الثورات، واتجاهاتها نحو أسباب قيام الثورات، واتجاهاتها نحو محركات الثورات، واتجاهاتها نحو الأنظمة العربية، وخاصة التي قامت ضدها الثورات، واستخدم الباحث منهج المسح الميداني، وتم جمع البيانات باستخدام صحيفة الاستقصاء، والتي تم توزيعها على عينة عشوائية قوامها (120) مبحوثاً ممن يحملون الدرجات العلمية (أستاذ مساعد، وأستاذ مشارك، وأستاذ) من خمس جامعات حكومية يمنية، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أن (73.3%) من النخبة الأكاديمية العربية يهتمون بمتابعة أخبار ثورات الربيع العربي وتطوراتها، و(20.3%) منهم يبدون اهتماماً متوسطاً، و(5.8%) لا يهتمون.
- جاءت القنوات الفضائية الإخبارية كأهم مصدر في ترتيب المصادر الإعلامية التي تتابعها النخبة الأكاديمية العربية في (اليمن).
- جاء اتجاه الأكاديميين العرب نحو ثورات (الربيع العربي) إيجابياً بنسبة (52.5%)، وسلبياً بنسبة (34.2%).

2- دراسة (فرج، 2011) بعنوان: تغطية الصحافة العربية للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة عام (2008 – 2009م) (الرأي الأردني _ القدس العربي _ لندن، الأهرام _ القاهرة)

تهدف الدراسة إلى معرفة كيفية التصدي للعدوان من جانب التغطية الصحفية للصحافة العربية وتحديدًا الصحف المشار لها في العنوان. وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة حجم التغطية الصحفية للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة في ثلاث صحف عربية. واستخدم المنهج الوصفي التحليلي ودراسة الفروقات الإحصائية بين مجتمع الدراسة من ثلاث صحف أما عينة الدراسة

فقد تم تحديدها من تاريخ 2008/12/20م وحتى 2009/1/28م، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- ناقشت الدراسة أسباب العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة، ونتائج هذا العدوان على المستوى السياسي والفلسطيني والعربي وقد بلغت بنسبة (86.7%) من مجمل المواد الإعلامية.
- أما المواضيع على المستوى الاقتصادي والصحي والبنية التحتية وعملية السلام والمجتمع الإسرائيلي وأسباب العدوان لم تحظ إلا بقدر ضئيل من التغطية بنسبة (13.3%).
- تميزت صحيفة (الرأي) بتغطيتها الشاملة والمتميزة للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة.

3-دراسة(الفقيه، 2008) بعنوان: علاقة الصفوة اليمنية بوسائل الاتصال استخدامها، والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات خلال شهر رمضان (دراسة مسحية)

هدفت الدراسة إلى معرفة علاقة الصفوة اليمنية بوسائل الاتصال الإلكترونية والمطبوعة والشخصية أثناء شهر رمضان كمصادر لاكتساب المعلومات، ومعرفة دوافع هذا الاستخدام وإشباعاته، وأسباب هذا الاعتماد وآثاره، واستخدم الباحث منهج المسح وتم جمع البيانات باستخدام أداة الاستبيان، والتي تم توزيعها على عينة عشوائية قوامها (241) مفردة من الصفوة اليمنية من السياسيين وأكاديميين وإعلاميين ومهنيين وإداريين، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أن أهم الوسائل التي تحرص الصفوة اليمنية على متابعتها خلال شهر رمضان كانت التلفزيون في الترتيب الأول.
- أما دوافع استخدام وسائل الاتصال لدى الصفوة اليمنية، فقد جاءت الدوافع النفعية المتمثلة في الحصول على المعرفة والمعلومات التوجيهية في الترتيب الأول، في حين جاءت الدوافع الطقوسية المتمثلة في التخلص من التوتر والحصول على الاسترخاء في الترتيب الثاني.
- وضعت الصفوة اليمنية إشباعات المحتوى التي تحصل عليها من استخدام وسائل الاتصال في الترتيب الأول بنسبة (14%)، في حين وضعت إشباعات عملية الاتصال في الترتيب الثاني بنسبة (36%).

4-دراسة (كافي، 2007) بعنوان: اعتماد الشباب الجامعي اليمني على وسائل الاتصال كمصدر للمعلومات حول الأزمات الدولية الطارئة

هدفت الدراسة إلى معرفة مقدار اعتماد الشباب الجامعي اليمني على وسائل الاتصال للحصول على المعلومات حول الأزمات الدولية الطارئة بالتطبيق على أزمة الرسوم المسيئة للنبي محمد _صلى الله عليه وسلم_ واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، وتم جمع البيانات باستخدام صحيفة الاستقصاء، والتي تم توزيعها على عينة عشوائية قوامها (415) مبحوثاً من طلاب الجامعات اليمنية الحكومية، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- جاءت القنوات الفضائية العربية في الترتيب الأول في حجم تعرض الشباب الجامعي أثناء الأزمات الدولية الطارئة بنسبة (98.31%).
- جاءت التأثيرات المعرفية في الترتيب الأول، ومن ثم التأثيرات السلوكية في الترتيب الثاني، ثم التأثيرات الوجدانية في الترتيب الثالث.
- أسباب اعتماد المبحوثين على وسائل الاتصال وقد جاءت على النحو التالي التوجيه إلى اتخاذ قرارات ومواقف تجاه صناع الأزمة في المقدمة، تلاها فهم وإدراك الأزمة وتفسيرها، ثم التسلية والقضاء على التوتر

5- دراسة (العبد والعلي، 1995) بعنوان: عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية: دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة

تهدف الدراسة إلى معرفة حجم الإقبال على القنوات الفضائية ومعرفة عادات وأنماط التعامل مع القنوات الفضائية العربية والدولية، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي ومنهج دراسة العلاقات السببية، وضمت العينة جميع طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة بإجمالي (120) طالباً وطالبة. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أن المبحوثين يشاهدون على الترتيب قنوات (دبي) الفضائية بنسبة (100%)، و(أبو ظبي) بنسبة(96.8%)، و(MBC) بنسبة(48.4%)، و(CNN) بنسبة (47.4%)، وتندني بعد ذلك نسبة مشاهدة بقية القنوات الفضائية.

- أقر (95.6%) من إجمالي العينة أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية التلفزيونية قللت من مشاهدة تلفزيون دولة الإمارات العربية المتحدة.
- أشارت النسبة الغالبة من المبحوثين (78.9%) أن هنالك فوائد يحصلون عليها من مشاهدة القنوات الفضائية التلفزيونية في المقابل (21.1%) نفوا ذلك وجود مثل هذه الفوائد.

6- دراسة (القليبي ، 1994) بعنوان: استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة

- تهدف الدراسة إلى معرفة استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (180) مفردة من ثلاث دول عربية: مصر، المغرب، والسعودية، بواقع (60) مفردة لكل دولة. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:
- ارتفاع نسبة تفضيل الفضائيات الأجنبية عن العربية (53.9%) مقابل (46.1%) بالإضافة إلى تأثير البيئة الثقافية والاتصالية للجمهور العربي على استخدامات القنوات الفضائية المختلفة.
 - أن (55.7%) يشاهد القنوات الفضائية لمدة ثلاث ساعات فأكثر يومياً، و(34.5%) يشاهدونها لمدة ساعتين.
 - أهم البرامج التي تفضل عينة الدراسة متابعتها بالقنوات الفضائية هي: برامج المنوعات (94%)، البرامج الدينية (90.1%)، البرامج الثقافية (88.4%)، البرامج الرياضية (85.9%)، البرامج السياسية (84.6%) وبرامج الأطفال (54.4%).

ثالثاً: الدراسات الأجنبية:

1- دراسة باباتشارشي ومندلسون (2007) Papacharissi and Mendelson

بعنوان: الاستخدامات والإشباع لبرامج تليفزيون الواقع

تهدف الدراسة إلى معرفة دوافع متابعة الجمهور لبرامج (تلفزيون الواقع)، والإشباع المتحققة له من متابعته لهذه البرامج. واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وقد استخدمت الدراسة

عينة كلية شملت (157) مفردة يشكلون جميع طلبة المرحلة التمهيدية في تخصص الإعلام في إحدى جامعات المناطق الحضرية، لبحث دوافع متابعتهم لتلفزيون الواقع، والإشباع المتحققة لهم من متابعتهم، وصنفت نتائج الدراسة الدوافع إلى ستة دوافع تحدد أسباب تعرض العينة لبرامج تلفزيون الواقع. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- كان أسلوب الدافع الأول التسلية والترفيه في هذه البرامج أكثر واقعياً من البرامج التلفزيونية المعتادة، ثم الدافع الثاني أن هذه البرامج تساعد المشاهدين على الاسترخاء والراحة، ثم جاء الدافع الثالث هو متابعة البرامج لتمضية وقت الفراغ.
- وقد حدد بعض أفراد العينة الدافع لمشاهدتهم بأن هذه البرامج تقلل من شعورهم بالوحدة.
- كما أجاب بعضهم بأن دافع متابعتهم لهذه البرامج هو التواصل الاجتماعي.

2- دراسة (ريتشارد فينيسست) و(اسي ميشيل) Richard C. Vinest And Ais B, (1997) Michealeal D" بعنوان: استخدامات الطلبة الجامعيين ودوافعهم للأخبار التي تقدمها وسائل الإعلام الأمريكية المختلفة

هدفت الدراسة إلى معرفة أسباب استخدام الطلبة الجامعيين للأخبار ودوافعهم التي تقدمها وسائل الإعلام المختلفة ومن بينها شبكة الأخبار الأمريكية (C.N.N) وأنماط ذلك الاستخدام. وطبقت الدراسة على عينة من طلاب الجامعات الحكومية الأمريكية بلغ قوامها (190) مفردة من الذكور والإناث، وأجريت الدراسة على مرحلتين الأولى: في أثناء عمليتي (درع الصحراء) و(عاصفة الصحراء)، والمرحلة الثانية: في أثناء حرب الخليج في نهاية (1990م) ومطلع (1991م) وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- بلغ متوسط تعرض الطلاب للأخبار التي يقدمها التلفزيون ثلاث ساعات، وسبع دقائق في الأسبوع .
- جاءت شبكة (CNN) كأهم مصدر لعينة الدراسة لمعرفة الأحداث الجارية وخاصة في وقت الأزمات.
- أهم دوافع مشاهدة الأخبار التي تقدمها وسائل الإعلام هي الحاجة لمراقبة البيئة.

3- دراسة ستانفورد وببستي (1984) Serenca Stanrord & Riccomini, Besty

بعنوان "إرتباط الجمهور ببرامج التلفزيون والإشباعات المطلوبة تحقيقها

أجريت هذه الدراسة على عينة من طلاب قسم الإعلام قوامها (159) طالباً وطالبة. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أن الطلاب يحصلون على إشباعات عديدة من أهمها الحصول على المعلومات، والتسلية من مشاهدة البرامج التلفزيونية المتنوعة.
- يستمتع الطلاب بمشاهدتهم البرامج التي تتضمن معلومات تحتوي على قدر من التسلية، ويخططون لمشاهدتها من خلال اختيارها من الخريطة البرمجية ومتابعتها.
- يؤكد مبدأ الجمهور النشط في مدخل الاستخدامات والإشباعات المتحققة.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات المحلية والعربية والأجنبية، نلاحظ أن هناك مجموعة من السمات العامة، وعدداً من الفروق بينها وبين هذه الدراسة يمكن تصنيفها على النحو التالي:

أولاً: أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة:

❖ من حيث المنهج المستخدم:

اعتمد الباحث على المنهج المسحي في هذه الدراسة لذلك معظم الدراسات السابقة اتفقت على استخدام المنهج المسحي، وذلك لملاءمتها لموضوع الدراسة، باستثناء دراسة (العبد والعلي، 1995م)، ودراسة (فرج، 2011م)، ودراسة (عوض الله، 2012م)، التي اعتمدت على منهجين هما منهج المسحي ومنهج دراسة العلاقة المتبادلة.

❖ من حيث أداة الدراسة:

استخدم الباحث صحيفة الاستقصاء (الاستبانة) كأداة لجمع البيانات حيث تشابهت مع معظم الدراسات السابقة في استخدام الاستبانة كأداة لجمع المعلومات في دراستها باستثناء دراسة (ثريا، 2010م)، التي استخدمت أداتين هما الاستبيان والمقابلة الشخصية. أما دراسة (الفرأ، 2010م) فقد استخدمت استمارة المقابلات في جمع بياناته، بينما في دراسة (عوض الله، 2012م) فقد استخدم أداة تحليل المضمون.

❖ من حيث الفئة المستهدفة:

تشابهت الدراسة مع الدراسات السابقة في استخدام النخبة أو الصفوة مثل دراسة (أبو مراد، 2016)، ودراسة (بريخ، 2015م)، ودراسة (أبو قوطة، 2015م)، ودراسة (خليفة، 2015م)، ودراسة (الصوفي والبريهي، 2014م)، ودراسة (عابد، 2010م)، ودراسة (الفقيه، 2008م). واختلفت مع باقي الدراسات الأخرى في تناول الفئة المستهدفة حيث اعتمدت في غالبيتها على فئة الشباب من طلبة الجامعات.

❖ من حيث النظرية المستخدمة:

هذه الدراسة تتفق مع الدراسات السابقة في استخدام نظرية الاستخدامات والإشباع كدراسة (الشيخ علي، 2015)، ودراسة (أبو صلاح، 2014)، ودراسة (المصري، 2010)، ودراسة (الفقيه، 2008)، ودراسة (الدواوسة، 2002)، ودراسة (ريتشارد فينيست واسي ميشيل، 1997)، ودراسة (ستانفورد ويبستي، 1984). أما باقي الدراسات السابقة الأخرى اعتمدت على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كنظرية للدراسة.

ثانياً: الفجوة البحثية:

من خلال استعراض الدراسات السابقة والاطلاع على أدبيات هذه الدراسة استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) والإشباع المتحققة يمكن تلخيص الفجوة البحثية موضحة بالجدول التالي:

جدول (2)

يوضح الفجوة البحثية

م	أوجه التشابه والاختلاف	الدراسة الحالية	الدراسة السابقة
1	منهج الدراسة	المنهج المسحي	اتفقت مع جميع الدراسات التي استخدمت المنهج المسح الإعلامي واختلفت مع دراسات أخرى باستخدام دراسة العلاقة المتبادلة.

م	أوجه التشابه والاختلاف	الدراسة الحالية	الدراسة السابقة
2	أداة الدراسة	الاستبانة	اتفقت مع جميع الدراسات السابقة التي استخدمت أداة الدراسة الاستبانة وبعضها استخدم المقابلة في جمع المعلومات.
3	النظرية المستخدمة	نظرية الاستخدامات والإشباع	اتفقت مع جميع الدراسات التي استخدمت نظرية الاستخدامات والإشباع، واختلفت مع دراسات أخرى التي استخدمت نظرية الاعتماد في الدراسة.
4	الفئة المستهدفة	النخبة الفلسطينية (سياسية، إعلامية، أكاديمية)	اتفقت مع جميع الدراسات التي استخدمت فئة النخبة أو الصفوة كفئة للدراسة.
5	موضوع الدراسة	العدوان الأخير على قطاع غزة (2014م)	اتفقت مع بعض الدراسات في تناولها لموضوع الحرب على غزة، واختلفت مع دراسات في تناولها لقضايا أخرى.

ثالثاً: أوجه استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

- ساعدت الدراسات السابقة الباحث في وضع تصور عام للدراسة.
- المساعدة في تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها وتساولاتها.
- وضع فروض الدراسة المستسقة من واقع الدراسات السابقة.
- الاستفادة من الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، وخاصة المتعلقة بنظرية الاستخدامات والإشباع من خلال استخدام وسائل الإعلام، وأيضاً الاستفادة في إعداد الجانب التطبيقي لهذه الدراسة.
- المساعدة في إعداد استمارة الدراسة الميدانية من خلال الاسترشاد بتلك الدراسات والمتعلقة منها بنظرية الاستخدامات والإشباع على وجه الخصوص.

الفصل الرابع

المنهجية والإجراءات

- ❖ تمهيد
- ❖ منهج الدراسة
- ❖ مجتمع الدراسة
- ❖ عينة الدراسة
- ❖ أدوات الدراسة
- ❖ خطوات بناء الاستبانة
- ❖ تصنيف مستويات المقاييس المستخدمة في الدراسة
- ❖ إجراءات الصدق والثبات
- ❖ الأساليب الإحصائية المستخدمة

الفصل الرابع

المنهجية والإجراءات

تمهيد:

سيتناول الباحث في اختيار منهج الدراسة ومجتمعها وعينتها في هذا الفصل وصفاً للإجراءات التي قام بها لتحقيق أهداف الدراسة، والتأكد من صدق أدوات الدراسة وثباتها والأساليب الإحصائية التي تم استخدامها، وفيما يأتي وصف لهذه الإجراءات:

أولاً: منهج الدراسة:

قام الباحث باستخدام منهج المسح، الذي يعرف بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، وهو بهذا المفهوم يعد المنهج الرئيسي لدراسة جهود وسائل الإعلام (العبد، 1999: 167)، كما إنه من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية عامة (عبد الحميد، 1993: 122)، ويعد الأكثر استخداماً في بحوث الإعلام حيث يمكن استخدامه في تحقيق أهداف عديدة وصفية أو تفسيرية أو استكشافية (طايح، 2001: 122)، والذي من خلاله تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة بالنسبة للنخب الفلسطينية اتجاه الإعلام الدولي وأساليبه.

وقد تم استخدام مصدرين رئيسيين من مصادر المعلومات:

- **المصادر الثانوية:** تم الرجوع إلى مصادر البيانات الثانوية لمعالجة الإطار النظري للبحث، والتي تتمثل في الكتب، والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات، والمقالات، والتقارير، والأبحاث، والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث، والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.
- **المصادر الأولية:** لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث، تم جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة (ملحق رقم 1) كأداة رئيسة للبحث، صممت خصيصاً لهذا الغرض، وقد تم تفرغ وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS).

ثانياً: مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة جميع المفردات التي يرغب الباحث في دراستها، وبناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها فإن المجتمع المستهدف يتكون من النخب الفلسطينية (السياسية، الأكاديمية، الإعلامية) المتواجدة في محافظات غزة فقط نظراً لاستحالة الوصول إلى باقي محافظات الوطن نتيجة للممارسات التي يقوم بها الاحتلال الإسرائيلي من تقسيم وفصل للأراضي الفلسطينية معتمداً على عدة مداخل يتم اختيارها من حيث مدخل اتخاذ القرار، والشهرة، والمنصب الوظيفي، والقيادي، والعمر، ويمثلون جميعهم مجتمع الدراسة.

وبرغم وجود بعض الإحصائيات التي تدل على مجتمع الدراسة كقنابة الصحفيين، وأعضاء الهيئات التدريسية في الجامعات إلا أن الباحث وجد صعوبة في حصر أعداد مجتمع الدراسة بسبب عدم وجود إحصائيات دقيقة توضح أعداد النخبة الفلسطينية، وخصوصاً المركز الإحصاء الفلسطيني وبالتالي استخدم الباحث أسلوب العينة القصدية.

ثالثاً: عينة الدراسة:

نظراً لأن مجتمع الدراسة لا يمكن حصره، على اعتبار عدم وجود إحصائيات دقيقة توضح أعداد النخبة الفلسطينية في محافظات غزة؛ فقد اعتمدت الدراسة على العينة المتاحة من مفردات كل نوع من أنواع النخب الثلاثة وهي النخبة السياسية، والنخبة الإعلامية، والنخبة الأكاديمية، وتم تحديدها كالتالي: النخبة السياسية من أعضاء القيادات التنظيمية والحزبية، وأعضاء المجلس التشريعي والمجلس الوطني، وأعضاء اللجان التنفيذية، ومراكز الاستشارات، والنخبة الأكاديمية وهم من العاملين في الجامعات الفلسطينية بمختلف درجاتهم العلمية (أستاذ مساعد، وأستاذ مشارك، وأستاذ)، والنخبة الإعلامية وهم من الصحفيين والإعلاميين الذين يعملون في المؤسسات الإعلامية الذين تجاوز عملهم (10) سنوات، وكذلك الأكاديميين المتخصصين في مجال الإعلام الذين يعملون في الجامعات الفلسطينية. واستخدم الباحث أسلوب العينة العمدية لتوافقها مع مثل هذا النوع من الدراسات بسبب عدم وجود إحصائيات لدى الجهات المختصة تحدد حجم هذه الفئة من المجتمع من النخبة، وتم تحديد حجم العينة

ب(150)^(*)مبحثاً من مختلف النخب، وجمع الباحث (150) صحيفة استقصاء، بواقع (50) مبحثاً من كل نخبة، وجد الباحث أنها تكفي في ضوء الدراسات السابقة عن النخب.

❖ أسباب اختيار العينة:

تعددت المداخل التي استند إليها باحثو النخبة في تحديد مفرداتها والتي أجملها (إسماعيل سعد) في ثلاثة مداخل أساسية وهي مدخل الشهرة أو السمعة، ومدخل المشاركة في اتخاذ القرار، ومدخل المنصب القيادي أو المكانة (سعد، 1987: 269) وعلى الرغم من وجود انتقادات لكل مدخل من هذه المداخل، فإن المدخل القيادي يظل أكثر المداخل ملائمة لتحديد أفراد النخبة في هذه الدراسة لأن معيار المنصب القيادي يضمن موضوعية الاختيار والحياد في اختيار مفردات العينة وهذا يصعب عمله في المداخل الأخرى، كما يسهل معيار المنصب القيادي مهمة الباحث في اختيار مفردات العينة من كل فئة من فئات النخبة في عينة الدراسة، وذلك لأن قيادات كل فئة معروفة سلفاً ومن هذا المنطلق قد تم تحديد العينة المطلوبة واختيار النخبة كما يلي:

1- النخبة السياسية:

تترك النخبة السياسية سواء الحاكمة أو غير الحاكمة صاحبة القرار تأثيراً مباشراً وغير مباشر على أداء مؤسسات الدولة من ضمنها وسائل الإعلام، فهي تملك سلطة سن القوانين وتسطيع التدخل في الإرادة السياسية، وقد تم اختيار العينة السياسية من أعضاء المجلس التشريعي الفلسطيني، وأيضاً الصفوة البارزة من مسؤولي وقادة الفصائل الفلسطينية، وكذلك من المحللين السياسيين الذين يكتبون المقالات السياسية في الصحف ويظهرون بتحليلاتهم عبر وسائل الإعلام المحلية والعربية، ومثلت هذه النخبة (50) مبحثاً.

(*) بمراجعة الباحث للعديد من الدراسات حول النخبة وجد أن عدد العينة (150) رقم معقول في دراسات النخبة ومن هذه الدراسات دراسة (خليفة، 2015) حيث بلغت حجم عينة الدراسة (154) مفردة، ودراسة (أبو قوطة، 2015) التي بلغت حجم العينة (132) مفردة، ودراسة (الصوفي والبريهي، 2014) التي بلغت عينة الدراسة (120) مفردة، ودراسة (عابد، 2010) بلغت حجم العينة (60) مفردة، ودراسة (أبو السعيد، 2009) التي بلغت حجم العينة فيها (50) مفردة.

2- النخبة الإعلامية:

وهم من الإعلاميين والكتاب في المؤسسات الإعلامية المختلفة الذين تجاوزت فترة عملهم (10) أعوام، وكذلك الأكاديميين المتخصصين في مجال الإعلام الذين يعملون في كليات الإعلام في الجامعات الفلسطينية، وقد مثلت هذه النخبة (50) مبحثاً.

3- النخبة الأكاديمية:

وهم من جميع الأكاديميين العاملين في الجامعات الفلسطينية بمختلف درجاتهم العلمية (أستاذ مساعد، وأستاذ مشارك، وأستاذ)، ويتفاوتون في المستويات العمرية والتخصص العلمي، وترجع أهمية هذه النخبة باعتبارها أحد أعمدة المجتمع التي تُعدّ بحكم عملها أكثر الفئات تفاعلاً مع المتغيرات الحاصلة في المجتمع، والأكثر إلماماً ووعياً لكون أعضائها يحملون أعلى الشهادات العلمية.

والجدول التالي يوضح حجم العينة الموزعة على الدراسة.

جدول (3)

يوضح حجم العينة الموزعة على الدراسة

مجتمع العينة	عدد العينة
النخب السياسية	50
النخب الأكاديمية	50
النخب الإعلامية	50
المجموع	150

رابعاً: أدوات الدراسة:

استخدم الباحث أداة الاستبانة ملحق رقم (2) في جمع المعلومات، لمعرفة مدى استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)، والإشباع المتحققة من ذلك الاستخدام، وهو أسلوب يستخدم لجمع البيانات يستهدف استثارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار في إطار البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة (حسين، 1996: 19).

خامساً: خطوات بناء الاستبانة:

- 1- بعد الاطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة والاستفادة منها في بناء الاستبانة.
- 2- استشارة الباحث عدداً من المتخصصين في الإعلام في تحديد محاور الاستبانة وفقراتها.
- 3- تم تحديد المحاور الرئيسة التي شملتها الاستبانة.
- 4- تم تحديد الفقرات لكل محور من المحاور الرئيسة.
- 5- تم تصميم الاستبانة في صورتها الأولية.
- 6- تم مراجعة وتنقيح الاستبانة من قبل المشرف، والأخذ بمقترحاته وتعديلاته وتوصياته.
- 7- تم عرض الاستبانة ملحق رقم (2) على عدد (11) من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الفلسطينية، ملحق رقم (4).
- 8- بناء على آراء المحكمين تم تعديل بعض فقرات الاستبانة من حيث الحذف أو الإضافة أو التعديل، لتستقر الاستبانة في صورتها النهائية ملحق رقم (3).

وتتكون الاستبانة من ستة أقسام رئيسية وهي على النحو التالي:

❖ القسم الأول:

السمات العامة لمجتمع الدراسة: (النوع، العمر، المستوى التعليمي، طبعة العمل، مكان الإقامة).

❖ القسم الثاني:

وهو عبارة عن استخدامات وسائل الإعلام الدولية مقسمة إلى (8) فقرات وكل فقرة تحتوي على فقرات اختيارية يختار منها الباحث بناء على وجهة نظره.

❖ القسم الثالث:

وهو عبارة عن دوافع استخدام وسائل الإعلام الدولية وتتكون من (9) فقرات.

❖ القسم الرابع:

وهو عبارة عن الإشباع المتحققة من استخدام وسائل الإعلام الدولية، وتتكون من (16) فقرة.

❖ القسم الخامس:

وهو عبارة عن إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الدولية، وتحتوي على قسمين:

1- إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الدولية وتتكون من (9) فقرات.

2- سلبيات وسائل الإعلام الدولية وتتكون من (9) فقرات.

❖ القسم السادس:

وهو عبارة عن تقييم ومقترحات وتحتوي على (6) تقسيمات ولكل قسم يتكون من (5) فقرات.

سادساً: تصنيف المحك المعتمد في الدراسة:

❖ مقياس (ليكرت) الخماسي:

قد تم تحديد طول الخلايا في مقياس (ليكرت) الخماسي من خلال حساب المدى بين درجات المقياس ($4 = 5 - 1$)، ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي ($0.80 = 4/5$)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية المقياس وهي واحد صحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما هو موضح في الجدول الآتي: (التميمي، 2004: 42).

جدول (4)

المحك المعتمد في الدراسة

طول الخلية	الوزن النسبي المقابل له	درجة الموافقة
1.80 – 1	20% – 36%	قليلة جداً
2.60 – 1.80	36% – 52%	قليلة
3.40 – 2.60	52% – 68%	متوسطة
4.20 – 3.40	68% – 84%	كبيرة
5 – 4.20	84% – 100%	كبيرة جداً

ولتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمد الباحث على ترتيب المتوسطات الحسابية، وقد حدد الباحث درجة الموافقة حسب المحك المعتمد في الدراسة.

❖ مقياس (ليكرت الرباعي):

تم تطبيق الخطوات نفسها خلال حساب المدى بين درجات المقياس ($3 = 4 - 1$)، ومن ثم تقسيمه أي ($0.75 = 3/4$)، وهكذا أصبح طول الخلايا كما هو موضح في الجدول الآتي: (التميمي، 2004: 42).

جدول (5)

المحك المعتمد في الدراسة

طول الخلية	الوزن النسبي المقابل له	درجة الموافقة
1.75 – 1	%25 – %43.75	قليلة جداً
2.50 – 1.75	%43.75 – %62.5	قليلة
3.25 – 2.50	%62.5 – %81.25	كبيرة
4.00 – 3.25	%81.25 – %100	كبيرة جداً

ولتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمد الباحث على ترتيب المتوسطات الحسابية، وقد حدد الباحث درجة الموافقة حسب المحك المعتمد في الدراسة.

سابعاً: إجراءات الصدق والثبات:

1- صدق الاستبانة:

صدق الاستبانة يعني "أن يقيس الاستبيان ما وضع لقياسه" (الجرجاي، 2010: 105)، كما يقصد بالصدق: شمول الاستقصاء لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها" (عبيدات وآخرون، 2001: 179).

وقد تم التأكد من صدق الاستبانة بطريقتين:

أ- صدق المحكمين (الصدق الظاهري):

يقصد بصدق المحكمين "هو أن يختار الباحث عدداً من المحكمين المتخصصين في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة" (الجرجاي، 2010: 107)، حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (11) متخصصين من أعضاء هيئة التدريس في

الجامعات ومختصين في مجال الإعلام وأساليبها وأسماء المحكمين مرفقة بالملحق رقم (4)، وقد استجاب الباحث لآراء المحكمين وقام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية ملحق رقم (3).

ب- صدق الاتساق الداخلي:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد تم حساب الاتساق الداخلي للاستبانة، وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه.

ج- نتائج الاتساق الداخلي:

يوضح جدول (6) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول (6)

معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه

#	الفقرة	معامل بيرسون الارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig)
الإشباع المتحققة			
5	شعرت من خلال المتابعة أن الإعلام المحلي نجح في التأثير على الرأي العام الدولي في نقل الصورة الحقيقية عن العدوان على غزة.	0.909	*0.000
1	تعرفت على المجتمعات الدولية المتضامنة مع الشعب الفلسطيني	0.809	*0.000
2	وفرت لي معلومات لبناء وجهة نظري وموقفي حول أزمة العدوان على غزة 2014م.	0.822	*0.000
8	شعرت أن الإعلام الغربي كان منحازاً لإسرائيل في تغطيته للعدوان على غزة.	0.756	*0.000
12	شعرت أن الإعلام المحلي لعب دوراً إيجابياً في حماية الجبهة الداخلية أكثر من الإعلام الدولي.	0.831	*0.000
6	شعرت أن الإعلام الدولي نجح في تحريك الشارع الغربي، مما زاد من تضامنه مع الشعب الفلسطيني.	0.712	*0.000

#	الفقرة	معامل بيرسون الارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig)
الإشباعات المتحققة			
7	شعرت من خلال المتابعة أن الإعلام الدولي غطى العدوان على غزة بما يتوافق مع سياساته الدولية.	0.847	*0.000
9	أبدت وسائل الإعلام الدولي تعاطفاً مع القضية الفلسطينية.	0.769	*0.000
4	ازدادت اهتماماتي بمتابعة القضايا الدولية عبر وسائل الإعلام الدولية	0.787	*0.000
10	ساهمت وسائل الإعلام الدولي في التأثير على الرأي العام الدولي بعدالة القضية الفلسطينية وما يعانيه من حصار وعدوان.	0.782	*0.000
3	شعرت من خلال متابعتي لوسائل الإعلام الدولي بمدى مساهمتها في تعزيز الصمود.	0.827	*0.000
13	تشعرتني متابعة وسائل الإعلام الدولي بالخوف خلال فترة العدوان.	0.754	*0.000
14	جعلتني أشعر أن فئات كثيرة من الشعب الفلسطيني تأثرت بالإعلام الدولي.	0.797	*0.000
11	شعرت من خلال المتابعة أن وكالات الأنباء العالمية لم تكن منحازة لأي طرف في تغطيتها لأحداث الحرب على غزة.	0.788	*0.000
16	عززت من شعوري بالأمان من خلال متابعة الأحداث خلال فترة العدوان غزة.	0.785	*0.000
15	ساهمت متابعتي لوسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان في راحتي النفسية.	0.741	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

3- إجراءات الثبات:

أما ثبات أداة الدراسة فيعني التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريباً لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات (العساف، 1995: 430). وقد أجرى الباحث خطوات الثبات على العينة الاستطلاعية نفسها بطريقتين هما: معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) كطريقة أولى لقياس الثبات وطريقة التجزئة النصفية (Split-Half Coefficient) حيث تم إيجاد معامل ارتباط بيرسون بين معدل الأسئلة الفردية الرتبة، ومعدل الأسئلة الزوجية الرتبة لكل محور وقد تم تصحيح معاملات الارتباط باستخدام معامل ارتباط (سبيرمان براون) للتصحيح (Spearman-Brown Coefficient) حسب المعادلة التالية:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2r}{r+1} \text{ حيث } r \text{ معامل الارتباط}$$

والجدول (7) يبين النتائج :

جدول (7)

معامل الثبات (ألفا كرونباخ) ومعامل طريقة التجزئة النصفية للاستبانة.

#	المجالات	معامل ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية	
			معامل الارتباط	معامل الارتباط المصحح
1.	الإشباع المتحققة	0.735	0.746	0.855

• الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل الثبات للإشباع المتحققة من استخدام وسائل الإعلام الدولي تساوي (0.735)، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات تطمئن الباحث إلى تطبيقها على عينة الدراسة، كما أن قيمة معامل الارتباط المعدل (سبيرمان براون) (Spearman Brown) مرتفعة وهي دالة إحصائياً، وبذلك تكون الاستبانة في صورتها النهائية كما هي في الملحق (2) قابلة للتوزيع، وبذلك يكون الباحث قد تأكد من صدق استبانة الدراسة وثباتها، مما يجعلها على ثقة تامة من صحة الاستبانة، وصلاحياتها لتحليل النتائج، والإجابة عن أسئلة الدراسة، واختبار فرضياتها.

ثامناً: الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم تفرغ الاستبانة وتحليلها من خلال برنامج التحليل الإحصائي

. Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

تم استخدام الأدوات الإحصائية الآتية:

- النسب المئوية، والتكرارات، والوزن النسبي: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما، ويتم الاستفادة منها في وصف عينة الدراسة المبحوثة .
- طريقة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) وطريقة (Split-Half Coefficient) للتحقق من الثبات ومعامل التصحيح (Spearman Brown Coefficient).

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)؛ لقياس درجة الارتباط، ويقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين، وقد تم استخدامه لحساب الاتساق الداخلي، والصدق البنائي للمقياس، والعلاقة بين المتغيرات.
- اختبار (T) في حالة عينتين (Independent Samples T-Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات المستقلة.
- اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Analysis of Variance - ANOVA) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات، أو أكثر من البيانات⁽¹⁾.

⁽¹⁾ قام بعمل المعالجة الإحصائية للدراسة المحلل الإحصائي أ. محمد بريح

الفصل الخامس

تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها

❖ تمهيد

❖ الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية

❖ الإجابة عن تساؤلات الدراسة

❖ اختبار فرضيات الدراسة

الفصل الخامس

تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها

تمهيد:

يتضمن هذا الفصل مناقشة نتائج الدراسة الميدانية، والتي تتعلق باستخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)، وذلك من خلال تحليل بيانات إجابات المبحوثين على الأسئلة التي تم إعدادها ضمن صحيفة الاستقصاء التي تم توزيعها على عينة عمدية قوامها (150) مفردة بحيث تم توزيع (50) لكل نخبة من النخب الفلسطينية (السياسية_ الأكاديمية_ الإعلامية).

الوصف الإحصائي للسّمات والخصائص العامة:

وفيما يلي عرض لخصائص عينة الدراسة

توزيع عينة الدراسة حسب الجنس:

جدول (8)

توزيع عينة الدراسة حسب النوع

النوع	العدد	النسبة المئوية %
ذكر	124	82.7
أنثى	26	17.3
المجموع	150	100.0

تبين من الجدول رقم (8) أن ما نسبته (82.7%) من النخبة الفلسطينية هم من الذكور وما نسبته (17.3%) هم من الإناث، وهذا يشير إلى سيطرة النخبة من الذكور على الإناث في العديد من المجالات، وهذا يرجع إلى كون المجتمع الفلسطيني يعاني من قضية عمل المرأة كبقية المجتمعات العربية والإسلامية.

توزيع عينة الدراسة حسب العمر:

جدول (9)

توزيع عينة الدراسة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية %
20 أقل من 30 سنة	7	4.7
30 أقل من 40 سنة	54	36.0
40 أقل من 50 سنة	66	44.0
50 سنة فأكثر	23	15.3
المجموع	150	100.0

تبين من الجدول رقم (9) أن ما نسبته (4.7%) من النخبة الفلسطينية هم من الذين أعمارهم من (20) أقل من (30) سنة، وما نسبته (36%) هم من الذين أعمارهم تتراوح ما بين (30) أقل من (40) سنة، وما نسبته (44%) هم من الذين أعمارهم تتراوح ما بين (40) أقل من (50) سنة وما نسبته (15.3%) هم من الذين أعمارهم (50) سنة فأكثر.

توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي:

جدول (10)

توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	العدد	النسبة المئوية %
ثانوية عامة	6	4.0
دبلوم متوسط	20	13.3
بكالوريوس	63	42.0
دراسات عليا	61	40.7
المجموع	150	100.0

تبين من الجدول رقم (10) أن ما نسبته (4.0%) من النخبة الفلسطينية هم من الذين يحملون شهادة الثانوية العامة، وما نسبته (13.3%) هم من الذين يحملون الشهادة المتوسطة

(الدبلوم)، وما نسبته (42.0%) هم من الذين يحملون الشهادة الجامعية الأولى (البكالوريوس)، وما نسبته (40.7 %) هم من الذين يحملون شهادات عليا (ماجستير ودكتوراه).

ويرى الباحث في تفسير هذه النتيجة أن بعض النخب الفلسطينية استمدت مكانتها من سنوات الاعتقال الطويلة والتي لا يتمكن فيها من إكمال دراسته فجاءت هذه النسبة التي تخالف نتائج دراسات النخبة التي تشير إلى حصولهم على دراسات عليا.

توزيع عينة الدراسة حسب مكان السكن:

جدول (11)

توزيع عينة الدراسة حسب مكان السكن

مكان السكن	العدد	النسبة المئوية %
شمال غزة	17	11.3
غزة	48	32.0
الوسطى	24	16.0
خان يونس	34	22.7
رفح	27	18.0
المجموع	150	100.0

تبين من الجدول رقم (11) أن ما نسبته (11.3%) من النخبة الفلسطينية هم من الذين يسكنون في محافظة الشمال، وما نسبته (32.0%) هم من الذين يسكنون في محافظة غزة، وما نسبته (16.0%) هم من الذين يسكنون في محافظة الوسطى، وما نسبته (22.7%) هم من الذين يسكنون في محافظة خان يونس، وما نسبته (18.0%) هم من الذين يسكنون في محافظة رفح.

توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل:

جدول (12)

توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل

طبيعة العمل	العدد	النسبة المئوية %
متفرغ سياسي	19	12.7
أكاديمي	53	35.3
إعلامي	38	25.3
مدرس	6	4.0
أعمال حرة	7	4.7
أخرى	27	18.0
المجموع	150	100.0

تبين من الجدول رقم (12) أن ما نسبته (12.7%) من النخبة الفلسطينية يعملون كمترغين سياسيين، بينما ما نسبته (35.3%) هم من الأكاديميين، بينما ما نسبته (25.3%) هم من الإعلاميين، بينما ما نسبته (4.0%) هم من المدرسين، بينما ما نسبته (4.7%) هم من الذين يعملون في الأعمال الحرة، بينما ما نسبته (18.0%) هم من لديهم أعمال أخرى.

ثانياً: الوصف الإحصائي لتساؤلات أداة الدراسة

المحور الأول: استخدامات وسائل الإعلام الدولية:

1. هل تستخدم وسائل الإعلام الدولية (الفضائيات، الإذاعات، المواقع الإلكترونية، شبكات

التواصل الاجتماعي، النسخة الإلكترونية من الصحف والمجلات الدولية)؟

في سؤال النخبة عن استخدامهم لوسائل الإعلام الدولية كانت الإجابات على النحو التالي:

جدول (13)

يوضح استخدامات المبحوثين لوسائل الإعلام الدولية

النسبة المئوية %	التكرار	استخدام وسائل الإعلام الدولية
70.0	105	نعم
27.3	41	أحياناً
2.7	4	لا
100.0	150	المجموع

* تم استبعاد (4) حالات من التحليل.

يتضح من بيانات الجدول رقم (13) أن ما نسبته (70.0%) من النخبة الفلسطينية يستخدمون وسائل الإعلام الدولية، بينما ما نسبته (27.3%) أحياناً ما يستخدمون تلك الوسائل، بينما ما نسبته (2.7%) لا يستخدمون تلك الوسائل الإعلامية فقد طلب منهم تسليم الاستبانة بعد الإجابة على السؤال الذي يليه ما هي أسباب عدم استخدامك لوسائل الإعلام الدولية؟ وعليه تم استبعادهم من الدراسة حيث أصبح عدد عينة الدراسة الفعلية والذين تم إجراء التحليلات الإحصائي لإجاباتهم على (146) مفردة.

وقد يعود ذلك إلى أهمية استخدام وسائل الإعلام الدولية ومتابعتها أثناء العدوان على غزة من وجهة نظر النخبة الفلسطينية من خلال ما تزودهم بالمعلومات والأخبار وتحليلات الأحداث المتسارعة أولاً بأول والتي تساهم في التخفيف من معاناتهم وتساعد في رسم السياسات والقرارات المستقبلية، وهذا يعتبر استخداماً مرتفعاً، مما يدل على صحة فرضية النظرية على أن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات التي أشارت إلى ارتفاع في نسبة متابعة وسائل الإعلام على النحو التالي:

❖ دراسة (أبو مراد، 2016) التي كشفت أن (100%) من النخبة السياسية الفلسطينية يستخدمون الإنترنت كمصدر أساسي للحصول على المعلومات (أبو مراد، 2016: 139).

❖ دراسة (بريخ، 2015) التي أشارت إلى أن اعتماد النخبة السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان على غزة (2014م) التي بلغت نسبة (78.66%).

❖ دراسة (أبو قوطة، 2015) التي بينت أن الغالبية العظمى من المبحوثين من النخبة السياسية يتابعون المواقع الإلكترونية لاكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية بنسبة (93.6%) (أبو قوطة، 2015: 90).

❖ دراسة (خليفة، 2015) التي بينت أن جميع المبحوثين من النخبة الإعلامية هم من المتابعين للمواقع الإخبارية الفلسطينية بنسبة (100%) (خليفة، 2015: 124).

❖ دراسة (الصوفي والبريهي، 2014) التي بينت أن المبحوثين من النخبة الأكاديمية العربية أنهم مهتمون جداً بمتابعة أخبار ثورات (الربيع العربي) وتطوراتها بنسبة (73.3%) (الصوفي والبريهي، 2014: 53).

2. ما أسباب عدم استخدامك لوسائل الإعلام الدولية (الفضائيات، الإذاعات، المواقع الإلكترونية، شبكات التواصل الاجتماعي، النسخة الإلكترونية من الصحف والمجلات الدولية)؟

في السؤال المتعلق بأسباب عدم استخدام وسائل الإعلام الدولية، كانت الإجابات على النحو التالي:

جدول (14)

يوضح عدم استخدام النخبة لوسائل الإعلام الدولية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	أسباب عدم استخدام وسائل الإعلام الدولية
1	50.0	2	عدم الثقة فيما تقدمه من معلومات
2	50.0	2	ليس لدي الوقت لمتابعتها
	100.0	4	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (14) أن ما نسبته (50.0%) من النخبة الفلسطينية الذين لا يستخدمون الوسائل الإعلامية الدولية بسبب عدم استخدامها تلك الوسائل ويرجع ذلك إلى عدم الثقة فيما تقدمه من معلومات، بينما ما نسبته (50.0%) لا يستخدمونها بسبب عدم وجود الوقت الكافي لهم.

وقد يعود ذلك إلى انشغال النخبة الفلسطينية في أعمالهم التي يعملون بها سواء على المستوى الأكاديمي أو السياسي أو الإعلامي، ويعتبر بعض النخبة الفلسطينية بأن وسائل الإعلام الدولية لها أجندة خاصة بها تعمل على تطبيقه في برامجها من خلال شن حملة إعلامية أو دعائية ضد أية دولة لا تخدم مصالحها الإستراتيجية مما يجعلها تفقد الثقة فيما تقدمه من معلومات.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات على النحو التالي:

❖ دراسة (أبو قوطة، 2015) التي بينت أن من أهم أسباب عدم متابعة بعض النخبة السياسية للمواقع الإلكترونية لاكتساب معلومات عن المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية وهو ضعف معايير صحة وصدق المعلومات حول المفاوضات بنسبة (31.8%) (أبو قوطة، 2015: 91)

❖ دراسة (الصوفي والبرهي، 2014) التي بينت أن أهم أسباب عدم متابعة المبحوثين من النخبة الأكاديمية العربية لأخبار ثورات (الربيع العربي) وتطوراتها هي عدم اقتناعهم بأن ما يحدث ثورات (الصوفي والبرهي، 2014: 56).

3. منذ متى وأنت تتابع وسائل الإعلام الدولية؟

في السؤال المتعلق بفترة متابعة وسائل الإعلام الدولية، كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (15)

يوضح متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الدولية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	فترة متابعة وسائل الإعلام الدولية
1	63.0	92	كل الفترات وأثناء الأزمات
2	15.1	22	فترة العدوان على قطاع غزة
3	14.4	21	أثناء الأزمات بشكل العام
4	7.5	11	قبل فترة العدوان على قطاع غزة
	100.0	146	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (15) أن ما نسبته (63.0%) من النخبة الفلسطينية يستخدم الوسائل الإعلامية الدولية في كل الفترات وأثناء الأزمات، بينما ما نسبته (15.1%) يستخدمونها في فترة العدوان على قطاع غزة، بينما ما نسبته (14.4%) يستخدمونها في أثناء الأزمات بشكل عام، بينما ما نسبته (7.5%) يستخدمونها قبل فترة العدوان على قطاع غزة.

ويعتبر أن هذا أمر طبيعي حيث يعتمد الفلسطينيون اعتماداً كبيراً على وسائل الإعلام أثناء الأزمات خصوصاً أن الجماهير تعتمد على النخب في استقصاء المعلومات، وبالإضافة إلى أن الأزمات بحد ذاتها تؤثر تأثيراً سلبياً على الإنسان وهذا التأثير يتمثل في المصير المجهول الذي سينجم عن نتائج الأزمات.

وقد اختلفت نتيجة الدراسة مع دراسة كل من:

❖ دراسة (الشيخ علي، 2015) التي أشارت إلى أن نسبة الأفراد الذين يتعرضون لوسائل الإعلام الإسرائيلية خلال حربي (2008م) و(2012م) بشكل يومي تبلغ (45.2%) من إجمالي المبحوثين (الشيخ علي، 2015: 64) لأنها تناول استخدام وسائل الإعلام الإسرائيلية فقط.

4. ما الوسائل الإعلامية الدولية التي تعرضت لها أثناء العدوان على قطاع غزة؟

في السؤال حول الوسائل الإعلامية الدولية التي تعرضت لها النخبة أثناء العدوان على غزة، كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (16)

يوضح الوسائل الإعلامية الدولية التي تعرض لها المبحوثون أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)

وسائل الإعلام	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب
شبكات التواصل الاجتماعي	4.19	83.80	1
المواقع الإلكترونية	3.90	78.00	2
الفضائيات الدولية	3.65	73.00	3
الإذاعات الدولية	2.83	56.60	4
الصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية)	2.68	53.60	5

• الترتيب بناء على قيمة المتوسط الحسابي للصفة الإعلامية.

يتضح من بيانات الجدول رقم (16) أن الوسائل الإعلامية الدولية التي تم التعرض لها أثناء العدوان على قطاع غزة حسب الترتيب بناء على الوزن النسبي:

- شبكات التواصل الاجتماعية: حصلت على المرتبة الأولى حيث بلغ الوزن النسبي لتلك الوسيلة الإعلامية (83.80%)، وقد جاءت بدرجة تقدير كبيرة.
- المواقع الإلكترونية: حصلت على المرتبة الثانية حيث بلغ الوزن النسبي لتلك الوسيلة الإعلامية (78.00%)، وقد جاءت بدرجة تقدير كبيرة.
- الفضائيات الدولية: حصلت على المرتبة الثالثة حيث بلغ الوزن النسبي لتلك الوسيلة الإعلامية (73.00%)، وقد جاءت بدرجة تقدير كبيرة.
- الإذاعات الدولية: حصلت على المرتبة الرابعة حيث بلغ الوزن النسبي لتلك الوسيلة الإعلامية (56.60%)، وقد جاءت بدرجة تقدير متوسطة.
- الصحف والمجلات الدولية: حصلت على المرتبة الخامسة حيث بلغ الوزن النسبي لتلك الوسيلة الإعلامية (53.60%)، وقد جاءت بدرجة تقدير متوسطة.

وهذا يشير إلى أن أكثر وسيلة تعرض لها النخبة الفلسطينية من وسائل الإعلام الدولية هي شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات لما تتوفر فيه من خصائص ومميزات تتمثل في انتشارها وسرعتها في نقل الأحداث الجارية أولاً بأول وأيضا النخبة حيث يتعرضون إلى المواقع الإلكترونية بنسبة مقاربة معها في حجم التعرض لوسائل الإعلام الدولي. وبحسب نتائج هذه الدراسة تبين أن الإذاعات الدولية والصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية) قد حصلت على أقل نسبة في حجم تعرض النخبة الفلسطينية لهذه الوسيلة من وسائل الإعلام الدولية.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات على النحو التالي:

- ❖ دراسة (بربخ، 2015) التي توصلت النتائج إلى أن (79.27%) يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن العدوان على غزة (2014م) كمصدر أول، ثم تلتها الإذاعات بنسبة (68.29%) (بربخ، 2015: 157).

❖ دراسة (خاطر، 2015) التي توصلت إلى أن الشبكات التواصل الاجتماعي هي المصدر الأول في اعتماد الطلبة على متابعة أحداث العدوان على غزة (2014م) بنسبة (57.8%) (خاطر، 2015: 154).

❖ دراسة (الشيخ علي، 2015) التي جاءت في دراستها أن أكثر وسائل الإعلام الإسرائيلية متابعة خلال حربي (2008م) و (2012م) هي الإذاعات بنسبة (32.7%) (الشيخ علي، 2015: 59).

❖ دراسة (أبو صلاح، 2014) التي توصلت الدراسة فيها إلى أن استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والأخبار كمصدر أول بنسبة (52.6%) (أبو صلاح، 2014: 133).

❖ دراسة (الدواسة، 2002) التي توصلت إلى أن (75.2%) يتابعون القنوات الفضائية العربية بشكل منتظم.

وقد اختلفت نتيجة الدراسة مع دراسة كل من:

❖ دراسة (أبو قوطة، 2015) التي بينت متابعة النخبة السياسية الفلسطينية لوسائل الإعلام حيث كشفت الدراسة حصول المواقع الإلكترونية على الترتيب الأول بنسبة (31.9%) (أبو قوطة، 2015: 88). ويعزى الباحث هذا الاختلاف إلى تناول دراسة (أبو قوطة) إلى قضية محلية متعلقة باعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية- الإسرائيلية كانت في وقت عادي. أما هذه الدراسة فقد كانت في وقت تتعرض فيه لأزمة وهي العدوان على غزة (2014م).

❖ دراسة (الصوفي والبرهي، 2014) التي بينت أن حجم تعرض النخبة الأكاديمية لوسائل الإعلام لمتابعة الثورات الربيع العربي جاءت منخفضة بنسبة (35.4%) (الصوفي والبرهي، 2014: 53). ويعزى الباحث في الاختلاف في هذه الدراسة أن دراسة (الصوفي والبرهي) تناولت فقط من وجهة نظر النخبة الأكاديمية، وهذه النخبة الأكاديمية مشغولون في عملهم الأكاديمي الجامعي وهم غير متفرغين لمتابعة وسائل الإعلام الدولية.

❖ دراسة (الفقيه، 2008) التي كشفت أن الصفوة اليمنية تعتمد على الفضائيات الدولية كمصدر للمعلومات (الفقيه، 2008: 222). ويعزى الباحث هذا الاختلاف في دراسة الفقيه إلى أنه

يتناول قضية محلية متعلقة بوسائل الاتصال واستخدامها والاعتماد عليها خلال شهر رمضان المبارك، وهذه القضية كانت في فترة عادية، وتختلف عن دراستنا؛ لأنها كانت في وقت أزمة نتعرض لها.

5. ما المدة التي تقضيها يومياً عند استخدامك للوسائل الإعلامية الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)؟

في السؤال المتعلق بمدة التي تقضيها يومياً عند استخدامك للوسائل الإعلامية الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)، كانت النتائج على النحو الآتي:

جدول (17)

يوضح المدة التي يقضيها المبحوثون يومياً عند استخدام الوسائل الإعلامية الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)

الوسيلة	المؤشرات	أقل من ساعة	من ساعة أقل من ساعتين	ثلاث ساعات فأكثر	المجموع	الترتيب
شبكات التواصل الاجتماعي	ك	24	37	40	146	1
	%	16.4	25.4	27.4	100%	
المواقع الإلكترونية	ك	40	48	29	146	2
	%	27.3	32.9	19.9	100%	
الفصائيات الدولية	ك	61	41	26	146	3
	%	41.8	28.1	17.8	100%	
الإذاعات الدولية	ك	94	34	7	146	4
	%	64.4	23.3	4.8	100%	
الصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية)	ك	103	32	4	146	5
	%	70.6	21.9	2.7	100%	

يتضح من بيانات الجدول رقم (17) المدة التي يقضيها المبحوثون من النخبة الفلسطينية يومياً عند استخدام الوسائل الإعلامية الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) حسب المدة التي يقضونها:

- **الصحف والمجلات الدولية:** تبين أن ما نسبته 70.6% من النخبة الفلسطينية يقضون أقل من ساعة عند استخدام تلك الوسيلة الإعلامية الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)، بينما ما نسبته (21.9%) يقضون من ساعة أقل من ساعتين، بينما ما نسبته (2.7%) يقضون من ساعتين أقل من ثلاث ساعات، بينما ما نسبته (4.8%) يقضون ثلاث ساعات فأكثر.
- **الإذاعات الدولية:** تبين أن ما نسبته (64.4%) من النخبة الفلسطينية يقضون أقل من ساعة عند استخدام تلك الوسيلة الإعلامية الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)، بينما ما نسبته (23.3%) يقضون من ساعة أقل من ساعتين، بينما ما نسبته (4.8%) يقضون من ساعتين أقل من ثلاث ساعات، بينما ما نسبته (7.5%) يقضون ثلاث ساعات فأكثر.
- **الفضائيات الدولية:** تبين أن ما نسبته (41.8%) من النخبة الفلسطينية يقضون أقل من ساعة عند استخدام تلك الوسيلة الإعلامية الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)، بينما ما نسبته (28.1%) يقضون من ساعة أقل من ساعتين، بينما ما نسبته (17.8%) يقضون من ساعتين أقل من ثلاث ساعات، بينما ما نسبته (12.3%) يقضون ثلاث ساعات فأكثر.
- **المواقع الإلكترونية:** تبين أن ما نسبته (27.3%) من النخبة الفلسطينية يقضون أقل من ساعة عند استخدام تلك الوسيلة الإعلامية الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)، بينما ما نسبته (32.9%) يقضون من ساعة أقل من ساعتين، بينما ما نسبته (19.9%) يقضون من ساعتين أقل من ثلاث ساعات، بينما ما نسبته (19.9%) يقضون ثلاث ساعات فأكثر.
- **شبكات التواصل الاجتماعي:** تبين أن ما نسبته (16.4%) من النخبة الفلسطينية يقضون أقل من ساعة عند استخدام تلك الوسيلة الإعلامية الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)، بينما ما نسبته (25.4%) يقضون من ساعة أقل من ساعتين، بينما ما نسبته (27.4%) يقضون من ساعتين أقل من ثلاث ساعات، بينما ما نسبته (30.8%) يقضون ثلاث ساعات فأكثر.

ويرى الباحث أن طبيعة النخبة تختلف تماماً عن الجمهور العادي في استخدام وسائل الإعلام، فهم مشغولون وليس لديهم وقت كافٍ، ولديهم ارتباطات فهم يبحثون عن السرعة والتركيز في حصولهم على المعلومات والأحداث الجارية، وهذا يؤثر على استخدامهم للوسائل الاتصالية المختلفة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات على النحو التالي:

- ❖ دراسة (أبومراد، 2016) التي بينت أن ما نسبته (35.3%) من النخبة السياسية معدل استخدامهم للصحافة الإلكترونية من ساعة إلى أقل من ساعتين (أبومراد، 2016: 143).
- ❖ دراسة (بريخ، 2015) التي أشارت أن ما نسبته (35.4%) من المبحوثين يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي في اليوم من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات (بريخ، 2015: 152).
- ❖ دراسة (أبو قوطة، 2015) التي بينت أن عدد ساعات متابعة المبحوثين من النخبة السياسية للمواقع الإلكترونية تبين أن (34.8%) يتابعونها من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات (أبو قوطة، 2015: 94).
- ❖ دراسة (خليفة، 2015) التي بينت أن عدد ساعات متابعة النخبة الإعلامية للمواقع الإخبارية كانت عالية للفترة ما بين ساعة إلى أقل من (3) ساعات، والتي جاءت بنسبة (48.1%) (خليفة، 2015: 124).

6. ما الفترات المفضلة لمتابعة وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)؟

في السؤال حول الفترات المفضلة لمتابعة وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (18)

يوضح الفترات المفضلة لمتابعة وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	الفترات المفضلة
1	69.9	102	لا يوجد وقت محدد
2	13.0	19	في وقت المساء
3	8.2	12	في الصباح
4	6.8	10	في أوقات متأخرة من الليل
5	2.1	3	في وقت الظهيرة
	100.0	146	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (18) أن ما نسبته (69.9%) من النخبة الفلسطينية لا يوجد لديهم وقت محدد في متابعة الوسائل الإعلامية الدولية، بينما ما نسبته (13.0%) يفضلون الفترة المسائية، بينما ما نسبته (8.2%) يفضلون فترة الصباح، بينما ما نسبته (6.8%) يفضلون في أوقات الليل المتأخرة، بينما ما نسبته (2.1%) يفضلون أوقات الظهيرة.

ويعتبر الباحث أن هذه النتيجة طبيعية حيث أن النخبة في وقت الأزمة أو العدوان تعيش في حالة من القلق والترقب والانتظار للمصير الذي تنتج عن هذه الأزمة من خلال متابعة الأحداث الجارية عن العدوان والوقوف على الأخبار المتسارعة والتحليلات السياسية والعسكرية عن العدوان على قطاع غزة (2014م).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات على النحو التالي:

❖ دراسة (بريخ، 2015) التي بينت أن ما نسبته (45.7%) من المبحوثين يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي في فترات غير محددة (بريخ، 2015: 154).

وقد اختلفت نتيجة الدراسة مع دراسة:

❖ دراسة (أبو صلاح، 2014) التي جاءت فيها أن (42.9%) من المبحوثين يعتبرون أن الأوقات المفضلة عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي غير محددة (أبو صلاح، 2014: 109). ويعزى الباحث هذا الاختلاف أن دراسة (أبو صلاح) تناولت استخدام

شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام كوسيلة إعلامية عامة في الأوقات العادية وليس استخدامها اتجاه قضية من القضايا أو أزمة من الأزمات.

7. أذكر أهم الموضوعات التي تتابعها في وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)؟

وفي السؤال حول أهم الموضوعات التي يتم متابعتها في وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان من وجهة نظر النخبة الفلسطينية كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (19)

يوضح الموضوعات التي يتم متابعتها في وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	الموضوعات
1	70.5	103	التحركات الدولية من العدوان على (غزة)
2	63.7	93	المفاوضات بين الطرفين أثناء فترة العدوان (2014م)
3	58.9	86	القصف الإسرائيلي للمواقع الفلسطينية
4	51.4	75	موقف الدول الفاعلة في الحرب
5	48.6	71	التحركات الدبلوماسية الغربية.
6	33.6	49	موقف الأمم المتحدة والمنظمات الدولية
7	32.2	47	الموقف العربي من العدوان على (غزة)
7	32.2	47	الموقف الإسلامي والدول الصديقة
8	29.5	43	البيانات العسكرية الصادرة عن المقاومة
9	27.4	40	الرواية الإسرائيلية للأحداث
10	26.7	39	الرد على الشائعات الصهيونية الصادرة
11	0.7	1	أخرى
	100.0%	694	المجموع

* الإجابات من اختيار متعدد وتم حساب النسبة من العدد الكلي (146)

يتضح من بيانات الجدول رقم (19) أن ما نسبته (70.5%) من النخبة الفلسطينية يعتبرون أهم الموضوعات التي تم متابعتها أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) هي التحركات الدولية من العدوان على غزة، بينما ما نسبته (63.7%) يعتبرون المفاوضات بين الطرفين أثناء فترة العدوان (2014م)، بينما ما نسبته (58.9%) يعتبرون القصف الإسرائيلي للمواقع الفلسطينية، بينما ما نسبته (51.4%) يعتبرون موقف الدول الفاعلة في الحرب، بينما ما نسبته (48.6%) يعتبرون التحركات الدبلوماسية الغربية، بينما ما نسبته (33.6%) يعتبرون موقف الأمم المتحدة والمنظمات الدولية، بينما ما نسبته (32.2%) يعتبرون الموقف العربي من العدوان على غزة، بينما ما نسبته (32.2%) يعتبرون الموقف الإسلامي والدول الصديقة، بينما ما نسبته (29.5%) يعتبرون البيانات العسكرية الصادرة عن المقاومة، بينما ما نسبته (27.4%) يعتبرون الرواية الإسرائيلية للأحداث، بينما ما نسبته (26.7%) يعتبرون الرد على الشائعات الصهيونية الصادرة، بينما ما نسبته (26.7%) يعتبرون بأن هناك موضوعات أخرى.

ويرى الباحث أن هذه الموضوعات تتبادر إلى ذهن الإنسان في حال وقوع أزمة أو حرب فليجأ خاصة النخبة إلى وسائل الإعلام الدولية لمتابعة الأحداث بمتابعة والموضوعات الخاصة المتعلقة بالعدوان وتحليلاتها لفهم مجريات سير الأمور السياسية والعسكرية على الأرض؛ التي من خلالها تستطيع النخبة من توضيح وجهة نظرها وتفسيرها لمجريات الأحداث بما يخدم أجندتها السياسية.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات على النحو التالي:

❖ دراسة (بريخ، 2015) التي أشارت في نتائجها إلى أن أهم الموضوعات التي يتم متابعتها من قبل المبحوثين جاءت خطابات المقاومة الفلسطينية بنسبة (54.88%) ومن بين الموضوعات أيضاً جاءت مظاهرات التضامن العربية والدولية التي جاءت بنسبة (18.90%) (بريخ، 2015: 177).

❖ دراسة (الشيخ علي، 2015) التي توصلت في نتائجها إلى أن أهم الموضوعات التي تابعها المبحوثون خلال الحريين (2008م) و(2012م) حيث حصلت النشرات الإخبارية على نسبة (84.8%)، ثم البرامج السياسية على نسبة (64.5%)، والتي بينت أن سبب ارتفاعها

طبيعة الأجواء التي تتطلب متابعة الأحداث لحظة بلحظة خلال حربي (2008م) و (2012م) (الشيخ علي، 2015: 60).

وقد اختلفت نتيجة الدراسة مع دراسة:

❖ دراسة (أبو مراد، 2016) التي بينت أهم الأخبار التي تتابعها النخبة السياسية في الصحافة الإلكترونية أثناء الأزمات أخبار الانقسام في مقدمة الموضوعات التي يتابعها النخبة بنسبة (55.6%) (أبو مراد، 2016: 158). ويرجع هذا الاختلاف إلى متابعة النخبة الأزمات من خلال وسيلة إعلامية واحدة وهي الصحف الإلكترونية أما دراستنا فقد شملت جميع وسائل الإعلام.

❖ دراسة (أبو صلاح، 2014) التي أشارت في نتائجها أن ما نسبته (70.57%) من المبحوثين تعتبر أن أهم الموضوعات التي تتابعها في شبكات التواصل الاجتماعي هي الموضوعات الترفيهية، والاجتماعية، والثقافية، والدينية (أبو صلاح، 2014: 113). ويعزى الباحث ذلك الاختلاف في دراسة (أبو صلاح) إلى أنها تناولت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في وقت لم يشهد فيها المجتمع المحلي أية أزمة، فجاءت أهم الموضوعات مختلفة عن هذه الدراسة.

❖ دراسة (الفقيه، 2008) جاء فيها أن أهم المواد والمضامين التي تحرص الصفوة اليمنية على متابعتها في شهر رمضان هي المواد الدينية، ثم المواد الإخبارية، ثم المواد الثقافية (الفقيه، 2008: 217). ويعزى الباحث هذا الاختلاف إلى أن هذه الدراسة تناولت استخدام وسائل الاتصال في شهر رمضان، ومن الطبيعي أن الإنسان في هذا الشهر يتابع بتركيز أكبر على المواد الدينية أولاً، ثم تأتي المواد الإخبارية بعد ذلك.

8. أعطي درجة من خمس للوسيلة التي ترى أنها التزمت بالصفات التالية أثناء العدوان على غزة (2014م)؟

وفي السؤال حول إعطاء درجة من خمس للوسيلة التي ألتزمت بالصفات الإعلامية أثناء العدوان على غزة. حيث طلب من المبحوثين إعطاء درجة من خمس لكل وسيلة إعلامية، يرون بأنها تستحقها للالتزام بالصفات المحددة المذكورة، كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (20)

يوضح ترتيب الوسائل الإعلامية وفق التزامها بالمعايير الموضوعية محددة في تغطيتها أثناء

العدوان على قطاع غزة (2014م)

#	الصفة الإعلامية	الصحف والمجلات			الإذاعات الدولية		الفضائيات الدولية		المواقع الإلكترونية		شبكات التواصل الاجتماعي	
		الترتيب	المتوسط الحسابي	الترتيب	الترتيب	المتوسط الحسابي	الترتيب	المتوسط الحسابي	الترتيب	المتوسط الحسابي	الترتيب	المتوسط الحسابي
1.	التفسير	5	2.51	4	2.64	3	3.12	2	3.17	1	3.49	1
2.	الإقناع	5	2.42	4	2.60	2	2.95	3	2.94	1	3.14	1
3.	التكرار	5	2.66	4	2.76	2	3.00	3	2.99	1	3.33	1
4.	الجدية	5	2.74	4	2.81	1	3.13	2	2.98	3	2.87	3
5.	التحيز	3	3.06	2	3.09	1	3.13	4	2.94	5	2.78	5
6.	الواقعية	5	2.55	4	2.56	3	2.85	2	2.87	1	2.88	1
7.	البساطة	4	2.57	5	2.50	3	2.66	2	2.67	1	2.86	1
8.	التجاهل	1	2.73	4	2.46	2	2.50	3	2.15	5	2.10	5

• الترتيب بناء على قيمة المتوسط الحسابي للصفة الإعلامية.

يتضح من بيانات الجدول رقم (20) أن ترتيب وسائل الإعلام الدولي حسب الالتزام بالمعايير الموضوعية أثناء العدوان على غزة (2014م) جاءت:

❖ **صفة التفسير:** تبين أن أولى الوسائل التي تلتزم بتلك الصفة شبكات التواصل الاجتماعي التي حصلت على أعلى النسب (3.49%) ثم المواقع الإلكترونية بالمرتبة الثانية بنسبة (3.17%)، ثم الفضائيات الدولية بالمرتبة الثالثة بنسبة (3.12%)، ثم الإذاعات الدولية (2.64%)، ثم الصحف والمجلات (2.51%).

❖ **وبالنسبة لصفة الإقناع:** فقد نالت شبكات التواصل الاجتماعي أعلى النسب (3.14%)، ثم الفضائيات الدولية بالمرتبة الثانية بنسبة (2.95%)، ثم المواقع الإلكترونية بالمرتبة الثالثة بنسبة (2.94%)، ثم الإذاعات الدولية بنسبة (2.60%)، ثم الصحف والمجلات بنسبة (2.42%).

❖ **ومن حيث صفة التكرار:** فقد نالت شبكات التواصل الاجتماعي أعلى النسب (3.33%)، ثم الفضائيات الدولية بالمرتبة الثانية بنسبة (3.00%)، ثم المواقع الإلكترونية بالمرتبة الثالثة بنسبة (2.99%)، ثم الإذاعات الدولية بنسبة (2.76%)، ثم الصحف والمجلات بنسبة (2.66%).

❖ **أما صفة الجدية:** فقد نالت الفضائيات الدولية المرتبة الأولى بنسبة (3.13%)، ثم المواقع الإلكترونية بالمرتبة الثانية بنسبة (2.98%)، ثم شبكات التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثالثة بنسبة (2.87%)، ثم الإذاعات الدولية بنسبة (2.81%)، ثم الصحف والمجلات بنسبة (2.74%).

❖ **ومن حيث صفة التحيز:** فنالت الفضائيات الدولية المرتبة الأولى بنسبة (3.13%)، ثم الإذاعات الدولية بالمرتبة الثانية بنسبة (3.09%)، ثم الصحف والمجلات بالمرتبة الثالثة بنسبة (3.06%)، ثم المواقع الإلكترونية بنسبة (2.94%)، ثم شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (2.78%).

❖ **أما صفة الواقعية:** فقد نالت شبكات التواصل الاجتماعي المرتبة الأولى بنسبة (2.88%)، ثم المواقع الإلكترونية بالمرتبة الثانية بنسبة (2.87%)، ثم الفضائيات الدولية بالمرتبة الثالثة بنسبة (2.85%)، ثم الإذاعات الدولية بنسبة (2.56%)، ثم الصحف والمجلات بنسبة (2.55%).

❖ وبالنسبة لصفة البساطة: تبين أن أولى الوسائل التي تلتزم بتلك الصفة هي شبكات التواصل الاجتماعي التي حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (2.86%)، ثم المواقع الإلكترونية بالمرتبة الثانية بنسبة (2.67%)، ثم الفضائيات الدولية بالمرتبة الثالثة بنسبة (2.66%)، ثم الصحف والمجلات بنسبة (2.57%)، ثم الإذاعات الدولية بنسبة (2.50%).

❖ أما صفة التجاهل: فقد حازت الصحف والمجلات على المرتبة الأولى بنسبة (2.73%)، تلتها الفضائيات الدولية بنسبة (2.50%)، ثم المواقع الإلكترونية بنسبة (2.15%)، ثم الإذاعات الدولية بنسبة (2.46%)، ثم شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (2.10%).

يرى الباحث من خلال العرض السابق أن شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والفضائيات الدولية شكلت أكثر الوسائل الإعلامية التزاماً بالصفات الإعلامية من حيث صفة (التفسير، الإقناع، التكرار، الجدية، الواقعية، التحيز) ويرجع ذلك إلى التطور التكنولوجي في تقديم الخدمة الإخبارية، وسرعتها في نقل الأحداث العاجلة للجمهور، ويرجع أيضاً إلى سهولة استخدامها وتوفرها في الأجهزة الحديثة كالحاسوب الشخصي أو عبر الهواتف النقالة.

وجاءت الإذاعات الدولية والصحف والمجلات الدولية في الترتيب المتأخر من التزامها بالصفات الإعلامية المحددة، ويرجع ذلك لانحيازها لجهات معينة تخدم مصالح الجهة التي تنبئها ومعظم الأخبار التي تنبئها تميل إلى التجريد، ولا تقدم تقارير معمقة عن العدوان، وتبتعد عن التفسير، كما تتجاهل تقديم الأخبار عن العدوان في إطار سياسة التعتيم الإعلامي التي تتبعها لبعض الأحداث ذات الحساسية على المستوى الدولي العالمي وخاصة قضية فلسطين.

المحور الثاني: دوافع استخدام وسائل الإعلام الدولية:

8. ما دوافع تعرضك لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)؟

وفي السؤال حول دوافع تعرض النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان

على محافظات غزة (2014م)، كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (21)

يوضح دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	دوافع التعرض
1	62.3	91	سرعتها في نقل الأخبار والمعلومات
2	54.8	80	تعدد مصادرها وتنوعها
3	52.1	76	استكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث الجارية
4	51.4	75	القدرة على استضافة شخصيات فاعلة في المحافل الدولية
5	39.7	58	لفهم الرواية الإسرائيلية
6	39.0	57	جراعتها في تناولها للقضايا المختلفة
7	35.6	52	تركيزها على القضايا ذات البعد الإنساني
8	23.3	34	أنق في المعلومات التي تقدمها حول العدوان
9	20.5	30	التعود على استخدامها
	100.0%	553	المجموع

* الإجابات من اختيار متعدد وتم حساب النسبة من العدد الكلي (146).

والجدول رقم(21) يبين دوافع استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)

وتشير هذه البيانات إلى تنوع دوافع استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية ما بين نفعية وطقوسية؛ فقد جاء دافع السرعة في نقل الأخبار والمعلومات (نفعية) في مقدمة دوافع الاستخدام بنسبة (62.3%) على مستوى المجموع العام، وهذا يرجع إلى طبيعة وسائل الإعلام الدولية التي تتميز بالإمكانيات الضخمة والتطور التكنولوجي في وسائل الاتصال الدولي التي تسهم في نقل الحدث بالسرعة وعلى الهواء مباشرة، لذا فهي تختلف عن وسائل الإعلام المحلية.

ثم جاء دافع تعدد مصادرها وتنوعها (نفعية) في الترتيب الثاني بنسبة (54.8%)، ثم دافع استكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث الجارية (نفعية) في الترتيب الثالث بنسبة (52.1%)، وفي الترتيب الرابع جاء دافع القدرة على استضافة شخصيات فاعلة في

المحافل الدولية (طقوسية) بنسبته (51.4%)، وفي الترتيب الخامس جاء دافع فهم الرواية الإسرائيلية (نفعية) بنسبة (39.7%)، وفي الترتيب السادس جاء دافع جراتها في تناولها للقضايا المختلفة (طقوسية) بنسبة (39.0%)، وفي الترتيب السابع جاء دافع تركيزها على القضايا ذات البعد الإنساني (طقوسية) بنسبة (35.6%)، وفي الترتيب الثامن جاء دافع أثق في المعلومات التي تقدمها حول العدوان (طقوسية) بنسبة (23.3%) بينما جاء دافع لتعودي على استخدامها (طقوسية) على الترتيب التاسع بنسبة (20.5%) يرجع إلى لتعودي على استخدامها.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات على النحو التالي:

❖ دراسة (أبو صلاح، 2014) التي بينت أن أهم الدوافع وراء استخدام العينة لشبكات التواصل الاجتماعي هي الدوافع المنفعية بنسبة (66.3%)، حيث تصدر دافع التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج السبب الأبرز لاستخدام شبكات التواصل (أبو صلاح، 2014: 122).

❖ دراسة (الصوفي والبريهي، 2014) التي بينت أهم أسباب تفضيل المبحوثين من النخبة الأكاديمية العربية للمصادر الإعلامية، جاء في مقدمة الأسباب التي تدفعهم إلى التعرض لوسائل الاتصال كونها تتميز بالسرعة والآنية بنسبة (69.9%)، ثم للحصول على معلومات دقيقة ومفصلة بنسبة (67.3%) (الصوفي والبريهي، 2014: 53).

❖ دراسة (المصري، 2010) التي توصلت إلى تقدم الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية حيث حصلت دافع متابعة الأخبار المحلية والعربية والدولية على المرتبة الأولى (المصري، 2010: 58).

❖ دراسة (الفقيه، 2008) التي جاء فيها تقدم الدوافع النفعية بنسبة (64%) على الدوافع الطقوسية بنسبة (36%)، وهذا يعني أن دوافع النفعية هي التي تدفع الصفوة اليمينية لاستخدام وسائل الاتصال في الحصول على المعلومات أكثر من دوافع الطقوسية المتمثلة في دافع معرفة ما يحدث في العالم في الترتيب الأول ودافع الحصول على المعلومات دافع ثان (الفقيه، 2008: 219).

المحور الثالث: الإشباع المتحققة من استخدام وسائل الإعلام الدولية:

10. ما الإشباع المتحققة للنخبة الفلسطينية من استخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة؟

وفي السؤال حول الإشباعات المتحققة من استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (22)

يوضح الإشباعات المتحققة من استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)

#	العبارة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب
5	شعرت من خلال المتابعة أن الإعلام المحلي نجح في التأثير على الرأي العام الدولي في نقل الصورة الحقيقية عن العدوان على غزة.	3.45	86.25	1
1	تعرفت على المجتمعات الدولية المتضامنة مع الشعب الفلسطيني.	3.39	84.75	2
2	وفرت لي معلومات لبناء وجهة نظري وموقفي حول أزمة العدوان على غزة (2014م).	3.35	83.75	3
8	شعرت أن الإعلام الغربي كان منحازاً لإسرائيل في تغطيته للعدوان على غزة.	3.32	83.00	4
12	شعرت أن الإعلام المحلي لعب دوراً إيجابياً في حماية الجبهة الداخلية أكثر من الإعلام الدولي.	3.26	81.50	5
6	شعرت أن الإعلام الدولي نجح في تحريك الشارع الغربي، مما زاد من تضامنه مع الشعب الفلسطيني.	3.15	78.75	6
7	شعرت من خلال المتابعة أن الإعلام الدولي غطى العدوان على غزة بما يتوافق مع سياساته الدولية.	3.10	77.50	7
9	أبدت وسائل الإعلام الدولي تعاطفاً مع القضية الفلسطينية.	3.01	75.25	8
4	ازدادت اهتماماتي بمتابعة القضايا الدولية عبر وسائل الإعلام الدولية.	2.96	74.00	9
10	ساهمت وسائل الإعلام الدولي في التأثير على الرأي العام الدولي بعدالة القضية الفلسطينية وما يعانيه من حصار وعدوان.	2.91	72.75	10
3	شعرت من خلال متابعتي لوسائل الإعلام الدولي بمدى مساهمتها في تعزيز الصمود.	2.84	71.00	11
13	تشعرتني متابعة وسائل الإعلام الدولي بالخوف خلال فترة العدوان.	2.80	70.00	12
14	جعلتني أشعر أن فئات كثيرة من الشعب الفلسطيني تأثرت بالإعلام الدولي.	2.72	68.00	13
11	شعرت من خلال المتابعة أن وكالات الأنباء العالمية لم تكن منحازة لأي طرف في تغطيتها لأحداث الحرب على غزة.	2.58	64.50	14
16	عززت من شعوري بالأمان من خلال متابعتي الأحداث خلال فترة العدوان على غزة	2.55	63.75	15
15	ساهمت متابعتي لوسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان في راحتي النفسية.	2.50	62.50	16
	الدرجة الكلية للإشباعات المتحققة	2.99	74.75	

• الترتيب بناء على قيمة المتوسط الحسابي للصفة الإعلامية.

بالرجوع إلى مدخل نظرية الاستخدامات والإشباع نجد أن هناك نوعين من الإشباع التي يبحث عنها الفرد من خلال تعرضه لوسائل الإعلام:

1- إشباع المحتوى (المضمون):

وهي الإشباع الناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى: (إشباع توجيهية _ إشباع اجتماعية)

2- إشباع عملية الاتصال (الوسيلة):

وهي الإشباع التي تتحقق من خلال عملية التعرض للوسيلة الإعلام ذاتها، وليس من خلال التعرض لمحتوى معين وتنقسم إلى: (إشباع شبه توجيهية _ إشباع شبه اجتماعية (العادلي، 2004: 120).

والجدول رقم (22) يبين أن المتوسط الحسابي للإشباع المتحققة من استخدام وسائل الإعلام الدولي يساوي (2.99) بوزن نسبي قدره (74.75%) مما يشير على أن تلك الإشباع المتحققة جاءت بدرجة كبيرة.

وتشير النتائج إلى تنوع إشباع النخبة الفلسطينية عند استخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م) ما بين إشباع المحتوى (المضمون) وإشباع عملية الاتصال (الوسيلة) حيث جاء إشباع المضمون في مقدمة الإشباع المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام الدولي فقد جاء إشباع الشعور من خلال المتابعة أن الإعلام المحلي نجح في التأثير على الرأي العام الدولي في نقل الصورة الحقيقية عن العدوان على غزة (إشباع اجتماعية) في الترتيب الأول بنسبة (86.25%) ثم إشباع التعرف على المجتمعات الدولية المتضامنة مع الشعب الفلسطيني (إشباع توجيهية) في الترتيب الثاني بنسبة (84.75%) وفي الترتيب الثالث جاء إشباع وفرت لي معلومات لبناء وجهة نظري وموقفي حول أزمة العدوان على غزة (2014م) (إشباع توجيهية) بنسبة (83.75%)، ثم جاء على التوالي في الترتيب إشباع اجتماعية المتمثلة في العبارات التالية إشباع شعرت أن الإعلام الغربي كان منحازاً لإسرائيل في تغطيته للعدوان على غزة بنسبة (83.00%) وإشباع شعرت أن الإعلام المحلي لعب دوراً إيجابياً في حماية الجبهة الداخلية أكثر من الإعلام الدولي بنسبة (81.50%) وإشباع شعرت أن الإعلام الدولي نجح في تحريك الشارع الغربي، مما زاد من تضامنه مع الشعب الفلسطيني

بنسبة (78.75%) وإشباع شعرت من خلال المتابعة أن الإعلام الدولي غطى العدوان على غزة بما يتوافق مع سياساته الدولية بنسبة (77.50%).

وهذا يدل على أن وسائل الإعلام الدولية قد حققت هذه الإشباعات لدى النخبة الفلسطينية.

وقد جاءت الإشباعات العملية الاتصالية (الوسيلة) بدرجة متوسطة في الإشباعات التالية حيث جاء إشباع شعرت من خلال متابعتي لوسائل الإعلام الدولي بمدى مساهمتها في تعزيز الصمود (شبه توجيهية) بنسبة (71.00%)، ثم إشباع تشعري متابعة وسائل الإعلام الدولي بالخوف خلال فترة العدوان (شبه توجيهية) بنسبة (70.00%)، ثم تلاها إشباع جعلتني أشعر أن فئات كثيرة من الشعب الفلسطيني تأثرت بالإعلام الدولي (شبه اجتماعية) بنسبة (68.00%)، ثم إشباع شعرت من خلال المتابعة أن وكالات الأنباء العالمية لم تكن منحازة لأي طرف في تغطيتها لأحداث الحرب على غزة. (شبه اجتماعية) بنسبة (64.50%)، ثم تلاها إشباع عززت من شعوري بالأمان من خلال متابعتي الأحداث خلال فترة العدوان على غزة (شبه توجيهية) بنسبة (63.75%)، ثم حصلت إشباع ساهمت متابعتي لوسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان في راحتي النفسية (شبه توجيهية) بنسبة (62.50%).

وبشكل عام تبين لنا أن أعلى الإشباعات المتحققة من استخدام النخبة لوسائل الإعلام الدولية جاءت الفقرة:

1. الشعور من خلال المتابعة أن الإعلام المحلي نجح في التأثير على الرأي العام الدولي في نقل الصورة الحقيقية عن العدوان على غزة: حيث حصلت على المرتبة الأولى وبلغ الوزن النسبي لذلك التأثير المعرفي (86.25%)، حيث جاءت بدرجة كبيرة.
2. التعرف من خلال المتابعة لوسائل الإعلام الدولية بالمجتمعات الدولية المتضامنة مع الشعب الفلسطيني: حيث حصلت على المرتبة الثانية حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المشكلات (84.75%)، حيث جاءت بدرجة كبيرة.

وهذا يشير إلى أن النخبة الفلسطينية كانت تركز على معرفة مدى تأثيره وتعاطف الرأي العام الدولي مع ما يتعرض له قطاع غزة من عدوان، ومعرفة الشعوب التي تضامنت ووقفت مع الشعب الفلسطيني في محنته، والعمل على كسب ثقتهم وتعاطفهم.

وقد تبين أن أدنى الإشباعات المتحققة من استخدام وسائل الإعلام الدولية:

1. ساهمت متابعتي لوسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان في راحتي النفسية: حيث حصلت على المرتبة الأخيرة وقد بلغ الوزن النسبي لذلك التأثير المعرفي (62.50%)، حيث جاءت بدرجة متوسطة.

2. عززت من شعوري بالأمان من خلال متابعتي الأحداث خلال فترة العدوان على غزة: حيث حصلت على المرتبة قبل الأخيرة وبلغ الوزن النسبي لتلك المشكلات (63.75%)، حيث جاءت بدرجة متوسطة.

وهذا يشير إلى أن حصول ساهمت متابعتي لوسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان في راحتي النفسية وتعزيز شعوري بالأمان على المرتبتين الأخيرتين إلى أن النخبة الفلسطينية مشغولة في تحليل الأحداث والمواقف الدولية اتجاه قضية العدوان على قطاع غزة والعمل على رسم السياسات التي تسهم في وقف العدوان على قطاع غزة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات على النحو التالي:

❖ دراسة (بريخ، 2015) التي أشارت في نتائج دراسته أن ما نسبته (84.76%) يعتبرون أن الإشباعات المتحققة نتيجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان على غزة (2014م) هي متابعة الحصول على الأخبار لحظة وقوعها (بريخ، 2015: 182).

❖ دراسة (الشيخ علي، 2015) حيث توصلت النتائج أن أكثر الإشباعات المتحققة لدى الجمهور الفلسطيني المتابع لوسائل الإعلام الإسرائيلي بقطاع غزة خلال حربي (2008م)

و(2012م) هي زيادة المعرفة بأساليب وسائل الإعلام الإسرائيلية بمتوسط حسابي (5.42) (الشيخ علي، 2015: 73)

❖ ودراسة(الفقيه، 2008) التي حصلت إشباعات المحتوى على الترتيب الأول بنسبة (64%)، في استخدام وسائل الاتصال من وجهة نظر الصفوة اليمينية، في حين وضعت إشباعات عملية الاتصال في الترتيب الثاني بنسبة (36%) (الفقيه، 2008: 227).

المحور الرابع: إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الدولية:

6. ما أبرز إيجابيات وسائل الاعلام الدولية من وجهة نظرك؟

وفي السؤال حول أبرز إيجابيات وسائل الإعلام الدولية من وجهة نظر النخبة الفلسطينية كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (23)

يوضح أبرز إيجابيات وسائل الإعلام الدولية من وجهة نظر النخبة

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	أبرز إيجابيات وسائل الاعلام الدولية
1	69.9	102	الاطلاع على المواقف والآراء السياسية
2	60.3	88	معرفة الأخبار الجارية أولاً بأول
3	58.9	86	السرعة في نقل الأخبار والمعلومات
4	46.6	68	سهولة الحصول على المعلومات
5	42.5	62	الجرأة في تناولها للقضايا المختلفة
6	23.3	34	أثق في المعلومات التي تقدمها
7	14.4	21	تشعرتني بالاطمئنان والراحة
8	3.4	5	لا توجد إيجابيات
9	2.1	3	أخرى
	100.0%	469	المجموع

* الإجابات من اختيار متعدد وتم حساب النسبة من العدد الكلي (146)

يتضح من بيانات الجدول رقم (23) أن ما نسبته (69.9%) من النخبة الفلسطينية يرون أن أبرز إيجابيات وسائل الإعلام الدولية هو الاطلاع على المواقف والآراء السياسية، و(60.3%) يرون أن معرفة الأخبار الجارية أولاً بأول من أبرز إيجابيات وسائل الإعلام الدولي، بينما ما نسبته (58.9%) يرون أن السرعة في نقل الأخبار والمعلومات من أبرز الإيجابيات، بينما ما نسبته (46.6%) يرون أن سهولة الحصول على المعلومات من أبرز الإيجابيات، بينما ما نسبته (42.5%) يرون أن الجراءة في تناولها للقضايا المختلفة من أبرز الإيجابيات، بينما ما نسبته (23.3%) يرون أن الثقة في المعلومات التي تقدمها من أبرز الإيجابيات، بينما ما نسبته (14.4%) يرون أن الشعور بالاطمئنان والراحة من أبرز الإيجابيات، بينما ما نسبته (3.4%) يرون عدم وجود إيجابيات، بينما ما نسبته (2.1%) يرون بأن هناك إيجابيات أخرى.

وهذا يدل على أن النخبة الفلسطينية تتطلع من خلال وسائل الإعلام الدولية على الآراء ومواقف الدول الكبرى المتضامنة مع الشعب الفلسطيني، ومعرفة مدى سرعتها في نقل الأحداث المتسارعة أولاً بأول ومعرفة مدى تأييدها وتعاطفها مع الشعب الفلسطيني وعدالة قضيته في نيل حقوقه؛ لهذا كانت لوسائل الإعلام الدولية إيجابيات كبيرة على النخبة التي لعبت دوراً كبيراً في تحريك الشارع العربي للمساهمة في وقف العدوان على غزة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة:

❖ دراسة (أبو صلاح، 2014) التي أشارت إلى أن أهم إيجابيات استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي هو سهولة الحصول على المعلومات ومعرفة الأخبار المحيطة (أبو صلاح، 2014: 128).

7. ما أبرز سلبيات وسائل الإعلام الدولية من وجهة نظرك؟

وفي السؤال حول أبرز سلبيات وسائل الإعلام الدولية من وجهة نظر النخبة الفلسطينية كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (24)

يوضح أبرز سلبيات وسائل الإعلام الدولية من وجهة نظر النخبة

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	أبرز سلبيات وسائل الإعلام الدولية
1	71.9	105	توحي وكأنها ساوت بين المعتدي والضحية في تغطيتها للأحداث
2	58.9	86	التحيز في تغطيتها
3	54.1	79	تتعامل وسائل الإعلام الدولي مع الضحايا كأرقام وليس على أساس إنساني
4	53.4	78	عدم الموضوعية في معالجة الأحداث
5	50.0	73	تركز في تغطيتها للعدوان على الرواية الإسرائيلية
6	37.0	54	تعرض صور وفيديوهات مؤلمة تؤثر على الرأي العام العالمي
7	32.2	47	نشر معلومات غير مؤكدة
8	4.1	6	لا توجد سلبيات
9	2.1	3	أخرى
	100.0%	531	المجموع

* الإجابات من اختيار متعدد وتم حساب النسبة من العدد الكلي (146)

يتضح من بيانات الجدول رقم (24) أن ما نسبته 71.9% من النخبة الفلسطينية يرون أن من أبرز سلبيات وسائل الإعلام الدولية أنها توحي وكأنها ساوت بين المعتدي والضحية في تغطيتها للأحداث، بينما يرى ما نسبته (58.9%) من المبحوثين أنها منحازة في تغطيتها من أبرز سلبياتها، وما نسبته (54.1%) يرون من أبرز سلبياتها أنها تتعامل مع الضحايا كأرقام وليس على أساس إنساني، بينما ما نسبته (53.4%) يرون عدم موضوعيتها في معالجة الأحداث من أبرز سلبياتها، بينما ما نسبته (50.0%) يرون من أبرز سلبياتها أنها تركز في تغطيتها للعدوان على الرواية الإسرائيلية، بينما ما نسبته (37.0%) يرون أنها تعرض صوراً وفيديوهات مؤلمة تؤثر على الرأي العام العالمي من أبرز سلبياتها، بينما ما نسبته (3.2%) يرون نشرها لمعلومات غير مؤكدة من أبرز سلبياتها، بينما ما نسبته (4.1%) يرون عدم وجود سلبيات، بينما ما نسبته (2.1%) يرون بأن هناك سلبيات أخرى.

وهذا يدل على أن النخبة كانت ترى أن وسائل الإعلام الدولية كانت منحازة في تغطيتها للطرف الآخر وإظهار الفلسطينيين على أنهم المعتدون في وسائل الإعلام الدولية خاصة أن المكنة الإعلامية الدولية كلها كانت في خدمة الاحتلال الإسرائيلي على الصعيد الدولي، ولكن مع الأسف أن الوطن العربي يفتقر إلى بوق إعلامي موجه إلى الصعيد الدولي يخاطب به الرأي العام الدولي. مع أن هناك بعض المحاولات قد تكون البداية من خلال قناة الجزيرة التي تبث بعدة لغات إلى العالم.

وقد اختلفت نتيجة الدراسة مع دراسة:

❖ دراسة (بريخ، 2015) التي أشارت إلى أن أهم المشاكل التي تعاني منها شبكات التواصل الاجتماعي هي التوسع في نشر المعلومات دون التيقن منها (بريخ، 2015: 193).

❖ دراسة (أبو خاطر، 2015) التي بيت أن أهم العقبات التي واجهها المبحوثون في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان على غزة (2014م) وهو التحيز في تغطية العدوان والتوسع في نشر المعلومات دون التيقن منها بنسبة.

المحور الخامس: تقييم ومقترحات:

13. ما درجة ثقتك بمعلومات وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)؟

وفيما يتعلق بالسؤال حول درجة الثقة بمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الدولية، كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (25)

يوضح درجة الثقة بالمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)

المؤشرات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	6	33	78	21	8	3.05	61.00
%	4.1	22.6	53.4	14.4	5.5		

يتضح من بيانات الجدول رقم (25) أن ما نسبته (4.1%) من النخبة الفلسطينية يثقون بمعلومات وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) بدرجة عالية جداً،

بينما ما نسبته (22.6%) هم من الذين درجة ثقتهم عالية، بينما ما نسبته (53.4%) هم من الذين درجة ثقتهم متوسطة، بينما ما نسبته (14.4%) هم من الذين درجة ثقتهم منخفضة، بينما ما نسبته (5.5%) هم من الذين درجة ثقتهم منخفضة جداً.

وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي (61.00%)، مما يشير إلى أن النخبة الفلسطينية درجة ثقتهم بمعلومات وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) جاءت بدرجة متوسطة.

وهذا يدل على مدى ثقة النخبة بوسائل الإعلام الدولية بما ينشر من معلومات وبيانات وتحليلات سياسية وعسكرية قد تفيدهم في المراحل المختلفة من الأزمة أزمة العدوان على قطاع غزة في معرفة مجريات الأمور أين سوف تتجه.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات على النحو التالي:

• دراسة (أبو مراد، 206) التي كشفت أن المبحوثين من النخبة السياسية يثقون بالصحافة الإلكترونية كمصدر للمعلومات أثناء الأزمات بدرجة متوسطة بنسبة (52.7%) (أبو مراد، 2016: 154).

❖ دراسة (بريخ، 2015) التي أظهرت أن درجة ثقة المبحوثين بشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان على غزة (2014م) كانت بدرجة متوسطة بنسبته (47%) (بريخ، 2015: 179).

❖ دراسة (خاطر، 2015) التي أشارت إلى أن المبحوثين يثقون بالمعلومات التي تم الحصول عليها من شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان على غزة (2014م) بدرجة متوسطة بنسبة (41%) (خاطر، 2015: 159).

❖ دراسة (أبو قوطة، 2015) التي أشارت إلى أن المبحوثين من النخبة السياسية الفلسطينية معظمهم يثقون بالمواقع الإلكترونية بدرجة متوسطة بنسبة (78.8%) (أبو قوطة، 2015: 95).

❖ دراسة (أبو صلاح، 2014) التي أشارت إلى أن المبحوثين يثقون بمعلومات شبكة التواصل الاجتماعي التي جاءت بدرجة متوسطة بنسبة (62.6%) (أبو صلاح، 2014: 130).

14. كيف تقيم فائدة المعلومات التي تحصل عليها من وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)؟

وفيما يتعلق بالسؤال حول مدى تقييم فائدة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة، كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (26)

يوضح تقييم فائدة المعلومات التي تحصل عليها النخبة من استخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)

المؤشرات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	7	33	83	22	1	3.15	63.00
%	4.8	22.6	56.8	15.1	0.7		

يتضح من بيانات الجدول رقم (26) أن ما نسبته (4.8%) من المبحوثين من النخبة الفلسطينية يعتبرون تقييمهم للفائدة من المعلومات التي يحصلون عليها من وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) أنها عالية جداً، بينما ما نسبته (22.6%) تقييمهم للفائدة من المعلومات أنها عالية، بينما ما نسبته (56.8%) تقييمهم للفائدة من المعلومات أنها متوسطة، بينما ما نسبته (15.1%) تقييمهم للفائدة من المعلومات منخفضة، بينما ما نسبته (0.7%) تقييمهم للفائدة من المعلومات منخفضة جداً، وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي (63.00%).

وهذه النتائج تدل على أن النخبة الفلسطينية في تقييمهم لفائدة المعلومات التي يحصلون عليها من وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) جاءت بدرجة متوسطة، ويرجع ذلك إلى كمية المعلومات التي تحصل عليها النخبة الفلسطينية من خلال متابعتهم للوسائل الإعلامية الدولية من خلال تغطيتها للعدوان على غزة وما تعرضه هذه الوسائل من تحليلات سياسية وعسكرية عن العدوان وتطورات المتلاحقة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات على النحو التالي:

❖ دراسة (الشيخ علي، 2015) التي أشارت إلى أن درجة الاستفادة من المعلومات المقدمة من وسائل الإعلام الإسرائيلية جاءت بدرجة متوسطة بنسبة (33.4%) (الشيخ علي، 2015: 75).

❖ دراسة (أبو صلاح، 2014) التي بينت أن ما نسبة (55.7%) من المبحوثين يعتبرون تقييمهم للفائدة من المعلومات التي يحصلون عليها عبر شبكات التواصل الاجتماعي أنها مفيدة (أبو صلاح، 2014: 131).

15. هل أثر استخدامك لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م) على متابعة الوسائل الإعلامية المحلية:

وفي السؤال حول أثر استخدام النخبة لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة على متابعة الوسائل الإعلامية المحلية، كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (27)

يوضح أثر استخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م) على متابعة الوسائل الإعلامية المحلية

المؤشرات	إلى حد كبير	إلى حد ما	لا لم تقل متابعتي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	21	80	45	1.83	60.93
%	14.4	54.8	30.8		

يتضح من بيانات الجدول رقم (27) أن ما نسبته 14.4% من المبحوثين من النخبة الفلسطينية يرون أن هناك تأثيراً كبيراً لاستخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م) على متابعة الوسائل الإعلامية المحلية، بينما ما نسبته (54.8%) يعتبرون أن لها تأثيراً إلى حد ما، بينما ما نسبته (30.8%) يعتبرون أنها لا لم تقل متابعتي، وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي (60.93%)، مما يشير إلى أن أثر استخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م) على متابعة الوسائل الإعلامية المحلية بالنسبة للنخبة جاء بدرجة متوسطة.

وهذا يدل على أن النخبة في وقت الأزمات بحاجة ملحة للحصول على أكبر قدر من المعلومات حول ما يجري من أحداث عاجلة عن العدوان فهي لا تقتصر على وسائل الإعلام الدولية فقط، بل تتابع وسائل الإعلام المحلية لحظة بلحظة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة:

❖ دراسة (أبو صلاح، 2014) التي أظهرت أن ما نسبته (66.3%) من المبحوثين يعتبرون أن لها تأثيراً لحد ما لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على متابعتهم واستخدامهم للوسائل الإعلامية الأخرى (أبو صلاح، 2014: 132).

16. هل أثرت تغطية وسائل الإعلام الدولية في قنواتك واتجاهاتك نحو العدوان على محافظات غزة (2014م)؟

وفيما يتعلق بالسؤال حول أثر تغطية وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان في القنوات والاتجاهات النخبة الفلسطينية، كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (28)

يوضح أثر تغطية وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م) في القنوات والاتجاهات

المؤشرات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	7	22	56	36	25	2.65	53.00
%	4.8	15.1	38.4	24.6	17.1		

يتضح من بيانات الجدول رقم (28) أن ما نسبته (4.8%) من المبحوثين من النخبة الفلسطينية يرون أن هناك تأثيراً بدرجة عالية جداً لاستخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م) في القنوات والاتجاهات، بينما ما نسبته (15.1%) يعتبرون أن لها تأثيراً بدرجة عالية، بينما ما نسبته (38.4%) يعتبرون أن لها تأثيراً بدرجة متوسطة، بينما ما نسبته (24.6%) يعتبرون أن لها تأثيراً بدرجة منخفضة، بينما ما نسبته (17.1%) هم من الذين تأثروا بدرجة منخفضة جداً، وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي

(53.00%)، مما يشير إلى أن قنوات واتجاهات النخبة الفلسطينية تأثرت بتغطية وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م) بشكل منخفض.

وقد اختلفت نتيجة الدراسة مع دراسة:

❖ دراسة (الشيخ علي، 2015) التي أشارت إلى أن وسائل الإعلام الإسرائيلية كان لها تأثير على التوجه السياسي خلال حربي (2008م) و(2012م) لدى المواطنين داخل القطاع لحصولها على نسبة (55.5%).

17. ما المقترحات من وجهة نظرك للاستفادة من وسائل الإعلام الدولية لخدمة القضية الفلسطينية؟

وفي السؤال حول المقترحات المستفادة من وسائل الإعلام الدولية لخدمة القضية الفلسطينية من وجهة نظر النخبة، كانت النتائج على النحو التالي:

جدول (29)

يوضح مقترحات للاستفادة من وسائل الإعلام الدولية لخدمة القضية الفلسطينية

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	المقترحات للاستفادة من وسائل الإعلام الدولية لخدمة القضية الفلسطينية
1	74.7	109	تدريب وتأهيل ناطقين إعلاميين فلسطينيين لوسائل الإعلام الدولية.
2	71.2	104	توفير معلومات دقيقة وسريعة لوسائل الإعلام الدولية من قبل جهة مختصة (مركز صحفي دولي، مركز معلومات، وكالة متخصصة).
3	60.3	88	تفعيل دور السفارات والملحقيات في مجال العمل الإعلامي
4	50.0	73	تطوير علاقة المجتمع الفلسطيني بوسائل الإعلام الدولية، والاهتمام بمردودها
5	49.3	72	شراء حيز إعلامي كصوت يعبر عن معاناة الشعب الفلسطيني
6	4.8	7	مقترحات أخرى
	100.0%	453	المجموع

* الإجابات من اختيار متعدد وتم حساب النسبة من العدد الكلي (146)

يتضح من بيانات الجدول رقم (29) أن ما نسبته (74.7%) من النخبة يقترحون للاستفادة من وسائل الإعلام الدولية لخدمة القضية الفلسطينية تدريب وتأهيل ناطقين إعلاميين فلسطينيين لوسائل الإعلام الدولية، بينما ما نسبته (71.20%) يقترحون توفير معلومات دقيقة وسريعة

لوسائل الإعلام الدولية من قبل جهة مختصة (مركز صحفي دولي، مركز معلومات، وكالة متخصصة)، بينما ما نسبته (60.3%) يقترحون تفعيل دور السفارات والملحقيات في مجال العمل الإعلامي، بينما ما نسبته (50.0%) يقترحون تطوير علاقة المجتمع الفلسطيني بوسائل الإعلام الدولية، والاهتمام بمردودها، بينما ما نسبته (49.3%) يقترحون شراء حيز إعلامي كصوت يعبر عن معاناة الشعب الفلسطيني، بينما ما نسبته (49.3%) يقترحون شراء حيز إعلامي كصوت يعبر عن معاناة الشعب الفلسطيني، بينما ما نسبته (4.8%) يقترحون مقترحات أخرى المتمثلة في:

- 1- عقد مؤتمرات واستضافة الصحفيين والمراسلين.
 - 2- إنشاء مراكز ومؤسسات توفر الدراسات والمعلومات المتنوعة لوسائل الإعلام الدولية.
 - 3- تحديد حاجات ومتطلبات المتلقي الأجنبي (لأن المراسل والمندوب الصحفي الأجنبي يعمل لخدمة مجتمعه).
 - 4- تنظيم جولات وزيارات لرؤساء التحرير ومدراء الصحف.
- وقد اختلفت نتيجة الدراسة مع دراسة:

- ❖ دراسة (بريخ، 2015) التي أشارت إلى أن (78.05%) من المبحوثين اعتبروا أن الاهتمام بالدقة والموضوعية في منشوراتها من المقترحات لتطوير شبكات التواصل الاجتماعي كي تصبح مصدراً فاعلاً للمعلومات أثناء الاعتداءات الإسرائيلية (بريخ، 2015: 195)
- ❖ دراسة (خاطر، 2015) التي أشارت إلى أن أهم مقترحات المبحوثين لتطوير أداء شبكات التواصل الاجتماعي للاستفادة منها خلال الأزمات في فلسطين حيث جاءت في المقدمة الالتزام بأخلاقيات النشر وتوخي الدقة عند نشر أية معلومات خاصة بالأزمات بنسبة (89.5%) (خاطر، 2015، 170).
- ❖ دراسة (ابو صلاح، 2014) التي كشفت إلى أن أهم المقترحات من وجهة نظر المبحوثين التي يمكن الاستفادة منها بشكل أفضل هو تنظيم الوقت في الاستخدام، والصدق والدقة في المعلومات التي تطرح (ابو صلاح، 2014: 134).
- ❖ دراسة (عابد، 2010) التي كشفت أن النخبة الفلسطينية يرون أنه يمكن الاستفادة من الإمكانات المتوفرة لدى الفضائيات العربية في دعم قضية القدس من خلال زيادة إنتاج البرامج الوثائقية عن القدس (عابد، 2010: 286).

اختبار فرضيات الدراسة:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان على غزة 2014م، ومدى الإشباع المتحقق لهم من وراء هذا الاستخدام.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " person " .

جدول رقم (30)

نتائج اختبار العلاقة (person test)

القيمة الاحتمالية (Sig.)	درجة الحرية	قيمة الاختبار person	العلاقة بين استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)، ومدى الإشباع المتحقق لهم من وراء هذا الاستخدام
0.028	146	0.184	الصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية)
0.003	146	0.179	الإذاعات الدولية
0.007	146	0.225	الفضائيات الدولية
0.016	146	0.199	المواقع الإلكترونية
0.184	146	0.110	شبكات التواصل الاجتماعي
0.001	146	0.276	الدرجة الكلية لاستخدام وسائل الإعلام الدولي

• الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

من النتائج الموضحة في جدول (30) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (person) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)، ومدى الإشباع المتحقق لهم من وراء هذا الاستخدام، ومن خلال إشارة معامل الارتباط تبين أنها علاقة إيجابية بينهما، وعند دراسة العلاقة بين درجة استخدام كل وسيلة من وسائل الإعلام على حده مع مدى الإشباع تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار

(person) لكل وسيلة من الوسائل الإعلامية تبين أنها أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام النخبة الفلسطينية لكل وسيلة من وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)، ومدى الإشباع المتحقق لهم من وراء هذا الاستخدام، باستثناء ما يتعلق بوسيلة شبكات التواصل الاجتماعي فقد تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (person) لها تبين أنها أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام النخبة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان على غزة (2014م)، ومدى الإشباع المتحقق لهم من وراء هذا الاستخدام.

ويرى الباحث أن الفرض الأول ثبت صحته بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية المتمثلة (الصحف والمجلات الدولية، الإذاعات الدولية، الفضائيات الدولية، المواقع الإلكترونية) التي تعتبر كمصادر للحصول على المعلومات أثناء العدوان على غزة. في حين لم تثبت صحة الفرض بالنسبة لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات، ويرجع ذلك أن معظم محتوى شبكات التواصل الاجتماعي يكون مكرراً عن محتوى الوسائل التقليدية الأخرى.

وقد اختلفت نتيجة الدراسة مع دراسة:

❖ دراسة (الشيخ علي، 2015) التي بينت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الإشباع المتحققة من متابعة وسائل الإعلام الإسرائيلية تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الشيخ علي، 2015: 103).

❖ دراسة (أبو صلاح، 2014) التي بينت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى الإشباع (أبو صلاح، 2014: 140)

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)، ودرجة الثقة في وسائل الإعلام الدولية.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار (person).

جدول رقم (31)

نتائج اختبار العلاقة (person test)

القيمة الاحتمالية (.Sig)	درجة الحرية	قيمة الاختبار person	العلاقة بين استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)، ودرجة الثقة في وسائل الإعلام الدولية
0.000	146	0.405	الصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية)
0.001	146	0.337	الإذاعات الدولية
0.003	146	0.255	الفضائيات الدولية
0.310	146	0.088	المواقع الإلكترونية
0.129	146	0.131	شبكات التواصل الاجتماعي
0.002	146	0.258	الدرجة الكلية لاستخدام وسائل الإعلام الدولية

• الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

من النتائج الموضحة في جدول (31) تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار (person) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)، ودرجة الثقة في وسائل الإعلام الدولية، وعند دراسة العلاقة بين درجة استخدام كل وسيلة من وسائل الإعلام على حده مع درجة الثقة تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار (person) لكل وسيلة من الوسائل الإعلامية تبين أنها أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام النخبة الفلسطينية لكل وسيلة من وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)، ودرجة الثقة في وسائل الإعلام الدولية، باستثناء ما يتعلق بوسيلة المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي فقد تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار (person) لهما تبين أنها أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام النخبة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان على غزة (2014م)، ودرجة الثقة في وسائل الإعلام الدولية.

ويرجع الباحث هذه النتيجة بسبب طبيعة دور القائم بالإرسال في هذه الوسائل والأطر الرقابية والأنظمة المهنية والمواقف التي تنظم العمل في وسائل الإعلام الدولية المذكورة على عكس شبكات التواصل الاجتماعي التي تعود الحرية فيها للأفراد وتحررهم من الرقابة والنشر الحر وهي سمة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة:

❖ دراسة(خاطر، 2015) التي أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة ثقتهم كمصدر للحصول على المعلومات حول العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م(خاطر، 2015: 172).

وتختلف هذه الدراسة مع دراسة:

❖ دراسة(أبو صلاح، 2014) التي أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغير درجة الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي، وبين درجة الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي(أبو صلاح، 2014: 139).

الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً للمتغيرات الديمغرافية لديهم، (النوع، العمر، المستوى التعليمي، طبيعة العمل، مكان السكن) ولإجابة على هذا الفرض تحقق الباحث من (5) فرضيات وهي :

أولاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً لمتغير النوع. للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T - لعينتين مستقلتين)

جدول رقم (32)

نتائج اختبار (T) لعينتين مستقلتين وفقاً لمتغير (النوع)

القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع	المتغير
0.418	0.813	0.787	3.49	120	ذكر	استخدام وسائل
		0.907	3.35	26	أنثى	الإعلام الدولية

• القيمة (T) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (144) تساوي (1.96)

تبين من النتائج الموضحة في جدول (32) أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (T) لعينتين مستقلتين والتي تساوي (0.418)، وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية (0.813) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (1.96)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً لمتغير (النوع).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات على النحو التالي:

❖ دراسة (خاطر، 2015) التي أشارت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام (2014م) تعزى لمتغير النوع (خاطر، 2015: 174)

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات على النحو التالي:

❖ دراسة (أبو صلاح، 2014) التي كشفت عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومتغير النوع حيث إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الذكور أعلى من الإناث في عينة الدراسة (أبو صلاح، 2014: 136).

❖ دراسة (المصري، 2010) التي بينت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط التعرض للوسائل الإعلامية تعزى لمتغير النوع حيث ظهر أن النساء أكثر تعرضاً للتلفاز من الرجال (المصري، 2010: 69).

ثانياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً لمتغير العمر.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول رقم (33)

نتائج اختبار (F) للعينات المستقلة وفقاً لمتغير (العمر)

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة الاختبار (F)	القيمة الاحتمالية (Sig.)
استخدام وسائل الإعلام الدولية	بين المجموعات	0.747	3	0.249	0.376	0.771
	داخل المجموعات	94.082	142	0.663		
	المجموع	94.829	145			

• القيمة (F) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (3)، (142) تساوي (2.66)

تبين من النتائج الموضحة في جدول (33) أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (F) للعينات المستقلة، والتي تساوي (0.771)، وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية (0.376) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (2.66)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً لمتغير العمر.

ثالثاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول رقم (34)

نتائج اختبار (F) للعينات المستقلة وفقاً لمتغير (المستوى التعليمي)

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار (F)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير
0.407	0.974	0.637	3	1.911	بين المجموعات	استخدام وسائل الإعلام الدولية
		0.654	142	92.917	داخل المجموعات	
			145	94.829	المجموع	

• القيمة (F) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (3)، (142) تساوي (2.66)

تبين من النتائج الموضحة في جدول (34) أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (F) للعينات المستقلة، والتي تساوي (0.407)، وهي أكبر من مستوى دلالة $(\alpha = 0.05)$ ، وقيمة الاختبار الحسابية (0.974) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (2.66)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي.

وبمراجعة المستويات التعليمية المختلفة للنخبة عينة الدراسة نجد أن هذه النخب تتمتع بمستوى تعليمي عالي حيث كانت نسبة الحاصلين على درجة الدكتوراه والماجستير (61) من عينة الدراسة، وحتى النخب التي لم تكتمل دراستها العليا نجد بأنها على درجة عالية من الاهتمام والثقافة وقد ينبع من ذلك من خلال ممارسة العمل السياسي أو سنوات الاعتقال في سجون الاحتلال الإسرائيلي.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات على النحو التالي:

❖ دراسة (خاطر، 2015) التي أشارت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام (2014م) تعزى لمتغير المستوى التعليمي (خاطر، 2015: 180).

رابعاً: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً لمتغير طبيعة العمل.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول رقم (35)

نتائج اختبار (F) للعينات المستقلة وفقاً لمتغير (طبيعة العمل)

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة الاختبار (F)	القيمة الاحتمالية (Sig.)
استخدام وسائل الإعلام الدولية	بين المجموعات	3.128	5	0.626	0.955	0.448
	داخل المجموعات	91.701	140	0.655		
	المجموع	94.829	145			

• القيمة (F) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (5)، (140) تساوي (2.27)

تبين من النتائج الموضحة في جدول (35) أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (F) للعينات المستقلة، والتي تساوي (0.488)، وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية (0.955) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (2.27)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً لمتغير طبيعة العمل.

ومن وجهة نظر الباحث فإن طبيعة العمل لا تؤثر كثيراً على متابعة وسائل الإعلام، وخصوصاً فترة العدوان الإسرائيلي التي تعطلت فيها الأعمال والمؤسسات والدوائر الحكومية والخاصة، وخلت الطرقات من الحركة في معظم الأوقات.

خامساً: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً لمتغير مكان السكن.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول رقم (36)

نتائج اختبار (F) للعينات المستقلة وفقاً لمتغير (مكان السكن)

القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار (F)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير
0.319	1.188	0.773	4	3.091	بين المجموعات	استخدام وسائل الإعلام الدولية
		0.651	141	91.738	داخل المجموعات	
			145	94.829	المجموع	

• القيمة (F) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (4)، (141) تساوي (2.43)

تبين من النتائج الموضحة في جدول (36) أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (F) للعينات المستقلة، والتي تساوي (0.319)، وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية (1.188) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (2.43)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً لمتغير مكان السكن.

ويرى الباحث بأن قطاع غزة صغير نسبياً، ولا توجد مساحات كثيرة جذابة مما يجعل خصائص المبحوثين متشابهة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات على النحو التالي:

❖ دراسة (أبو صلاح، 2014) التي كشفت عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومتغير مكان السكن (أبو صلاح، 2014: 139).

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة:

❖ دراسة (خاطر، 2015) التي بينت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام (2014م) تعزى لمتغير مكان السكن (خاطر، 2015: 178)

سادساً: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً لمتغير طبيعة عمل النخبة.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول رقم (37)

نتائج اختبار (F) للعينات المستقلة وفقاً لمتغير (طبيعة عمل النخبة)

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة الاختبار (F)	القيمة الاحتمالية (Sig.)
استخدام وسائل الاعلام الدولية	بين المجموعات	2.244	2	1.122	1.733	0.180
	داخل المجموعات	92.584	143	0.647		
	المجموع	94.829	145			

• القيمة (F) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (4)، (141) تساوي (2.43)

تبين من النتائج الموضحة في جدول (37) أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (F) للعينات المستقلة، والتي تساوي (0.180)، وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية (1.733) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (2.43)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً لمتغير طبيعة النخبة.

ويرى الباحث أن النخبة هي النخبة سواء كانت سياسية أو إعلامية أو أكاديمية فهم يهتموا بالمتغيرات المختلفة سواء محلية أو دولية.

الفصل السادس

النتائج والتوصيات

❖ تمهيد

❖ نتائج الدراسة

❖ توصيات الدراسة

الفصل السادس

النتائج والتوصيات

تمهيد:

يتناول هذا الفصل عرض أبرز النتائج التي توصل لها الباحث من خلال الدراسة الميدانية، والتي تناولت استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة 2014م والإشباع المتحققة، وقد جاء هذا الفصل ليوضح نتائج الدراسة وما ترتب عليها من توصيات هامة.

أولاً: نتائج الدراسة:

1- كشفت الدراسة أن (70.0%) من النخبة الفلسطينية يستقي معلومات من وسائل الإعلام الدولية، بينما ما نسبته (27.3%) أحياناً ما يستخدمون تلك الوسائل، بينما ما نسبته (2.7%) لا يستخدمون تلك الوسائل الإعلامية.

2- كشفت الدراسة أن ما نسبته (63.0%) من المبحوثين من النخبة الفلسطينية يستخدمون الوسائل الإعلامية الدولية في كل الفترات وأثناء الأزمات، بينما ما نسبته (15.1%) يستخدمونها في فترة العدوان على قطاع غزة، بينما ما نسبته (14.4%) يستخدمونها في أثناء الأزمات بشكل العام، بينما ما نسبته (7.5%) يستخدمونها قبل فترة العدوان على قطاع غزة.

3- أظهرت الدراسة أن أكثر الوسائل الإعلامية الدولية التي تعرض لها النخبة الفلسطينية هي شبكات التواصل الاجتماعية التي حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (83.80%)، تلتها في الترتيب الثاني المواقع الإلكترونية بنسبة (78.00%)، وجاءت الفضائيات الدولية في الترتيب الثالث بنسبة (73.00%)، بينما جاءت الإذاعات الدولية في الترتيب الرابع بنسبة (56.60%)، وقد جاءت الصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية) في الترتيب الخامس بنسبة (53.60%).

4- بينت الدراسة أن أكثر وسيلة التي تتابعها النخبة الفلسطينية من حيث عدد ساعات متابعة جاءت شبكات التواصل الاجتماعي على أعلى نسبة متابعة لوسائل الإعلام الدولية حيث أن

(30.8%) من أفراد العينة يتابعون وسائل الإعلام الدولية أكثر من ثلاث ساعات، تلتها في الترتيب الثاني المواقع الإلكترونية بنسبة (19.9%) يقضون ثلاث ساعات فأكثر في اليوم، ثم جاءت الفضائيات الدولية بالترتيب الثالث بنسبة تعرض (12.3%) التي يتعرضون فيها أكثر من ثلاث ساعات في اليوم، بينما جاءت الإذاعات الدولية والصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية) على أقل نسبة تعرض على التوالي بنسبة (7.5%) و(4.8%).

5- بينت الدراسة إلى أن أهم الموضوعات الخاصة بالعدوان التي يتابعها المبحوثون في وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) التحركات الدولية من العدوان على غزة بنسبة (70.5%)، تلاها المفاوضات بين الطرفين أثناء فترة العدوان (2014م) بنسبة (63.7%)، ثم جاء القصف الإسرائيلي للمواقع الفلسطينية بنسبة (58.9%)، تلاها موقف الدول الفاعلة في الحرب بنسبة (51.4%).

6- كشفت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي حاز على أعلى النسب في الالتزام بالصفات الإعلامية من حيث صفة التفسير بنسبة (3.49%)، الإقناع بنسبة (3.14%)، التكرار بنسبة (3.33%)، الواقعية بنسبة (2.88%)، البساطة بنسبة (2.86%).

7- حازت صفة الجدية وصفة التحيز على أكثر النسب الفضائيات الدولية بنسبة (3.13%)، بينما حققت الصحف والمجلات (النسخة الإلكترونية) أعلى النسب من حيث صفة التجاهل بنسبة (2.73%).

8- تقدمت الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية بنسبة مرتفعة، وكان دافع (السرعة في نقل الأخبار والمعلومات) من أهم دوافع استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية.

9- أشارت الدراسة إلى أن (62.3%) من المبحوثين من النخبة الفلسطينية يعتبرون دوافع استخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) لسرعتها في نقل الأخبار والمعلومات، و(54.8%) لتعدد مصادرها وتنوعها، وما نسبته (52.1%) لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث الجارية، و(51.4%) دافعهم القدرة على استضافة شخصيات فاعلة في المحافل الدولية، و(39.7%) لفهم الرواية الإسرائيلية، بينما يرى (39.0%) من عينة الدراسة أن دوافع استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) تعود لجراعتها في تناولها للقضايا المختلفة،

وما نسبته (35.6%) بهدف تركيزها على القضايا ذات البعد الإنساني، و(35.6%) لتركيزها على القضايا ذات البعد الإنساني.

10- كشفت الدراسة أن إشباع المضمون في مقدمة الإشباعات المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م).

11- بينت الدراسة أن أهم الإشباعات المتحققة من استخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م) إشباع الشعور من خلال المتابعة أن الإعلام المحلي نجح في التأثير على الرأي العام الدولي في نقل الصورة الحقيقية عن العدوان على غزة على نسبة (86.25%)، ثم تلتها التعرف على المجتمعات الدولية المتضامنة مع الشعب الفلسطيني بنسبة (84.75%)، تلتها وفرت لي معلومات لبناء وجهة نظري وموقفي حول أزمة العدوان على غزة (2014م) بنسبة (83.75%)، ثم جاء على التوالي شعرت أن الإعلام الغربي كان منحازاً لإسرائيل في تغطيته للعدوان على غزة بنسبة (83.00%)، ثم جاءت إشباع شعرت أن الإعلام المحلي لعب دوراً إيجابياً في حماية الجبهة الداخلية أكثر من الإعلام الدولي بنسبة (81.50%) وإشباع شعرت أن الإعلام الدولي نجح في تحريك الشارع الغربي، مما زاد من تضامنه مع الشعب الفلسطيني بنسبة (78.75%)، وإشباع شعرت من خلال المتابعة أن الإعلام الدولي غطى العدوان على غزة بما يتوافق مع سياساته الدولية بنسبة (77.50%)، وجاء إشباع شعرت من خلال متابعتي لوسائل الإعلام الدولي بمدى مساهمتها في تعزيز الصمود بنسبة (71.00%)، ثم إشباع تشعرتني متابعة وسائل الإعلام الدولي بالخوف خلال فترة العدوان بنسبة (70.00%) تلاها إشباع جعلتني أشعر أن فئات كثيرة من الشعب الفلسطيني تأثرت بالإعلام الدولي بنسبة (68.00%) ثم إشباع شعرت من خلال المتابعة أن وكالات الأنباء العالمية لم تكن منحازة لأي طرف في تغطيتها لأحداث الحرب على غزة بنسبة (64.50%) ثم تلاها إشباع عززت من شعوري بالأمان من خلال متابعتي الأحداث خلال فترة العدوان على غزة بنسبة (63.75%) ثم حصلت إشباع ساهمت متابعتي لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان في راحتي النفسية بنسبة (62.50%).

12- تبين من الدراسة أن كلاً من فقرة (الشعور من خلال المتابعة أن الإعلام المحلي نجح في التأثير على الرأي العام الدولي في نقل الصورة الحقيقية عن العدوان على غزة) و(التعرف

على المجتمعات الدولية المتضامنة مع الشعب الفلسطيني) تعد من أهم الإشباعات التي تحققها الوسائل الإعلامية الدولية للنخبة الفلسطينية، بينما جاءت الإشباعات بدرجة منخفضة في كل من فقرة (عززت من شعوري بالأمان من خلال متابعتي الأحداث خلال فترة العدوان على غزة) و(ساهمت متابعتي لوسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان في راحتي النفسية).

13- كشفت الدراسة أن (69.9%) من النخبة الفلسطينية يرون أن الاطلاع على المواقف والآراء السياسية هي من أبرز إيجابيات وسائل الاعلام الدولية، و(60.3%) يرون أن معرفة الأخبار الجارية أولاً بأول من أبرز إيجابيات وسائل الإعلام الدولية، بينما ما نسبته (58.9%) يرون أن السرعة في نقل الأخبار والمعلومات من أبرز الإيجابيات، بينما ما نسبته (46.6%) يرون أن سهولة الحصول على المعلومات من أبرز الإيجابيات، بينما ما نسبته (42.5%) يرون أن الجراءة في تناولها للقضايا المختلفة من أبرز الإيجابيات، بينما ما نسبته (23.3%) يرون أن الثقة في المعلومات التي تقدمها من أبرز الإيجابيات، بينما ما نسبته (14.4%) يرون أن الشعور بالاطمئنان والراحة من أبرز الإيجابيات، بينما ما نسبته (3.4%) يرون عدم وجود ايجابيات، بينما ما نسبته (2.1%) يرون بأن هناك إيجابيات أخرى.

14- بينت الدراسة أن من أبرز سلبيات وسائل الإعلام الدولية من وجهة نظر النخبة الفلسطينية جاءت فقرة (توحي وكأنها ساوت بين المعتدي والضحية في تغطيتها للأحداث) بنسبة (71.9%)، بينما يرى ما نسبته (58.9%) من المبحوثين أنها منحازة في تغطيتها من أبرز سلبياتها، وما نسبته (54.1%) يرون من أبرز سلبياتها أنها تتعامل مع الضحايا كأرقام وليس على أساس إنساني، بينما ما نسبته (53.4%) يرون عدم موضوعيتها في معالجة الأحداث من أبرز سلبياتها، بينما ما نسبته (50.0%) يرون من أبرز سلبياتها أنها تركز في تغطيتها للعدوان على الرواية الإسرائيلية، بينما ما نسبته (37.0%) يرون أنها تعرض صوراً وفيديوهات مؤلمة تؤثر على الرأي العام العالمي من أبرز سلبياتها، بينما ما نسبته (3.2%) يرون نشرها لمعلومات غير مؤكدة من أبرز سلبياتها، بينما ما نسبته (4.1%) يرون عدم وجود سلبيات، بينما ما نسبته (2.1%) يرون بأن هناك سلبيات أخرى.

15- توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (4.1%) من المبحوثين من النخبة الفلسطينية يثقون بمعلومات وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) بدرجة عالية جداً،

بينما ما نسبته (22.6%) هم من الذين درجة ثقتهم عالية، بينما ما نسبته (53.4%) هم من الذين درجة ثقتهم متوسطة، بينما ما نسبته (14.4%) هم من الذين درجة ثقتهم منخفضة، بينما ما نسبته (5.5%) هم من الذين درجة ثقتهم منخفضة جداً.

16- أن ما نسبته (4.8%) من المبحوثين من النخبة الفلسطينية يعتبرون تقييمهم للفائدة من المعلومات التي يحصلون عليها من وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) أنها عالية جداً، بينما ما نسبته (22.6%) تقييمهم للفائدة من المعلومات أنها عالية، بينما ما نسبته (56.8%) تقييمهم للفائدة من المعلومات أنها متوسطة، بينما ما نسبته (15.1%) تقييمهم للفائدة من المعلومات منخفضة، بينما ما نسبته (0.7%) تقييمهم للفائدة من المعلومات منخفضة جداً، وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي (63.00%).

17- بينت الدراسة أن ما نسبته (54.8%) من المبحوثين يرون أن هناك تأثيراً إلى حد ما لاستخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) على متابعة الوسائل الإعلامية المحلية، وما نسبته (30.8%) يعتبرون لا لم تقل متابعتي وما نسبته (14.4%) يعتبرون أن لها تأثيراً إلى حد كبير لاستخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) على متابعة الوسائل الإعلامية المحلية.

18- كشفت الدراسة أن (38.4%) من المبحوثين من النخبة الفلسطينية يرون أن هناك تأثيراً بدرجة متوسطة لاستخدام وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) في القنوات والاتجاهات، وما نسبته (24.6%) يعتبرون أن لها تأثيراً بدرجة منخفضة في قنوات واتجاهات المبحوثين.

19- بينت الدراسة أن أهم المقترحات للاستفادة من وسائل الإعلام الدولية لخدمة القضية الفلسطينية جاءت تدريب وتأهيل ناطقين إعلاميين فلسطينيين لوسائل الإعلام الدولية بنسبة (74.7%)، تلاها توفير معلومات دقيقة وسريعة لوسائل الإعلام الدولية من قبل جهة مختصة (مركز صحفي دولي، مركز معلومات، وكالة متخصصة) بنسبة (71.20%)، ثم تفعيل دور السفارات والملحقيات في مجال العمل الإعلامي بنسبة (60.3%)، ثم تطوير علاقة المجتمع الفلسطيني بوسائل الإعلام الدولية، والاهتمام بمرئودها بنسبة (50.0%)، ثم شراء حيز إعلامي كصوت يعبر عن معاناة الشعب الفلسطيني بنسبة (49.3%).

ثانياً: نتائج الفرضيات:

1- كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام النخبة الفلسطينية لكل وسيلة من وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)، ومدى الإشباع المتحقق لهم من وراء هذا الاستخدام، باستثناء ما يتعلق بوسيلة شبكات التواصل الاجتماعي التي دلت على عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام النخبة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان على غزة (2014م)، ومدى الإشباع المتحقق لهم من وراء هذا الاستخدام.

2- أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام النخبة الفلسطينية لكل وسيلة من وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)، ودرجة الثقة في وسائل الإعلام الدولية، باستثناء المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي التي دلت على عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام النخبة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان على غزة (2014م)، ودرجة الثقة في وسائل الإعلام الدولية.

3- كشفت الدراسة عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً للمتغيرات الديمغرافية لديهم (النوع، العمر، المستوى التعليمي، طبيعة العمل، مكان السكن).

4- توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في استخدام النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية وفقاً لمتغير طبيعة النخبة.

ثالثاً: توصيات الدراسة:

1- العمل على تعزيز إيجابيات وسائل الإعلام الدولية، وتقليل من السلبيات وتقنينها وتجنب مخاطرها، وبإل وتلافيها.

2- ضرورة تأهيل العاملين بوسائل الإعلام الدولية كالمراسلين الصحفيين من الناحية التخصصية، وإخضاعهم لمزيد من الدورات التدريبية الإعلامية.

- 3- زيادة الاهتمام بوسائل الإعلام الدولية من خلال الاهتمام بالدقة والموضوعية لدى تناول الأخبار والمعلومات، وعرض جميع الآراء والاتجاهات حول القضية الفلسطينية ومايتعرضه من عدوان متواصل من قبل دولة الاحتلال.
- 4- حث الكادر الإعلامي الفلسطيني والعربي والأجنبي على الاهتمام بالقضية الفلسطينية، والعمل على إبرازها والاهتمام بها، وجذب أنظار المجتمع الدولي إلى التطورات المتسارعة في الأراضي الفلسطينية المحتلة وخاصة مايتعرضه قطاع غزة من حصار وقتل.
- 5- مراعاة عدم التسرع في نقل الأخبار وتحديد أماكن القصف أثناء الاعتداءات الإسرائيلية حفاظاً على الجبهة الداخلية.
- 6- إجراء مزيد من الدراسات البحثية العلمية المتعلقة بوسائل الإعلام الدولية، وكيفية ربطها بالقضية الفلسطينية، وكيفية معالجتها للأزمات التي تمر بها البلاد.
- 7- إجراء دراسات علمية متخصصة حول المصادقية والموضوعية في وسائل الإعلام الدولية.
- 8- العمل على إنتاج مواد إعلامية تقدم التاريخ الفلسطيني الحقيقي، وبطولات الشعب الفلسطيني، وتوزيعها على وسائل الإعلام الدولية لتعريف المجتمع الدولي بعدالة قضيته.
- 9- تشكيل مجلس أعلى للإعلام الفلسطيني موحد يمثل جميع القطاعات الرسمية والأهلية والحزبية، ووضع إستراتيجية إعلامية ممنهجة ومتكاملة وشاملة تقوم على خطة مدروسة تهدف إلى إبراز القضية الفلسطينية على الساحة الدولية.
- 10- تفعيل دور السفارات والملحقيات في مجال العمل الإعلامي.

المصادر والمراجع

أولاً: المصادر:

1. القرآن الكريم.

ثانياً: الكتب والمراجع:

- 1- ابن منظور (1955). لسان العرب، المجلد الأول ، دار صادر، بيروت.
- 2- أبو السعيد، أحمد (2004). الإعلام الفلسطيني نشأته ومراحل تطوره. غزة، فلسطين.
- 3- أبو السعيد، أحمد (2009). متطلبات الخطاب الإعلامي الفلسطيني بعد مؤتمر أنا بوليس للسلام من وجهة نظر الصفوة الفلسطينية. مؤتمر العلمي الرابع فلسطين.... واحد وستون عاماً، الجامعة الإسلامية غزة.
- 4- أبو زيد، فاروق (2012). انهيار وصعود النظام الإعلامي الدولي من السيطرة الثنائية وهيمنة القطب الواحد إلى تعدد الأقطاب. عالم الكتب، ط1، القاهرة.
- 5- أبو شنب، حسين (2001). الإعلام الفلسطيني تجاربه وتحدياته. مكتبة القادسية، غزة، فلسطين.
- 6- أبو عرجة، تيسير (1996). الإعلام العربي وتحديات الحاضر والمستقبل، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان .
- 7- أبو عامر، عدنان (2014). توجهات الإعلام الإسرائيلي خلال العدوان. مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات.
- 8- إسماعيل، محمود (2011). مناهج البحث العلمي. دار الفكر العربي، ط1، مدينة النصر.
- 9- الأصفر، محمد علي (1993م). أطفالنا والخيالة المرئية، مجلة البحوث الإعلامية، (7).
- 10- الإعلام الدولي والسياسة الخارجية (الوسيط، صحيفة، 2003/6/3)
- 11- الأغا، إحسان والأستاذ، محمود (2004): مقدمة في تصميم البحث التربوي، غزة، فلسطين.

- 12- الألوسي، سؤدد فؤاد (2012) **العنف ووسائل الإعلام**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 13- بدر، أحمد (1994). **الاتصال بال جماهير والدعاية الدولية**. دار القلم، الكويت.
- 14- البكري، إياد (2003). **تقنيات الاتصال بين زمنين**، دار الشروق للنشر والتوزيع. عمان
- 15- بوجز، جوزيف (2008) **فن الفرجة على الأفلام**، ط 2 ، ترجمة و داد عبدالله، سلسلة الألف كتاب، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، مصر.
- 16- جابر، نجلاء (2014). **الإعلام التجاري**، ط1، دار المعترف للنشر والتوزيع، عمان.
- 17- الجرجاوي، زياد (2010): **القواعد المنهجية لبناء الاستبيان**، الطبعة الثانية، مطبعة الجراح، فلسطين.
- 18- جريبر، دوريس إيه (1999) **سلطة وسائل الإعلام في السياسة**، ترجمة أسعد أبو لبدة، ط2، دار البشير للطباعة والنشر، عمان، الأردن.
- 19- حافظ، قادري (2011) **العالم الثالث والقانون الدولي للإعلام**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الحقوق جامعة الجزائر.
- 20- حجاب، محمد (2004). **المعجم الإعلامي**. دار الفجر، مصر.
- 21- حجاب، محمد (2010). **نظريات الاتصال**. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 22- الحديثي، وليد (2007). **الإعلام الدولي وبعض إشكاليات الخطاب الإعلامي العربي ملاحظات_ آراء_ مقترحات**. دار الكتب العالمية، القاهرة
- 23- حسن، حمدي (2006). **مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال**. ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- 24- حسين، سمير (1980): **بحث الإعلام الأسس والمبادئ**. عالم الكتب، القاهرة.
- 25- حسين، سمير (1996). **تحليل المضمون**. عالم الكتب، القاهرة.
- 26- حسين، سمير (2003). **دراسات في مناهج البحث العلمي**. ط2، عالم الكتب، القاهرة.

- 27- الحسيني، أماني(2005). الإعلام والمجتمع - أطفال في ظروف صعبة ووسائل إعلام مؤثرة. عالم الكتب نشر توزيع طباعة، القاهرة.
- 28- الحمد، جواد وآخرون(1999). المدخل إلى القضية الفلسطينية، مركز الدراسات الشرق الأوسط ، عمان الأردن 1999.
- 29- حميدة، طارق(2014). الحرب النفسية في معركة العصف المأكول(2)، مقال منشور بتاريخ 2014/9/9م على موقع المركز الفلسطيني للإعلام
- 30- خالد، فاروق(2008) الإعلام الدولي والعولمة الجديدة ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 31- ختاتنة، سامي محسن و أبو سعد، أحمد عبداللطيف (2010) علم النفس الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
- 32- الخزامي، عبد الحكم(2012). الإعلام العالمي دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 33- خزعل، عبدالنبي(2011). فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية. دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 34- خليفة، شيرين (2012): الإعلام الجديد، ورقة بحثية في مساق الصحافة الإلكترونية، الجامعة الإسلامية.
- 35- دائرة الإحصاء المركزي(2012). التعداد العام للسكان والمساكن والمنشآت 2007، النتائج النهائية، محافظات شمال غزة، غزة، دير البلح، خانونس، رفح.
- 36- الدليمي، عبد الرازق(2011). الإعلام الدولي في القرن الحادي والعشرين، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن.
- 37- الدليمي، عبد الرازق(2011). الإعلام وإدارة الأزمات. دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 38- الدليمي، عبد الرزاق (2010). الدعاية والإرهاب، ط1 ، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

- 39- الدليمي، عبد الرزاق (2011). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
- 40- الدليمي، عبد الرزاق (2013). الإعلام الإسلامي، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 41- دويدار، عبدالفتاح (1999). سيكيولوجية الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- 42- رشتي، جيهان (1986). الإعلام الدولي. دار الفكر العربي. القاهرة.
- 43- ريان، محمد سيد (2012) الإعلام الجديد، ط1، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة.
- 44- زارع، أحمد (2004). مقدمة في الإعلام الدولي. مكتبة الطالب الجامعي - جامعة الأقصى، غزة، فلسطين.
- 45- زكريا، محمد (2002). القنوات الفضائية والقيم الاجتماعية، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، مصر.
- 46- الزهار، محمود (2014). أصول المواجهة الإعلامية. مركز النور للبحوث والدراسات، غزة.
- 47- الزواوي، محمود (2006) صناعة الأحلام محاور - السينما الأميركية، المؤسسة العامة للسينما، دمشق، ص 358 .
- 48- سادول، جورج (1986) تاريخ السينما في العالم، ترجمة إبراهيم الكيلاني، منشورات مكتبة عويدات، بيروت، لبنان.
- 49- ساق الله، هشام (2014). الذكرى السنوية الثالثة للعدوان الصهيوني على محافظات غزة. مجلة الصباح، المجلد الخامس. العدد 22، الكويت.
- 50- ساق الله، مها (2013) ماهية الإعلام الجديد، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة.

- 51- سعد، إسماعيل (1987). مقدمة في علم الاجتماع السياسي، دار المعارف الجامعية، الاسكندرية.
- 52- سكريه، رفيق (1998). دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية، مركز دراسات الوحدة العربية لبنان.
- 53- السنوسي، مختار (2008). الإعلام الدولي: الأسس والمفاهيم. دار زهران للنشر والتوزيع. عمان.
- 54- شراب، محمد (1996). الإذاعة المرئية وأهميتها في حياة المجتمع. المجلة الإعلامية، (3). طرابلس.
- 55- شفيق، حسنين (2013) علم نفس الإعلام الجديد ماذا فعل الانترنت والشبكات الاجتماعية في الناس، ط1، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
- 56- شقرة، علي (2014). الإعلام الجديد_ شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- 57- شكري، عبد المجيد (2001). الإذاعات التبشيرية والإذاعات الإسلامية في حقل الاعلام الدولي، وزارة الاوقاف حلقة ثقافية عن الريادة الإسلامية والإعلام العربي، القاهرة.
- 58- الشميمري، فهد. (2010) التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟، ط1. الرياض.
- 59- شيخاني، سميرة (2010) الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 16 ،العدد الأول + الثاني ص 435-480.
- 60- الصادق، عباس (2008) الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن.
- 61- صالح، سليمان (2007). ثورة الاتصالات وحرية الإعلام. ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 62- صبري، مصطفى (2004). المعلوماتية وانعكاساتها السلبية على الطفل العربي. مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 308.

- 63- صحيفة الشرق الأوسط (2014): حرب غزة 2139 قتيلاً وخانيونس الأكثر خسارة بشرياً، خبر منشور في الصحيفة بتاريخ 2014/8/28م.
- 64- الصوفي، خالد والبريهي، علي(2014). دور الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو(الربيع العربي) دراسة ميدانية، مجلة رؤى استراتيجية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، 2(5)، 32 – 85.
- 65- طابع، سامي(2001). بحوث الإعلام، دار النهضة العربية، القاهرة.
- 66- طشطوش، سليمان(2001). أساسيات المعينة الإحصائية. ط1، دار الشروق، عمان.
- 67- عابد، زهير (2010). تفعيل دور الفضائيات العربية لدعم الهوية العربية الإسلامية للقدس الشريف بالتطبيق على النخبة الفلسطينية (دراسة وصفية تحليلية). مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، (18).
- 68- العادلي، مرزوق(2004). الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشباع. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 69- عباس، خضر(2005). وسائل الإعلام الصهيونية والحرب النفسية ضد الدعوة والمقاومة في فلسطين والتصدي لها. مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، 927- 971.
- 70- عبد الحافظ، أحمد(2007) صورة العرب والمسلمين في السينما العالمية، الحوار المتمدن، العدد 1881 .
- 71- عبد الحميد، صالح(2011) الإعلام الفضائي والمجتمع التأثير والتأثر. دار أقلام للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة.
- 72- عبد الحميد، صلاح(2013). الإعلام وإدارة الأزمات. ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 73- عبد الحميد، محمد(1993). دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة.

- 74- عبد الحميد، محمد(2007). الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع. القاهرة
- 75- عبد الحميد، محمد(2009)المدونات الإعلام البديل. ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 76- عبد الواحد أمين، رضا(2007). الصحافة الإلكترونية. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 77- العبد، عاطف، والعلي، فوزية (1995). عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية: دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة. ط1، دار الفكر العربي، القاهرة.
- 78- العبد، نهى عاطف(2009) الإعلام الدولي، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- 79- عبيدات، ذوقان وعدس، عبد الرحمن، وعبد الحق، كايد (2001): البحث العلمي - مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر للنشر والتوزيع: عمان، الأردن.
- 80- عدلي العبد، عاطف(1999). المنهج العلمي في البحوث الإعلامية، دار الهاني للطباعة، القاهرة.
- 81- العزوني، أسعد(2014). الحرب الإسرائيلية على محافظات غزة 2014 الخيارات الفلسطينية في ضوء إدارة الحرب ونتائجها. مجلة الحوار المتمدن ، العدد 4643، ص44.
- 82- علام، رجاء (2010): مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، دار النشر للجامعات: القاهرة، مصر.
- 83- علي عبد الأمير، علي(1999). الثقافات الوافدة وأثرها على الثقافة العربية. مجلة دراسات اجتماعية العدد 2.
- 84- العويني، محمد.(1987). دور التكنيك في الإعلام الدولي _ دراسة نظرية وتطبيقية، المركز القومي للبحوث. القاهرة.

- 85- العويني، محمد.(1990). الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- 86- الفقيه، محمد(2008). علاقة الصفوة اليمنية بوسائل الاتصال استخدامها، والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات خلال شهر رمضان (دراسة مسحية) المجلة العربية للإعلام والاتصال، الرياض: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السنة الثالثة، (3)، 198- 247.
- 87- القليني، سوزان(1999). استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة. جامعة الدول العربية، مجلة البحوث والدراسات العربية، العددان 31-32، القاهرة.
- 88- كافي، محمد(2007). اعتماد الشباب الجامعي اليمني على وسائل الاتصال كمصدر للمعلومات حول الأزمات الدولية الطارئة. المجلة العربية للإعلام والاتصال، الرياض: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المجلد الثاني، (2)، 12- 70.
- 89- الكيال، عبد الوهاب(1985). تاريخ فلسطين الحديث، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط9.
- 90- لاطة، نجدت(2014) هوليوود في خدمة البيت الأبيض، رابطة أدباء الشام، دمشق، سوريا.
- 91- اللبان، شريف(2012) مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت، ط1، دار العالم العربي، القاهرة.
- 92- محسن، أنيس.(2014) غزة: معركة بحجم حرب. مؤسسة الدراسات الفلسطينية 25 تموز/يوليو 2
- 93- محمد، شطاح، وآخرون(2002) القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة.
- 94- محمود، توفيق(2005). الجغرافيا السياسية لإسرائيل. رسالة ماجستير غير منشورة ، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.
- 95- محمود، حمدي حسين(1990). الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي.

- 96- محمود، خالد(2011). شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، ط1، مدارك لنشر والترجمة، عمان.
- 97- مرسل، مازن وخطاب، محمد (2005). الفضائيات والتغير الاجتماعي. مجلة الجندول. العدد 24.
- 98- مركز الجزيرة للدراسات(2014). حرب غزة الثالثة: حدود القوة الإسرائيلية وأفق المقاومة، مقال منشور على موقع الجزيرة بتاريخ 2014/7/24م.
- 99- المزاهرة، منال(2013). الاتصال الدولي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
- 100- المسلمي، إبراهيم (2005). نشأة وسائل الإعلام وتطورها، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة.
- 101- مشاقبة، بسام(2010). مناهج البحث العلمي وتحليل الخطاب. ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- 102- معهد فلسطين للدراسات الاستراتيجية (2015). ورشة عمل بعنوان (قراءة في اتفاق وقف إطلاق النار لعدوان غزة 2014م)، غزة، فلسطين.
- 103- المقدادي، كاظم(2013). الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 104- مكاي، حسن والسيد، ليلي(2002). الاتصال نظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- 105- مكاي، حسن والسيد، ليلي(2010). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- 106- مكاي، حسن، والسيد، ليلي(1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- 107- موسوعة لاروس(2002). الاتصالات من البداية حتى الانترنت، ط1، ترجمة إنطون الهاشم. عويدات للنشر والطباعة بيروت.

- 108- الموسوي، محمد(2004). النظرية الإعلامية، جامعة البحرين، مطبوعات كلية التربية.
- 109- نصيرة، تامي(2015) الإعلام الفضائي والإرهاب، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 110- النعامي، صالح (2014). توازن الرعب مآلات الحرب الثالثة على غزة، تقرير إخباري منشور على موقع مركز الجزيرة للدراسات بتاريخ 2014/7/22م،
- 111- نعيترات، رائد، والشوبكي، بلال(2009). الحرب على غزة قراءة الواقع ودلالات المستقبل، المركز الفلسطيني للديمقراطية والدراسات، فبراير، نابلس، فلسطين.
- 112- الهمص، عبدالفتاح وشلدان، فايز(2010). الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي. مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)، 18(2)، 145- 174.
- 113- الهندي، عليان(2014). قراءة في العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة. مجلة الشؤون الفلسطينية، (258) 174 - 189.
- 114- وادي، عبد الحكيم(2014). تكيف جرائم العدوان الإسرائيلي على غزة سنة 2014م. مجلة الحوار المتمدن، (4535)، 34-40.
- 115- وبر، مارك(2014) دراسة عن قوة اللوبي اليهودي في الولايات المتحدة الأمريكية، ترجمة محمد عبد اللطيف حجازي، مركز الهدف للدراسات، بيروت، لبنان.
- 116- الوز، هزوان(2012). الإعلام أدوار وإمبراطوريات. منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب، وزارة الثقافة، دمشق.
- 117- وزارة الصحة الفلسطينية(2014): إحصائية شاملة عن حجم الخسائر في العدوان على غزة. تقرير صادر عن وزارة الصحة الفلسطينية 2014 عن العدوان.

ثالثاً: الرسائل والأبحاث العلمية:

- 118- أبو صلاح، صلاح (2014). استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققة (دراسة ميدانية). (رسالة ماجستير غير منشورة)، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

- 119- أبوقوطة، محمود(2015). اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية - الإسرائيلية. (رسالة ماجستير غير منشورة)، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 120- بريح، نضال(2015).اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م. (رسالة ماجستير غير منشورة)، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 121- التميمي، فواز (2004) : فاعلية استخدام نظام إدارة الجودة (أيزو -9001) في تطوير أداء الوحدات الإدارية في وزارة التربية والتعليم في الأردن من وجهة نظر العاملين فيها ودرجة رضاهم عن هذا النظام، رسالة دكتوراه، جامعة عمان، الأردن
- 122- ثريا، محمد(2010).إدارة الإعلام المقاوم زمن الحرب(فضائية الأقصى حالة عملية). (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 123- جلول، خلاف(2003). وسائل الاتصال الحديثة وتأثيراتها على العلاقات الأسرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر قسم الدعوة والإعلام.
- 124- خاطر، ترنيم(2015). اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م. (رسالة ماجستير غير منشورة)، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 125- خليفة، شرين (2015). اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التزام المواقع الإخبارية الفلسطينية بأخلاقيات المهنة. (رسالة ماجستير غير منشورة)، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 126- الدواوسة، سلاح(2002).استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة.(رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، مصر.

- 127-** الشيخ علي، نسمة (2015). استخدام الجمهور الفلسطيني لوسائل الإعلام الإسرائيلي والإشباع المتحققة منها دراسة تطبيقية على حربي 2008-2012م. (رسالة ماجستير غير منشورة)، قسم دراسات الشرق الأوسط، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
- 128-** عامر، إسماعيل. (2015). دور المقاومة في تعزيز الجبهة الداخلية خلال العدوان الصهيوني على محافظات غزة 2014م وسبل تطويرها، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الادارة والسياسة، غزة، فلسطين.
- 129-** عوض الله، أحمد (2012). الأطر الخيرية للعدوان على غزة عام 2012م في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية دراسة تحليلية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة)، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 130-** عوض الله، أحمد (2012). الأطر الخيرية للعدوان على غزة عام 2012م في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 131-** الفراء، شوقي (2010). تأثير الفضائيات الفلسطينية على الوضع الفلسطيني "حرب غزة نموذجاً". (رسالة ماجستير غير منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
- 132-** فرج، محمد (2011). تغطية الصحافة العربية للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة عام 2008-2009م (الراي الأردنية، القدس العربي_ لندن، الأهرام_ القاهرة). (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 133-** محمود علي صالح (2011) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب (دراسة حالة) أطروحة دكتوراه، قسم الإعلام، جامعة: ساوثرن، كاليفورنيا الولايات المتحدة الأمريكية.
- 134-** المدني، أسامة (2009). استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية. مجلد كلية الآداب، العدد 26، جامعة حلوان، القاهرة.

135- منصر، خالد(2012) علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديث باغتراب الشباب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة، في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر_باتنة.

رابعاً: المواقع الإلكترونية:

136- أبو سعدة، محمد (2014). الإمكانات والأسباب والأهداف .. "حرب غزة" الثالثة : سيناريوهات التصعيد وموعده، مقال منشور على موقع

<http://iaanews.com/News/Print/?id=62888>

137- البخاري، محمد(2009). رؤية مستقبلية للصحافة العربية والدولية.
http://bukharimailru.blogspot.com/2009/08/blog-post_25.html

138- تقرير بعنوان (الحرب على غزة 2014م) مقال منشور بتاريخ 2014/7/8م، على موقع المعرفة

[http://www.marefa.org/index.php/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D8%A8_%D8%B9%D9%84%D9%89_%D8%BA%D8%B2%D8%A9_\(2014\)](http://www.marefa.org/index.php/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D8%A8_%D8%B9%D9%84%D9%89_%D8%BA%D8%B2%D8%A9_(2014))

139- تقرير بعنوان (تقدير موقف-الحرب العسكرية على قطاع غزة)، مقال منشور بتاريخ 2014/7/25م على موقع أمد للإعلام.

140- أبو شنب، حمزة (2013) تقنيات التواصل الاجتماعي.. الاستخدامات والمميزات، مقال منشورة بتاريخ 2013/8/31م على موقع الألوكة الثقافية

<http://goo.gl/CS20xN/2013/8/31>

141- تقرير بعنوان(إسرائيل تعلن "الحرب الثامنة" خشية الملاحقة الدولية) تقرري منشور بتاريخ 2015/1/5م على موقع فلسطين أون لاين <http://felesteen.ps/details/news>

142- حميدة، طارق(2014). الحرب النفسية في معركة العصف المأكول(2)، مقال منشور بتاريخ 2014/9/9م على موقع المركز الفلسطيني للإعلام
<https://www.palinfo.com/site/pic/newsdetails.aspx?itemid=162>

143- سالم، أمل(2015) في ذكرى الحرب الثالثة على غزة. مقال منشور بتاريخ 2015/6/21م على موقع دنيا الوطن
<http://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/369937.html>

- 144-** صبحي، عبد العزيز(2014). الجرف الصامد" بركة توراثية في عقل نتيا هو مقال منشور بتاريخ 2014/8/3م على موقع دوت مصر <http://old.dotmsr.com/ar/1002/1/44540>
- 145-** عباس، خضر (2013) تطبيقات أبعاد الحرب النفسية الصهيونية، والتصدي لها حرب غزة، دراسة منشورة بتاريخ 2013/10/12 على موقع مدونة د. خضر عباس <https://drabbass.wordpress.com>
- 146-** مركز الدراسات الإستراتيجية(2016). القانون الدولي وحرية الإعلام الإلكتروني، أبو ظبي.
- 147-** عباس، خضر (2013) تطبيقات أبعاد الحرب النفسية الصهيونية، والتصدي لها حرب غزة، دراسة منشورة بتاريخ 2013/10/12 على موقع مدونة د. خضر عباس <https://drabbass.wordpress.com>
- 148-** عكاشة، سعيد(2014) النتائج المترتبة على الحرب على غزة 2014م. مقال منشور بتاريخ 2014/9/22م على موقع المركز العربي للدراسات والابحاث <http://www.acrseg.org/11245>
- 149-** عيد، علاء الدين (2014). إعلام المقاومة يجرّد الدعاية الإسرائيلية في حرب العصف المأكول على غزة. <http://www.alwatanvoice.com/arabic/content/print/583084.html>
- 150-** المركز الفلسطيني للإعلام(2014). جراء الحرب على غزة.. خسائر إسرائيل الاقتصادية في أرقام، تقرير منشور بتاريخ 2014/8/30م على موقع المركز الفلسطيني للإعلام <https://www.palinfo.com/news/2014/8/30/>
- 151-** مقداد، محمد (2014): المشهد العام لقطاع غزة بعد العدوان الإسرائيلي، تقرير منشور، معهد دراسات التنمية. <http://www.amad.ps/ar/?Action=Details&ID=34632>
- 152-** موقع إيلاف(2014). محمود عباس يعلن التوصل إلى وقف دائم لإطلاق النار في غزة، خبر منشور بتاريخ 2014/8/27م على موقع إيلاف <http://elaph.com/web/news/2014/8/935225.html>
- 153-** الهندي، عليان(2014). قراءة في العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة-أسباب ومعطيات ونتائج. مقال منشور بتاريخ 2014/11/13م على موقع الحوار المتمدن <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=441321>

- 154-** الهيئة العربية الدولية لإعمار غزة إحصائيات، (2014): إحصائيات الدمار : حرب غزة 2014م تقرير منشور على الموقع الهيئة : www.goo.gl/f4fqhl
- 155-** وكالة الرأي الفلسطينية (2014). سرايا القدس تطلق عملية "البنيان المرصوص" خبر منشور بتاريخ 2014/7/8م على موقع وكالة الرأي الفلسطينية <http://alray.ps/ar/index.php?act=post&id=124099>
- 156-** وكالة وفا (2014): الانتهاكات التي تعرض لها الصحفيون خلال الحرب على غزة 2014م. تقرير منشور على موقع وكالة وفا للأخبار 2014/8/28م.

المراجع والدراسات الأجنبية:

- 157-** Jhon, Vivian .(1993) "The media of mass communication", Allyan and Bocon a division of simpon & Schustor.
- 158-** Katz, Blumler & Gureviteh. (1974). Utilization of Mass Communication. In the Uses of Mass Communication: Current Prespectives on Grantification Research. Blumler & Katz. (editors), sage publications, Beverly Hills, London.
- 159-** Mcphail, Thomas(2006)Global Communication.
- 160-** Shaheen, Jack, (2001) Reel Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People, Interlink Publishing, USA.
- 161-** Owyang, J. (2008) Social network stats: Facebook, Myspace, Reunion. Retrieved December 6, 2011, from <http://www.webstrategist>.
- 162-** Papacharissi,Z and Mendelson,A,L. (2007) An Exploratory
- 163-** Richard C. vinest and asi B, Michael D, (1997). Couledge student news Gratifications, media use and Curent Event knowledges, In: Journal of Broadcasting and media, vol.41, no.3.
- 164-** Serenca. Stanford & Riccomini, Besty, (1984). "Linking TV Program Orientations and Gratification". Communication Abstract. Vol. 4, No. 1.
- 165-** Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications ofReality TV Shows. Journal of Broadcasting & Electronic Media,51,(2), 355-3

ملحق رقم (1)

❖ أهم الصحف والمجلات الدولية:

- ❖ بريطانيا: الصحف: (التايمز - الغاردين - التلغراف - ديلي مرر - ذي صن). أما المجلات: (الإيكومنست - انتر ناشيونال جورنال جيوغرافيت).
- ❖ أمريكا: الصحف: (نيويورك تايمز - يواس تودي - واشنطن بوست - بوسطن جلوبل - تشيكاغو تريبيون) أما المجلات: (التايم - نيوز ويك - ريدز داجست - لايف - فوريس).
- ❖ ألمانيا: الصحف: (بيليد). أما المجلات: (شتيرن - دير شبيغيل).
- ❖ إيطاليا: الصحف: (لاستامبا - كوريري ديلاسيري).
- ❖ إسبانيا: الصحف: (الموندو - ديبور تيفو).

❖ أهم الكتاب الصحفيين في العالم:

- عالمياً: باتريك سيل - توماس فريدمان.
- عربياً: فهمي هويدي - ياسر الزعاطرة - عبد الباري عطوان - عبد الرحمن الراشد - طارق الحميد - طلال سليمان - عزمي بشارة.

❖ أهم الفضائيات الدولية:

هذه الشبكات تمتلك كماً من القنوات بعدة لغات وعلى أقمار متعددة منها يبث باللغة العربية:

- أ. (ABC) شبكة إذاعية وتلفزيونية.
- ب. (NBC) شبكة إذاعية وتلفزيونية.
- ت. (CBC) شبكة إذاعية وتلفزيونية.
- ث. (FOX) شبكة إذاعية وتلفزيونية.
- ج. (CNN) شبكة إذاعية وتلفزيونية.
- ح. (BBC) شبكة إذاعية وتلفزيونية.

خ. (24) فرنسا الدولية عربي.

د. (RT) روسيا اليوم عربي.

ذ. (TR) التركية.

ر. الصينية. والكوري.

❖ أشهر المذيعين الدوليين السياسيين:

عالمياً:

لاري كينج _ كيث أولبرمان _ اوبرا وينفري _ دودو توباز _ ستيفان راب كونراد _ كايتي كوريك _ دان راتر _ لارا لوغان _ بيتر جينينغز _ والتر كونكايت _ Thomas
Jeremy Dickson _ Jonathan Dimbleby _ Thomas Hugues _ Gottschalk
_ Jon Stewart _ JOHN SIMPSON _ Jeremy Clarkson _ Paxman
Laurie Dhue _ Geraldo Rivera

أما عربياً:

أحمد منصور _ فيصل القاس _ عمرو خالد _ أحمد الشقيري _ تركي الدخيل _ وضاح خنفر _ عمرو الليثي _ عمرو اديب _ سمير فرح _ حسن معوض _ راجي عمر _ جيزيل خوري _ منى الشاذلي _ لينا مشريش.

❖ أهم شركات الإنتاج السينمائي العالمي:

هوليوود _ شركة بارامونت _ شركة يونفرسال _ شركة فوكس للقرن العشرين _ الإخوة وارنر _ كولومبيا _ والت ديزني _ شركة mgm/ua .

ملحق رقم (2)



بسم الله الرحمن الرحيم

السيد الدكتور/ حفظكم الله ورعاكم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع / تحكيم استبانة

أهديكم أطيب التحيات والأمنيات، وبالإشارة للموضوع أعلاه نرجو من حضرتكم تحكيم الاستبانة بعنوان:

استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)

وذلك لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الدبلوماسية والعلاقات الدولية، حيث تهدف هذه الدراسة إلى معرفة استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على غزة (2014م)، والإشباع المتحققة، ويسرني أن أتقدم بعظيم الشكر والامتنان على تعاونكم في تحكيم الاستبانة وأقدر وجهة نظركم.

الباحث

الوحدة الأولى: بيانات عامة

- 1- النوع الاجتماعي: ☐ ذكر. ☐ أنثى.
- 2- العمر: ☐ 20- أقل من 30 سنة. ☐ 30- أقل من 40 سنة. ☐ 40- أقل من 50 سنة. ☐ 50 سنة فأكثر.
- 3- المستوى التعليمي: ☐ ثانوية عامة فأقل. ☐ دبلوم متوسط. ☐ بكالوريوس. ☐ دراسات عليا.
- 4- مكان السكن: ☐ محافظة شمال غزة. ☐ محافظة غزة. ☐ محافظة الوسطى. ☐ محافظة خان يونس. ☐ محافظة رفح.

الوحدة الثانية: استخدامات وسائل الإعلام الدولية

- 1- هل تستخدم وسائل الإعلام الدولية (الفضائيات، الإذاعات، المواقع الإلكترونية، شبكات التواصل الاجتماعي، النسخة الإلكترونية من الصحف والمجلات الدولية) ؟ ☐ نعم. ☐ أحياناً. ☐ لا.
- إذا كان الإجابة " لا " أجب عن السؤال رقم (2) فقط وسلم الاستبيان، أما إذا كانت إجابتك " نعم " تخطّ السؤال (2) وتابع.
- 2- ما أسباب عدم استخدامك لوسائل الإعلام الدولية (الفضائيات، الإذاعات، المواقع الإلكترونية، شبكات التواصل الاجتماعي، النسخة الإلكترونية من الصحف والمجلات الدولية) ؟ ☐ عدم الثقة فيما تقدمه من معلومات. ☐ ليس لدي الوقت لمتابعها. ☐ أعتمد على وسائل الإعلام المحلي لاستقصاء معلوماتي. ☐ لا تشبع احتياجاتي من المعلومات. ☐ لا أتابع وسائل الإعلام الدولية. ☐ أخرى اذكر:
- 3- منذ متى وأنت تتابع وسائل الإعلام الدولية؟ ☐ قبل فترة العدوان على قطاع غزة. ☐ أثناء الأزمات بشكل العام. ☐ فترة العدوان على قطاع غزة. ☐ كل ما سبق.
- 4- ما الوسائل الإعلامية الدولية التي تعرضت لها أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)؟ (رتب معطياً للأفضل 1 والأقل 2 فالأقل 3 فالأقل 4 فالأقل 5)

الوسيلة	نسبة التفضيل (1 إلى 5)
الصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية).	
الإذاعات الدولية.	
الفضائيات الدولية.	
المواقع الإلكترونية.	
شبكات التواصل الاجتماعي.	
أخرى اذكرها	

5- ما المدة التي تقضيها يومياً عند استخدامك للوسائل الإعلامية الدولية التالية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)؟

عدد الساعات				الوسيلة
أقل من ساعة	من ساعة إلى أقل من ساعتين	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	ثلاث ساعات فأكثر	
				الإذاعات الدولية
				الفضائيات الدولية
				الصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية)
				المواقع الإلكترونية
				شبكات التواصل الاجتماعي

6- ما الفترات المفضلة لمتابعة وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)؟

- ☐ في الصباح. ☐ في وقت الظهيرة. ☐ في المساء. ☐ الفترة المتأخرة من الليل. ☐ لا يوجد وقت محدد.

7- ما الوسائل الإعلامية الدولية المفضلة التي تعرضت لها أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ صحف ومجلات دولية (النسخة الإلكترونية). ☐ إذاعات إسرائيلية. ☐ فضائيات أجنبية ناطقة بالعربية. ☐ فضائيات دولية أجنبية ناطقة بلغات أخرى. ☐ شبكات التواصل الاجتماعي. ☐ مواقع إلكترونية. ☐ أخرى أذكرها.....

8- ما مدى استخدامك لوسائل الإعلام الدولية التالية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م):

نسبة استخدام الوسائل	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً
الصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية).					
إذاعات إسرائيلية.					
إذاعات دولية.					
فضائيات أجنبية ناطقة بالعربية.					
فضائيات دولية أجنبية ناطقة بلغات أخرى.					
المواقع الإلكترونية.					
شبكات التواصل الاجتماعي					
أخرى أذكرها.....					

9- من وجهة نظرك ما أفضل وسيلة إعلامية دولية قامت بتغطية العدوان على قطاع غزة (2014م)؟ (رتب معطياً للأفضل 1 والأقل 2 فالأقل 3 فالأقل 4 فالأقل 5 فالأقل 6 فالأقل 7)

الوسيلة	نسبة التفضيل (1 إلى 7)
الصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية).	
إذاعات إسرائيلية.	
إذاعات دولية.	
فضائيات أجنبية ناطقة بالعربية.	
فضائيات دولية أجنبية ناطقة بلغات أخرى.	
المواقع الإلكترونية.	
شبكات التواصل الاجتماعي.	
أخرى أذكرها.....	

10- أذكر أهم الموضوعات التي تتابعه في وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة 2014؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- | | |
|--|---|
| ☐ التحركات الدولية بشأن المصالحة. | ☐ مواقف الأمم المتحدة والمنظمات الدولية. |
| ☐ موقف الدول الفاعلة في الحرب. | ☐ التحركات الدبلوماسية الغربية. |
| ☐ البيانات العسكرية الصادرة عن المقاومة. | ☐ القصف الإسرائيلي للمواقع الفلسطينية. |
| ☐ الرد على الشائعات الصهيونية الصادرة. | ☐ الرواية الإسرائيلية للأحداث. |
| ☐ المفاوضات بين الطرفين أثناء فترة العدوان 2014 م . | ☐ الموقف الدولي من العدوان على غزة. |
| ☐ الموقف العربي من العدوان على غزة. | ☐ الموقف الإسلامي والدول الصديقة. |
| ☐ أخرى أذكرها..... | |

الوحدة الثالث: دوافع استخدام وسائل الإعلام الدولية

11- دوافع تعرضك لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م):

م	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	لجراعتها في تناولها للقضايا المختلفة.					
2	لمعايشة آلام وهموم الناس.					
3	لسرعتها في نقل الأخبار والمعلومات.					
4	لتمكنني من استخدامها بكل سهولة.					
5	لمساهمتها في رفع الروح المعنوية لدي.					
6	لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث الجارية.					

م	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
7	تشعني بالاطمئنان والراحة.					
8	أثق في المعلومات التي تقدمها حول العدوان.					
9	تشعني أنني موصول مع الحدث المتعلق بالعدوان.					
10	تعدد مصادرها وتنوعها.					
11	قدرتها للوصول للمعلومات بشكل سريع.					
12	مصادقيتها وموضوعيتها.					
13	تحليل وتفسير الأخبار.					
14	القدرة على استضافة شخصيات فاعلة في المحافل الدولية.					
15	عززت من صمودي طيلة فترة العدوان.					
16	لتركزها على الرواية الإسرائيلية.					
17	لتركزها على القضايا ذات البعد الإنساني.					
18	للاطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات العالمية.					
19	للتعرف على حجم تغطيتها للعدوان على غزة التي كانت متفاوتة ولم تكن كلها واحدة.					

12- ما درجة استفادتك من التعرض لوسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م):

☐ عالية جداً. ☐ عالية. ☐ متوسطة. ☐ منخفضة. ☐ منخفضة جداً.

13- ما درجة تلبية الوسائل الإعلام الدولي لاحتياجاتك أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م):

☐ عالية جداً. ☐ عالية. ☐ متوسطة. ☐ منخفضة. ☐ منخفضة جداً.

الوحدة الرابعة: الإشباع المتحققة من استخدام وسائل الإعلام الدولية

14- الإشباع المتحققة من استخدامك لوسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م):

م	العبارة	عالية	متوسطة	منخفضة	لم تتحقق
1	زادت معرفتي من خلال المتابعة لوسائل الإعلام الدولية بالمجتمعات الدولية المتضامنة مع الشعب الفلسطيني.				
2	تعرفت من خلال متابعة وسائل الإعلام الدولي على وجهات النظر السياسية المختلفة.				
3	شعرت من خلال متابعتي لوسائل الإعلام العربية بمدى مساهمتها في تعزيز الصمود.				
4	أعتقد أن الإعلام الدولي انحاز للدول التي يصدر من خلالها.				
5	لم أشعر بوجود تأثير للإعلام الإسرائيلي لدى الشعب الفلسطينية.				
6	اعتقد أن فئات كثيرة من الشعب الفلسطينية تأثرت بالإعلام الدولي.				

م	العبارة	عالية	متوسطة	منخفضة	لم تتحقق
7	اهتم بمتابعة القضايا الدولية عبر وسائل الإعلام الدولية أكثر من وسائل الإعلام المحلي.				
8	أعتقد أن الإعلام العربي لم ينجح في التأثير على نقل الصورة الحقيقية في الإعلام الدولي.				
9	أعتقد أن الإعلام العربي تميز عن الإعلام الدولي في تغطيته للإحداث العدوان على غزة.				
10	أعتقد أن الجوانب التي لا يغطيها الإعلام المحلي ستجدها حتماً في الإعلام الدولي.				
11	يغطي الإعلام الدولي الحرب على غزة بما يتوافق مع سياساته الدولية.				
12	اعتقد أن الإعلام الغربي كن منحازاً لإسرائيل في تغطيته للعدوان على غزة.				
13	أعتقد أن الفضائيات الدولية غطت أحداث الحرب على غزة بمهنية عالية.				
14	أعتقد أن وكالات الأنباء العالمية لم تكن منحازة لأي طرف في تغطيتها لأحدث الحرب على غزة.				
15	ساهمت وسائل الإعلام الدولي في التأثير على الرأي العام الدولي بعدالة القضية الفلسطينية وما يعانيه من حصار وعدوان.				
16	أعتقد أن الإعلام المحلي نجح في إيصال رسالته إلى الرأي العام الدولي.				
17	تعودت على متابعة المواقع الإلكترونية أثناء العدوان.				
18	ساهمت متابعتي لوسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان في راحتي النفسية.				
19	متابعتي الراديو تعد وسيلة مهمة أثناء العدوان.				
20	أعتقد أن الإعلام المحلي لعب دوراً إيجابياً في حماية الجبهة الداخلية أكثر من الإعلام الدولي.				
21	أعتقد أن الفضائيات العربية نجحت في إيصال الأخبار لي وبسرعة.				
22	أرى أن المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الدولية لم تكن كافية وقت الحرب.				
23	أعتقد أن الإعلام الدولي نجح في تحريك الشارع الغربي، مما زاد من تضامنه مع الشعب الفلسطيني.				
24	زادت متابعة وسائل الإعلام الدولي فترة العدوان في شعوري بالأمان.				
25	أبدت وسائل الإعلام الدولي تعاطفاً مع القضية الفلسطينية.				
26	تشعرتني متابعة وسائل الإعلام الدولي بالخوف خلال فترة العدوان.				
27	تركز الفضائيات الأجنبية على الشعور الدائم بالخوف والترقب.				
28	أقدر وسائل الإعلام الدولية التي تمتنع عن نشر صور مؤلمة وحزينة للشهداء.				

الوحدة الخامسة: إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الدولية

15- ما أبرز إيجابيات وسائل الإعلام الدولية من وجهة نظرك (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- ☐ سهولة الحصول على المعلومات.
- ☐ معرفة الأخبار الجارية أولاً بأول.
- ☐ السرعة في نقل الأخبار والمعلومات.
- ☐ الجروء في تناولها للقضايا المختلفة.
- ☐ تشعري بالاطمئنان والراحة.
- ☐ الاطلاع على المواقف والآراء السياسية.
- ☐ أثق في المعلومات التي تقدمها.
- ☐ لا توجد إيجابيات.
- ☐ أخرى أذكرها:

16- ما أبرز سلبيات وسائل الإعلام الدولية من وجهة نظرك (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- ☐ توشي وكأنها ساوت بين المعتدي والضحية في تغطيتها للأحداث.
- ☐ تركز في تغطيتها للعدوان على الرواية الإسرائيلية.
- ☐ نشر معلومات غير مؤكدة.
- ☐ تعرض صور وفيديوهات مؤلمة تؤثر على الرأي العام العالمي.
- ☐ التحيز في تغطيتها.
- ☐ عدم الموضوعية في معالجة الأحداث.
- ☐ تتعامل وسائل الإعلام الدولي مع الضحايا كأرقام وليس على أساس إنساني.
- ☐ لا توجد سلبيات.
- ☐ أخرى أذكرها:

الوحدة السادسة: تقييم ومقترحات

17- ما درجة ثقتك بمعلومات وسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م):

- ☐ عالية جداً. ☐ عالية. ☐ متوسطة. ☐ منخفضة. ☐ منخفضة جداً.

18- كيف تقيم فائدة المعلومات التي تحصل عليها من وسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان على قطاع غزة 2014م:

- ☐ عالية جداً. ☐ عالية. ☐ متوسطة. ☐ منخفضة. ☐ منخفضة جداً.

19- هل أثر استخدامك لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) على متابعتك

واستخدامك للوسائل الإعلامية المحلية:

- ☐ إلى حد كبير. ☐ إلى حد ما. ☐ لا لم تقل متابعتي.

20- هل أثرت تغطية وسائل الإعلام الدولية في قناعاتك واتجاهاتك نحو العدوان على قطاع غزة (2014م):

☐ عالية جداً. ☐ عالية. ☐ متوسطة. ☐ منخفضة. ☐ منخفضة جداً.

21- وسائل الاتصال التي تحصل منها على أخبار والمعلومات عن العدوان على غزة (2014م) (رتب معطياً

لأفضل 1 والأقل 2 فالأقل 3 فالأقل 4 فالأقل 5)

الوسيلة	نسبة التفضيل (1 إلى 5)
الصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية).	
إذاعات إسرائيلية.	
إذاعات دولية.	
فضائيات أجنبية ناطقة بالعربية.	
فضائيات دولية أجنبية ناطقة بلغات أخرى.	
المواقع الإلكترونية.	
شبكات التواصل الاجتماعي.	
أخرى أذكرها.....	

22- ما المقترحات من وجهة نظرك للاستفادة من وسائل الإعلام الدولية لخدمة القضية الفلسطينية؟

☐ تدريب وتأهيل ناطقين أعلاميين فلسطينيين لوسائل الإعلام الدولية.

☐ توفير معلومات دقيقة وسريعة لوسائل الإعلام الدولية من قبل جهة مختصة (مركز صحفي دولي، مركز

معلومات، وكالة متخصصة).

☐ تطوير علاقة المجتمع الفلسطيني بوسائل الإعلام الدولية، والاهتمام بمردودها.

☐ مقترحات أخرى أذكرها:

.....

.....

.....

ملحق رقم (3)



بسم الله الرحمن الرحيم

الأخ/ت/الكريم/ة حفظكم الله ورعاكم
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع / تعبئة استبانة

أهديكم أطيب التحيات والأمنيات، وبالإشارة للموضوع أعلاه نرجو من حضرتكم تعبئة الاستبانة
بعنوان:

استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على محافظات غزة (2014م)

وذلك لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الدبلوماسية والعلاقات الدولية، حيث
تهدف هذه الدراسة إلى معرفة استخدامات النخبة الفلسطينية لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على
غزة (2014م)، والإشباع المتحققة، أرجو منكم الإجابة على كافة أسئلة هذه الاستبانة بصدق وأمانة،
بوضع إشارة (x) أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم، آملاً في الوصول إلى نتائج دقيقة تعكس
الواقع، علماً بأن نتائج هذه الدراسة ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

ولكم جزيل الشكر والاحترام على حسن تعاونكم

الباحث

الوحدة الأولى: بيانات عامة

1- النوع الاجتماعي:

☐ أنثى.

☐ ذكر.

2- العمر:

☐ 20- أقل من 30 سنة. ☐ 30- أقل من 40 سنة. ☐ 40- أقل من 50 سنة. ☐ 50 سنة فأكثر.

3- المستوى التعليمي:

☐ دراسات عليا.

☐ بكالوريوس.

☐ دبلوم متوسط.

☐ ثانوية عامة فأقل.

4- طبيعة العمل:

☐ إعلامي أو صحفي.

☐ أكاديمي (محاضر جامعي).

☐ متفرغ سياسي.

☐ أخرى

☐ أعمال حرة.

☐ مدرس.

5- مكان السكن:

☐ رفح.

☐ خان يونس.

☐ الوسطى.

☐ غزة.

☐ شمال غزة.

الوحدة الثانية: استخدامات وسائل الإعلام الدولية

1- هل تستخدم وسائل الإعلام الدولية (الفضائيات، الإذاعات، المواقع الإلكترونية، شبكات التواصل الاجتماعي، النسخة الإلكترونية من الصحف والمجلات الدولية) ؟

☐ لا.

☐ أحياناً.

☐ نعم.

إذا كان الإجابة " لا " أجب عن السؤال رقم (2) فقط وسلم الاستبيان، أما إذا كانت إجابتك " نعم " تخطى السؤال (2) وتابع.

2- ما أسباب عدم استخدامك لوسائل الإعلام الدولية (الفضائيات، الإذاعات، المواقع الإلكترونية، شبكات التواصل الاجتماعي، النسخة الإلكترونية من الصحف والمجلات الدولية) ؟

☐ ليس لدي الوقت لمتابعتها.

☐ عدم الثقة فيما تقدمه من معلومات.

☐ لا تشبع احتياجاتي من المعلومات.

☐ اعتمد على وسائل الإعلام المحلي لاستقصاء معلوماتي.

☐ أخرى أذكر:

☐ لا أتابع وسائل الإعلام الدولية.

3- منذ متى وأنت تتابع وسائل الإعلام الدولية؟

☐ فترة العدوان على قطاع غزة.

☐ قبل فترة العدوان على قطاع غزة.

☐ كل ما سبق.

☐ أثناء الأزمات بشكل العام.

4- ما الوسائل الإعلامية الدولية التي تعرضت لها أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)

نسبة استخدام الوسائل	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة
الصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية).				
الإذاعات الدولية.				
الفضائيات الدولية.				
المواقع الإلكترونية.				
شبكات التواصل الاجتماعي.				

5- ما المدة التي تقضيها يومياً عند استخدامك للوسائل الإعلامية الدولية التالية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)؟

الوسيلة	عدد الساعات			
	أقل من ساعة	من ساعة إلى أقل من ساعتين	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	ثلاث ساعات فأكثر
الصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية)				
الإذاعات الدولية				
الفضائيات الدولية				
المواقع الإلكترونية				
شبكات التواصل الاجتماعي				

6- ما الفترات المفضلة لمتابعة وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م)؟

- ☐ في الصباح. ☐ في وقت الظهيرة ☐ في المساء.
- ☐ الفترة المتأخرة من الليل. ☐ لا يوجد وقت محدد.

7- أذكر أهم الموضوعات التي تتابعها في وسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014)؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ التحركات الدولي من العدوان على غزة. ☐ مواقف الأمم المتحدة والمنظمات الدولية.
- ☐ موقف الدول الفاعلة في الحرب. ☐ التحركات الدبلوماسية الغربية.
- ☐ البيانات العسكرية الصادرة عن المقاومة. ☐ القصف الإسرائيلي للمواقع الفلسطينية.
- ☐ الرد على الشائعات الصهيونية الصادرة. ☐ الرواية الإسرائيلية للأحداث.
- ☐ المفاوضات بين الطرفين أثناء فترة العدوان 2014 م. ☐ الموقف الإسلامي والدول الصديقة.
- ☐ الموقف العربي من العدوان على غزة. ☐ أخرى أذكرها:

8- أعط درجة من خمس للوسيلة التي ترى أنها التزمت بالصفات التالية أثناء العدوان على غزة (2014)؟

الصفة	الوسيلة				
	الصحف والمجلات الدولية (النسخة الإلكترونية).	الإذاعات الدولية	الفضائيات الدولية	المواقع الإلكترونية	شبكات التواصل الاجتماعي
التفسير					
الإقناع					
التكرار					
الجدية					
التحيز					
الواقعية					
البساطة					
التجاهل					

الوحدة الثالثة: دوافع استخدام وسائل الإعلام الدولية

9- ما دوافع تعرضك لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة 2014م؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ لجراءتها في تناولها للقضايا المختلفة.
- ☐ لسرعتها في نقل الأخبار والمعلومات.
- ☐ القدرة على استضافة شخصيات فاعلة في المحافل الدولية.
- ☐ تعدد مصادرها وتنوعها.
- ☐ لتركيزها على القضايا ذات البعد الإنساني.
- ☐ لفهم الرواية الإسرائيلية.
- ☐ أثق في المعلومات التي تقدمها حول العدوان.
- ☐ لتعودي على استخدامها.
- ☐ لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث الجارية.

الوحدة الرابعة: الإشباع المتحققة من استخدام وسائل الإعلام الدولية

10- الإشباع المتحققة من استخدامك لوسائل الإعلام الدولية أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م):

م	العبارة	عالية	متوسطة	منخفضة	لم تتحقق
1	تعرفت على المجتمعات الدولية المتضامنة مع الشعب الفلسطيني.				
2	وفرت لي معلومات لبناء وجهة نظري وموقفي حول أزمة العدوان على غزة 2014م.				
3	شعرت من خلال متابعتي لوسائل الإعلام الدولي بمدى مساهمتها في تعزيز الصمود.				
4	ازدادت اهتماماتي بمتابعة القضايا الدولية عبر وسائل الإعلام الدولية.				
5	شعرت من خلال المتابعة أن الإعلام المحلي نجح في التأثير على الرأي العام الدولي في نقل الصورة الحقيقية عن العدوان على غزة.				

م	العبارة	عالية	متوسطة	منخفضة	لم تتحقق
6	شعرت أن الإعلام الدولي نجح في تحريك الشارع الغربي، مما زاد من تضامنه مع الشعب الفلسطيني.				
7	شعرت من خلال المتابعة أن الإعلام الدولي غطى العدوان على غزة بما يتوافق مع سياساته الدولية.				
8	شعرت أن الإعلام الغربي كان منحازاً لإسرائيل في تغطيته للعدوان على غزة.				
9	أبدت وسائل الإعلام الدولي تعاطفاً مع القضية الفلسطينية.				
10	ساهمت وسائل الإعلام الدولي في التأثير على الرأي العام الدولي بعدالة القضية الفلسطينية وما يعانيه من حصار وعدوان.				
11	شعرت من خلال المتابعة أن وكالات الأنباء العالمية لم تكن منحازة لأي طرف في تغطيتها لأحداث الحرب على غزة.				
12	شعرت أن الإعلام المحلي لعب دوراً إيجابياً في حماية الجبهة الداخلية أكثر من الإعلام الدولي.				
13	تشعرتني متابعة وسائل الإعلام الدولي بالخوف خلال فترة العدوان.				
14	جعلتني أشعر أن فئات كثيرة من الشعب الفلسطيني تأثرت بالإعلام الدولي.				
15	ساهمت متابعتي لوسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان في راحتي النفسية.				
16	عززت من شعوري بالأمان من خلال متابعتي الأحداث خلال فترة العدوان على غزة.				

الوحدة الخامسة: إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الدولية

11- ما أبرز إيجابيات وسائل الإعلام الدولية من وجهة نظرك (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- ☐ سهولة الحصول على المعلومات.
 ☐ تشعرتني بالاطمئنان والراحة.
- ☐ معرفة الأخبار الجارية أولاً بأول.
 ☐ إطلاع على المواقف والآراء السياسية.
- ☐ السرعة في نقل الأخبار والمعلومات.
 ☐ أثق في المعلومات التي تقدمها.
- ☐ الجروء في تناولها للقضايا المختلفة.
 ☐ لا توجد إيجابيات.
- ☐ أخرى أذكرها:

12- ما أبرز سلبيات وسائل الإعلام الدولية من وجهة نظرك (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- ☐ توحى وكأنها ساوت بين المعتدي والضحية في تغطيتها للأحداث.
 ☐ نشر معلومات غير مؤكدة.
- ☐ تركز في تغطيتها للعدوان على الرواية الإسرائيلية.
 ☐ التحيز في تغطيتها.
- ☐ تعرض صور وفيديوهات مؤلمة تؤثر على الرأي العام العالمي.
 ☐ عدم الموضوعية في معالجة الأحداث.
- ☐ تتعامل وسائل الإعلام الدولي مع الضحايا كأرقام وليس على أساس إنساني.
 ☐ لا توجد سلبيات.
- ☐ أخرى أذكرها:

الوحدة السادسة: تقييم ومقترحات

13- ما درجة ثقتك بمعلومات وسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م):

☐ عالية جداً. ☐ عالية. ☐ متوسطة. ☐ منخفضة. ☐ منخفضة جداً.

14- كيف تقيم فائدة المعلومات التي تحصل عليها من وسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م):

☐ عالية جداً. ☐ عالية. ☐ متوسطة. ☐ منخفضة. ☐ منخفضة جداً.

15- هل أثر استخدامك لوسائل الإعلام الدولي أثناء العدوان على قطاع غزة (2014م) على متابعتك واستخدامك للوسائل الإعلامية المحلية:

☐ إلى حد كبير. ☐ إلى حد ما. ☐ لا لم تقل متابعتي.

16- هل أثرت تغطية وسائل الإعلام الدولية في قناعاتك واتجاهاتك نحو العدوان على قطاع غزة (2014م):

☐ عالية جداً. ☐ عالية. ☐ متوسطة. ☐ منخفضة. ☐ منخفضة جداً.

17- ما المقترحات من وجهة نظرك للاستفادة من وسائل الإعلام الدولية لخدمة القضية الفلسطينية؟

☐ تدريب وتأهيل ناطقين إعلاميين فلسطينيين لوسائل الإعلام الدولية.

☐ توفير معلومات دقيقة وسريعة لوسائل الإعلام الدولية من قبل جهة مختصة (مركز صحفي دولي، مركز معلومات، وكالة متخصصة).

☐ تطوير علاقة المجتمع الفلسطيني بوسائل الإعلام الدولية، والاهتمام بمردودها.

☐ تفعيل دور السفارات والملحقيات في مجال العمل الإعلامي.

☐ شراء حيز إعلامي كصوت يعبر عن معاناة الشعب الفلسطيني.

☐ مقترحات أخرى أذكرها:

.....
.....

ملحق رقم (4)

قائمة بأسماء المحكمين للاستبانة

م	الاسم	الدرجة العلمية	مكان العمل
1	د. زهير عابد	أستاذ الإعلام مشارك	عميد كلية الإعلام جامعة الأقصى
2	د. طلعت عيسى	أستاذ الصحافة والإعلام مشارك	رئيس قسم الصحافة الجامعة الإسلامية
3	د. موسى طالب	أستاذ الإعلام مشارك	جامعة الأزهر
4	د. أحمد أبو السعيد	أستاذ الإعلام مشارك	جامعة الأقصى
5	د. حسين أبو جزر	أستاذ مشارك في اللغة العربية	جامعة الأقصى
6	د. أحمد حماد	أستاذ الإعلام مساعد	جامعة الأقصى
7	د. أيمن أبو نقيرة	أستاذ الإعلام مساعد	الجامعة الإسلامية
8	د. حسن أبو حشيش	أستاذ الإعلام مساعد	الجامعة الإسلامية
9	د. أمين منصور وافي	أستاذ الإعلام المساعد	الجامعة الإسلامية
10	د. حسين سعد	أستاذ الإعلام المساعد	جامعة فلسطين
11	أ. محمد بريخ	محاضر في الجامعة الإسلامية	مدرس الإحصاء التطبيقي الجامعة الإسلامية