


The Islamic university – gaza		الجامعة الإسلامية . غزة
Deanery of graduate studies		الدراسات العليا
Faculty of commerce		كلية التجارة
Department of Business administration		قسم إدارة الأعمال

# إدارة الإعلام المقاوم زمن الحرب (فضائية الأقصى حالة عملية)

إعداد الطالب

محمد سعيد ثريا

إشراف الدكتور

رشدي عبد اللطيف سلمان وادي

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

نوفمبر - ٢٠١٠

الإهداء

### لمن ضحوا !

إلى الذين يغزلون من قطرات دمائهم النازفة خيوطاً  
ينسجون لها للحق راية ..  
إلى النازفين على طريق النحر الذين مدت أجسامهم  
جسوراً للوطن السليب  
وإلى المقاتلين من أجل الحرية القابعين خلف القضبان  
من سطرٍ و صمودهم آية ..

### لمن بذلوا !

إلى غالية لم تنصفها بعد كلمة من أرضعتني الحب في المهد  
أمي الغالية ..  
إلى شمس أيامي التي لا يعرف الغروب إليها سيلاً  
والذي الطيب ..  
وإلى من قاسمتني الأمل و هونت علي قسوة الظروف  
لزوجتي الحبيبة ..  
وإلى معلم الخير الذي أثار دربي وسكن قلبي  
أ. فنجي حماد أبو مصعب  
إليكم جميعاً يا من أعنتموني لإنجاز هذا الجهد  
فيض حبي وتقديري وعظيم شكري وامثاني

## شكر وتقدير

"قال ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحاً ترضاه"

د./رشدي وادي، به أبدأ وبعده الكلمات ولا شيء يفيه الذي ما ترك الباب يوماً موارباً في كل لحظة على مصراعيه وصدر اتسع ويدا امتدت و حملني كريبب عنده .. له الشكر بعد فضل الله .

والشكر موصول إلى أ. د./ ماجد الفرأ والدكتور/ محمد المدهون اللذان تشرفت بقبولهما مناقشتي للرسالة ألا فجزاهم الله عني خير الجزاء ...

وإلى رجل لا أنساه عايشني الهم والصعاب أترك جزاءه لله أخي حازم الشعرواي وإلى بقية باقية لازموني التوصية والمشورة والتوجيه أخص منهم بالذكر د. سمير صافي و ا. علي صنع الله.

وأخواني محمد الأشقر، ومحمد حسونة الذين لطالما تحملا مشقة التضيد وإعادة التنسيق.

وإلى جمع الله يعرفهم عايشوني الدعاء والهم يرتبون على كتفي وباركون خطاي.

إليهم جميعاً شكري وامتناني ..

## ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة للتعرف على مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى زمن الحرب والتي كانت ما بين ٢٧/١٢/٢٠٠٨ وحتى ١٨/١/٢٠٠٩ وتتكون هذه الدراسة من مجتمعين الأول هو جميع العاملين في فضائية الأقصى البالغ عددهم (٣١٠) وتتكون العينة من العاملين في الحرب من الإدارة العليا والوسطى البالغ عددهم (٥) ورؤساء الأقسام والشعب وعددهم (٣١) .

**أما المجتمع الثاني:** فهو جميع العاملين في الفضائيات والوكالات العربية والأجنبية الذين عملوا خلال فترة الحرب ، وتتكون العينة من الإعلاميين الذين عملوا فترة الحرب البالغ عددهم ٧٩ .  
وإستخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي حيث وصف الظاهرة محل الدراسة وحلل بياناتها والعلاقات بين مكوناتها.

وإستخدام الباحث (٣) أدوات لجمع البيانات وتمثلت في

أولاً: المقابلة مع الإدارة العليا والوسطى، وهدفت لمعرفة كيف سارت عملية التخطيط ورسم السياسات والأهداف واليات التنفيذ

وثانياً: استبانته للعاملين في الفضائية وهدفت لمعرفة مدى قدرة القائمين على الإعلام المقاوم من إدارة الإمكانيات البشرية والمادية لا

وثالثاً: استبانته للإعلاميين وهدفت لمعرفة وجهة نظر الإعلاميين في المادة المعروضة وأثرها على المشاهد الفلسطيني والعربي والدولي والصهيوني

### وخلصت الدراسة:

إلى أن قناة الأقصى الفضائية استطاعت تحقيق أهدافها التي خطط لها بنسبة كبيرة، وإن إدارة القناة نجحت في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية بطريقة جيدة مما أسهم في بقاء الصورة أمام المشاهد إلى حد كبير كذلك حققت الفضائية أهدافها المختلفة المتعلقة بتعزيز الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة وتعزيز النصر والتأييد في الداخل ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على دولة الاحتلال لوقف الحرب على غزة بنسبة جيدة.

### وأوصت الدراسة:

بتعزيز العلاقة بين الإدارة العليا والوسطى مع الموظفين وتفعيل البدائل في مناطق مختلفة موزعة على قطاع غزة وضرورة تفعيل الخطاب الموجه باللغة العبرية للتأثير بشكل أكبر على المجتمع الإسرائيلي وتفعيل اللغة الإنجليزية للتأثير بشكل أكبر على المجتمع الدولي.

## **Abstract**

The study objective is to examine the success of the media and resistance management at Alaqsa Satellite Channel during the Israeli Cast Lead War from 27<sup>th</sup> December 2009 to 18<sup>th</sup> of January 2009. The Study consists of two societies.

The first Society includes all the employees of Alaqsa Satellite Channel (310). The sample includes 5 employees from the middle and higher directorate level who were active during the war in addition to 31 employees from the heads of department and division.

The Second Society includes all the working employees at the Satellite Channels and Arabic and foreign Agencies who were active during the war. The sample consists of 79 Journalist who were working during the war.

The researcher followed the descriptive analytical approach to describe the study subject phenomenon analyzing its data and the relations between its components

The researcher used three tools for data collection represented in the following criteria:

Firstly, holding interviews with the middle and higher directorate which aim to recognize the way of planning and policy plotting process, objectives and executive mechanisms.

Secondly, using a survey circulated among the employees of Alaqsa Satellite Channel which aim to recognize the ability of the management of the media of resistance to manage the human and material resources.

Thirdly, using a survey circulated among the journalists which aim to recognize their point of view and thoughts about the Channel's

broadcast materials and its effects on the Palestinian, Arab, Foreign and Zionist viewers.

### **The Study concluded that:**

The Alaqsa Satellite Channel managed to achieve its major planned goals. The Channel management succeeded to manage its material and human resources in a good manner contributing widely in the steadiness of its image to the viewer. Also, the channel achieved its different goals in promoting immutable withstand of the Gaza Strip population in addition to drawing attention to promote victorious and support among the Palestinian Arabs living in the occupied Palestine within the 1948 borders, and among the Arab and Western public opinion to make pressure against the Occupying state to stop its war on Gaza.

### **Recommendation:**

The Study recommends to implement what ever necessary to promote the relation between the middle and higher directorate and the employees. The Study also recommends to activate any alternatives in the different areas of Gaza Strip. The Study also recommends to activate the Hebrew Language media section to increase the effect on the Israeli community as well as to activate the English Language media section to increase the effect over the International Community.

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع	م
ب	الإهداء	
ج	الشكر والتقدير	
د	ملخص الدراسة باللغة العربية	
هـ	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية	
ز	قائمة المحتويات	
ي	قائمة الجداول	
ل	قائمة الملاحق	
	<b>الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها</b>	<b>١</b>
٢	المقدمة	١.١
٤	مشكلة الدراسة	١.٢
٥	فرضيات الدراسة	١.٣
٦	أهداف الدراسة	١.٤
٧	أهمية الدراسة	١.٥
٧	حدود الدراسة	١.٦
٨	المصطلحات الفنية	١.٧
	<b>الفصل الثاني: الإطار النظري</b>	<b>٢</b>
	<b>المبحث الأول: مفهوم وأهمية الإدارة</b>	<b>٢.١</b>
١٢	مقدمة الإدارة	٢.١.١
١٢	مفهوم الإدارة	٢.١.٢
١٣	تعريف الإدارة لغة	٢.١.٣
١٣	تعريف الإدارة اصطلاحاً	٢.١.٤
١٥	أهمية الإدارة	٢.١.٥
١٦	خصائص الإدارة	٢.١.٦
١٧	وظائف الإدارة (التخطيط، التنظيم، التوجيه، الرقابة)	٢.١.٧

	<b>المبحث الثاني: مفهوم وأهمية الإعلام</b>	<b>٢.٢</b>
٣١	مفهوم الإعلام	٢.٢.١
٣٢	تعريف الإعلام لغة	٢.٢.٢
٣٣	تعريف الإعلام اصطلاحاً	٢.٢.٣
٣٣	أهمية الإعلام	٢.٢.٤
٣٤	أثر الإعلام	٢.٢.٥
٣٥	أهداف الإعلام	٢.٢.٦
٣٧	أنواع وسائل الإعلام	٢.٢.٧
٤١	وظائف الإعلام	٢.٢.٨
	<b>المبحث الثالث: الإعلام المقاوم</b>	<b>٢.٣</b>
٤٥	الإعلام المقاوم ( الشكل والأثر والأهمية)	٢.٣.١
٤٧	صفات الإعلام المقاوم	٢.٣.٢
٤٨	وظائف الإعلام المقاوم	٢.٣.٣
٤٩	صعوبات تواجه الإعلام المقاوم	٢.٣.٤
	<b>المبحث الرابع: إدارة الإعلام المقاوم (فضائية الأقصى)</b>	<b>٢.٤</b>
٥٦	الإعلام الفلسطيني المقاوم	٢.٤.١
٦١	فضائية الأقصى نشأة وتطور	٢.٤.٢
٧٠	التخطيط للإعلام المقاوم	٢.٤.٣
٧١	التنظيم للإعلام المقاوم	٢.٤.٤
٧٢	التوجيه للإعلام المقاوم	٢.٤.٥
٧٤	الرقابة للإعلام المقاوم	٢.٤.٦
٧٥	إدارة الخطاب الإعلامي	٢.٤.٧
٨٠	تجارب الإعلام المقاوم (الجزائر، العراق، لبنان)	٢.٤.٨
	<b>الفصل الثالث: الدراسات السابقة وأدبيات البحث</b>	<b>٣</b>
٩١	مقدمة	٣.١
٩١	الدراسات المحلية	٣.٢
٩٣	الدراسات العربية	٣.٣
١٠٧	الدراسات الأجنبية	٣.٤
١١١	التعليق على الدراسات السابقة	٣.٥



١١٢	ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة	٣.٦
	<b>الفصل الرابع : منهجية البحث</b>	٤
١١٤	المقدمة	٤.١
١١٤	منهج الدراسة	٤.٢
١١٤	أدوات الدراسة	٤.٣
١١٥	مجتمع الدراسة الأول	٤.٤
١١٦	عينة الدراسة الأولى	٤.٥
١١٧	صدق وثبات الاستبيان	٤.٦
١٢٠	مجتمع الدراسة الثاني	٤.٧
١٢٠	عينة الدراسة الثانية	٤.٨
١٢٩	الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث	٤.٩
	<b>الفصل الخامس: اختيار وتحليل وتفسير فرضيات الفروض</b>	٥
١٣١	الوصف الإحصائي	٥.١
١٤٦	اختيار فرضيات الدراسة	٥.٢
١٤٩	تحليل وتفسير فرضيات الدراسة	٥.٣
	<b>الفصل السادس: النتائج والتوصيات والدراسات المقترحة</b>	٦
١٧٦	نتائج الدراسة	٦.١
١٨٠	توصيات الدراسة	٦.٢
١٨٢	الدراسات المقترحة	٦.٣

	<b>قائمة المراجع</b>	
١٨٣	المراجع العربية	
١٩٣	المراجع الأجنبية	
١٩٥	ملاحق الدراسة	

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٥٣	القرارات الذي اتخذت في حق القناة	.١
١١٦	توزيع مجتمع الدراسة	.٢
	الاستبانة الخاصة بالموظفين	
	توزيع عينة الدراسة	.٣
١١٧	استخدام مقياس ليكرت لقياس الاستبيان	.٤
١١٨	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الفرضية الأولى والدرجة الكلية لفرضية تأثير إدارة الصورة على أهالي قطاع غزة	.٥
١٢٠	معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبانة الخاصة بالموظفين	.٦
	الاستبانة الخاصة بالإعلاميين	
١٢١	توزيع عينة الدراسة حسب مكان العمل	.٧
١٢١	استخدام مقياس ليكرت لقياس الاستبيان	.٨
١٢٣	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الفرضية الأولى والدرجة الكلية لفرضية" تأثير إدارة الصورة على أهالي قطاع غزة	.٩
١٢٤	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الفرضية الثانية والدرجة الكلية لفرضية" تأثير إدارة الصورة على أهالي ال٤٨ والضفة الغربية"	.١٠
١٢٤	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الفرضية الثالثة والدرجة الكلية لفرضية" تأثير إدارة الصورة على الشارع العربي"	.١١
١٢٥	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الفرضية الرابعة والدرجة الكلية لفرضية" تأثير إدارة الصورة على الشارع الغربي"	.١٢
١٢٦	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الفرضية الخامسة والدرجة الكلية لفرضية تأثير إدارة الصورة على المجتمع الصهيوني"	.١٣
١٢٧	معامل الارتباط بين كل درجة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للإستبانة	.١٤
١٢٨	معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبانة الخاصة بالإعلاميين	.١٥
	توزيع أفراد العينة في الاستبانة الخاصة بالموظفين	
١٣١	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	.١٦

١٣٢	توزيع أفراد العينة حسب العمر	.١٧
١٤٢	توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة	.١٨
١٣٣	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	.١٩
١٣٣	توزيع أفراد العينة حسب اللغة	.٢٠
١٣٤	المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لكل فقرة من فقرات الفرضية " مدى قدرة إدارة القناة على إدارة الإمكانيات البشرية والمادية	.٢١
١٤٧	نتائج الفرضية الرابعة حسب الجنس	.٢٢
١٤٨	نتائج الفرضية الرابعة حسب العمر	.٢٣
١٤٨	نتائج الفرضية الرابعة حسب المؤهل العلمي	.٢٤
١٤٩	نتائج الفرضية الرابعة حسب الخبرة	.٢٥
	توزيع أفراد العينة في الاستبانة الخاصة بالإعلاميين	
١٥٠	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	.٢٦
١٥٠	توزيع أفراد العينة حسب العمر	.٢٧
١٥١	توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة	.٢٨
١٥٢	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	.٢٩
١٥٢	المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لكل فقرة من فقرات الفرضية الأولى " تأثير إدارة الصورة على أهالي قطاع غزة"	.٣٠
١٥٦	المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لكل فقرة من فقرات الفرضية الثانية "تأثير إدارة الصورة على أهالي الـ٤٨	.٣١
١٥٩	المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لكل فقرة من فقرات الفرضية الثالثة "تأثير إدارة على الشارع العربي"	.٣٢
١٦٢	المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لكل فقرة من فقرات الفرضية الرابعة "تأثير إدارة الصورة على الشارع الغربي"	.٣٣
١٦٥	المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لكل فقرة من فقرات الفرضية الخامسة "تأثير إدارة الصورة على المجتمع الصهيوني"	.٣٤
١٦٩	المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لجميع فقرات الاستبانة	.٣٥
١٧٠	نتائج الفرضية السادسة حسب الجنس	.٣٦
١٧١	متوسطات رتب الفرضيات حسب الجنس	.٣٧

١٧٢	نتائج الفرضية السادسة حسب العمر	.٣٨
١٧٣	نتائج الفرضية السادسة حسب المؤهل العلمي	.٣٩
١٧٤	نتائج الفرضية السادسة حسب الخبرة	.٤٠

### قائمة الملاحق

رقم الصفحة	العنوان
٢٠١	قائمة بأسماء المحكمين
٢٠٣	الاستبيان الخاص بالموظفين
٢٠٧	الاستبيان الخاص بالإعلاميين
٢١٢	أسماء الإعلاميين المسجلين لدى المكتب الإعلامي الحكومي

# الفصل الأول

## الإطار العام للدراسة

- ١.١ المقدمة
- ١.٢ مشكلة الدراسة
- ١.٣ مجالات الدراسة
- ١.٤ فرضيات الدراسة
- ١.٥ أهمية الدراسة
- ١.٦ أهداف الدراسة
- ١.٧ حدود الدراسة
- ١.٨ المصطلحات الفنية

## بسم الله الرحمن الرحيم

### ١.١ المقدمة:

لقد أحدث الانفجار الفضائي ثورة جديدة بما حمله من قدرة فائقة على الوصول إلى أي زاوية من العالم لا بل أي موطن من البيت وحمل هذا الانفجار في طياته خوفاً جديداً وأملاً في ذات الوقت على اعتبار أنه سلاح ذو حدين " فلقد تحول الإعلام من إشباع الاهتمامات وغرس المعلومات إلى صناعة الاهتمام وإعادة التشكيل الثقافي للإنسان من خلال الأوعية الإعلامية المختلفة والتقنيات المتطورة". (الظفيري، ٢٠٠٦)

وقد أوضحت العديد من الدراسات من خلال متابعة البث اليومي للفضائيات التأثير الكبير لدى المشاهدين لا بل لها الأثر على أسماع الإدارات السياسية في كافة البلدان على اعتبار أنها تعكس نبض شارع وواقع أمة وتعكس ميول ورغبات الجمهور، وسواء أضحى الإعلام محددًا أو موجهاً للسياسات أو محط إمتاع وإشباع فكلاهما أشكالا إن لم يكن هنالك راعيا يضمن طهارة المادة المقترحة " ومما لا شك فيه أن الغزو الفضائي المرئي أحد أهم الوسائل التي استغلها أعداء الإسلام للسيطرة أو التأثير على العالم المسلم وتلويث أفكار أبنائه والعبث بمعتقداتهم بل لطمس هويتهم الدينية وصبغهم بالصبغة البعيدة عن الدين إذا ما تم لهم ذلك. (العنزي، ٢٠٠٦)

وإلى مكان غير بعيد عن هذا العراك الفضائي تسكن "فلسطين" البلد التي تدور الرحي عليها منذ قرابة مائة عام وما يدور عليها من جرائم الاحتلال قتلاً وتشريداً وتدميراً واستئصالاً لشأن كل ما هو معلم من معالم فلسطين وحملات شعواء في كل أقطار أوروبا والعالم العربي صهيونية الهوية من أجل تغيير الوجهة والفكرة من أن اليهود هم أصحاب الأرض وأن الفلسطينيين هم الطارئ عليها وأن الفلسطيني ذاك الإرهابي الذي لا يستحق الحياة إلى ما إلى ذلك من حملات ، والفضائيات إزاء هذا انقسمت إلى أقسام جزء لا يعرف فلسطين ولا عنوانها ولا يتقاطع معها حتى ولو من بعيد في عالم الإنسان وجزء آخر هو صاحب رسالة الهدم وآخرين لا يستطيعون أن يتعاطوا معك لأنهم ضمن منظومة دولية ونظام عربي لا يسمح لهم بالتطرق للقضية الفلسطينية إلا على وجل واستحياء وآخرين لهم مساحة من الجرأة لطرح بعض البرامج التي تعني بقضية فلسطين، ففي العقدين الأخيرين من هذا القرن ظهرت فضائيات تحمل النهج البنائي وتتعاطى مع الواقع العربي والإسلامي بطريقة ايجابية، واستطاعت هذه الفضائيات أن تلقى قبولا بين الجمهور، نظرا لان المواطن وجد ضالته فيها في وقت لفظ فيه الاسطوانة المموجة من تكرار

محاسن النظام وخطئه التنموية الوهمية ، وإقحام المعلومات والحقائق الكاذبة واستأثر الإعلام المقاوم بالجمهور وخاصة في فترات الحروب والصراع بين العرب (فلسطينيون، لبنانيون، عراقيون ...) من جهة والاحتلال الصهيوني و أمريكا من جهة أخرى، ولقد استطاع الإعلام المقاوم إحداث نوع جيد من المواجهة للألة الإعلامية الصهيونية الأمريكية مستخدماً شتى الوسائل والأساليب لوقف الحرب النفسية التي تشن على الشعوب لإضعاف العزيمة وبث روح الوهن والخوف، لا بل تقدم أكثر من ذلك ليهاجم شعوبهم عبر الصورة والمؤثر الصوتي وتوظيف أمثلة للكلمات.

ومن بين قنوات الإعلام المقاوم كانت فضائية الأقصى ذات الثلاث سنوات من العمر والتي تبث من فلسطين، والتي شكلت جدلاً واسعاً في المجتمع الصهيوني حول بقائها ومحاولة التأثير عليها عبر طرق متعددة منها الضغط على الشركة المستضيفة للقناة، ومنها القصف، ومنها طرحه لمؤسسة إرهابية وتجميد الأرصد وتوقيف البث عبر القمر الصناعي وبعد الفشل في كافة المحاولات وانتشار الأثر التعبوي والشعبي للقناة ظهر ذلك من خلال حملات التضامن والمساندة التي أطلقتها القناة ولعل أبرزها في فترات الحصار كان التفكير الجدي بضرورة عدم وجود القناة حتى ولو بالطرق غير السلمية. (فضائية الأقصى، ٢٠١٠، نشرة)

ويرى الباحث انه في الحرب الأخيرة على غزة في ديسمبر ٢٠٠٨ شن الاحتلال الصهيوني حرباً ضروساً على قطاع غزة مستخدماً فيها كل أنواع الأسلحة ووظف آتته الإعلامية لتبرير الحرب، غير أن ذلك لم ينجح لا بتحقيق الأهداف العسكرية للحملة ولا حتى بطريقة تبريرها فلقد تصدت القنوات الإعلامية المقاومة لهذه الحملة وفضحهم عبر الصوت والصورة وشحذ همم الشعوب وتعبئتهم لأخذ مواقف مساندة فكان ذلك، وعجزت الألة الإعلامية الصهيونية من إخفاء وجهها السيئ وكان هذا ماثلاً في حملة أسطول الحرية التي شاهدها العالم عبر الهواء مباشرة ليدلل على الهمجية الصهيونية وفي هذه الدراسة سيحاول الباحث أن يستعرض كيف استطاعت إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من إدارة الإمكانيات البشرية والمادية وتحقيق أهدافها المختلفة في طور تجربة فضائية الأقصى التي قامت بهذا الدور وواصلت عليه حتى بعد قصف مقر بثها لعل هذه الدراسة تكون بوصله لأصحاب الرؤى من أين الطريق ودلالة من أين تؤكل الكتف.

## ١.٢ مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي:

- ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى زمن الحرب؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات التالية:

١- ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إعداد الخطط والأهداف

العامّة من وجهة نظر الإدارة العليا والوسطى زمن الحرب؟

٢- ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية

والمادية زمن الحرب من وجهة نظر العاملين في القناة؟

٣- ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق أهدافها وهي:

- الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة

- النصر والتأييد في المجتمع الفلسطيني في الداخل الـ١٩٤٨

- النصر والتأييد في الشارع العربي

- النصر والتأييد في الشارع الغربي

- الضغط على المجتمع الصهيوني من وجهة نظر الإعلاميين؟



### ١.٣ فرضيات الدراسة

#### الفرضية الأولى:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) حول نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى إلى العوامل الشخصية ويتفرع من هذه الفرضية الرئيسية عدة فرضيات وهي:

١- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) حول نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى للعمر.

٢- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) حول نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى للجنس.

٣- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) حول نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى للمؤهل العلمي

٤- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) حول نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين فيها تعزى لسنوات الخبرة

#### الفرضية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) حول نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين تعزى إلى العوامل الشخصية ويتفرع من هذه الفرضية الرئيسية عدة فرضيات وهي:

١- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) حول نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين تعزى للعمر.

٢- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) حول نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين تعزى للجنس.

٣- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) حول نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين تعزى إلى للمؤهل العلمي.

٤- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) حول نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين تعزى إلى لسنوات الخبرة.

#### ١.٤ أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

١. معرفة ما هي الخطط والأهداف الموضوعة من قبل إدارة القناة زمن الحرب.
٢. التعرف كيف نجحت إدارة الإعلام المقاوم في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية زمن الحرب.
٣. معرفة مدى قدرة الإعلام المقاوم تعزيز الصمود والثبات لدى أهالي القطاع.
٤. معرفة الدور المطلوب من قبل وسائل الإعلام في زمن الحرب.
٥. معرفة مدى قدرة الإعلام المقاوم على التأثير على المجتمع العربي في الداخل.
٦. معرفة مدى قدرة الإعلام المقاوم على التأثير على الشارع العربي.
٧. معرفة مدى قدرة الإعلام المقاوم على التأثير على الشارع الغربي.
٨. معرفة مدى قدرة الإعلام المقاوم على التأثير على المجتمع الصهيوني.
٩. معرفة مدى قدرة الإعلام المرئي في التأثير على المشاهد.
١٠. معرفة مدى استجابة الجمهور المتابع للمواد التي يبيثها الإعلام.

## ١.٥ أهمية الدراسة:

١. تلفت الدراسة نظر الخبراء والمختصين والإعلاميين إلى أثر الإدارة الجيدة للإعلام

المقاوم للبحث بجدية لتوظيفها في المؤسسات الإعلامية.

٢. تساعد هذه الدراسة في عملية إعداد وتطوير الطرق والأساليب لإدارة وسائل الإعلام

من خلال تقديم رؤية جديدة للإفادة من ثورة التكنولوجيا الرقمية بما تتضمنه من وسائل

مرئية ومسموعة ومكتوبة.

٣. تبحث هذه الدراسة في الجوانب الإعلامية المتصلة بالإعلام وقت الحرب ، والتي لم تعطِ

القدر الكافي من البحث والدراسة من قبل الباحثين والدارسين.

٤. تبحث الدراسة في شريحة هامة ومؤثرة في المجتمع وهم الإعلاميين والتي تمثل صاحب

الرسالة والموجه والمرشد في زمن الحرب.

٥. تبحث الدراسة في شريحة هامة وهم العاملين في الفضائية خلال الحرب وتتعرف من

خلالها على الإيجابيات والسلبيات للإدارة خلال الحرب.

تساعد هذه الدراسة من يرسم السياسات وصناعة الرأي العام في وضع الاستراتيجيات والخطط المستقبلية المتعلقة بإدارة الإعلام وآليات توظيفها في شتى المجالات وخصوصا وقت الأزمات والحروب.

## ١.٦ حدود الدراسة:

### ١.٦.١ حدود الدراسة:

تقتصر هذه الدراسة على الإدارة العليا والوسطى في قناة الأقصى والموظفين العاملين في

القناة خلال الحرب وعلى الإعلاميين في قطاع غزة.

### ١.٦.٢ الحد الزمني:

الدراسة تناقش فترة الحرب التي وقعت على قطاع غزة ما بين

(٢٧-١٢-٢٠٠٨ وحتى ١٧-١-٢٠٠٩).

### ١.٦.٣ الحد المكاني:

قطاع غزة هو الحد المكاني للدراسة بسبب وقوع الحرب عليه.

## ١.٧ المصطلحات الفنية:

١.٧.١ الإعلام في اللغة: الإعلام مادتها اللغوية " علم " من صفات الله عز وجل، العليم والعالم والعلام "وهو الخلاق العليم" وجاء أيضاً علم علماً الرجل: حصلت له حقيقة العلم ، وعلم الشيء عرفه ويتيقنه، وأعلمه الأمر، وبالأمر أطلعه عليه. (ابن منظور، ١١٩م، ص:٣٠٨٣)

١.٧.٢ الإعلام اصطلاحاً: هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والسليمة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم. (الدليمي، ٢٠٠٤، ص:١٨)

١.٧.٣ تعريف المقاوم لغة: لم يختلف اللغويون العرب في إيجاد تعريفٍ وافٍ للمقاومة التي اشتقت من الفعل الرباعي (قَوّم).

أصل يدل على معنيين أحدهما يدل على انتصاب وعزم معجم ابن فارس ، ٤٣/٥ جاءت في باب قوم، وتعني قاومه في المصارعة وغيرها، وتقاوموا في الحرب أي قام بعضهم لبعض. (لسان العرب ابن منظور، ج 42 ، ص 3782 )

١.٧.٤ تعريف المقاومة اصطلاحاً: المقاومة بالاصطلاح الشائع قد تأخذ بشيء يسير من هذه المعاني أو تتضمنها، إلا أن مفهومها مرتبط بالمدافعة وردّ الأذى، والدفع أصل يدل على تنحية الشيء. (معجم ابن فارس، ٢٨٨/٢)

(قاومه في المصارعة وغيرها، قام له).

المقاومة: (مفاعلة، تدل على وجود أكثر من طرف وفيها معنى المغالبة غالب مغالبة وغالباً:حاول كل واحد منهما أن يغلب الآخر).

المقاومة (قيامٌ وانتصاب لدفع العدوان وإقامة العدل والاعتدال ومنع الجور والاعتساف).

(بادحدح، ٢٠٠٨)

١.٧.٥ المقاومة في اللغة: جاءت في باب قوم، وتعني قاومه في المصارعة وغيرها، وتقاوموا في

الحرب أي قام بعضهم لبعض. ( لسان العرب ابن منظور ، ج 42 ، ص: 3782 )

١.٧.٦ **تعريف الإعلام المقاوم:** هو الإعلام الذي يسبق المعركة، ويرافقها ويتابع فيما بعد، الإعلام المقاوم هو الإعلام الذي يعمل على تحطيم الروح المعنوية للعدو بكل ما لديه من وسائل متعددة يوظفها بشكل يؤدي إلى هدم معنويات العدو وفق خطة معدة بشكل علمي، ومدروس توظف فيه كل الأدوات الإعلامية توظيفا محسوبا ودقيقا، ويلعب على العامل النفسي للعدو ويخلق حالة من القلق والاضطراب في الجبهة الداخلية للعدو، وكذلك لو تمكن من أحداث نفس التأثير في جبهة القتال، وعلى نفسيات الجنود على ارض المعركة. (الصواف، ٢٠١٠)

١.٧.٧ **ويعرف الباحث الإعلام المقاوم بأنه** "الإعلام الذي يعرف الشعوب دور المقاومة الميدانية في صد العدو وسدا منيعا ضد الإعلام المعادي وصناعة وعي مقاوم لدى المدنيين على الصعيد الاجتماعي والسياسي والصحي سواء خلال الحرب أو في غيرها".

**الحرب:** هي عمل من أعمال العنف يستهدف إكراه الخصم على تنفيذ إرادة خصمه الآخر وهي وسيلة جديّة لتحقيق هدف جدي وهي استمرار السياسة بوسائل أخرى. (كلورفتير، ١٩٨٨، ص: ٨٩، ٨٨، ٧٤)

**وتعرف الحرب حسب القوانين الدولية:** على أنها النقطة التي تلجأ فيها أي دولتين للقوة بعد وصول الاختلافات بينهما إلى هذه النقطة. (القوات المسلحة، ٢٠٠٧)

١.٧.٨ **إدارة الخطاب (الصورة):** هو كل ما يعرض على الفضائية "صورة ثابتة، فاصل، أنشودة، برنامج مسجل، برنامج مباشر" على اعتبار أن أي منهم له مقصود وهدف، وهو ما يعرض على الشاشة مثل مشاهد المقاومين وإطلاق الصواريخ على الاحتلال ومظاهرات ومسيرات وغيرها، وصور القتل والتدمير وإطلاق النار القصف من قبل الاحتلال.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري

المبحث الأول: مفهوم الإدارة

المبحث الثاني: مفهوم الإعلام

المبحث الثالث: إدارة الإعلام المقاوم (فضائية الأقصى)

المبحث الرابع: فضائية الأقصى وإدارة الإعلام المقاوم

# المبحث الأول

## مفهوم الإدارة

٢.١.١ مقدمة الإدارة

٢.١.٢ مفهوم الإدارة

٢.١.٣ تعريف الإدارة لغة واصطلاحاً

٢.١.٤ أهمية الإدارة

٢.١.٥ خصائص الإدارة

٢.١.٦ وظائف الإدارة (التخطيط، التنظيم، التوجيه، الرقابة)

### ٢.١.١ مقدمة:

لا يكاد يوم يمر إلا وتسمع الكثير من المصطلحات الإدارية، سواء من المؤسسات، أو الدول، أو حتى الأفراد، فأصبحت الإدارة لها معان كثيرة، ومفاهيم كبيرة ومتطورة، لكن جذورها ضاربة في التاريخ، منذ نزول آدم عليه السلام على الأرض، ومع التطور التكنولوجي الكبير، والثورة الرقمية، أصبحت الإدارة مبتغى الكثير من الدول.

ولم تصل الإدارة كعلم لها نظريات، ومفاهيم، ومبادئ وفن ذي مهارات وقيم إلى ما هي عليه الآن، إلا بعد جهود وخبرات بشرية متراكمة، أسهم بها الأنبياء والمرسلون عليهم السلام، والحضارات القديمة. (عابدين ٢٠٠١، ص: ٢٢)

ويتناول هذا المبحث مفهوم الإدارة، وتعريفها وأهميتها ووظائفها (التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة) وخصائصها.

### ٢.١.٢ مفهوم الإدارة:

كثيرا ما يستخدم مصطلح الإدارة للتعبير عن معان تختلف حسب السياق التي توضع به، فهي تستعمل إما للتعبير عن عملية لإدارة الموارد البشرية في المؤسسة، وكيفية إدارة شؤون الموظفين بداخلها، أو إدارة الموارد الطبيعية، أو الأجهزة.

فالإدارة هي شكل من أشكال العمل الذي ينطوي على تحديد أفضل طريقة لاستخدام موارد المنظمة لإنتاج السلع أو تقديم الخدمات فكل منظمة لديها موظفين وأدوات ونقود تحتاج لمن يديرها وأن يتعامل مع مواردها الموجودة. (ريو، بير، ٢٠٠٩، ص: ٣)

وهناك استعمالات كثيرة لمفهوم الإدارة، منها كيفية إدارة الدولة أو الحكومة أو المؤسسة أو حتى البيت، فالدولة يكون لها رئيس يقودها، والحكومة لديها رئيس للوزراء، بالإضافة للمجلس يقومون بقيادة الحكومة، ويسعون للنهوض بأعباء ومهام محددة، والإدارة موجودة منذ ظهور الإنسان على الأرض، فتنظيم الإنسان أموره نوع من أنواع الإدارة العامة التي كانت في العصور القديمة البسيطة، لكنها كانت محدودة على عكس ما هي عليها الآن من تعقيد الاتصال بأناس كثيرين، وبمجاللات عمل عديدة، وتخصصات متنوعة نتيجة لتعقيد العمل والحياة. (المحامدة، ٢٠٠٥، ص: ١٩ - ٢٠)



ولقد عرف المسلمون الإدارة منذ فجر الإسلام، عرفوها في قيادة جيوشهم، وفي مجتمعاتهم، وفي سياسة أمورهم وتوجيهها، ونشر دينهم وعقيدتهم، كما عرفوها بأنها الحكمة في معالجة الأمور، والأخذ بالطيب من السلوك في حياتهم، والممارسة الرشيدة لمتطلبات الحياة في بلدانهم، ويرى الإسلام ضرورة تنظيم الإدارة من حيث التدرج الرئاسي، والقيادي، وطبيعة الأعمال، فلكل فرد مهامه واختصاصاته، وهو ما تأخذ به الإدارة الحديثة والمعاصرة، من حيث التسلسل الوظيفي، أو الهيكل التنظيمي للمؤسسة، فالرئيس أو القائد له مسؤولياته، والمرؤوسون أو العاملون لهم مسؤوليات ووظائفهم، ونستدل على ذلك بقوله \_ سبحانه وتعالى: (وهو الذي جعلكم خلائف في الأرض ورفع بعضكم فوق بعض درجات) { الأنعام: ١٦٥}. ( سليمان، ١٩٨٨، ص: ٢٠ - ٢١)

### ٢.١.٣ تعريف الإدارة في اللغة:-

**الإدارة في اللغة:** إن الأصل اللاتيني لكلمة إدارة " (Administration) كلمتان، وهي: (Ad) وتعني To: و (Minister) تعني Serve, بحيث أن معناها اللاتيني هو (To Serve) أي يخدم. (الشهراني، ٢٠٠٥، ص: ١٣)

وهي مصدر أدار يدير إدارة، تقول العرب، أدت الشيء أديره إدارة، وأدار الشيء يديره إدارة، ويريدون من ذلك التعدي التدوير للشيء دوراناً ذات اليمين وذات الشمال، ويستعمل الفعل لازماً أيضاً، فيقال دار الشيء يدور دوراناً. (لسان العرب، ٢٩٥/٤ القاموس ٣٤/٢ تاج العروس ٣٣١/١١)

### ٢.١.٤ تعريف الإدارة في الاصطلاح:

يرى (ديسلر) أن الإدارة هي إنجاز الأعمال بواسطة الآخرين من خلال التخطيط، التنظيم، إدارة الأفراد، القيادة والرقابة. (٢٠٠٨، ص: ٣)

وعرف (تايلور) الإدارة بأنها: المعرفة الصحيحة لما يراد أن يقوم الأفراد به ثم التأكد من أنهم يفعلون ذلك بأحسن طريقة وأرخص التكاليف. (الفراء، آخرون، ٢٠١٠، ص: ٥)

ويرى (روبن، دسنزو) أن الإدارة عملية إنجاز الأمور بفعالية وكفاءة من خلال ومع أشخاص آخرين. (٢٠٠٦)

أما (عبد الله) فيقول هي عملية إنسانية اجتماعية تتناسق فيها جهود العاملين في المنظمة أو المؤسسة كأفراد وجماعات لتحقيق الأهداف التي أنشئت المؤسسة من أجل تحقيقها، متوخين في

ذلك أفضل استخدام ممكن للإمكانيات المادية و البشرية و العينية المتاحة للمنظمة. (عبد الله، ٢٠٠٦، ص:٦)

وعرفها (مصطفى) بأنها: هي مجموعة متشابهة من الوظائف أو العمليات (تخطيط، تنظيم، توجيه، قيادة، متابعة، رقابة) تسعى إلى تحقيق أهداف معينة عن طريق الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة. (٢٠٠٥، ص:٧)

ويرى (الشماع) أن الإدارة هي "عملية التخطيط واتخاذ القرار، والتنظيم والقيادة، والتحفيز والرقابة التي تمارس في حصول المنظمة على الموارد البشرية، والمادية، والمالية والمعلوماتية ومزجها، وتوحيدها وتحويلها إلى مخرجات، بكفاءة، لغرض تحقيق أهدافها والتكيف مع بيئتها". (٢٠٠٤، ص:٩)

وعرفها (دياب) بأنها "جملة الوظائف أو العمليات من تخطيط، وتنظيم، ومتابعة، وتوجيه، ورقابة... الخ التي يقوم بها المدير بغرض تحقيق أهداف المنظمة بأفضل نتيجة ممكنة. (٢٠٠١، ص: ٩٧)

أما بالنسبة للمفهوم الاصطلاحي فيختلف تعريف الإدارة تبعاً للمجال الذي تمارسه، فرجال الأعمال ينظرون إلى الإدارة بطريقة تختلف عن نظرة رجال التعليم، فلكل جماعة اهتماماتها الخاصة التي تعكس نظرتهم إلى الإدارة وعلى تعريفهم لها، إلا أنه مهما اختلفت وجهات النظر وتعددت، فإن للإدارة أبعادها وطبيعتها التي لا ينبغي أن تغيب عن المهتمين بالإدارة مهما اختلفت مواقفهم واهتماماتهم. (٢٠٠٦، ص: ١٣)

**ويقول (البيزار) إن لفظ إدارة يحمل معه معنيين:**

الأول: وهو مشتق من فعل أدار، الذي يأخذ معنى الإدارة والقيام بالأعمال والنشاطات المختلفة، عامة كانت أم خاصة، وتنفيذ الأعمال عن طريق تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة مجهودات العاملين لتحقيق هدف محدد.

والثاني: وهو معنى عضوي، إذ يعني مجموعة من الأشخاص المكونين لمرفق عام كإدارة الجوازات، وإدارة البريد، وهيئة الإذاعة والتلفزيون مثلاً، ويهتم التعريف العضوي أيضاً بالمنطقة أو الهيئة ذاتها وبتكويناتها الداخلية. (البيزار، ٢٠٠١)

**ويرى الباحث:** أن الإدارة هي ذلك النشاط الذي يهدف للوصول إلى تحقيق الهدف المطلوب بأفضل الوسائل، وأقل التكاليف، وأسرع وقت، في حدود الموارد البشرية والمادية والتسهيلات المتاحة، وتعني أيضاً تحسين استخدام وتنفيذ الأعمال عن طريق مجموعة من جهود أشخاص آخرين، وتعني بالإدارة بجميع أنواعها التجارية والإعلامية وإدارة أفراد وإدارة مؤسسات وغيرها من الإدارات.

### ٢.١.٥ أهمية الإدارة:

تعتبر الإدارة المحرك الأساسي الذي يعمل على تشغيل الطاقات والقوى المتاحة للمجتمع، وهي القوة الدافعة لتنظيم هذه الطاقات، فالإدارة تعتبر المسئول عن إنجاز أهداف الأفراد والمنشآت والدول، وهي التي تستطيع عمل التغيير في المجتمعات إلى الأفضل، وهي التي تحقق الرفاه الاقتصادي والاجتماعي للشعوب، ومن هنا يجب على رجال الإدارة في الدول النامية الاهتمام بهذا العلم؛ لأنه هو الوحيد الذي يستطيع أن يخرجها من الفقر والجهل والمرض، والذي ينقلها من مرحلة النمو إلى النمو السريع والتقدم. (السعيد وآخرون، ٢٠٠٣، ص:٦)

**أما ما يخص المنشآت والمشاريع فإن أهمية الإدارة تتمثل بما يلي:**

١. مواجهة التغيرات والظروف البيئية المختلفة، بحيث تجعل من المشروع مواكبا ومتكيفاً مع الظروف المحيطة والتي منها السياسية، والاقتصادية، والثقافية، والاجتماعية، والتكنولوجية.
٢. التأثير الفعال على عناصر الإنتاج؛ حيث إن الإدارة تترأس قيادة عناصر الإنتاج، وتعمل على تنظيمها والتنسيق فيما بينها؛ بما يتناسب مع ظروف العمل والظروف المحيطة.
٣. تطوير عناصر الإنتاج، وذلك بتحقيق التوازن بين الموارد والإنتاج، وتدريب القوى العاملة وتأهيلها؛ مما يترتب على ذلك تحقيق مبدأ الكفاية الإنتاجية (إنجاز المهام بأقل وقت وتكلفة)، ومبدأ الكفاءة الاقتصادية (توازن بين الموارد والإنتاج).
٤. قيادة وتوجيه المنظمة لتحقيق أهدافها.
٥. تحقيق العدالة والحوافز للأفراد.
٦. أنها وسيلة من وسائل تطوير الشخصية الوظيفية للأفراد، وجعلها أكثر فاعلية وانسجاماً مع طبيعة العمل، وبعد اتساع الأعمال، وزيادة حجم رأس المال، وزيادة النشاطات، والفروع للمنظمات أصحاب العمل عن مراكز العمل كان لابد من الاعتماد الكبير على هيئات إدارية وإدارة وأفراد مدربين تحت رعاية إدارية. (الجبوسي، جاد الله، ٢٠٠٨، ص:٢٠)

وتتمثل الأهمية الكبيرة للإدارة الفعالة أمام المنافسة بين المسؤولين والموظفين والمستهلكين وبدأت تعقد الدراسات والبحوث في الإدارة لمعرفة الحاجات والرغبات لكل جزء من هذه المنظومة.

### دور الإدارة:

يتمثل الدور الأساسي للإدارة في كيفية إدارة الدولة أو المؤسسة أو الجمعية وفق الأهداف الموضوعية من قبل الإدارة، وهنا تكمن المسؤولية في كيفية استعمال الموارد الطبيعية والبشرية بكفاءة وفعالية ، وتحديد النشاطات التي يقوم الأفراد بإنجازها. فإذا تم تخطيط وتصميم الفعاليات بكفاءة، فإن عمل كل فرد في المؤسسة يمثل مساهمة في تحقيق الأهداف التنظيمية.

والدور الذي تقوم به الإدارة هنا هو إحداث التفاعل بين عناصر الإنتاج، وجعلها تعمل مجتمعة في نسق تام لإنتاج السلع أو الخدمات التي نحتاجها بأقل تكلفة، وبأعلى جودة ممكنة، وتسعى الإدارة إلى تشجيع النشاط الفردي؛ الذي يؤدي إلى الوصول للأهداف التنظيمية، كما لا تشجع النشاط الفردي الذي يعوق تحقيق الهدف التنظيمي وليس هناك أي فكرة مهما كانت أكثر أهمية للإدارة من الأهداف، إذ لا معنى للإدارة وهي بعيدة عن أهدافها، إذ على الإدارة أن تحتفظ بالأهداف التنظيمية في ذاكرتها في كل الأوقات. (عباسي، ٢٠٠٤، ص: ١٦)

ويرى الباحث إلى أن دور الإدارة في تنظيم شؤون الحياة اكتسب أهمية خاصة في العصر الحديث من إدارة المسجد إلى إدارة الدولة من عملية التخطيط وحتى الرقابة.

### ٢.١.٦ خصائص الإدارة:

الخصائص العامة للإدارة: على الإدارة الاهتمام بالجانب الفني للنشاط الإداري ( من رسم الخطط والسياسات واتخاذ القرارات ودراسة الأسواق وإدخال التعديلات اللازمة ورصد ومتابعة النتائج واستخدام الأساليب والأدوات الحديثة في تشخيص المشكلات وتقييم البدائل مثل: بحوث العمليات والكمبيوتر والمحاكاة ودراسة الحالات ونظم المعلومات)، وهناك بعض الخصائص العامة للإدارة وهي أنها:

- ١- نشاط إنساني هادف وغير ملموس.
- ٢- تقوم على استخدام الموارد المتاحة وتوجيهها نحو تحقيق الأهداف المنشودة.
- ٣- عملية ديناميكية (متحركة) وليس ساكنة.
- ٤- نشاط ذهني.

٥- علم وفن معاً.

٦- تتسم بتكامل وظائفها وأنشطتها.

٧- من سمات الإدارة المهمة التوجه المستقبلي.

٨- الشمولية. ( المسلمي، ٢٠٠٧، ص: ٥١)

**ويضيف (حرب) على خصائص الإدارة فيقول:**

٩- الإدارة هي عمل يتم تنفيذه من قبل الآخرين؛ حيث ينطوي على تحديد الهدف، وتنفيذه من قبلهم.

١٠ - العمل الإداري عمل مستمر باستمرار بقاء المنظمة؛ التي تستمد ديمومتها من بيئتها المحيطة.

١١ - ينطوي العمل الإداري على القيام بمجموعة من المهام، وهي وضع الأهداف والتخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة.

١٢ - القيام بالوظائف الإدارية من قبل أي مدير يستلزم التعامل مع العناصر البشرية، من خلال إيجاد علاقات تعاون جماعي، واستخدام أساليب التحفيز والتشجيع والمشاركة من قبل جماعات العمل؛ لبلوغ الأهداف بكفاءة.

١٣ - التغيير المستمر وذلك تبعاً للتغيير الدائم في عوامل البيئة المحيطة من جهة، والتغيير الذي يميز العنصر البشري العامل والمدير من جهة أخرى.

١٤ - تحتاج الإدارة إلى مجموعة من المهارات والمعرفة في شؤون الإدارة، كونها مهنة مستقلة تحتاج إلى معرفة، ومهارة مختلفة عن تلك المهارات في تنفيذ العمليات بشكل فعلي.  
(٢٠٠٠، ص: ٢٨-٢٩)

### **٢.١.٧ وظائف الإدارة:**

تعتبر وظائف الإدارة هي المكونات الأساسية الإدارية، فبمقتضاها يتم تعبئة الإمكانيات المادية والبشرية، وتنسيقها، وتوجيهها؛ لتحقيق أهداف المؤسسة بكفاءة وفاعلية.  
وهناك شبه اتفاق بين كُتّاب الإدارة على أن النشاط الإداري يتكون من أربع وظائف أساسية، والتي تكون في مجموعها ما يسمى بالعملية الإدارية وهذه الوظائف هي: التخطيط - التنظيم - التوجيه - الرقابة. ( مصطفى، ٢٠٠٥، ص: ٧)

### **التخطيط:**

التخطيط من الوظائف الرئيسية للإدارة، وهو الوظيفة الأولى في العملية الإدارية، وإذا تمت هذه العملية بنجاح سيكون النجاح فيما بعدها أسهل، فالإداري يجب أن يفكر أولاً بالهدف الذي يسعى لإنجازه، ويعتبر أول من أدخل لفظ التخطيط في الإسلام هو النبي صلى عليه وسلم

حيث يقول في الحديث الذي يرويه البخاري "لا يسألوني خطة يعظمون فيها حرمت الله إلا أعطيتهم إياها". (ابن كثير، ج ٣، ص: ٣١٢)

وفي القرن العشرين كتب الاقتصادي النمساوي " كيستيان سونيدر " C.Shuinder في مقال له طبع في العام ١٩١٠ " وأخذ الاصطلاح شكلاً تطبيقياً فنياً ظهرت آثاره من خلال إنجازات الإدارة العسكرية في ألمانيا أثناء الحرب العالمية الأولى ( ١٤ - ١٩١٩)، ولكن لم تدع شهرة هذا المصطلح . التخطيط . في مختلف بقاع العالم إلا بعد أن استخدم في الاتحاد السوفيتي ( سابقاً) عام ١٩٢٨. (المسلمي، ٢٠٠٧، ص: ٧١)

ويقول (روبن) أن التخطيط هو تحديد الأهداف، ووضع الإستراتيجية، ووضع خطط لتنسيق الأنشطة. (٢٠٠٥، ص: ١٢)

ويقول (البستان) إن التخطيط هو محاولة التحكم في مستقبل نشاط، أو مجموعة من الأنشطة، نحو أهداف محددة، بقصد الوصول إلى أقصى درجة من الإنجاز والكفاءة؛ التي ما كانت تتحقق لهذا النشاط أو مجموعة الأنشطة إذا تركت وشأنها تتحرك على هواها، أو كيفما اتفق أو وفق ما درجت عليه. (٢٠٠٣، ص: ١٠)

وعرف (أبو الكشك) التخطيط: هي أولى وظائف الإدارة، وهي مجموعة من العمليات تتضمن تحديد الأهداف، وترتيبها ضمن الأولويات، وتحديد الأساليب والوسائل والأنشطة المناسبة؛ لتحقيق كل هدف في ضوء الظروف والإمكانات المادية والبشرية والتكنولوجية، وذلك ضمن فترة زمنية محددة. (٢٠٠٦، ص: ٥٨)

وعرف (عساف) التخطيط " هي عملية ذهنية تحليلية تتطلب مقداراً واضحاً من العلم والمعرفة، والمعلومات الدقيقة والحديثة لتحديد الأولويات في ضوء الإمكانيات المتاحة للوصول إلى الأهداف المنشودة". (٢٠٠٥، ص: ١٩)

ويعرف (مصطفى) التخطيط "هي تحديد المهام اللازمة لتحقيق الأهداف التنظيمية، وكيف ومتى يتم القيام بها". (٢٠٠٥، ص: ٧)

ويرى الباحث أن عملية التخطيط هي مجموعة من المهمات تكون مجدولة ضمن رؤية محددة وهي مسمار الزاوية في العملية الإدارية، ومقدمة لما بعدها، بحيث تكون الأهداف المرجوة من التخطيط واضحة للتنفيذ.

## أهمية التخطيط:

تتبع أهمية عملية التخطيط من التوابع التي تلحق بها، فإذا كان التخطيط سليماً فما بعده يكون أيسر في التنفيذ، ويشترط في عملية التخطيط أن تكون شاملة لجميع المجالات ويضيف عسكراً لأهمية التخطيط عدة عناصر منها:

١. يركز التخطيط على الأهداف التي تواجه السلوك والقرارات.
  ٢. يوضح الوسائل المناسبة لتحقيق الأهداف المرجوة.
  ٣. يعين المدير على استخدام التحليل والمنطق والرشد.
  ٤. يمكن المخطط من التشخيص المبكر للمشاكل والاستعداد لها.
  ٥. يقلل التخطيط من عدم التأكد والمخاطرة.
  ٦. يعزز المناخ السلوكي لأنه يركز على التصميم الدقيق والشرح الوافي.
- يعين على أصحاب الشأن قراءة الماضي والحاضر، وقياس المستقبل عليها، والتعرف على مواطن الخير واستثمارها، ومكمن الشر واجتنابها. (عسكراً، ٢٠٠٣، ص: ١٠٢)

## عناصر التخطيط:

- ١- التنبؤ بالمستقبل والذي يعتمد على معلومات صحيحة ودقيقة متوفرة.
- ٢- التوقع والذي يعتمد على الخبرة والثقافة الشخصية للمدير. (الجيوسي، جاد الله، ٢٠٠٨م، ص: ٢٢)
- ٣- تحديد الأهداف المطلوب تحقيقها بالجهد الجماعي بأقل التكاليف الممكنة.
- ٤- رسم السياسات أي مجموعة القواعد التي ترشد المرؤوسين في إتمامهم للأعمال.
- ٥- إقرار الاحتياجات أي الخطوات التفصيلية التي تتبع في تنفيذ مختلف الأعمال.
- ٦- وضع برامج زمنية تبين الأعمال المطلوب القيام بها مرتبة ترتيباً زمنياً. (عطوي، ٢٠٠٤، ص: ٢٢)

ويعتبر التخطيط ضرورياً للمدير، حيث تتبع أهميته من أنه:

- ١- يساعد على تقليل الغموض والتناقض عند العاملين داخل المؤسسة، حيث تصبح عملية التنبؤ بسلوكهم أسهل.
- ٢- يقلل من إمكانية إصدار المدراء لقرارات عشوائية فيها ضرر بمصالح المؤسسة.
- ٣- يساعد في التعامل مع العوامل المفاجئة وغير المتوقعة بكفاءة أكبر.
- ٤- يساعد التخطيط الجيد في تحقيق العمليات الإدارية الأخرى بشكل أفضل. (الزغبى، ٢٠٠١، ص: ١٩٢):

## - أنواع الخطط:

- هناك تصنيفات متعددة للتخطيط، تتنوع تبعاً للمعيار المستخدم في التفرقة
١. **الخطة الوصفية:** وهي التي تضعها المؤسسة لتحقيق الأهداف ما يمكن تحقيقه وكيف.
  ٢. **خطة الموازنة:** خطة مالية تظهر التوقعات المالية لفترة محددة.
  ٣. **الخطة المصورة:** خطة التي تظهر بوضوح في الخرائط أو ما هو ليتحقق ومتى.
  ٤. **الخطة التكتيكية:** والتي تبين كيف خطط الإدارة العليا هي التي يتعين الاضطلاع بها على مستوى الإدارات في المدى القصير.
  ٥. **الخطة الوظيفية:** وهي قصيرة تبين كيف أن كل جزء من الإدارة سوف تسهم في خطة الإدارة العليا.
  ٦. **الخطة التشغيلية:** الخطة القصيرة الأجل وهي تتابع الخطوات التفصيلية اليومية للعمليات التجارية.
  ٧. **الخطة المبرمجة:** وهي التي تحدد جميع الخطوات في التسلسل الصحيح للاستخدام مرة واحدة في كثير من الأحيان في المشاريع التجارية المحددة بالوقت.
  ٨. **الخطة الدائمة:** لاستخدامها خطة المنشأة مراراً وتكراراً، كلما دعت الحاجة.
  ٩. **الخطة السياسية:** التي تضع خطوط عامة وواسعة للمشروع.
- الإجراء:** الخطة التي تحدد كيفية التصرف في الحالات المحددة التي تنشأ بشكل روتيني.
- القاعدة:** وهي التي تحدد غايات العمل. (ديسلر، ٢٠٠٨، ص: ٩٣)

## ٢.١.٧.٢ التنظيم:

تعتبر وظيفة التنظيم من الوظائف الإدارية المتعلقة بالأفراد وبكل ما يلزمها؛ لإنجاز واجباتهم من الأدوات والآلات، وتخصصات وظيفية مختلفة وبعبارة أخرى فإن التنظيم هو: الوظيفة الإدارية التي تختص بتقديم وترتيب إجراءات الخطة المرسومة، بحيث يمكن إنجازها بمستويات عالية على أيدي العاملين من أصحاب الاختصاص. (الجبوسي، جاد الله، ٢٠٠٨، ص: ٢٣)

ويعرفه (مصطفى) بأنه تحديد الأنشطة والمهام والأدوار اللازمة لتحقيق أهداف المنظمة، وإسنادها إلى الأفراد بما يتواءم مع مهاراتهم من خلال إيجاد آلية لتنفيذ الخطط. (٢٠٠٥، ص: ٨)

ويعرفه (عطوي) بأنه عملية حصر الواجبات اللازمة لتحقيق الهدف، وتقسيمها إلى اختصاصات للإدارات والأفراد، وتحديد وتوزيع السلطة، والمسؤولية، وإنشاء العلاقات لتمكين



مجموعة من الأفراد من العمل معا في انسجام وتعاون بأكثر كفاية لتحقيق هدف مشترك.  
(٢٠٠٤، ص:٢٢)

كما عرفه جوي تيري (١٩٧٢، terry) بأنه: تقسيم العمل إلى عناصر، ومهمات، ووظائف وترتيبها في علاقات سليمة، وإسنادها إلى أفراد بمسؤوليات وسلطات تسمح بتنفيذ سياسات المنظمة. (بسيو، ٢٠٠٣، ص:١٠٩)

**ويرى الباحث أن التنظيم هي الوظيفة الإدارية الثانية، التي تتضمن تحديد المراحل التي يمر بها التنفيذ، وتحديد متطلبات كل مرحلة من هذه المراحل من الإشراف والرقابة وتعبئة الموارد البشرية والمادية واختيار الأنشطة المناسبة وتقسيمها حسب السلطات الإدارية.**

#### **أهمية التنظيم:**

**إن التنظيم الجيد يحقق عدة فوائد تبرز أهمية ومدى الحاجة إليه، ومنها**  
التنظيم الجيد يمكن من استخدام الموارد المتاحة للمشروع، سواء كانت مادية أو بشرية، أفضل استخدام، وزيادة التعاون بين الأفراد، وشعورهم بالحرية والقدرة على التصرف.

١. يمنع ازدواج الأعمال وتضاربها ويسهل عملية الاتصالات.
٢. يبين إمكانية وفرص الترقى، ويحد من الإسراف وتوفير الاستقرار للمنظمة.
٣. يوفر أسس سليمة لتقييم أداء الأفراد، كما أنه يساعد في إدارة الأجور والمرتبات.
٤. يسمح بإجراء التغييرات في الاتجاه الصحيح، طبقاً لما تمر به المنظمة من ظروف.
٥. إن التنظيم هو حلقة الوصل بين التخطيط والتنفيذ.
٦. بدون التنظيم يصعب تصنيف وتوزيع المهام، وتحديد درجة أهمية كل منها.
٧. التنظيم الجيد يؤدي إلى وضع الرجل المناسب في المكان المناسب، حيث يتم تحقيق التوافق بين الفرد والوظيفة مهارياً وسلوكياً. (الخطيب، ٢٠٠٥، ص:٩٧)

#### **ويرى (عريفج) أن تقسيم العمل يكفل تحقيق الأمور التالية:**

١. توزيع المسؤوليات حسب الكفاءة " الرجل المناسب في المكان المناسب".
٢. يتولى الأعمال المتشابهة أشخاص متكافئون في التأهيل.
٣. إنتاجية كبيرة وعالية المستوى.
٤. الاستقرار في التنظيم بسبب تحديد الصلاحيات والمسؤوليات.
٥. يتمكن المدير المباشر من توجيه النشاط دون تعثر.
٦. لا يكون هناك مجال للازدواجية واختلاف الأدوار.
٧. تتوافر الاتصالات غير الرسمية ببساطة، مما يحقق تبادل الخبرات. (٢٠٠١، ص:٥٢)

## مبادئ التنظيم:

على اختلاف الآراء والنظريات إلا أن هناك مبادئ عامة لكل وظيفة من وظائف الإدارة، وتتلخص مبادئ التنظيم فيما يلي:

١. **الهدف:** وينبغي أن يكون واضحاً وواقعياً، كما ينبغي أن تكون الأهداف الفرعية لكافة الوحدات الإدارية متناسقة مع الهدف الأساسي والرئيسي للمؤسسة.
٢. **تقسيم العمل:** وهو تعبير عن مبدأ التخصص، حيث برز التخصص وتقسيم العمل في المؤسسات الحديثة على أساس أنه الوسيلة المثلى لتحقيق أعلى كفاءة في أداء العمل.
٣. **وحدة الرئاسة:** (أو وحدة القيادة أو وحدة الأمر) ومعناها البعد عن تعدد الرؤساء الذين يتلقى منهم الموظف أو العامل التعليمات حتى لا يقع في الحيرة والاضطراب.
٤. **التنسيق:** وهو عنصر أساسي لتكامل العمل، والبعد به عن التضارب والتناقض، ويتم التنسيق بربط أوجه النشاط المتشابهة بعضها ببعض.
٥. **تكافؤ السلطة مع المسؤولية:** وهو أمر ضروري لسير العمل، ويؤدي التوازن بينهما إلى حسن القيام بأعباء الوظيفة، ويقال أن السلطة توأم للمسؤولية، وتكافؤ السلطة مع المسؤولية ليس تعبيراً عن المسؤولية الإدارية وحسب، وإنما هو تعبير عن المسؤولية القانونية أيضاً.
٦. **قصر سلطة الأوامر:** وهو مبدأ مهم من مبادئ التنظيم، فقد تبين أنه كلما قلت المستويات الإدارية في المؤسسة، تحققت زيادة في كم الإنتاج وفي نوعه.
٧. **التوازن والمرونة:** ويقصد بذلك أن يكون تنظيم المؤسسة مرناً؛ لمواجهة التغيرات التي تحدث داخل المؤسسة، أو خارجها، كما يقصد بالتنظيم أن يوازن بين اعتبارات عدة.
٨. **المشورة:** حيث يصعب في الوقت الراهن أن تتوافر كل أنواع المعارف الفنية والقانونية والاقتصادية والإدارية والهندسية في شخص المدير.
٩. **الوصف الوظيفي المكتوب:** وهذا لا بد من أن يشتمل على جانبين، الأول يتعلق بالعمل أو الوظيفة ويتناول بيانات عن وصف موجز للوظيفة ومسمى الوظيفة، والجانب الثاني يعلن لشاغل الوظيفة في صورة المتطلبات والشروط اللازمة لشغل هذه الوظيفة من حيث المؤهل والخبرة والمهارات الأخرى.
١٠. **نطاق الإشراف:** وهو يعني عدد المرؤوسين الذين يشرف عليهم رئيس أو مدير واحد بطريق مباشر، وقد يتسع نطاق الإشراف أو يضيق طبقاً لمجموعة من العوامل ومنها: طبيعة العمل ومدى كفاءة المرؤوسين ومدى إيمان المديرين بقضية التفويض.

١١. **تفويض السلطة:** يجب عدم تركيز كل السلطات في المستويات الإدارية الأعلى، ولكن يجب نشر صلاحية اتخاذ القرارات في جميع المستويات الإدارية وبمعنى عدم الاستئثار بالسلطة في يد واحدة. (المسلمي، ٢٠٠٧، ص: ٨٨-٨٩)

### ٢.١.٧.٣ التوجيه:

يعتبر التوجيه أحد عناصر الإدارة، ووظائفها الرئيسية التي يمكن عن طريقها أن نتحقق من أن جهود الأفراد والعاملين بالمدرسة تسير في الطريق المرسوم نحو تحقيق الأهداف بكفاءة عالية.

ويعتبر التوجيه مرحلة هامة في وظائف الإدارة التي تمهد إلى الأخذ بيد الأفراد من خلال القيادة الرشيدة، وتوجيه جهودهم من أجل تحقيق الأهداف المنشودة، والتوجيه ليس تنفيذاً للأعمال، وإنما توجيه الآخرين في تنفيذ أعمالهم عن طريق التعليمات الصادرة من القيادة في ضوء مستلزمات الأداء الناجح. (البيلاوي، ٢٠٠٠، ص: ١٥)

فالتوجيه يعتبر من أبرز عناصر الإدارة؛ حيث يجعلنا نراها وهي تمارس فعلياً دورها المزدوج كسلطة ومصدر للمعرفة معاً، وهذا يتطلب أن تكون الإدارة على وعي بأهداف العمل، وبطبيعة القوى الاجتماعية المؤثرة. (عريفج، ٢٠٠١، ص: ٦٢)

ويرى (الجبوسي) التنظيم وظيفة خاصة بالمستويات العليا متمثلة بإصدار الأوامر، وتحديد السلطات والمسؤوليات والقواعد والقوانين وإجراءات العمل، بمعنى آخر فهي العمل على توفير بيئة عمل مناسبة على ضوء فهم طبيعة سلوك وتصرفات الأفراد داخل التنظيم. (٢٠٠٨، ص: ٢٣)

وفي هذه الوظيفة الإدارية يكون من واجب المدير تحقيق أهداف المؤسسة من خلال إرشاد العاملين وتحفيزهم.

ويشار إلى وظيفة التوجيه أحياناً على أنها التحفيز، أو القيادة أو الإرشاد أو العلاقات الإنسانية، ولذلك يعتبر التوجيه الوظيفة الأكثر أهمية في المستوى الإداري، لأنه مكان تمركز معظم العاملين في المؤسسة. (عبد الله، ٢٠٠٦، ص: ١١)

وير الباحث أن عملية التوجيه هي من أهم المراحل الميدانية كونها تحتاج إلى قدرة عالية في التعامل مع مجريات الأحداث من اتصال واتخاذ قرار وتفويض سلطات وغيرها.

**ويؤكد (مصطفى) أن التوجيه يتطلب العناصر التالية:**

- ١- إثارة الدافعية للعمل Motivation التحفيز.
- ٢- العمل بروح الفريق والمشاركة في اتخاذ القرار Leadership القيادة بالمرؤوسين على كافة المستويات.

### ٣-الاتصال Communication.

فالتوجيه وظيفة يمارسها المدير كواحدة من مسؤولياته في العمل، حيث يقدم النصح والإرشاد للأفراد العاملين في المنظمة؛ بهدف زيادة الإنتاجية وتحقيق الأداء الأنسب. (مصطفى، ٢٠٠٥، ص: ٨)

#### أهمية التوجيه:

وتبرز أهمية التوجيه في العملية الإدارية في أنه يحقق الفوائد التالية:

١. يسهل مهمة المرؤوسين في استثمار وتوظيف أفضل ما لديهم من إمكانيات شخصية وفنية.
٢. يوفر اتصالات مباشرة بوظائف المرؤوسين، ويساعد على تلبية احتياجاتهم بالشعور بالرضا عن أعمالهم؛ عندما يحققون المستوى المطلوب للجودة.
٣. يتيح الفرصة للمرؤوسين للتغلب على نقاط ضعفهم في الأداء، وما يواجههم من مشكلات في العمل.
٤. يستخدم كوسيلة للنهوض سريعاً بالمستخدمين الجدد في وقت قصير.
٥. إرشاد المرؤوسين أثناء تنفيذهم للأعمال؛ ضماناً لعدم الانحراف عن تحقيق أهداف المنظمة.

٦. يساهم بشكل غير مباشر في تدريب المرؤوسين وتنمية قدراتهم. ولتحقيق الأمور أعلاه، ينبغي على القائمين بالتوجيه أن يمتلكوا القدرة على اتخاذ القرارات الصائبة، والاتصال الفعال مع العاملين ومع القيادة الفاعلة المؤثرة، وأن تكون لديهم معرفة بالكيفية التي يؤدي بها العاملون مهامهم، وأن يكونوا متفهمين للسياسة التربوية، كما ينبغي أن تتوفر لديهم معرفة علمية عن الطبيعة الإنسانية، والخبرات والمهام اللازمة لدراسة السلوك الإنساني وتحليله. (العربي ومهدي، ١٩٩٦، ص: ٤٧)

#### القيادة والتوجيه:

القيادة الإدارية تعني القدرة على التأثير في الآخرين؛ لتحقيق أهداف مشتركة، وبهذا المعنى فإن القيادة تعتمد على التواصل بين المدير والمرؤوسين، فهو لا يوصل معلومات وبيانات فقط، ولكنه يوصل وجهات نظر، ومعتقدات وتصورات، ومن هنا كانت القيادة قضية مهمة، وتأخذ أهمية محورية في العملية الإدارية، فمن خلال القيادة يقوم المدير بإنجاز الأهداف التي تم الاتفاق عليها. (الخطيب، ٢٠٠٥، ص: ١٠)

ويعرف (جليك) القيادة بأنها: "مجموعة من السلوك والتنظيمات والتصرفات من طرف الرئيس أو المدير يقصد بها التأثير على الأفراد من أجل تعاونهم في تحقيق الأهداف المطلوبة. (وايت، وليام، ٢٠٠٦، ص: ١٨٣)

وطالما أن القيادة: Leadership، من أهم متطلبات نجاح أي منظمة، فقد اعتبرها البعض أنها إحدى وظائف الإدارة، والتي تشمل بث الروح في الآخرين، والتأثير على الأفراد أو فرق العمل أثناء أدائهم للأعمال، واختيار أفضل وسائل الاتصال، أو التعامل بأي طريقة مع الموضوعات المتعلقة بسلوكيات الموظفين. (روبن، كلوتر، ٢٠٠٦)

ويعتقد (ديفس، ١٩٦٩) أن القيادة المشاركة تكون أكثر ما تكون فعالة في الأحوال التالية:

١. عند وجود الوقت الكافي الذي يسمح بمشاركة المرؤوسون.
٢. عندما تكون التكاليف المالية المتكبدة في المشاركة أقل من الفوائد الناجمة عنها.
٣. عندما يحوز المشاركون على قدرات ثقافية وعلمية متميزة.
٤. عندما يشعر الرئيس بالأمان والطمأنينة بعدم تهديد مركزه نتيجة مشاركة الآخرين

### نظرية الشبكة الإدارية The Managerial Grid Theory

طوّر روبرت بلاك، وزميله جيمس موتون Robert Black & James Mouton هذه النظرية وهي من أكثر نظريات القيادة المعروفة واستطاعا تحديد أسلوبين لسلوك القائد وهما:

\*الاهتمام بالفرد.

\*الاهتمام بالإنتاج.

وقد قام الباحثان بتوضيح هذين الأسلوبين على صورة شبكة ذات محورين ومن هذه الشبكة يمكن تمييز خمسة أساليب رئيسية للقيادة بحسب موقعها على الشبكة بواسطة قراءة إحداثيي ذلك الموقع كما يلي:

١ - القيادة الضعيفة:

ويتميز أسلوب القيادة باهتمام ضعيف بالإنتاج واهتمام ضعيف بالأفراد وهذا الأسلوب يسمى بالأسلوب الفوضوي.

٢ - القيادة المتسلطة:

ويتميز أسلوب القيادة باهتمام عالٍ بالإنتاج واهتمام ضعيف بالأشخاص، وهذا الأسلوب يمثل أسلوب القيادة الأتوقراطي.

٣ - القيادة الإنسانية:

ويتميز أسلوب القيادة باهتمام ضعيف بالإنتاج واهتمام عالٍ بالأفراد.

#### ٤ - قيادة الفريق:

يتميز أسلوب القيادة باهتمام عال بالإنتاج وبالأفراد ويركز القائد هنا على روح الفريق في العمل.

#### ٥ - القيادة المعتدلة:

يتميز أسلوب القيادة باهتمام معتدل بالأفراد والإنتاج، والقائد هنا يوازن اهتمامه بالإنتاج والأفراد، ويتصف هذا الأسلوب بالمرونة، وبالرغم من أن الشبكة الإدارية تُظهر أنواعاً مختلفة من أساليب القيادة وتعتمد على درجات متفاوتة من الاهتمام بالأفراد والإنتاج، إلا أن الباحثين بلاك وماوتون أشارا إلى أن أفضل أسلوب لتحقيق نتائج ممتازة هو أسلوب القيادة المعتدلة.

(جلوبيور، ٢٠٠٦)

#### مهارات القائد:-

لكل قائد في أي مؤسسة أو منظمة مهارات يجب أن تكون في شخصيته ومنها:

#### الاتصال:

قدرات المدير على حد سواء لنقل الأفكار والمعلومات بشكل فعال للآخرين وتلقي الأفكار والمعلومات على نحو فعال من الآخرين.

#### صنع القرار:

قدرة المدير على إدراك وتحديد المشاكل والفرص بشكل صحيح ومن ثم لتحديد مسار العمل المناسب لحل المشاكل والاستفادة من الفرص المتاحة.

#### إدارة الوقت:

قدرة المدير على تحديد أولويات العمل ، والعمل بكفاءة ، وتفويض مناسب.

#### التقنية:

يجري المهارات اللازمة لتحقيق أو فهم نوع معين من العمل في المنظمة.

#### الشخصية:

القدرة على التواصل وفهم الآخرين وحاجياتهم ، وتحفيز الأفراد والجماعات على حد سواء.

#### الفهم الواضح:

قدرة المدير على التفكير المجرد.

#### التشخيص:

قدرة المدير على تصور الرد الأنسب لهذا الوضع. (كريفن، ٢٠٠٥)

#### ٢.١.٧.٤ الرقابة:

وهي الوظيفة الإدارية الأساسية التي تجنب الوقوع في الخطأ والانحراف، وإذا حدث الخطأ أو الانحراف فبواسطة الرقابة يمكن الكشف عنه مبكراً.

يقول (ريو،بير) التحكم: هي عملية ضمان أن أنشطة المنظمة تسير وفقاً للخطة التي وضعت مقارنة الأداء الفعلي لمعايير محددة مسبقاً أو أهداف ثم أخذ إجراءات لتصحيح أي انحرافات. (ريو،بير، ٢٠٠٩، ص: ٣٦٣)

والرقابة الفعالة هي التي تكشف الخطأ قبل وقوعه وتعالجه. (الجيوسي، جاد الله، ٢٠٠٨، ص: ٢٣)

ويرى (عطوي) أنها تعني التأكد من أن التنفيذ يتم طبقاً للخطة الموضوعية، وأنه يؤدي إلى تحقيق الهدف المحدد في البداية، والعمل على كشف مواطن الضعف؛ لعلاجها وتقويمها. (٢٣: ٢٠٠٤ ص)

وأما (موكلر) فيقول أن الرقابة الإدارية هي عبارة عن جهد منظم لتحديد مقاييس للأداء لتحقيق الأهداف المخططة. (هنجس، ٢٠٠٦، ص: ٥٦٨)

ويرى الباحث أن عملية الرقابة هي نتاج لما تم التخطيط والتنظيم والتوجيه له من مدخلات للعملية الإدارية وتعتبر تحكيماً لنتائج العمل ومن خلال يمكن لمس نقاط الضعف والقوة في المؤسسة.

#### عناصر العملية الرقابية:

- ١- وضع المعايير التي سيتم بمقتضاها قياس الأداء الفعلي.
- ٢- متابعة الأداء الفعلي وقياسه للوقوف على جوانب القصور والتفكير في سبل معالجتها.
- ٣- مقارنة الأداء الفعلي بالأداء المخطط كنتاج لعملية المقارنة.
- ٤- يتم تشخيص الانحرافات في الأداء ودراسة أسبابها وعلاجها ومتابعتها، أي اتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة والموضوعية بما يضمن تمشي الأداء والنتائج مع المخططات الموضوعية. (مصطفى، ٢٠٠٥، ص: ٩)

ويرى ( عريفج ) أن الرقابة كعملية إدارية تسهم في تحقيق الأغراض التالية (٢٠٠١، ص:٥٩):

- تفادي الأخطاء قبل وقوعها ومنع تفاقمها إذا حدثت.
- كشف الأخطاء في التخطيط أو التنظيم أو التنسيق والتي قد تظهر من خلال التنفيذ.
- اكتشاف العقبات والعراقيل التي تعيق التقدم في العمل، وتقصي الأسباب، ووضع التصورات المناسبة للعلاج.
- الوقوف على مدى فعالية الترتيبات التنسيقية بين الوحدات الخاصة في المؤسسة.
- وضع التوصيات فيما يخص برامج التدريب للعاملين، وتعيين الأشخاص الذين يحتاجون إلى الالتحاق بهذه البرامج.
- تذليل الصعوبات وحل المشكلات التي تعترض التنفيذ.
- ترشيد عمليات اتخاذ القرارات.
- ضغط النفقات غير المبررة والحد من الإسراف.
- التأكد من أن العاملين يصلون إلى حقوقهم، ويؤدون ما عليهم من التزامات.
- التأكد من أن القوانين والأنشطة والتعليمات تخدم الغرض المقصود، وأن العمل يجري بمقتضاها.
- إن الهدف الرئيس من الرقابة - كما ذكرنا - هو الكشف عن الانحرافات بغرض تصحيحها، وتعتمد هذه المهمة اعتمادا كبيرا على كيفية قياس الأداء.

ويرى (ديسلر) أنواع الرقابة هي خمسة كالتالي:

- أ- رقابة سابقة: وهي اكتمال عناصر التحكم التي توقع النتائج ، والسماح للمدير اتخاذ إجراءات تصحيحية قبل العملية أو المشروع .
- ب- رقابة متزامنة: قد يكون نظام التحكم فيها مدير يمارس الرقابة على النشاط يحدث ، والعمل على عدم المضي قدما حتى أو ما لم يكن مقبولا.
- ج- رقابة لاحقة: الملاحظات (أو ما بعد العمل) التحكم أي سيطرة حيث تتم مقارنة النتائج القياسية بعد أن يكتمل المشروع.
- د- ضبط الجودة: الأنشطة التي يتم تنفيذها لضمان مستوى الجودة لجميع السلع والخدمات تلبي المعايير المطلوبة من قبل العملاء.



هـ- إدارة الجودة الشاملة (إدارة الجودة الشاملة): وثمة مفهوم السيطرة القائمة على فكرة أن أي عيوب محتملة هي أن الموظفين ومسئولة عن الحفاظ على معايير الجودة. (٢٠٠٨، ص:٣٦٨).

ويؤكد الباحث على أن عملية الرقابة يجب أن تكون متواصلة، ومستندة في ذلك إلى معايير محددة تم تطويرها أثناء عملية التخطيط، كما لا بد أن تمتاز بالشفافية، و البعد عن تصيد الأخطاء للآخرين من أجل معاقبة مرتكبيها، وأن تكون أقرب للمتابعة التي تهيئ ظروف العمل بشكل يحول دون الوقوع في الأخطاء قدر المستطاع.

# المبحث الثاني

## مفهوم الإعلام

٢.٢.١ المقدمة

٢.٢.٢ مفهوم الإعلام

٢.٢.٣ تعريف الإعلام لغة

٢.٢.٤ تعريف الإعلام اصطلاحاً

٢.٢.٥ أهمية الإعلام

٢.٢.٦ أثر الإعلام

٢.٢.٧ أهداف الإعلام

٢.٢.٨ أنواع وسائل الإعلام

٢.٢.٩ وظائف الإعلام

## مقدمة

### مقدمة:

لا يغيب عن أحد يعيش على وجه المعمورة قيمة المعلومة أو الخبر الذي يحصل عليه من الوكالات أو الفضائيات، ولعل الإعلام بدأ منذ نشأة الخلق، وهناك نموذج إعلامي في سنة النبي صلى الله عليه وسلم عندما نادى في الناس على جبل الصفا في بداية الدعوة، وقال لحسان بن ثابت اهجم يا حسان، في إشارة منه للتأثير على معنويات الخصم.

فالإعلام اليوم لا يأتي بالمعرفة فقط بل يزرع فكراً، وينمي ثقافة، ويصنع جيلاً، وقوة صراع بين الحضارات، فهو اليوم له دوائر متخصصة لصناعة الرأي، وأصبح هناك مدارس لإدارة الإعلام، فأصبح الإعلام الخبز اليومي، ولعل ظهور الفضائيات جعل العالم كقرية صغيرة، ونرى الأحداث مباشرة في أي مكان على وجه الأرض، ولم نعد نرى اليوم إعلاماً لملك هنا ورئيس هناك يتكلم عن الحاشية الملكية، فالיום تصرف الملايين على الإمبراطوريات الإعلامية التي تقارب موازنتها لموازنة التسليح إن لم يكن أكثر، لذا يقول أحد المنظرين الصينيين الحرب الإعلامية فن انتصار الحروب. (العلوجي، ٢٠١٠، ص: ٦٦)

ويتناول هذا المبحث تعريف الإعلام وأهميته وأثره وأهداف الإعلام ووسائل الإعلام (الصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت والبيان).

### ٢.٢.١ مفهوم الإعلام:-

الإعلام بدأ مع بداية البشرية، ونظراً لاختلاف مشارب الناس أخذ الإعلام مفاهيم عديدة؛ نظراً لتجدد الغايات التي يُستخدم لها الإعلام.

فيقول (حسين) هناك من يذهب إلى عمومية أكبر؛ حيث يرى في الإعلام أنه جميع أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بجميع الحقائق والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة في القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية، وبدون تحريف، مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بجميع الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن القضايا والموضوعات، بما يسهم في تنوير الرأي العام، وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة. (الدليمي، ٢٠٠٤، ص: ١٨)

فالاتصال بالآخر وإيصال فكرة أو معلومة أو رسالة أو حدثاً يكون بالإعلام، وهي إحدى وسائله وهو وسيلة التخاطب والاتصال والتعبير عن الذات الإنسانية والتأثير فيها، لكن من المستحسن أن نشير إلى أن كثيراً من الباحثين يميزون بين الإعلام والاتصال كون أن لفظة الاتصال أكثر شمولاً ودلالة، فالاتصال: (قد يكون بين الإنسان وأخيه الإنسان، أو بينه وبين الحيوانات والجمادات وقد يكون بين هذه الأصناف الثلاثة). (إسماعيل، ١٩٩١، ص: ٣٤)

ويرى (الياسين) أن مفهوم الإعلام يعبر عن نشاط اتصالي بالجمهور؛ يجب أن تتوفر فيه الموضوعية والصدق فيما ينقله من أخبار وحقائق ومعلومات، ولكن مسألة الموضوعية والصدق تثير جدلاً كبيراً بين نظرة النظم السياسية للإعلام، بجانب نظرة الخبراء والباحثين والدارسين فما يعتبر إعلاماً موضوعياً صادقاً فيما كان يعرف بالاتحاد السوفيتي لا يعتبر كذلك في الولايات المتحدة الأمريكية مثلاً، ولقد أضحت الإعلام جزءاً مهماً من المنظومة الوطنية، وسمة بارزة في عالمنا المعاصر، وقد احتل مكانة مرموقة في هياكل الدول وعنصراً حاسماً في التعبير عن الاتجاهات الثقافية، وركناً أساسياً في صياغة الفكر الأمني. (٢٠٠٤، ص: ٥٧)

## ٢.٢.٢ تعريف الإعلام لغة:

الإعلام في اللغة: الإعلام مادتها اللغوية "علم" من صفات الله عز وجل، العليم والعالم والعلام "وهو الخلاق العليم"، وجاء أيضاً علم علماً الرجل: حصلت له حقيقة العلم، وعلم الشيء عرفه وتيقنه، وأعلمه الأمر، وبالأمر أطلعه عليه. (ابن منظور، ١١١٩م، ص: ٣٠٨٣)

-وفي لسان العرب: (يجوز أن تقول علمت الشيء، بمعنى عرفته وخبرته)

(ابن منظور، ١١١٩م، ص: ٤١٨)

-وفي المصباح المنير: العلم اليقين، يقال، علم، يعلم، إذا تيقن، وجاء بمعنى المعرفة أيضاً، كما جاءت بمعناه ضمن كل واحد معنى الآخر، لاشتراكهما في كون واحد مسبقاً بالجهل، لأن العلم إن حصل عن كسب، فذلك الكسب مسبق الجهل، وفي التنزيل: ﴿وَإِذَا سَمِعُوا مَا أَنْزَلَ إِلَى الرَّسُولِ تَرَى أَعْيُنُهُمْ تَفِيضُ مِنَ الدَّمْعِ مِمَّا عَرَفُوا مِنَ الْحَقِّ يَقُولُونَ رَبَّنَا آمَنَّا فَاكْتُبْنَا مَعَ الشَّاهِدِينَ﴾ (سورة المائدة، ٨٣). أي علموا، وجاء في الوسيط (أعلم نفسه وفرسه: جعل له أولها علامة في الحرب وأعلم الثوب: جعل له علماً من طراز وغيره وأعلم فلاناً الخبر وبه: أخبره به). (المعجم الوسيط، ج ٢، ص: ٦٢٤)

### ٢.٢.٣ تعريف الإعلام في الاصطلاح:

الإعلام عملية متجددة، فهناك الكثير من التعريفات التي حامت حول تعريف الإعلام. يقول الألماني (أتوجروت) بأن الإعلام هو التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت. (السيد، ٢٠٠٩، ص: ١٥)

ويعرف (ميزرا) الإعلام بأنه: القيام بنشر معلومات الغاية منها إفادة المطلعين عليها وإيقافهم على معارف أو حقائق أو مواقف. (٢٠٠٥ ص: ١٣)

عرف (الياسين) الإعلام بأنه: فن استخدام الفكر بالوسائل الإعلامية المختلفة لخدمة أهداف الأمة (٢٠٠٤، ص: ٦٢)

يعرف (إمام) الإعلام بأنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والسليمة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم. (الدليمي، ٢٠٠٤، ص: ١٨)

ويعرف على أنه كافة أوجه الأنشطة الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بالحقائق الصادقة والأخبار الصحيحة عن القضايا والمشكلات بطريقة موضوعية وبدون تحريف، مما يساعد على تنوير الرأي العام، وخلق رأي صحيح لدى الجمهور عن المشكلات والقضايا المطروحة. (إمبو، ١٩٩٨، ص: ٦٧٠)

ويرى الباحث من خلال هذه التعريفات أن الإعلام هو إيصال معلومة نبيلة تحتوي على الحقائق والأرقام وتهدف إلى إحداث تغيير موقف أو تعزيز أو نفي أو توعية عبر وسائل متعددة كالإذاعة و التلفزيون والانترنت والصحف وغيرها مستتدة إلى توثيق المصادر دون تحيز أو غموض وتصل إلى المتلقي بوضوح محدثة تغييراً.

### ٢.٢.٤ أهمية الإعلام:

الإعلام اليوم هو مؤسسة حيوية تتقدم المؤسسات كلها، بل من خلاله تمارس المؤسسات الأخرى، بل الدول والشعوب، دورها ونشاطها ولعل الثورة التكنولوجية الحديثة أعطت للإعلام مفهوماً آخر عن الذي كان متداولاً من نقل الأخبار.

فالإعلام سلاح اجتماعي سياسي من أخطر الأسلحة التي تستخدم في مجال الحرب النفسية، وصراع الإرادات والقوى في العصر الحديث.

إن النظر إلى الإعلام في إطاره الشامل يبدو كامتداد لمجتمع بأسره، فالإعلام مائل في كل عنصر من عناصر النظام الاجتماعي فهو يشرك جميع المؤسسات، ويستعين بها، ويمكن دراسته من وجهات نظر مختلفة: تكنولوجية وسياسية واجتماعية واقتصادية وقانونية وثقافية ونفسية، وعلى مستويات مختلفة: فردية ووطنية ودولية. (السيد، ٢٠٠٩، ص: ١٦)

ويمثل الإعلام المحلي بكافة وسائله البسيطة والمركبة، المباشرة وغير المباشرة، أداة أساسية في الوصول إلى المجتمعات المحلية ذات الأوضاع الخاصة، والتي تختلف عن غيرها من المجتمعات داخل الدولة الواحدة، ونظراً للقرب بين أطراف العملية الاتصالية، وتبرز أهمية هذا المستوى من الاتصال في خدمة قضايا التنمية والتطوير. ( الحديدي وعلى، ٢٠٠٤م، ص: ١٥٩)

تعاظم أهمية الإعلام واحدة من سمات عصرنا، وذلك لأن مركز الصراع الآن هو الاندفاع للوصول إلى أذهان البشر في أقصى سرعة، قبل أن يصل غيرك بالمعلومة وبعدها تصبح المعلومة لا قيمة لها حتى تستطيع أن تبني ثقافة وتربي جيلاً.

## ٢.٢.٥ أثر الإعلام:

لعل المهمة المركزية للإعلام التخصصي تتمثل في أنه يعبر عن الحياة في مجال تخصصه، من خلال التغطية المنتظمة والمنهجية للأحداث والظواهر والتطورات في هذا المجال، فوجود وشكل الإعلام المتخصص يتوقف على مستوى التطور في مجال التخصص.

وقد تزايد دور وسائل الإعلام في تكوين المعارف والقيم لأفراد المجتمع، حيث كانت التجربة الشخصية هي الوسيلة الأساسية التي يكتسب من خلالها الفرد منذ مولده مجموعة من القيم والمعارف التي تسهم في تكوين شخصيته، أما الآن في عصر التكنولوجيا والاتصالات فإن وسائل الإعلام هي الأساس لتكوين معارف وقيم وآراء الناس، وبالتالي لتحديد اتجاهاتهم ومواقفهم، و من ثم سلوكهم. (شعبان ٢٠٠٥م، ص: ٢٥٢)

إن الإعلام يؤدي دوراً كبيراً في نقل المعلومة ونشرها ووصف الأحداث وتشكيل الرأي العام، وقد تنامي هذا الدور مع تقدم العلم وتشابك مصالحه، وبصفة عامة يوجد طرق نمطية تزيد من أهمية دور الإعلام في المجتمع، وتستطيع وسائل الإعلام من خلالها تزويد أفراد المجتمع بالمعلومات التي ربما تصبح مادة الرأي العام. ( الشعلان، ١٩٩٩م، ص: ١٩٥. ١٩٧)

إن للإعلام غاية محددة هي الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام وغير ذلك، وهو يقوم على التنوير والتوعية وتربية النشء والترفيه الهادف، ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم وتسهم في تنمية واقعهم وتبصرهم في قضايا أمتهم.

## ٢.٢.٦ أهداف الإعلام:

هناك الكثير من الأهداف التي يهدف إليها القائمون على الإعلام في توصيل الفكرة وتوجيه الرأي العام لدى الجمهور ومن أهمها:

١. نشر الثقافة الإعلامية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالإعلام والأنشطة المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها مع تغير الزمان.
٢. تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات والمحافظة عليها، حيث إن لكل مجتمع نسقاً قيمياً يشكل ويحدد أنماط السلوك، متفقة مع تلك القيم والمبادئ؛ لذا كان التوافق سمة من سمات المجتمع.
٣. نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا المعاصرة، ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها؛ لكي تكون أمام الرأي العام ليأخذ الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا، وهذا هو أوضح أهداف الإعلام التي ترمي إلى توعية الجمهور وتنقيفهم، من خلال إمدادهم بالمعلومات التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي.
٤. الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية، وذلك من خلال البرامج الترفيهية والبرامج الثقافية.
٥. صناعة الوعي للشعوب وال جماهير؛ ليطلعوا على ما يحدث من حولهم، ويتعرفوا على قضايا أمتهم. (الحمداني، ٢٠١٠، ص: ٢١)

## أركان الإعلام:

يعتمد الإعلام على عدة أركان للوصول الصحيح للمعلومة للمستقبل والتي تتكون من ثلاثة بنود أساسية:

**أولاً إيصال معلومة:** يتحدد هنا الهدف من الإعلام بإيصال معلومة معينة؛ سواء أكانت حقاً أم باطلاً، وسواء أكانت مما اتفق عليه أو مما اختلف عليه، وسواء أكانت سياسية أم دينية أم اقتصادية أم علمية أم ثقافية أم ترفيهية. (طارق، ١٩٩٩، ص: ٩١)

**ثانياً المستقبل:** وبذلك يتحدد المستقبل للمعلومة، سواء أكان فرداً أم جماعة، ذكراً أم أنثى، كبيراً أم صغيراً.

ثالثاً الوسيلة: وهي متعددة ومتغيرة ومتدرجة، بحسب تطور المجتمعات علمياً وثقافياً وتقنياً، وفنون الإعلام المختلفة تبدأ بالاتصال المباشر بين البشر، وتنتهي بكل وسيلة حديثة ممكن استخدامها في مجال الإعلام والأخبار، فمن المعلوم أن الاتصال حاجة مجتمعية ضرورية، حيث إن الإعلام بدأ في الماضي على هيئة ممارسات اتصالية بطريقة تلقائية، استجابة للحاجات الآنية التي يكتسبها البعض بالتقليد القطري ثم ظهرت أشكال من الممارسات تحتاج إلى مهارات خاصة، يتطلب اكتسابها تدريباً خاصاً، ومن هنا كان التخصص في دراستها واكتسابها والتخطيط لها وتنفيذها. (إسماعيل، ١٩٩١، ص ٣٦)

## ٢.٢.٧ أنواع وسائل الإعلام:-

لقد بات دور وسائل الإعلام المختلفة في حياة المجتمعات جزءاً جوهرياً هاماً في صياغة الفكر والتطور، كما إن انفتاح كل بيت على فضائيات العالم اليوم جعل من الخطاب الإعلامي أداة يمكن توظيفها على مستوى رأي الفرد أو الجماعة، بل يمتد ليشمل القضايا القطرية والإقليمية والدولية، وباتت فائدة الفضائيات لا جدال حولها. (الزهار، ٢٠٠٤، ص: ٥)

فكثرت في الفترة الأخيرة وسائل الإعلام سواء المسموع والمقروء والمشاهد، ولعبت دوراً مهماً في الأحداث المحلية والعالمية وفيما يلي أبرز هذه الوسائل:

### أ- الصحافة:-

شهد القرن الخامس عشر ثورة عظيمة في وسائل نشر المعلومات وتداولها، لاسيما بعد توصل العالم الألماني جوتنبرج في منتصف القرن الخامس عشر عام ١٤٥٦م إلى اختراع المطبعة، وما تلاها من تطور وانتشار للصحافة العالمية، ما أسدل بغطائه على الصحافة العربية، رغم أن انتقال الطباعة والمطبعة إلى عالمنا العربي جاء بعد قرنين من اختراع جوتنبرج للمطبعة.

فالصحافة العربية لم تر النور إلا في نهاية القرن الثامن عشر وتعتبر مصر أول بلد عربي عرف الصحافة، وكان ذلك بعد أن استولى الفرنسيون عليها حيث أصدرت صحيفة (كورية ديلجبت) بالفرنسية عام ١٧٩٨م. (تريان، ٢٠٠٧)

لقد بقي للصحافة وظيفة أساسية في تحليل أخبار الأزمة، والتعليق عليها بصورة أكثر عمقاً وتنوعاً مما لا يتاح للإذاعات المحلية والدولية القيام به، ويلاحظ أن الصحف المحلية تلتزم بموقف الحكومة وسياسة الدولة من الأزمة. (حمودة، ٢٠٠٠، ص: ١٧٥)



ولعل في الآونة الأخيرة تراجع دور الصحف مع الغزو الإلكتروني الجديد على الشبكة العنكبوتية؛ فكثرة المواقع الإخبارية الإلكترونية، وسرعتها بالتعاطي مع الأخبار جعل الصحف في مرتبة متأخرة في نشر الخبر.

## ب - الإذاعة:-

تعتبر الإذاعة من أهم وسائل الإعلام الجماهيري، فهي تساعد على تكوين اتجاهات الرأي العام في شتى الميادين السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، بالإضافة إلى قدرتها على مخاطبة جميع فئات المجتمع باختلاف مستوى ثقافتها، لذا فإنها أداة تمثل خلفية لا تعوق أداء الأفراد خلال العملية الإنتاجية، فهي وسيلة تشجيعية وتنشيطية في مجال الإنتاج لأنها تعتمد على التخيل ولا تتطلب المشاهدة.

ومن إيجابيات تلك الوسيلة ما يلي ( ميرزا، ٢٠٠٦م، ص:٤٩ )

- تنوع برامجها مما يتيح لها تحقيق جميع أهداف الإعلام من إرشاد وتثقيف.
- القدرة على مخاطبة الجماهير حتى البسطاء منهم.
- البرامج المتخصصة، كبرامج تغطية الأزمات التي تجذب الأفراد ذوي المستوى التعليمي المرتفع.
- جهاز المذياع رخيص الثمن، ومختلف الأحجام، ويسهل اصطحابه.
- وسيلة الإعلام المسموعة لها قدرة فائقة على تخطي الحدود.
- تقوم بتعريف الجمهور بالأخبار التي تحدث أولاً بأول.
- تعمل على توعية الجمهور فكرياً وثقافياً وأمنياً.
- تحض الجمهور على التكافل ومساندة المقاومين في الميدان. (محمود، ١٩٩٧م، ص:

(٣١)

## خصائص الإذاعة:-

لكل تقنية من وسائل الإعلام مميزات خاصة عن غيرها ومن مميزات الإذاعة:

### ١. الإذاعة محليا:

أصبح للراديو مذاق محلي حيث إن تكلفة إنشاء وإدارة وتشغيل محطة إذاعية محلية أقل بكثير من إنشاء وتشغيل محطة تلفزيونية محلية، كما أن المعلنين غالباً ما يكونون قادرين على دفع ثمن الإعلان في الراديو، بينما الإعلان في التلفزيون باهظ الثمن.

## ٢. سهولة تقييم الإذاعة وتوزيعها:

وذلك لأن الراديو بمعنى المحطات الإذاعية نفسها والتي تقوم بعملية البث موجودة في كل مدينة؛ وهو ما جعل تخصص الإذاعة ممكناً، هذا التخصص الذي يعتبر أهم صفات الإذاعة الحديثة.

## ٣. الإذاعة المتخصصة:

ظهر حديثاً النمط المتخصص في الإذاعة، والذي يتوقع عدم إقبال كل الجماهير عليه مقابل إقبال جمهور مستهدف له نوعية محددة، وخصائص مشتركة.

## ٤. الإذاعة الشخصية:

وذلك لأننا أصبحنا نستمع إلى الراديو كل على حدة بدلاً مما كان عليه الوضع أيام أن كانت الأسرة كلها تجتمع حول الراديو لتستمع إليه سواء كان المذاع أخبار حرب أو أخبار مباريات رياضية أو ... الخ.

## ٥. الإذاعة المتحركة:

إمكانية تحرك الراديو هي أحد أهم خصائصه الملموسة، فيمكن للمستمع أن يستمع إليه في أي مكان وفي أي وقت، فضلاً عن إنتاج راديو السيارة والذي زادت مبيعاته عام ١٩٥١م عن راديو المنزل واستمر كذلك حتى الآن. (محمد، ٢٠٠٩، ص: ١٤١ بتصرف)

## ج. التلفزيون:-

لقد غير التلفزيون العالم، غير طرق الحكم، غير طرق التوجيه والإرشاد الديني، غير طرق التدريس المتبع في المساجد، لقد أثر في كل شيء في حياتنا في الملابس والمأكل حتى الطريقة التي نرتب بها الأثاث في المنزل، فضلاً عن أنه يثير الكثير من الجدل حول مستقبله وعلاقته بجمهوره ومدى تأثيره بالتقدم التكنولوجي الكبير والمتتالي. (محمد، ٢٠٠٩، ص: ١٤٥)

وقد تزايد دور هذا الجهاز مع الدخول في عصر القنوات الفضائية، فالدول العربية فقط تمتلك العديد من القنوات الفضائية، وأصبح الأداء والعمل المرئي من أهم المنتجات الإنسانية الحديثة على المستوى الفكري والمعرفي العقلي للإنسان، وعلى مستوى الإنتاج العملي والعلمي كنتيجة لأداء المستوى الأول، ولهذا فإن العمل المرئي أحد أهم أدوات الأداء الاجتماعي و الاقتصادي والسياسي ويشكل الركيزة الأولى للعمل الإعلامي، التي تصبح ذراعاً ممتدة لأي نوع من أنواع الأداء ايجابياً كان أو سلبياً، وقد تحولت في كثير من الأحيان إلى سلاح تعتمد عليه الجيوش والعمليات العسكرية ليس فقط في النطاق المحدود، بل تعدت كل

الحواسر الجغرافية والنفسية، وما يقسم البشرية أو ما يجرى مكوناتها، واعتمد ذلك كله على طبيعة هذه اللغة؛ التي تجسدت بأحد أهم مفرداتها وهي الصورة التي تتعامل مع أحد حواس الإنسان والحيوان على حد سواء، وبهذا فاقت كل أنواع التعبير التي اعتمد عليها الإنسان منذ الخليقة وحتى الآن، ورغم وجود هذه اللغة الأزلية إلا أنها كانت محدودة الاستغلال من الإنسان في كل مراحل تطوره، رغم أن هذا الاستغلال واكب هذه المراحل إلى أن كانت الثورة الصناعية، التي أنجبت أدوات تخدم هذه اللغة تفوق كل المقاييس، و كل ما هو متوقع و بذلك أصبحت اللغة المرئية هي الوعاء الحامل لكل أنواع العلوم و الثقافة البشرية، محتوية كل المضامين أدبية كانت أو فكرية أو تاريخية، مجسدة بذلك تراثاً إنسانياً و حضارياً للقرن الواحد و العشرين مظهرة بذلك ما قد يكون متوقفاً على صعيد المنتجات الإنسانية خلال هذا القرن الذي مازال في بداياته. ( أبو ندى، ٢٠٠٨، ص:٧)

ويشكل البث الفضائي اليوم عصب الاتصالات الدولية، فقد ألغيت المسافات، وغدا الإعلام الفضائي يشكل قضية سياسية في عصر تكنولوجيا الاتصال، حيث أتاحت الأجهزة الاتصالية المتطورة اليوم الاتصال السريع والمباشر ومعايشة الأحداث، أولاً بأول، وقد أصبحت القنوات الفضائية من الموضوعات التي تشغل اهتمام صناع القرار والرأي العام والقادة، كونها وسيلة من أنجح الوسائل وأضمنها وأكثرها تأثيراً لتحقيق الاتصال المطلوب

وبلا شك فإن القنوات الفضائية اليوم تمثل أكبر وأخطر انعطاف في ثورة الاتصالات، وإزاء هذه التطورات المتواصلة في تكنولوجيا الاتصالات، بدأت العديد من القنوات الفضائية العامة والخاصة تلعب على أوتار المكبوت العاطفي، ونجحت في اجتذاب نسبة عالية من الجمهور من خلال البرامج الترفيهية، وأخرى أخذت تعمل على عنصر المكبوت السياسي من خلال برامج تستخدم الإثارة في العرض والتقديم، في الوقت الذي تفتقد فيه القنوات الفضائية العربية الرسمية قدرتها على المنافسة. ( الربيعي، ٢٠٠٧، ص ٢٠-٢٢ )

وفي الآونة الأخيرة، إن منطقة الشرق الأوسط شهدت تطورا ملحوظا وسريعا في وسائل الإعلام العربية والذي رفع من مستوياته والتوقعات. إلى درجة معينة، هناك قنوات فضائية جديدة تمكنت وبنجاح من تجاوز الحدود الوطنية والقومية للرقابة، وأثارت جدلا واسعا وتأثيرات عكسية حرجة. ان الجماهير العربية وغيرها في الشرق الأوسط وفي الشتات تشارك بنشاط في الحوارات المفتوحة ومع النساء والتي تقدم أشكال لدور المرأة في المنطقة. (الزبيدي، ٢٠٠٤، ص:٦)

ويرى الباحث أن الفضائيات العربية والفضائيات المحلية لعبت دورا مهما خلال الحرب الأخيرة على قطاع غزة وأصبح المواطن العربي يشاهد المجازر بحق الشعب الفلسطيني وقت

حدوثها ويرى أيضا عمليات المقاومة في أرض الميدان لبيت روح المقاومة والتضحية في نفوس الشعوب العربية والإسلامية.

#### د-الانترنت:-

##### تعريف الانترنت:

تعريف الإنترنت في الكتاب الصادر عن برنامج التنمية للأمم المتحدة عام ١٩٩٤، بأنها شبكة اتصالات دولية، تتألف من مجموعة من شبكات الحواسيب، تربط بين أكثر من (٣٥) ألف شبكة، من مختلف شبكات الحاسوب في العالم، (U N D P ID, 1994, p. 15).

والذي ساعد في نمو استخدام الإنترنت إنشاء الشبكة العالمية The World Wide Web ففي عام ١٩٩٢ قام Tim Benners-Lee بإنشاء الشبكة العالمية أو ما يسمى بخدمة الويب، وهي عبارة عن قاعدة بيانات عالمية متاحة أمام جميع مستخدمي الإنترنت، وقد ساعدت سهولة التعامل مع الشبكة والشكل الأنيق الذي تقدمه الصفحات للمستثمر على انتشار هذه الخدمة بسرعة مذهلة، وقد فاق تطور خدمة الشبكة العالمية وسرعة نموها التقنيات الأخرى ويمكن القول أن خدمة الشبكة العالمية كانت وراء انتشار الإنترنت على هذا النحو الهائل. (سليمان، وآخرون، ٢٠٠٠، ص: ٤٦)،

حيث بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العالم ١.٢٤٤.٤٤٩.٦٠١ ( بليون ومائتان وأربعة وأربعون مليونًا وأربعمائة وتسعة وأربعون ألفًا و ستمائة وواحد ) مستخدم وذلك حسب آخر الإحصاءات التي أجريت حتى ٢٠٠٧/٩/٣٠ ( World Internet Usage, 2007 )

وهناك العديد من الأنشطة التي يمكن أن يقوم بها مستخدمو الإنترنت أثناء تواجدهم على الشبكة مثل استخدام البريد الإلكتروني، استخدام محركات البحث بهدف البحث عن منتجات أو خدمات، إرسال بطاقات الكترونية، متابعة الأخبار، البحث عن معلومات طبية، الدردشة .. وغيرها من الأنشطة.

#### هـ-وكالات الأنباء:

وكالات الأنباء هي منظمات أو مؤسسات وهيئات وظيفتها جمع الأخبار والصور والموضوعات الصحفية من مختلف مناطق العالم وصياغتها وبيعها لوسائل الاتصال أو وسائل الإعلام الجماهيرية مثل: الصحف، والمجلات، والسينما، والراديو، والتلفزيون. (حمودة، ٢٠٠٠م، ص ١٧١)

وتقوم وكالات الأنباء بدور إخباري أثناء وقوع الحرب والأزمات، حيث تتابع أخبار الحرب وتعرف بنتائجها وكيفية مواجهتها، ومحاولات التصدي لها، ومدى التطور أو مدى النجاح في ذلك.

فمتخذ القرار في الكيان الإداري يكون في حاجة إلى دعم وتأييد كافة القوى المحيطة والمتصلة والمرتبطة والمهتمة بالأحداث الجارية، وكذا بعلاجها سواء لتأثير مصالحهم بها، أو لأن استمرارها قد يؤثر على مصالحهم، ومن خلال أحداث المعرفة المخططة جيداً أو التأثير الإيجابي على تشكيل ثقافة الفرد والمجتمع وإحداث الوعي المطلوب وتنمية الإدراك بخطورتها وأبعادها. (شومان د. ت ص ١٩)

### و- المنشورات والبيانات:

لقد أخذت البيانات والمنشورات حيزاً واسعاً من الإعلام الفلسطيني؛ لعدم وجود الوسائل الأخرى، مثل الإذاعة والتلفزيون طوال فترة الانتفاضة الأولى؛ نظراً لمنع الاحتلال لوسائل المقاومة الأخرى التي تهدف إلى الاتصال بال جماهير، وبلا شك فإن للمنشور دوره في مجال العمل الدعائي النفسي؛ لأن المنشور له أشكال عدة لتتناسب مع الموقف والحدث والرسالة الموجهة، وكلها من شأنها التأثير على العقول والعواطف والسلوك طبقاً لمقتضيات الموقف.

والحرب التي تعتمد على هذه الوسائل تفترض وجود علاقة تبادلية بينها جميعاً والمنشور يعتبر لذلك من أبرز وسائل الحرب خاصة في المعارك والأزمات، وهو أداة تمرر من خلالها رسالة يرغب في إيصالها إلى الهدف، وهو عبارة عن رسالة مصورة، ويمكن أن يأخذ المنشور أشكالاً متعددة. (حسونة، ٢٠٠١، ص: ٤٢)

### ٢.٢.٨ وظائف الإعلام:

إن وسائل الإعلام، وهي تؤدي وظائفها المختلفة في المجتمع، أضحت مسؤولة مسؤولة مباشرة في مختلف المجتمعات، سواء المتقدم منها أو النامي عن الإسهام في حركة تطور المجتمع، والالتزام بغاياته وطموحاته (شعبان، ٢٠٠٥، ص: ٤٠).

يقول توماس جيفرسون: إن الطريقة المناسبة لمنع اللبس وسوء الفهم عند الجماهير هي تزويدهم بالمعلومات الكافية؛ التي تعالج شؤونهم وأحوالهم عن طريق مختلف وسائل الإعلام، وإتاحة الفرصة للإعلام؛ لكي ينساب إلى الشعب، ويصل إلى مختلف التجمعات الجماهيرية، كذلك فإن للإعلام دوراً مهماً في التخفيف من الأعباء والضغوط اليومية التي يتعرض إليها الأفراد، بل إن الأفراد يتجهون إلى الإعلام من أجل الاسترخاء ونسيان المشاكل وتجنب الملل،

وله دور مهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية بالإعلان عن المنتجات والخدمات، وتزويد الجمهور بالمعلومات عن المستجدات في المجالات كافة. (عزيزة، ٢٠٠٤، ص: ٣٢)

### **ويضيف (محمد) عدة وظائف للإعلام وهي:**

#### **١- الوظيفة الإخبارية:**

إن الخبر هو العمود الفقري في الخدمة الإعلامية، ولقد أصبح البحث عن الأخبار، والنقاطها، والسبق إليها ونشرها جوهر صناعة الإعلام المعاصرة، والنظرة البسيطة لواقعنا العالمي المعاصر تؤكد أن الخبر اليوم أساس المعرفة، ومن غير الأخبار لا نستطيع أن نفهم ما يجري حولنا في عالمنا المعاصر.

#### **٢- وظيفة التنمية:**

لقد أصبحت وظيفة الشرح والتفسير والإقناع وحشد الجمهور هي تعبير عن دور وسائل الإعلام في التنمية ومفهوم التنمية الشاملة عندي هو زيادة محسوسة في الإنتاج والخدمات شاملة ومنكاملة مرتبطة بحركة المجتمع تأثيراً وتأثراً، مستخدمة الأساليب العلمية الحديثة في التكنولوجيا والتنظيم والإدارة.

#### **٣- الوظيفة التربوية:**

لقد أصبحنا اليوم أمام حقيقة هامة، هي أن وسائل الإعلام تقوم بدور تعليمي مباشر، أما الدور التربوي الرئيسي والمستمر لوسائل الإعلام فيتمثل في أنها تمثل جامعة للذين تركوا مقاعد الدراسة، وأن التعليم فيها مستمر مدى حياتهم.

ولقد أصبح رجل الإعلام في المجتمع يقوم بدور المعلم في المدرسة، والوظيفة التربوية لوسائل الإعلام تتمثل بالمعنى الشامل لمفهوم التربية.

#### **٤- وظيفة الشورى أو وظيفة الديمقراطية:**

أصبحت وسائل الإعلام منابر للناس؛ لقادة الرأي الصدارة والافتتاحيات، وللقراء البريد والشكاوى، ومطالب المستمعين والمشاهدين، وما شابه ذلك.

وكلما توسعت الوسائل في هذا الدور تقدم المجتمع، وكلما ضيق تدهور المجتمع.

#### **٥- الوظيفة الترفيهية:**

كانت هذه الوظيفة تسمى التسلية والإمتاع، وكانت أمثلتها الشائعة الطرائف والنوادر، ثم أصبحت الآن في عصر التلفزيون الملون، وعصر وسائل الإعلام التي تعتمد في بقائها

على الإعلانات حجر الزاوية في كثير من الوسائل، والسعي لاستغلال هذه الوظيفة في تحقيق الأهداف التي يسعى خبراء الإعلام إلى تحقيقها لقد اتسع نطاق هذه الوظيفة وأضفى ظله على كثير من الوظائف الأخرى.

#### ٦- الوظيفة التسويقية أو وظيفة الإعلانات:

لم يعد خافياً اليوم أهمية هذه الوظيفة للبائع والمنتج وهم أطراف السوق، وقد تعود القارئ والمستمع والمشاهد على الإعلانات في الصحيفة والراديو والتلفزيون وبدونها تصبح منقوصة.

وفي الحرب العالمية الثانية كانت الحكومة الأمريكية ترسل إلى جيوشها طبعات خاصة من أهم المجالات بدون إعلانات، ولكن الجنود طالبوا بأن تصدر الطبعات بإعلاناتها. ويرى بعض علماء الإعلام أن الإعلانات هي أخبار ولكنها أخبار سعيدة، وأنها بذلك تحفظ التوازن في الصحيفة التي تنتشر أخبار الفيضانات والاعتيالات والزلازل وما شابه ذلك.

#### ٧- وظيفة الخدمات العامة:

وتتمثل في النشرات الجوية وأحوال الطقس، وفي نشر مواقيت الصلاة أو إذاعة الأذان، وفي الاستشارات القانونية والطبية، والتعارف وفي مئات الأشياء الصغيرة التي لا يمكن حصرها وتدخل في نطاق الخدمات التي تقدم لجمهور وسائل الإعلام، حتى يمكن القول بأن وسائل الإعلام المعاصرة أصبحت جهاز علاقات عامة لكل قارئ أو مستمع أو مشاهد.

(٢٠٠٩، ص: ١٦-٢٠)

## المبحث الثالث الإعلام المقاوم

٢.٣.١ تعريف الإعلام المقاوم لغة واصطلاحاً

٢.٣.٢ أهمية الإعلام المقاوم

٢.٣.٣ الإعلام المقاوم ( الشكل والأثر )

٢.٣.٤ إنجازات الإعلام المقاوم

٢.٣.٥ صعوبات تواجه الإعلام المقاوم



## ٢.٣.١ الإعلام المقاوم:-

### ٢.٣.١.١ مفهوم الإعلام المقاوم:

يقول (تراسكوت) إن وسائل الإعلام تحولت إلى سلاح في الحرب (تراسكوت، ٢٠٠٨).

فهناك إعلام مقاوم وهو أحد أذرع المقاومة في أي مكان فالمقاومة لا يقتصر دورها على البندقية، والعمليات الجهادية على مختلف أنواعها، فالكلمة أيضا وسيلة من وسائل الجهاد والمقاومة، سواء كانت هذه الكلمة مقروءة، أو مسموعة، أو مرئية، وعليه فالإعلام المقاوم هو الإعلام الذي يحول الكلمة والصورة والصوت إلى أداة تخدم المقاومة بشقها العسكري بحيث يقوم مقام التعبئة والتشديد، والدعم للمقاومة حتى يخلق رأي عام مساند لها وحامي لأهدافها. (الصواف، ٢٠١٠، مقابلة)

ويقول (كوتل) إن السلطة الحكومية والإدارية تسعى وبشكل روتيني للوصول إلى التضييق العام على وسائل الإعلام ، وكذلك أن أصوات المحرومين تناضل و تكافح من أجل التركيز الإعلامي لجلب انتباه نحو مأزقهم من خلال النجاح على الأقل بشكل ملحوظ، في مثل هذه الطرق- يمكن للصناعات الثقافية أن تصبح أكثر تأثيرا وذلك اعتمادا على طرق ديمقراطية أو من خلال داعمين أساسيين لإدارة المعلومات، الدعاية والحرب الإعلامية. (كوتل، ٢٠٠٤، ص: ٤)

ويرى (قصير) أن إعلام المقاومة طبق كل المفاهيم والأسس العلمية الحديثة التي تؤدي إلى استقطاب وتجميع الرأي العام على قناعات ثابتة غير قابلة للنزاع أو للجدل، وذلك من منطلق التزام الدقة في فهم الناس ومشاعرهم واتجاهاتهم المبنية على معتقدات سابقة، ملتزماً بمبادئ أخلاقية تقوم على إعلام الحقيقة، ولا شيء غير الحقيقة في تعاطيه مع الجماعة التي تشكل الرأي العام. (قصير، ٢٠٠٧)

### ٢.٣.١.٢ تعريف الإعلام المقاوم:

لا وجود لاختلاف جوهري في تعريف الإعلام المقاوم؛ وإن تباينت بعض التفسيرات له حسب خصوصية كل حالة، غير أن جميع هذه التفسيرات تصبُّ في نهاية المطاف في بوتقة التعريف الشمولي للمعنى.

فيقول (الصواف): هو الإعلام الذي يسبق المعركة، ويرافقها ويتابعها فيما بعد، وهو الإعلام الذي يعمل على تحطيم الروح المعنوية للعدو، بكل ما لديه من وسائل متعددة، يوظفها بشكل يؤدي إلى هدم معنويات العدو، وفق خطة معدة بشكل علمي، ومدروس، توظف فيها كل الأدوات الإعلامية توظيفا محسوبا ودقيقا. وهو إعلام يلعب على العامل النفسي للعدو، ويخلق

حالة من القلق والاضطراب في الجبهة الداخلية له، وكذلك لو تمكن من أحداث نفس التأثير في جبهة القتال، وعلى نفسيات الجنود على أرض المعركة. ( الصواف، ٢٠٠٨ )

ويعرفه (مرّة) الإعلام الذي يحمل مشروع المقاومة وهويتها، ويتبنى المقاومة نهجاً أساسياً وقضية دائمة، وليست موسمية أو آنية، أي في وقت الأحداث فقط، ويتحمل النتائج المترتبة على ذلك. (٢٠١٠، مقابلة)

ويقول (حماد) الإعلام المقاوم هو الإعلام الذي يدافع عن قضايا الأمة، والذي يتمسك بالثوابت الإسلاميّة والوطنية دون دعم أي مفاوضات يتم من خلالها التنازل عن هذه الحقوق. (حماد، ٢٠٠٨)

**ويرى الباحث أن الإعلام المقاوم هو الإعلام الذي يعرف الشعوب دور المقاومة الميدانية في مواجهة الاحتلال، ويقف سداً منيعاً ضد الإعلام المعادي بحيث يصنع وعياً مقاوماً لدى المدنيين على الصعيد الاجتماعي والسياسي والصحي سواء خلال الحرب أو في غيرها.**

### ٢.٣.١.٣ أهمية الإعلام المقاوم:

من الضروري أن يكون هناك إعلام مقاوم يسير جنباً إلى جنب مع البندقية والسلاح، لأنه بات من المسلّمات أن الإعلام سلاح قد يسبق المعركة، وقد يكون هو السلاح الوحيد فيها، فكثير من المجتمعات هزمت من خلال الإعلام، ودون أن تطلق عليها قذيفة واحدة، ومعركة بلا إعلام معركة خاسرة. ( الصواف، ٢٠١٠، مقابلة)

ويرى (مشموشي) أن وجود الإعلام المقاوم يفترض أن تكون هناك قضية، ويحتل وجود القضية أن تكون هناك ظروف سياسية أو قتالية أو نضالية، يتمحور حولها هذا الإعلام ويستلهم روحاً تحركه من مضمونها وتفاعلاتها وهكذا يصبح الإعلام المقاوم وليد حالة اجتماعية، لا يمكن تأطيرها في إطار الفعل الفردي أو النزعة الشخصية، بدليل ما يستجبه من تشاور وتخطيط قبل وضع المرسلّة الموجهة بشكلها النهائي. (مشموشي ، ٢٠٠٨)

وبما أن الإعلام المقاوم يُعد أداة أساسية لصدّ العدوان؛ فأهميته تتبع من كونه وسيلة تعريف بمشروع المقاومة وأهدافها، والدفاع عنها، والتعريف ببرامجها.

ومن أهميته أيضا:

١- كشف نقاط ضعف العدو وإبراز إنجازات المقاومة وتأثيراتها على الأعداء. (مرة، ٢٠١٠، مقابلة)

٢- إحدى أهم أدوات المعركة؛ لذا يقول - عليه الصلاة والسلام- (جاهدوا المشركين بأموالكم وأنفسكم وألسنتكم "أخرجه أبو داود وأحمد والنسائي". (الرواشدي، ٢٠٠٨)

٣- نظراً إلى حالة الانبطاح السياسي والإعلامي التي يشهدها العالم العربي والإسلامي هذا الإعلام المقاوم كفيل بانتشال الأمة من حالة الاستسلام والخنوع ليشدذ الهمم ويحشد الطاقات، ويوضح دور المقاومة مع الإرادة في تحقيق مصالح الأمة وإمكانية تحقيق انتصارات وهو ما يعزز الثقة بالنفس. (الصواف، ٢٠٠٨)

٤- مقاومة التهويد على جميع المستويات: الثقافي منها والصحي والاجتماعي، والاعتقالات والاغتياالات، واغتصاب الأراضي وبناء المستوطنات، وكذلك تغيير الثقافة الفلسطينية. (حماد، ٢٠١٠، مقابلة)

ويرى الباحث أن أهمية الإعلام المقاوم تكمن في أنه يكون حاضرا قبل الحرب وأثناء الحرب وبعد الحرب ويشارك فيها بتجيش الرأي العام وتوعيته ضد العدوان وأحيانا يقود المعركة ويكون السلاح الوحيد في المعركة.

## ٢.٣.٢ صفات الإعلام المقاوم:

للإعلام المقاوم صفات كثيرة، تميزه كونه يحمل رسالة مختلفة في الشكل والمضمون عن باقي ضروب الإعلام:

فيقول (الصواف) إعلامٌ يقوم به أناسٌ عاديون في مواجهة الاحتكارات الإعلامية الكبرى المنحازة لدول استعمارية ضد الدول المستضعفة (الصواف، ٢٠١٠، مقابلة)

ويقول (علوش) لا تنتظروا أن تُشتري لنا وسيلة إعلامية كي نمارس الإعلام المقاوم، بل علينا أن نخلق مثل هذه الوسيلة بأيدينا وتذكروا ليس مطلوباً منا أن نصنع الطائرة والدبابة والقمر الصناعي كي ننتصر، بل أن نتعلم كيف نسقط الطائرة وندمر الدبابة ونحاصر القمر الصناعي، بالكثير من الإبداع الشعبي، والكثير من التضحيات. (هشام، ٢٠٠٥)

### ٢.٣.٣ وظائف الإعلام المقاوم:

هناك الكثير من الوظائف للإعلام المقاوم منها:

١. الإعلان عن رأي المقاومة كتيار عقيدي وميداني، ومواقفها من الأحداث والأمر بشكل منفصل.
٢. التعريف بأراء المقاومة ومبادئها ومواقفها وتفعيل أعمالها وإظهار صورتها النضالية و الرد على مواقف العدو ودحض آرائه ومواجهته إعلامياً كسلاح نفسي وشن الحرب النفسية المركزة على العدو وقواعده الشعبية (الدعاية المضادة) من حيث الوسائل (التكامل بينها). (كلاس، ٢٠٠٧)
٣. خلق حالة منافسة مهنية إعلامية تجعل الإعلام الآخر مجبراً على التعاطي مع موضوع المقاومة، من باب التنافس المهني.
٤. رفع معنويات الجهة الداخلية، والإسهام في تحصينها ضد سياسات التثييط للعزائم، ومقاومة محاولات زرع الفتن الداخلية. (قصير، ٢٠٠٧)
٥. الحفاظ على الجبهة الداخلية وتماسكها.
٦. حشد الطاقات والإمكانيات لمساندة المقاومة.
٧. إعادة تشكيل الرأي العام عبر زرع ثقافة المقاومة.
٨. التصدي للإشاعات والدعاية السوداء والحرب النفسية.
٩. العمل على اختراق جبهة العدو النفسية والداخلية وتحطيم معنوياته بشكل علمي ومدروس .
١٠. العمل على إيجاد علاقة قوية وسليمة مع الجمهور الداخلي، من خلال الصدق وتقديم المعلومات والحقائق في الوقت المناسب وبالقدر المناسب، بحيث لا تفريط ولا إفراط.
١١. خلق رأي عام خارجي مساند للمقاومة وحشد الطاقات خدمة لها.
١٢. تحييد غير المقتنعين بالمقاومة ؛ بدلا من أن يتحولوا إلى أدوات معادية للمقاومة. (الصواف: ٢٠١٠، مقابلة)

### ٢.٣.٤ إنجازات الإعلام المقاوم:

مما تقدم نخلص إلى تسجيل سلسلة من الحقائق هي:

- أولاً: إعلام المقاومة استطاع أن يخترق الإعلام الإسرائيلي والإعلام الغربي المنحاز، ويقلب المفاهيم التي كانت سائدة عن الشخصية العربية (سلبية) والشخصية الإسرائيلية (إيجابية).
- ثانياً: صحح الفهم السائد عند العالم عن حركة الصراع العربي - الإسرائيلي، وطبيعة هذا الصراع وأبعاده الحضارية والإنسانية.

**ثالثاً:** بدل أيضاً في المفاهيم التي السائدة حول مقولة أن العرب معتدون، وأن إسرائيل هي المعتدى عليها، ورسخ قناعات جديدة عند رأي عام عالمي واسع من أن إسرائيل عدوانية ذات نزعة إجرامية.

**رابعاً:** إعلام المقاومة أسقط مقولة أن الجندي الإسرائيلي هو رجل "سوبرمان" لا يقاوم ولا يواجه، وأن الإنسان العربي ضعيف ومهزوم نفسياً، ومتخلف عقلياً.

**خامساً:** رسخ في أذهان الرأي العام العالمي أن استمرار الاحتلال الإسرائيلي مستحيل.

**سادساً:** وليس آخراً إعلام المقاومة سن منهجاً جديداً في استعمال وسائل الإعلام في خدمة الحرب والسلام معاً.

لقد استطاع إعلام المقاومة الإسلامية خلال فترة قصيرة من الزمن أن يشكل نموذجاً حياً لكيفية خوض المعركة الإعلامية مع الاحتلال الإسرائيلي، وأضاف ثقلاً نوعياً في الرؤية الإعلامية العربية لمستقبل الصراع الإعلامي مع إسرائيل. (مشموشي، ٢٠١٠، مقابلة)

### ٢.٣.٥ الصعوبات التي تواجه الإعلام المقاوم:

منذ فجر التاريخ والمحتل يحاول أن يكتم الأصوات، ويكتم الأفواه، ويقتل هنا، ويعربد هناك، فتارة يحارب العقول، وتارة يغسلها، وكلما سنحت له فرصة في التأثير على الرأي العام كان سباقاً لها، فالكيان الصهيوني استطاع في الحقبة الماضية التأثير على رأي الشارع الغربي والعربي أحياناً بإدعاء المظلومية واختلاق أكاذيب عن المحرقة، واستعطاف الشعوب للعيش على الأوهام والتضليل، ومن يتعرض للمحرقة بأي سوء من قريب أو بعيد كان يزج به في السجن، أو يتهم بأنه معادٍ للسامية إن لم يقتل ويشرد.

#### ٢.٣.٥.١ التضليل الإعلامي:

منذ احتلال فلسطين دأب الاحتلال الصهيوني وإعلامه على ممارسة التضليل الإعلامي على الشعب الفلسطيني والمجتمع الصهيوني عن طريق تشويه صورة الإعلام الفلسطيني؛ بتهمة الإرهاب والتحريض على الكراهية، وتصوير المقاومين والمجاهدين بالإرهابيين والمخربين والخارجين على القانون وكان ذلك واضحاً (في الانتفاضة الأولى) من خلال تركيز جميع وسائل وأدوات الإعلام الصهيوني، (الوسائل السمعية البصرية كالراديو والتلفزيون، والوسائل المقروءة والمكتوبة كالصحف والمجلات، أو الكتب و النشرات، إضافة للمنشورات والإعلانات الهادفة) على الحرب النفسية ضد الشعب الفلسطيني عامة، وضد الدعوة والمقاومة في فلسطين خاصة، ثم تعمقت وازدادت بشكل كبير (في الانتفاضة الثانية) حيث وضع الإعلام الصهيوني جل اهتمامه في إجهاض المقاومة، بمختلف الأساليب التي بحوزته،

و التي منها: (الدعاية، والتضليل الإعلامي، والإشاعة، وغسيل الدماغ، واقتعال الأزمات، وإثارة الرعب، والفوضى، والإقناع الطوعي، وغيرها). (عباس، ٢٠٠٥، ص:٣)

ولذلك تسخر الحركة الصهيونية آلة إعلامية ضخمة على مستوى العالم وفلسطين، حيث تسيطر على محطات الإذاعة والتلفزيون في بعض بلاد العالم الغربي وأمريكا، وذلك عن طريق سيطرة رؤوس الأموال على سياستها، ثم توجيهها إلى الوجهة التي تخدم مصلحة إسرائيل. (عبد الله، ١٩٩٧، ص:٦٧)

## ٢.٣.٥.٢ الحرب النفسية:

**الحرب النفسية:** تعرف بأنها الاستخدام المخطط للدعاية وما ينتمي إليها من إجراءات موجهة إلى الدول المعادية أو المحايدة أو الصديقة بهدف التأثير على عواطف وأفكار وسلوك شعوب هذه الدول بما يحقق للدولة الموجهة أهدافها. (إسماعيل، ١٩٩٨، ص:٥٦)

### أساليب الحرب النفسية الصهيونية، أهدافها وخطورتها:

**أولاً: الدعاية:** يعرف (هارولد لازويل) الدعاية بشكل عام على أنها: تعبير عن الآراء أو الأفعال التي يقوم بها الأفراد أو الجماعات عمدًا على أساس أنها ستؤثر في آراء أو أفعال آخرين أو جماعات أخرى لتحقيق أهداف محددة مسبقًا عبر مراوغات نفسية. (محفوظ، ١٩٧٩، ص:١٠٩)

وتعرفها (طلعت) بشكل عام بأنها عملية مستمرة يتبع فيها أساليب فنية علمية إقناعية، أو احتيالية أو قهرية، بغرض التأثير على المكونات النفسية للجهة المستقبلة لا شعوريًا أو شعوريًا فتضعها تحت رقابتها، وتسيطر وتضغط عليها أو تجبرها على إتباع السلوك المستهدف. (حجاب، ١٩٩٨، ص:١٢٠)

ويعتبر (دوب) الدعاية الصهيونية بأنها تعني: محاولة التأثير في الأفراد والجمهير والسيطرة على سلوكهم، لأغراض مشكوك فيها، وذلك في زمان معين، وهدف مرسوم. (حسنونة، ٢٠٠١، ص:٥)

كما قال قائد ألماني: إننا نستهلك الكثير من القنابل لندمر بها مدفعا واحدا في يد جندي أليس الأرخص من ذلك أن توجد وسيلة تسبب اضطراب الأصابع التي تضغط على زناد ذلك المدفع في يد الجندي. (حمزة، ١٩٨٤، ص:٢٢١)

## ثانياً: الإشاعة:

الإشاعة في الحرب النفسية الصهيونية: يعرفها (ريبر) بشكل عام بأنها: تقرير غامض أو غير دقيق أو قصة أو وصف يتم تناقله بين أفراد المجتمع عن طريق الكلمة المنطوقة غالباً. (عبد الله، ١٩٩٧، ص: ١٣٦)

أو الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع، أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح. (التهامي، ١٩٨٢، ص ١٤٤)

ولقد روج الاحتلال الكثير من الإشاعات حول الإعلام المقاوم تارة باختلاق الأكاذيب وتارة وأخرى ببث الرعب في نفوس المواطنين. (زقوت، ٢٠١٠، مقابلة)

## ثالثاً: الحصار:

كلمة الحصار لم تكن جديدة في قاموس الشعب الفلسطيني، كون الاحتلال لم يدع شيء في حياة الفلسطيني إلا ومنع دخوله حتى حليب الأطفال؛ بحجة الإرهاب، ولعل إطلاق فضائية الأقصى كان مترامنا مع الحصار المفروض على قطاع غزة، الأمر الذي ألقى بظلاله على إمكانية تطور الفضائية من الناحية التقنية ومن الناحية المهنية والتدريب، فكان الحصار مطبقاً على جميع مناحي الحياة.

ومع هذا أثبت القائمون على الإعلام، أنه رغم قلة الإمكانيات المادية والبشرية إلا أن الصورة الحقيقية للمعاناة بدأت تحفر في أذهان المشاهدين عبر الفضائية في أصقاع المعمورة. (حماد، ٢٠١٠، مقابلة)

## رابعاً: الإيقاف عن العمل:

بعد المحاولات الكثيرة والفاشلة التي اتبعتها الاحتلال ضد الإعلام المقاوم بدأ خطوات عملية على الأرض، فكان أولها الضغط على السلطة الفلسطينية السابقة لإيقاف بث القناة لأكثر من مرة بحجة التحريض، وتم اعتقال مراسليها أكثر من مرة وأخيراً تم إغلاق مقر الفضائية في الضفة الغربية في تاريخ ١٨-٦-٢٠٠٧. (زقوت، ٢٠١٠، مقابلة)

ولم يكتف الاحتلال بذلك فقام بتحريض اللوبي الصهيوني في الكونجرس الأمريكي و الخزانة الأمريكية على اعتبار القناة منظمة إرهابية وتجميد أرصدها ومعاينة الأقمار المشغلة لها مالياً ثم كان قرار الكونجرس الأمريكي باعتبار فضائية الأقصى منظمة إرهابية. ( فضائية

الأقصى، ٢٠٠٨) وكان إيقاف قناة المنار في ٢٠٠٤ مقدمة لقصف القناة وإسكات صوت المقاومة في لبنان. (قصير، ٢٠٠٧)

### خامساً: القصف والاعتقال:

عندما يرى الناظر لحال الإعلام الفلسطيني كيف ينقل بالصوت والصورة الألم والمعاناة، يدرك أن وراء هذا العمل ثمناً سيدفع إما بالدماء أو القصف أو التشريد، وقصة القصف لم تكن جديدة فلقد جاء المكر بالقتل بعد أن فشل الخداع، فحاول الاحتلال أن يجتث هذه الفكرة من أصولها، بعد أن فقد السيطرة على الإعلام الفلسطيني، فاتخذ قراراً ضد الصحافة وحرية الإعلام بقصف مقر إذاعة صوت الأقصى. (حماد، ٢٠١٠، مقابلة)

وكان قصف الإذاعة علامة تحول فقد برهن أن الاحتلال ليس عنده خطوط حمراء ولا محرقات حتى الصحافة كانت في مرمى النيران، الأمر الذي جعل العاملين في الإذاعة يأخذون احتياطات أكثر أمناً، وبدائل للتعامل مع الأزمات (زقوت، ٢٠١٠، مقابلة) ويفترض أن الإعلاميين أصحاب قدرة، وعلى استعداد تام للحفاظ على العين ساهرة لمراقبة نشاطات المقاومين في الميدان والجيش العسكري، وهو يعني أيضاً أن يتم إعداد الصحفيين لمواجهة حجج الأصوات القوية في الحكومة والذين تقع على عاتقهم المسؤولية عن كل القرارات الإستراتيجية والتكتيكية في حالة الحرب. (ثوسو، فريدمان، ٢٠٠٥، ص: ٤)

ويؤكد قصير أن الاحتلال يضع نصب عينيه أهمية الإعلام المضاد التي تقوم به قوى المقاومة لفضح ممارساته فتارة يلجأ للإغلاق وأخرى بالقصف (قصير، ٢٠٠٧)

وبدأت الدائرة على فضائية الأقصى في قطاع غزة، وكان أول استهداف لأطقم فضائية الأقصى باستهداف مصور الفضائية عماد غانم في تاريخ ٥-٧-٢٠٠٧ فكان على مرأى ومسمع العالم يقتل بدم بارد بالآلة الحربية الصهيونية وعندما تم سؤال المحلل الصهيوني على القناة العاشرة عن سبب الاستهداف قال "إن فضائية الأقصى منظمة إرهابية والعاملون فيها مقاتلون" (القناة العاشرة الإسرائيلية: ٢٠٠٧)

بعد المحاولات المتكررة لإيقاف بث القناة على الإنترنت، واعتبارها منظمة إرهابية، استهدفت قناة الأقصى التي كانت علامة فارقة في الإعلام الفلسطيني المقاوم، والتي أخذت على عاتقها الدفاع عن حقوق الشعب المحاصر، بعد أن كان الإعلام الرسمي قد حاد عن الطريق التي رسمت له، كان لقناة الأقصى بصمات في الكثير من المحطات التاريخية في حياة الشعب



الفلسطيني، وكان من أبرزها الحصار المفروض على قطاع غزة منذ ٤ سنوات، والحرب التي شنت على القطاع، وجريمة أسطول الحرية، وثورة المقدسيين وغيرها.

وبعد اندلاع شرارة الحرب الصهيونية على قطاع غزة في تاريخ ٢٧/١٢/٢٠٠٨م كانت الفضائية على موعد مع القصف من جديد، ففي نفس الليلة تم قصف مقر الفضائية بالكامل، وكان الاحتلال يقصد قتل العاملين في المكان، لكن إرادة الله أسبق وبحمد الله تم إخلاء المكان قبل دقائق من القصف. (محسن، ٢٠١٠، مقابلة)

واعتقد الاحتلال الصهيوني أن صوت المقاومة ومشاهد الدمار والقصف والأشلاء وصوت المقاومة لن يخرج إلى العلن، ولكنه ذهل عندما رأى أن بث القناة لم يتوقف، ولا حتى لحظة واحدة، واستمر بث القناة للمشاهد العربي والغربي، فبدأ العدو يلاحق العاملين في الفضائية واستهدفهم أكثر من ١٠ مرات، كان إحداها على شاطئ بحر غزة لكن الله سلم، وبعد ذلك استهدف الاحتلال المصور الشهيد "عمر السيلوي" والشهيد "حمزة شاهين"، وأصاب ماهر المدهون، ومحمد عبد الوهاب، مصطفى بكير، ورامي أبو دية، وسمير عدوان، وإبراهيم الزعيم، والكثير من العاملين، لكن قدرة الله أغلب حيث كان الموظفون يمارسون عملهم بكل تضحية، مع أنهم يعلمون أنهم يستهدفون، لكن الرسالة التي يحملونها تلقي عليهم عبئاً كبيراً في تحمل المسؤولية عن هذا الشعب، وإيصال الصورة الحقيقية للمقاومة. (أبو عون، ٢٠١٠، مقابلة)

قائمة بالقرارات التي اتخذت في حق قناة الأقصى منذ النشأة كما هي موضحة في الجدول التالي:

#### جدول (١)

التاريخ	القرار	
٢٠٠٧/٦/١٣	إغلاق مكاتب قناة الأقصى الفضائية في الضفة الغربية.	١
٢٠٠٧/٦/١٥	اعتقال موظفي القناة من قبل السلطة في رام الله .	٢
٢٠٠٧/٧/٥	إصابة مصور القناة عماد غانم.	٣
٢٠٠٧/١٠/٢٧	إختراق الموقع الإلكتروني على الشبكة العنكبوتية.	
٢٠٠٧/١٢/١٦	اعتقال عدد من موظفي القناة من قبل سلطات الاحتلال منهم الصحفي (طارق أبو زيد) مراسل القناة.	٤
٢٠٠٨/١٠/١٠	محاسبة ومقاضاة الأقمار الصناعية التي تحمل الفضائية.	٥
٢٠٠٨/١٢/٢٧	قصف مقر القناة خلال الحرب.	٦
٢٠٠٩/١/١	إصابة محمد عبد الوهاب.	٧

٢٠٠٩/١/٣	استشهاد عمر السيلوي.	٨
٢٠٠٩/١/١٤	إصابة ماهر المدهون.	٩
٢٠١٠/٣/١٨	تجميد أرصدة الفضائية في الولايات المتحدة.	١٠
٢٠١٠/٥/١٦	اعتبار فضائية الأقصى منظمة إرهابية من قبل الكونجرس الأمريكي.	١١
٢٠١٠/٥/٢٥	إغلاق القناة على قمر اليوتل سات.	١١٢

(فضائية الأقصى، ٢٠١٠، نشرة)

## المبحث الثالث إدارة الإعلام المقاوم (فضائية الأقصى)

- ٢.٤.١ الإعلام الفلسطيني المقاوم
- ٢.٤.٢ فضائية الأقصى النشأة والتطور
- ٢.٤.٣ التخطيط للإعلام المقاوم
- ٢.٤.٤ التنظيم للإعلام المقاوم
- ٢.٤.٥ التوجيه للإعلام المقاوم
- ٢.٤.٦ الرقابة للإعلام المقاوم
- ٢.٤.٧ إدارة الخطاب الإعلامي
- ٢.٤.٨ تجارب إدارة الإعلام المقاوم (الجزائر، العراق، لبنان)

## ٢.٤.١ الإعلام الفلسطيني المقاوم (١٩٢٩-٢٠١٠)

لقد كان الإعلام الفلسطيني المقاوم منذ بداية القضية الفلسطينية مشاركاً فاعلاً في الأحداث الفاعلة على الساحة، وكون أن أرض فلسطين مليئة بالأحداث كان الإعلام يأوي إليها من كل مكان، وشدد الإعلام الفلسطيني أن حركة المقاومة في هذا الإطار، جاءت لتعيد إلى أذهان العالم اسم فلسطين، وتثير قضيتها بحق الشعب الفلسطيني في تقرير مصيره، ومن ثم فقد طرحت آثاراً ودلالات نفسية، بالغة العمق والتأثير في أوساط الفلسطيني من حيث تأكيد الهوية السياسية لهم، وكان للإعلام الفلسطيني محطات على تاريخها في فترات متعددة، ومن المعلوم أنه بمقدار ما يملك المواطن من وسائل اتصال، بقدر ما نطمئن على يسر سريان الاتصال إلى القاعدة، ومن القاعدة إلى الأعلى، أي نطمئن على الحلقة اللازمة لإيصال الكلمة من مركز القرار إلى الشعب وبالعكس. (المرسى، ١٩٩٣، ص: ١٧٥)

فقد جاءت الفترة (١٩٢٩\_١٩٣٦) لتشهد تطوراً على الصعيد الاقتصادي، والسياسي، والتنظيمي الفلسطيني فقد كانت هبة البراق عام ١٩٢٩ نقطة تحول جذرية في حياة الحركة الوطنية الفلسطينية ولم تكن الصحافة العربية الفلسطينية بمنأى عن هذه المتغيرات بل لعبت دوراً أساسياً في إنضاج الوضع الثوري الفلسطيني، مما أدى إلى انتهاج الانتداب البريطاني أسلوب ترهيب الصحافة والتكبل بالصحفيين، كذلك التشديد في أعمال مكتب المطبوعات للصحف، واضعاً نصب عينيه تحويل الصحف والمجلات الفلسطينية إلى وسائل لتهدئة الشعب، وإقناعه بأن الاحتلال جاء لمصلحته وخدمته. (أسعد، ١٩٩٥، ص ١٧-١٨)

ومع وصول المد الوطني إلى ذروته باندلاع حركة القسام ١٩٣٥ واشتعال الثورة عام ١٩٣٦ توسعت سلطات الانتداب البريطاني في استخدام سلاح تعطيل الصحف لفترات من الزمن أو سحب ترخيصها تماماً، فبعد أن عطلت هذه السلطات جريدتي (الوحدة العربية) و(الشباب) لمدة ثلاثة أشهر للأولى وشهرين للثانية، عمدت إلى سحب ترخيص الحياة (١٩٣١) والأخلاق، والجامعة العربية، والعرب، والأخبار، والمطرقة والوحدة العربية، والجيبيل والصاعقة، واللواء والكفاح ١٩٣٦، والخميس ١٩٣٧. (ياسين، ١٩٩٥، ص: ١٧)

## ٢.٤.١.١ الصحف:-

عرفت فلسطين الصحافة منذ أمد بعيد، ففي القرن الثامن عشر، صدرت في الشام التي كانت ولاية عثمانية أولى المطبوعات على أن هناك خلافا بشأن أولى الصحف التي صدرت في فلسطين، فبينما يقول الكونت فيليب دي طرازي أن أول صحيفة صدرت في عام ١٨٧٦ صحيفة (القدس الشريف) في مدينة القدس، يقول أديب مروة إن " النفير العثماني " كانت أول صحيفة، وقد صدرت بالإسكندرية عام ١٩٠٤ ثم انتقلت إلى القدس عام ١٩٠٨. ( رويتر، مترادف، ٢٠٠١، ص ٢١-٢٣ )

وكانت الصحف عبارة عن الناطق الإعلامي باسم القضية الفلسطينية، وتقوم بالتعريف عن الشعب الفلسطيني في كل المحافل فقد امتلكت منظمات المقاومة الفلسطينية بعد عام ١٩٦٧ ما يزيد على أربعين دورية مرخصة، وغير مرخصة تتفاوت في شكلها ما بين المجلة والنشرة ونظراً إلى طبيعة عدم الثبات والانتقال، "فالكادر لم يكن كافياً" إلا لصدور صحيفة أو صحيفتين، الأمر الذي زاد من معدلات المقالات الإنشائية في هذه الدوريات، فيما غاب عنها أغلب الأشكال الصحفية، من التحقيق الصحفي، إلى المتابعات الإخبارية، والموضوعات التي تتصدى لمعالجة قضايا الجماهير. (الصايغ: الموسوعة الفلسطينية، ص ٤٦١)

## ملاح صحافة المقاومة:

١. غياب المنافسة بين الصحف على جمهور القراء، فكل المجالات الفلسطينية كانت توزع مجاناً، مع أنها تطبع آلاف النسخ، ربما عشرات الآلاف أحياناً وكانت دون المستوى الفني والمهني.
٢. صحافة المقاومة، صحافة ملتزمة بالثورة الفلسطينية، فالمعالجة الإعلامية تتم في إطار فلسطيني عربي (الإعلام الفلسطيني: ص ١٣٠) فأولت الاهتمام الكبير للعمل العسكري، وصد العدوان، أياً كان الفصيل الذي تصدر عنه.
٣. تراجعت بعض عيوب الصحافة الفلسطينية بعد مرحلة اكتساب الخبرة، شيئاً فشيئاً، فظهرت مجلات ذات مستوي عال فكرياً وفنياً، مثل: " شؤون فلسطينية " و " الكاتب الفلسطيني " والمجلات الصادرة عن مؤسسة الدراسات الفلسطينية مثل: "قضايا عربية" و "الجيل" و "المستقبل" حيث إن هذه الصحف "حققت قفزات نوعية بحلول رؤساء تحرير متمكنين من الفن الصحفي". (الصايغ وآخرون، ص: ٤٦١)
٤. يغلب على صحف المقاومة صفة عدم الاستقرار، خاصة أنها توجد على أرض غير فلسطينية، مما عرض العديد منها للتوقف والإبعاد.

٥. اعتمدت صحافة المقاومة على "كوادرها" وجهودها الذاتية، لهذا كان ينقص العديد منها الخبرات الفنية العلمية والمكتسبة.

٦. برز في المد الثوري وتحديداً في عامي ١٩٦٩ - ١٩٧٠م العديد من الصحف والنشرات واليوميات التي لم تر الضوء، إلا أيام فلم تكن من حيث المادة أو الإخراج أو الكادر الصحفى قادرة على الاستمرار، وولدت ربما لتعبر عن فكرة ما، وليدة لحظتها، غير أن المنية وافتها بعد أيام. (صامد، العدد ١٠٢، ص: ١٤٤، ١٤٥)

## ٢.٤.١.٢ الإذاعة الفلسطينية:-

عرفت فلسطين الإذاعة منذ القدم، وبالتحديد في عهد الانتداب البريطاني عام ١٩٣٦ حيث أنشئت دار الإذاعة الفلسطينية في القدس ورام الله من جانب الحكومة البريطانية في فلسطين، وعندما انسحب البريطانيون من فلسطين عام ١٩٤٨ وتم إنشاء إسرائيل، استولت قوات الاحتلال على الاستوديوهات في القدس، وما زال المبنى حتى اليوم المقر الرئيس للبيت الحكومي الإذاعي الإسرائيلي، أما محطة رام الله فقد أخذها الأردنيون واستأنفوا البث منها باللغة العربية حتى عام ١٩٥٠ ومع توحيد الضفتين الغربية والشرقية، أصبحت هذه المحطة في رام الله إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية، حتى عام ١٩٦٧ عند احتلال إسرائيل للضفة الغربية، بالإضافة إلى هذه المحطة كان هناك إذاعات غير رسمية منها صوت فلسطين وصوت الثورة ورايو الإنقاذ والشرق الأدنى التي بدأت منها من جنين ثم انتقلت إلى يافا عام ١٩٤٢ ثم إلى القدس عام ١٩٤٥ وبعد ١٩٤٨ انتقلت إلى قبرص كإذاعة تجارية، وانتهى وجودها مع بدء حرب السويس في أكتوبر (رويتز، متراود، ٢٠٠١، ص: ٢٢-٢٣)

## الإذاعة الفلسطينية منذ عام ١٩٤٨ - ١٩٦٧:

نشأت خلال هذه الفترة العديد من الإذاعات الفلسطينية المستقلة بذاتها:

- إذاعة فلسطين من القاهرة:

بدأت إذاعة فلسطين ببث برامجها على موجات إذاعة صوت العرب في ١٩ أكتوبر ١٩٦٠ وبلغ إجمالي إرسال إذاعة فلسطين في مطلع عامها الثاني ثلاث ساعات إلا الربع يومياً.

- إذاعة فلسطين من دمشق:

بدأت إذاعة دمشق في تخصيص حيز للإذاعة الفلسطينية في ١٥ أغسطس ١٩٦٤. (أبو شنب، ٢٠٠١، ص: ٨٨)

## - صوت فلسطين ( صوت منظمة التحرير الفلسطينية)

افتتح الشقيري إذاعة المنظمة في ١ مارس ١٩٦٥ من القاهرة، وحدد في كلمته أن الإذاعة تدعو أبناء الشعب الفلسطيني إلى تحقيق الشعارات الثلاثة للمنظمة (الوحدة الوطنية، والتعبئة القومية، والتحرير) (فرج، ص ١١٩)

كان للدور الإعلامي المقاوم نافذة عبر الإذاعات الفلسطينية والعربية في فترات متفاوتة، واستمرت الإذاعة الفلسطينية في أداء دورها الإعلامي المتميز في الشتات؛ للتواصل مع فلسطيني الداخل فيما بعد النكسة، فنشأت العديد من الإذاعات مثل: إذاعة العاصفة وإذاعة صوت فلسطين وإذاعة زمزم و إذاعة درعا وإذاعة بيروت، فقد بدأت إذاعة صوت فلسطين (صوت الثورة الفلسطينية) في البث من بيروت في ٩ نوفمبر ١٩٧٥ كإذاعة رسمية للمنظمة بعد إغلاق السلطات المصرية لإذاعة المنظمة بعد اتفاق فصل القوات الثنائي بين مصر وإسرائيل في سبتمبر ١٩٧٥، وكانت تغطي فلسطين، والأردن وسوريا ولبنان وشمال مصر. (أبو شنب، ٢٠٠١، ص ٨٩)

ثم تزايد دور الإذاعة الفلسطينية في مختلف الفصائل، فقد نشأت فكرة إنشاء إذاعة للجبهة الشعبية منذ الوجود الفلسطيني في بيروت، في أول يناير ١٩٨٨، مع اندلاع الانتفاضة، بهدف التواصل مع الشعب الفلسطيني في الأراضي المحتلة وخارجها، مع القواعد والمخيمات والقرى، والمدن الفلسطينية. (أبو شنب، ٢٠٠١، ص ٩٠)

ثم انطلقت الإذاعات ذات التوجه الإسلامي وكان منها إذاعة صوت الأقصى التي بدأ بثها في ٢٠٠٣ على موجات fm وكانت تغطي قطاع غزة وجزء من الضفة الغربية وكان لإذاعة صوت الأقصى الباع الطويل في تأصيل فكرة الإعلام المقاوم وإرجاع الصورة إلى حقيقتها بعد أن غابت الإذاعات الإسلامية عن الساحة، ثم تبع ذلك إذاعة القدس التي تتبع لحركة الجهاد الإسلامي في ٢٠٠٤ وكان لها حضور كبير في الشارع الفلسطيني، وبعده توالى الإذاعات الفلسطينية وكان منها غزة fm، وإذاعة الحرية والشباب والبراق والإرادة الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة.

### ٢.٤.١.٣ محطات التلفزة:

مع بداية عملية السلام عام ١٩٩٣ انتشرت ظاهرة الإذاعات ومحطات التلفزة الخاصة، ولكنها اقتصر على الضفة الغربية، دون قطاع غزة كون غزة هي المقر الرئيس، ولا تريد السلطة آنذاك منافسا لها في غزة، فلم تعط التراخيص لمحطات التلفزة في غزة وكان عدد المحطات

الموجودة في الضفة الغربية كبير جدا مما خلق تنافسا مع التلفزيون الرسمي. (رويتز، متراود، ٢٠٠١، ص١٢١)

وتتفوق فلسطين على الكثير من الدول العربية في انتشار هذه الإذاعات والمحطات حيث يبلغ عددها تقريبا (٤٢) محطة إذاعية وتلفزيونية منها (٢٠) محطة تلفزيون و (١٢) محطة إذاعية. (أبو شنب، ٢٠٠١، ص:٦٩)

### تلفزيون فلسطين

اتسم عاما ١٩٩٣، ١٩٩٦ بإنشاء العديد من هذه المحطات، حيث وصفت بأنها سنوات الذروة، حيث أنشئت سبع محطات في عام ١٩٩٣، فيما أنشئت ١٣ محطة خلال عام ١٩٩٦ بعد وقت قصير من قيام السلطة، فيما تراجع عدد المحطات في عامي ١٩٩٧، ١٩٩٨ فمنذ شهر أيلول ١٩٩٤ بدأ تلفزيون فلسطين بثاً محلياً في غزة على الحيز UHF، وقد بدأ البث بالإشارة التلفزيونية وبعض الأغاني لمدة ١٥ يوماً ثم أصبح التلفزيون يبث على مدى أربع ساعات يومياً لمدة أسبوعين، ثم تطور البث بعد أن تم تشغيل ثلاثة أجهزة إرسال إضافة لتقوية بث التلفزيوني مما مكن التلفزيون من أن يبث ١٠ ساعات يومياً من الساعة الرابعة بعد الظهر حتى الثانية بعد منتصف الليل، وفي شهر أبريل ١٩٩٥ تمركز العمل الإنتاجي التلفزيوني في مبنى هيئة الإذاعة والتلفزيون في رام الله وتم البدء بوضع مخطط برامجي للعمل على تنفيذه كما قامت الطواقم الفنية والهندسية ببناء استديوهات تلفزيونية بمقر الهيئة في رام الله وأيضاً استوديوهات تلفزيونية في محاذة الإذاعة في أريحا.

### تلفزيون الأقصى الأرضي

في السابع من كانون ثاني ٢٠٠٥، بدأ التشغيل التجريبي لقناة تلفزيون الأقصى التابع لحركة حماس عبر البث الأرضي من غزة عبر الموجة UHF62 وكان لهذه المحطة الدور الحيوي والمهم في المعركة الانتخابية للمجلس التشريعي الفلسطيني، حيث نشر التلفزيون البرنامج الانتخابي لحركة حماس. (أبو السعيد، ٢٠٠٨، ص:١١٧)



## ٢.٤.٢ فضائية الأقصى النشأة والتطور

لا يخفى على أحد أهمية الفضائية لنا كشعب فلسطيني، حيث تعتبر القنوات الفضائية في الوقت الراهن أحد أهم أدوات التأثير السياسي والاجتماعي، في ظل نفاذها في مختلف مفاصل المجتمعات، وكذلك جاذبية الفعل الإعلامي في حياة الناس.

بدأت القناة ببناء مؤسستها الإعلامية في وقت كثرت فيه ألفاظ الشجب، والإدانة، وعقد المؤتمرات، واللجوء إلى هيئة الأمم، ومجلس الخوف للذين لا يجدوا شيئاً في ردع المعتدين وإيقافهم عند حدهم؛ لذلك يجب أن نكون كمسلمين أمة واحدة، وأنه لا ينفع أمام هذه الهمجية إلا المقاومة بأنواعها والتي منها بناء أرضية لإعلام إسلامي هادف وناضج؛ لكي يكون للكلمة الإسلامية صوت تصدح به في سماء الكرة الأرضية عبر شبكة الأقصى للإعلام والإنتاج الفني بكافة فروعها وفقاً لنشرة صدرت عن قناة الأقصى في ٢٠٠٧ توثق نشأة القناة واستناداً للمقابلات مع المجلس التنفيذي الحالي للقناة.

### ٢.٤.٢.١ نشأة قناة الأقصى الفضائية:

تم إنشاء قناة الأقصى الفضائية في العشرين من نوفمبر من العام ٢٠٠٦م حيث أصبح لفضائية الأقصى وجوداً بين كبريات الفضائيات العالمية على الأقمار الصناعية، لتبث إعلاماً إسلامياً هادفاً، حيث مرت فضائية الأقصى بمرحلة البناء الهيكلي والفكري والتنظيم الهيكلي للكادر الوظيفي وذلك على النحو التالي:

### ٢.٤.٢.٢ مرحلة الحجز الفضائي:

حيث تم الحجز في القمر الصناعي عربسات في الوقت الذي رفضت فيه الوجهة المصرية البث على النايل سات، إلا أن القناة استطاعت أن تشترك بالنايل سات عن طريق الباقات القريبة من القمر نايل سات، ورغم الصعوبة التي واجهت القناة في بداية الأمر إلا أن إدارة القناة في نهاية الأمر استطاعت أن ترى النور حتى تحقق الحلم، واتضح الرؤيا وبدأت الكلمات الروحانية تدب في فضاء الإعلام، لتبدأ الصورة بالازدهار، وبدأ شعار الفضائية يأخذ أشكاله المختلفة يبحث له عن مكان بين الجماهير العريقة لتتبني فكرته وتهوى كلماته.

### ٢.٤.٢.٣ مرحلة التوظيف:

كان لا بد للعمل في فضائية إعلامية من وجود موظفين من الأخوة ذوي الكفاءات الممتازة، لذا تم التعاون مع نخبة من المتخصصين في مجال الإعلام في فلسطين والخارج، كالمراسلين وأساتذة الجامعات والمذيعين في قنوات عالمية لكي نضع أيدينا على أفضل كادر من الموظفين يشهد له الجميع بالكفاءة والتميز، فكانت الحاجة لموظفين من هذا النوع ماسة وملحة نظراً لندرة

المتميزين فقد تقرر عقد مقابلات واختبارات نظرية وعملية لجلب الموظفين المتميزين والمتخصصين وذوي الخبرات في المجال الإعلامي المرئي في فلسطين، لذا قمنا بصياغة بعض الإعلانات بالحاجة إلى موظفين حسب الوظائف الشاغرة ليتم التقدم إلى تلك الوظائف للعمل في الفضائية وتم عقد لجان امتحانات ولجان أخرى للمقابلات الأولية حيث كانت نتائج المتقدمين للمقابلات متواضعة وكفاءاتهم بدائية. (الشعراوي، ٢٠١٠، مقابلة)

#### ٢.٤.٢.٤ أجهزة قناة الأقصى الفضائية:

هنا كانت المشكلة تكمن، وذلك نظراً لسوء الأحوال السياسية، وما آلت إليه من إغلاق للمعايير في وقت لم تكن مثل هذه الأجهزة موجودة في قطاع غزة أو في فلسطين بأكملها، ولذلك عملنا على توفير بعض الأجهزة المتداولة، والتي هي في متناول الأيدي كالكاميرات وأجهزة الكمبيوتر والسيارات، وأخذنا نذلل الطريق أمام توفير بعض الأجهزة الالكترونية غالية الثمن وأجهزة البث الفضائي المتميزة. (أبوعون، ٢٠١٠، مقابلة)

#### ٢.٤.٢.٥ تجهيز أستوديو بث:

١. تجهيز غرفة التحكم.
٢. تجهيز أماكن لوضع الأجهزة (الكمبيوترات).
٣. تجهيز مكان أجهزة الأستوديو الخاصة (التفريغ - التلفزيون).
٤. تجهيز الأستوديو وأماكن البرامج والخلفيات.
٥. تجهيزات أخرى في الأستوديو. (العربي، ٢٠١٠، مقابلة)

#### ٢.٤.٢.٦ مرحلة التوسع والبناء:

للقدرة على مواصلة الطريق في هذا الدرب الذي سلكته إدارة قناة الأقصى الفضائية، كان لزاماً عليها أن تنظر إلى الأمام لتجد الطريق الواسعة، ولكي يتوج هذا العمل بالنجاح وجدت الإدارة الأهمية البالغة إلى أن تستقل في مبنى خاص بفضائية الأقصى يكون على قدر من السعة؛ لكي تتمكن من بناء الاستوديوهات والمكاتب التي سيعمل بها الموظفون.

لذا كان ضرورياً أن يكون مبنى قناة الأقصى الفضائية منارة للإعلام الإسلامي الهادف والحقيقي؛ لكي يستطيع النقاط أنفاسه في ملاحقة التطور التكنولوجي، ولكي تبقى راية الصدق والفكر المستنير بنور الله عالية خفاقة تهوي على من يدنس كرامة هذا الشعب وتفضحه أمام العالم، وأن ينقل مبنى الفضائية إلى مكان يتسع لموظفيها وللاستوديوهات الخاصة بالفضائية، لذا جرى البحث عن بيت لكي يكون مقراً لقناة الأقصى الفضائية بالمواصفات المطلوبة

وبالمساحة المطلوبة كي نستطيع العمل كعلو السطح لزوم الإضاءة في الأستوديو، وغرف تصلح لأن تكون مكاتب للموظفين العاملين في الفضائية وخاصة بعد العمل في خطة (٢٤) ساعة، إضافة إلى إمكانية بناء الاستوديوهات التسجيلية والغرف الخاصة بالبيت.

#### ٢.٤.٢.٧ البيت المناسب:

بعد أن وجد البيت المناسب ليكون مقراً لقناة الأقصى الفضائية بدأت مرحلة البناء والترميم لتحويل هذه الغرف إلى مكاتب وغرف تسجيل واستوديوهات وخاصة أنه منزلاً سكنياً، وذلك لكي يستقل الأستوديو عن الإدارة والعاملين فيها، وبناء الغرف الخاصة بالتسجيل والتي يلزم لها انعزال صوتي كامل لنقاء الصوت، إضافة إلى الدهانات وتجهيز الشبكة الكهربائية وشبكة الحاسوب وشبكة التلفزيونات. (أبوعون، ٢٠١٠، مقابلة)

## دوائر قناة الأقصى الفضائية

أولاً: دائرة البرامج العامة:-

✱ أقسام دائرة البرامج العامة ومهامها:

❖ قسم الإعداد:

يمثل قسم الإعداد لدى الدائرة الركيزة الأولى التي تقوم عليها كافة البرامج، فهو القسم الذي يُعنى بابتكار وبلورة أفكار البرامج، وجمع المواد اللازمة لها، والاتصال بضيوفها، ومتابعتها من لحظة كونها فكرة تدور في رأس المعد، إلى آخر ثانية في بثها على الشاشة. إلى ذلك يسعى الموظفون داخل هذا القسم للتركيز في إعداد برامجهم عن التحدث بالواقع وما تمر به القضية الفلسطينية خاصة والعالم بشكل عام أما عن عدد الموظفين داخل قسم الإعداد فهو (٤) موظفين يقوم كل موظف بتغطية ما عليه من مهام والتزامات في القسم.

❖ قسم المذيعين ومقدمي البرامج:

يمثل هذا القسم الواجهة الإعلامية للقناة؛ فأشخاصه هم من يظهرون أمام الكاميرا، يتحدثون باسم القناة، ويطبّقون فلسفتها، ويلتزمون سياستها، ويتوجون أعمال كافة الأقسام برسالةٍ يحملونها للمشاهدين، تؤثر في الجمهور، وتوجّه المجتمع توجيهًا رشيدًا وواعيًا، خاصة في فلسطين، قلب العالم الإسلامي النابض دومًا بالأحداث والتطورات، ولذا قيل إنهم دومًا في رأس هرم المؤسسة الإعلامية.

عدد الموظفين في القسم يزداد بحجم البرامج ومدى تطور القناة، ففي هذه الأيام يقارب عدد المذيعين ومقدمي البرامج إلى (٢٠) موظف.

❖ قسم الإخراج:

هو قسم يعنى بتنفيذ كافة البرامج والنشرات الإخبارية التي يتم تجهيزها في أقسام الفضائية المختلفة وتنفيذها بشكل فني يتناسب ومحتوى هذه المواد وبما لا يتعارض مع السياسة الإعلامية والفنية للقناة، وذلك من خلال اتصاله بكافة الأقسام الموجودة في القناة بعد وضع رؤية فنية للأعمال التي سيتم بثها.

يوجد في القسم (٧) موظفين؛ مقسمين في دوامهم حسب جدولهم اليومي، إضافة إلى ثلاثة في الخارج.

❖ خامساً : قسم التنسيق والمتابعة :

يعد هذا القسم المحور الأساسي وحلقة الوصل الرئيسية بين أقسام القناة بشكل عام، ويقوم بإعداد جدول البث اليومي الذي يظهر على الشاشة، بالإضافة إلى أنه يقوم بالتنسيق مع بعض ضيوف

البرامج والمقدمين من خلال دوره في تنظيم مواعيد البرامج والنشرات الإخبارية حسب ما هو مطلوب.

#### ❖ سادساً : قسم الأعمال الأدبية:

يقوم هذا القسم بتبني المشروعات الأدبية ويسعى لتنفيذها حسب خطة تعدها أسرة القسم، كما ويندرج ضمن صلاحيات هذا القسم عدة أنشطة إعلامية يتم تسويقها وترويجها بأسلوب تعبيرى أدبي مشوق من خلال رسم لوحة فنية كاملة ومتكاملة يوجد بداخل القسم (٤) موظفين.

#### ❖ قسم التزيين (الحلاقين):

يعتبر هذا القسم مهم جدا حسب المهام الموكلة إليه.  
عدد الموظفين داخل القسم: يوجد في هذا القسم (٣) مزيين .

#### سادساً: قسم الأخوات:

لا يخفى على أحد ما للمرأة من دور ريادي في شتى مناحي الحياة، وهامى اليوم تخوض السياسة والإعلام، إلى جانب التربية والدعوة، حيث يعتبر قسم الأخوات بقناة الأفضى الفضائية من الخلايا العاملة والنشطة والمهمة، حيث تعمل الأخوات بتكاتف أعضاء فريق القسم - رغم قلة عددهم - لإنجاز العمل في أحسن صورة، ونقل الصورة المشرفة للبطولات الفلسطينية، والمعاناة التي يعيشها شعبنا، ودحض الافتراءات المضللة، التي تُبث من هنا وهناك ضد الثقة المؤمنة.

يعمل القسم بكل قواه، لإنتاج كم لا بأس به من البرامج المتنوعة، والأعمال الفنية المختلفة، من فواصل وأناشيد وأفلام وثائقية، في صورة مشرقة من التعاون والجهد الدعوى، كإخوة في أسرة واحدة، عاكسين بذلك الرؤية الناصعة للمتدربين والمتطوعين والزوار. (أبو محسن، ٢٠١٠، مقابلة)

#### ثانياً: دائرة الأخبار والبرامج السياسية:-

#### ❖ قسم التحرير (الأخبار):

هو قسم يضم محررين ومراسلين، ويعمل على إعداد النشرات والمواجز الإخبارية المختلفة واليومية، وتغطية كافة الأحداث الجارية على الساحة محليا وإقليميا وعربيا وعالميا، وإعداد الأخبار وفق ضوابط ومعايير تتوافق وسياسة الفضائية الإسلامية، ويصوغها على قدر من الشفافية بحيث تصل إلى المشاهد بشكل كامل وبيروية متكاملة وواضحة ويوجد بالقسم ٢٢ موظفا بالإضافة إلى آخرون يعملون بنظام المقطوعة.

#### ❖ قسم التدقيق اللغوي:

حيث يعمل هذا القسم على تدقيق جميع النشرات الإخبارية والتقارير المرفقة في النشرات والبرامج كي يصح مضمون العبارات والجمل إملائياً ونحوباً ، كما ويقوم القسم بمتابعة وتدقيق الشريط الإخباري الموجود أسفل الشاشة وتحديثه أولاً بأول وتنقيحه من الأخطاء التي قد تحدث سهواً، ويقوم موظفي القسم بتوزيع الأدوار عليهم لكي يغطوا طوال الـ ٢٤ ساعة يوجد بداخل القسم (٤) موظفين.

#### ❖ قسم مونتاج الأخبار:

وهذا القسم يلقي على عاتقه القيام بعمل مونتاج للأخبار من تقارير وستلات النشرات. وعدد الموظفين (٨). (زقوت، ٢٠١٠، مقابلة)

#### ثالثاً: دائرة الإنتاج:-

دائرة الإنتاج لها أهمية بالغة في فضائية الأقصى، حيث تعتبر الجهة الأولى المنتجة للبرامج والتي تعمل كحلقة وصل بين الفضائية وبين الجهات المعنية بالإنتاج التلفزيوني، وكذلك لما تقوم به هذه الدائرة من التغطية الحية لما يحدث على أرض الواقع من أحداث عبر قسم التصوير وكذلك البث المباشر للأحداث المتسارعة و المتلاحقة حتى تصل إلى المشاهد بكل شفافية ومصداقية، ومواكبة التطور في عرض الخبر والمعلومة بأبهى صورة من خلال قسم المونتاج والجرافيك، والقيام على ترفيه القلوب خلال الأنشودة الهادفة العذبة و التي تنافس غيرها من حقول فنية حادت عن الطريق، وأخيراً أرشفة ما يعرض على هذه الشاشة من برامج ومواد إعلامية.

#### \* أقسام دائرة الإنتاج ومهامها:

#### ❖ قسم الجرافيك والمونتاج:

يعتبر هذا القسم النواة الهامة للدائرة والتي ينبثق منها المواد الإعلامية التي تخاطب كافة المستويات و الشرائح وإيصال الصورة بشكل سلس وذلك ببلورتها كفاصل إعلامي قصير. يعمل في قسم المونتاج (١٠) موظفين، و في قسم الجرافيك (١٠) موظفين.

#### ❖ قسم التصوير الخارجي:

و هو القسم الذي يوصل الفضائية بالوسط المحيط في أرجاء فلسطين في الضفة و القطاع، حيث تقوم بتغطية الأحداث الهامة من مؤتمرات ومهرجانات و خطب، سواء تغطية مباشرة أو تسجيلية.

يعمل في قسم التصوير (١٥) موظفاً.

#### ❖ قسم الرصد:

هو القسم الذي يعني بالتواصل مع القنوات الفضائية بشكل عام، وقنوات محددة بشكل خاص، حيث يعمل القائمون في هذا القسم بالمتابعة الحثيثة لعدد من القنوات واستقبال المواد الإعلامية من عدد من الوكالات. يعمل في القسم (٦) موظفين.

#### ❖ قسم النشيد:

وهو القسم الذي يهدف إلى إيصال المعلومة (مكارم الأخلاق، عقب الأحداث الهامة) للمشاهد بصورة مميزة عبر النشيد الهادف المعبر.

#### ❖ قسم الأرشيف:

وهو القسم الذي يعتبر التاريخ الخاص بالفضائية، فيحمل المواد الإعلامية المصورة و التي عُرضت على الشاشة سواءً على الصعيد الإخباري أو مؤتمرات أو مهرجانات أو أي مواد إعلامية هامة سياسية وثقافية و تاريخية، حيث يتم الاستعانة بالأرشيف بشكل يومي دوري للنشرات الإخبارية و للبرامج الوثائقية و للبرامج اليومية و الفواصل. يعمل في القسم ٦ موظفين (أبو محسن)

#### رابعاً: دائرة شؤون الموظفين:-

هي الدائرة التي تعتنى بشؤون موظفي قناة الأقصى الفضائية المتعلقة بمعلوماتهم وملفاتهم الوظيفية وترقيتهم وصرف رواتبهم وعلاواتهم ومراجعة أدائهم وانتهاء خدماتهم، باستخدام آليات عمل متطورة وإجراءات مبسطة تساعدها على استثمار الطاقات البشرية لدينا في تحقيق الأهداف في ضوء الإمكانيات المتوفرة والاستفادة من التقنيات الحاسوبية في تنفيذ المهام والمسؤوليات حسب المدد الزمنية المحددة لإنجازها.

#### \* أقسام دائرة الشؤون الإدارية:

#### ❖ قسم شؤون الموظفين:

متابعة الموظفين وتلبية احتياجاتهم من الناحية الإدارية ومتابعة ملفات الموظفين وإعداد التقارير الخاصة بالتقييم السنوي وفترة التجربة للموظفين.

#### ❖ قسم الصيانة والإنشاءات:

نظراً لاستخدام الحاسوب في جميع المؤسسات وأهميتها الكبيرة في تسهيل مهام الموظفين مثل موظفي الإنتاج والصوتيات والإعداد والتحرير والعلاقات العامة، وارتفاع عدد الأجهزة الموجودة

في فضائية الأقصى فإنه يتوجب بأن يكون هناك قسم خاص بصيانة أجهزة الحاسوب ومتابعة الشبكة من أجل تسهيل وإتمام تلك المهام، كما ويعمل قسم الإنشاءات على تلبية احتياجات المبنى من مواد وبناء والعمل على إتمام المشاريع بأسرع وقت ممكن يعمل في قسم الصيانة والإنشاءات ٧ موظفين.

#### ❖ قسم الموقع الإلكتروني

تعتبر قناة الأقصى الفضائية مؤسسة إعلامية رسمية لذا يتوجب إيصال سمعتها للعالم كله بطريقة سهلة ومتوفرة للجميع وذلك عن طريق الإنترنت وصفحة الويب، لذلك دأبت القناة أن يكون لها موقع إلكتروني رسمي يتحدث باسمها ويمكن لأي شخص في العالم كله أن يتصفح موقع القناة ويأخذ انطباعه عنها، كما يمكنه أن يتواصل معها ويصل رسالته وأفكاره عن طريق الموقع.

يعمل في قسم الموقع ثلاثة موظفين.

#### ❖ قسم الخدمات والسائقين

من منطلق حرصنا على أن يكون الموظفين في قناة الأقصى الفضائية في جو يساهم ويشجع على الإنتاج وعلى إفرار كل الطاقات الكامنة في الموظف، فقد قسمنا الأذنة في القناة على كل طابق حسب احتياج كل طابق وحسب الإمكانيات المتاحة لنا حيث يعمل هذا القسم على راحة الموظف ويخدمه قدر إمكانياته ويعطيه الجو المناسب له ويلبي احتياجات من خدمات ورعاية والعمل أيضاً على حماية المؤسسة وحماية حقوق الموظف من أمانات وعهد يعمل في قسم الخدمات والسائقين ٣٣ موظفاً. (أبو عون، ٢٠١٠، مقابلة)

#### خامساً: دائرة الهندسة:-

إن دائرة الهندسة هي جزء لا يتجزأ من قناة الأقصى الفضائية، كيف لا وهي مصنع الإنتاج الذي يتم فيه صنعه و بثه مباشرة ، حيث هي البوتقة التي تتجمع وتتصب فيها جميع منتجات الدوائر بأنواعها وأقسامها المختلفة فهي بمثابة العصب المركزي للفضائية، وهي العمود الذي تستند عليه الفضائية بشكل خاص.

#### ❖ إدارة دائرة الهندسة

تعتبر الإدارة لكل دائرة هي الأساس الذي تقوم عليه الدائرة، فإدارة الهندسة هي التي تعنى بإدارة القسم وتنظيم ومتابعة العمل داخله، وتتكون إدارة دائرة الهندسة من رئيس الدائرة ونائب المدير وسكرتير الدائرة.



## \* أقسام دائرة الهندسة ومهامها:

### ❖ قسم الإشراف:

هو قسم يعنى بالإشراف الفني والهندسي على كافة البرامج والنشرات الإخبارية التي يتم بثها والتأكد من بثها في الوقت المناسب وبدون أخطاء أو تأخير.

### أهم المهام الموكلة للقسم :

متابعة الأستوديو من الناحية الفنية وتشمل أجهزة الصوت والصورة وجهاز البث الرئيسي، وعمل اللازم لها ومتابعة الأمور الإدارية بالتوافق مع رئيس الدائرة ورفع التقارير اللازمة ومتابعة أجهزة الخدمات المضافة للأستوديو.

عدد الموظفين في هذا القسم: ويعمل في هذا القسم (٣) موظفين.

### ❖ قسم الكنترول (الأستوديو):

يعتبر هذا القسم هو مركز التحكم والمخ الرئيسي للدائرة ومن ثم لفضائية الأقصى ككل حيث يتكون من قسمين كما هو مبين:

### أهم المهام الموكلة لكل قسم :

#### ١. قسم هندسة الصورة:

مهندس الصورة هو المسئول الكامل عما يتم بثه من صورة علي شاشة الفضائية و متابعة بث الصورة وكل ما يخصها من معالجة فنية، لاسيما جهاز كمبيوتر البث الخاص بمواد الأناشيد والفواصل المختلفة.

#### ٢. قسم هندسة الصوت:

مهندس الصوت هو المسئول الكامل عما يتم بثه من صوت علي شاشة الفضائية و متابعة بث الصوت وتأثيراته وكل ما يخصها من معالجة فنية.

عدد الموظفين داخل القسم (٦) مهندسين صوت ، (٥) مهندسين صورة.

#### ٣. قسم التصوير الداخلي:

يعتبر التصوير الداخلي ركيزة من ركائز دائرة الهندسة حيث يقوم بأخذ الكوادر ليجعل منها صورة جميلة؛ لتخرج علي شاشة الفضائية بشكل فني متكامل.

يوجد بداخل القسم (٦) موظفين، حيث في كل شفت مصور واحد فقط.

#### ٤. قسم الإضاءة:

قسم الإضاءة يكمل دائرة التناسق مع المصور الداخلي، حيث يهتم هذا القسم بالإضاءة بكافة أنواعها وأشكالها واتجاهاتها المختلفة ليخلق منظر بصوري جذاب.

يوجد في القسم (٤) موظفين، مقسمين في دوامهم حسب جدولهم اليومي على أن يتم تواجد شخص واحد فقط في كل شفت.

## ٥. قسم البث الخارجي (SNG):

حيث يعمل هذا القسم على التغطية الخارجية المباشرة بحيث يقوم بتجهيز عملية الإرسال والاستقبال عبر القمر الصناعي ، ومراقبة جهاز البث الداخلي في حال تواجدهم داخل الدائرة وعدد الموظفين داخل القسم ٦ موظفين. (العربي، ٢٠١٠، مقابلة)

### إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى:-

#### ٢.٤.٣ التخطيط للإعلام المقاوم:

تتبع فكرة التخطيط الإعلامي من علاقتها بعملية الاتصال، فكل دولة تضع خططاً منفصلة لكل قطاع من القطاعات فيها، ولكل وسيلة من وسائل الإعلام، وقد طرأ على التخطيط الإعلامي في السنوات الأخيرة تطوراً مهماً ظهر في التأكيد على أهمية النظر إلى مختلف عناصر النظام القومي ككل متكامل، يهدف إلى تحقيق أهداف اجتماعية واقتصادية وسياسية، مع أخذ التطورات التكنولوجية الحديثة ( مثل الأقمار الصناعية والوسائل الصغيرة: الفيديو) في الاعتبار، لتحقيق أهداف المجتمع في مجال التنمية والتطوير. (المسلمي، ٢٠٠٧، ص: ٧٩)

#### ٢.٤.٣.١ التخطيط في إدارة الإعلام المقاوم (فضائية الأقصى):

لا شك أن الواقع الفلسطيني يحتم عليك الاستعداد دائماً على كل المستويات، وتوقع كافة الظروف؛ لأن المعادلة دائماً علاقة قوي وضعيف، لكن الضعيف هذا لا يتنازل عن حقوقه، والعدو يتعطرس لدرجة أنه يمكن أن يفعل أي شيء، ولذا كان لا بد من الاستعداد والتخطيط الدائم المرهلي والاستراتيجي؛ للتعامل مع كافة القضايا المتعلقة بالواقع الفلسطيني.

ويرى (حماد) أن فرق العمل وتوزيعها وتسميتها ودورها لا بد أن يكون معلوماً تحسباً لأي طارئ ولذا كان استعدادنا على هذا النحو جاهزاً وكان ما توقعناه وتم توزيع الأدوار كالتالي:  
فريق البرامج يتبع لسمير أبو محسن وفريق الأخبار يتبع لعماد زقوت وفريق الإنتاج يتبع لمحمد ثريا وفريق الهندسة لرامي العربي وفريق متابعة المال يتبع لمحمد أبوعون وكان محمد ثريا يرأس هذه الفرق طوال فترة الحرب.(٢٠١٠، مقابلة)

ويقول (أبو عون) لقد عرف الموظفون الدور المنوط بهم في الحرب لأن المعركة يمكن أن تبدأ في أي لحظة، ولأن العدو قد لا يعطيك مساحة لأخذ القرار، فلا بد من وجود فريق عمل يعرف مسبقاً ما الذي سيفعله، فقمنا بالدائرة بتقسيم الأعمال، ووضعنا خطة لتوزيع المال حتى لا يتم استهداف موظف المالية وبدأنا بتوزيع الأدوار على السائقين والآذنة والأمن. (٢٠١٠، مقابلة)

ويقول (أبو محسن) بحمد الله لقد كانت خطة توزيع الأدوار والأماكن على فرق العمل حاضرة في أذهان الجميع، ولذا فلم يكن مستعصياً على الأفراد القيام بدورهم، ومن خلال الخطة استطعنا السيطرة على غرفة البث ومتابعة الأحداث الجارية كل في موقعه، وكنا قد خططنا لعدد الموظفين المنوي أشغالهم، وما هي عدد الساعات التي سيقون فيها في مقر القناة السري لذلك كان هناك جدول سري لم يطلع عليه إلا مدراء الدوائر نظراً لسرية الأمر. (٢٠١٠، مقابلة)

ويقول (زقوت) لقد كان اختيار الأشخاص وتوزيع الأماكن والأدوات مسبقاً له ما أسهم في البقاء والتواصل مع الحدث بشكل سريع فكان لقسم التحرير موظفون معينون يسهل تحركهم، وقمنا بجلب بعض المذيعين غير المعروفين لدى المواطنين حتى لا يكتشف المكان المنوي الذهاب له. (٢٠١٠، مقابلة)

ويقول (حماد) إن التخطيط لدينا كان على اتجاهين تخطيط مرحلي " تكتيك " وتخطيط استراتيجي المرحلي هو الجاهزية الدائمة لأي طارئ وإبقاء هذا الصوت رغم ما يحيط به من مخاطر أما الإستراتيجي وهو ضرورة إيجاد بدائل وآليات غير متأثرة بالواقع الفلسطيني لوجود بدائل في الخارج للقناة وهذا نسعى له. (٢٠١٠، مقابلة)

#### ٢.٤.٤ التنظيم في إدارة الإعلام المقاوم:

لا شك أن التنظيم في غاية الأهمية في عملية إدارة الإعلام وقت الحرب، وتبرز هذه الأهمية في التعامل مع متغيرات كل لحظة، ولذا لا بد من صاحب قرار يتعامل مع هذا المتغيرات، وأفراد يتعاطون مع ذلك لبقاء سير العمل.

ويرى (حماد) أن عملية التنظيم الأفراد في القناة تهدف للتعاطي مع المتغيرات بإيجاد مهام وأدوار جديدة للعاملين للوصول إلى الأهداف التي خطط لها ولا بد من الوصول إلى أفضل النتائج في ضوء الإمكانيات المتاحة، فكان الهدف الرئيسي واضحاً لدى جميع العاملين في الفضائية وهو مواصلة واستمرار البث، وكانت الأهداف الفرعية كل حسب عمله ودائرتة من استمرار البرامج والنشرات والصيانة الهندسية، ولا يغيب الحرص على الكادر البشري الذي كان عدتنا في الحرب. (٢٠١٠، مقابلة)

ويرى (أبو محسن) نظراً لتسريح الكثير من الموظفين حرصاً على حياتهم كان لتقسيم العمل والمهام زيادة عن طاقة الإنسان العادي. فكان الهدف في دائرة البرامج هو مواصلة البرامج المباشرة والتسجيلية وتغطية الأحداث أول بأول وكان لتقسيم العمل في الفضائية دور مهم في نجاح سير العمل فكل العاملين يعرفون المهام الموكلة إليهم كل حسب تخصصه وفي موقعه

فكان الموظف الذي ينسق للبرنامج المباشر في مكان والموظف الذي يحاور في مكان آخر.  
(٢٠١٠، مقابلة)

ويضيف (زقوت) أن المهمات والأدوار التي تحملها في الحرب تزيد عشرات الأضعاف عن المهمات في الظرف الطبيعي في الوقت والجهد والضغط النفسي. فكان المحرر أحيانا يعمل كمعد للبرنامج وكان المعد يعمل أحيانا مذيع ومهندس في نفس الوقت حتى استطعنا أن نصل إلى الإدارة الشاملة في بعض الموظفين. (٢٠١٠، مقابلة)

ويرى (أبو عون) أن إسناد المهمات إلى الأشخاص قد لا يكون نظراً للكفاءة والقدرة مائة بالمائة ولكن يضاف له القدرة على التعامل في الحرب، والأخذ بعين الاعتبار أقل الخسائر بما لا يؤثر كثيرا على مجريات العمل. (٢٠١٠، مقابلة)

ويرى (العربي) قد يترتب على إدارة الحرب قرارات قاسية نظرا لقلّة عدد الموظفين وقلة في الأدوات لذا كان يجب أن يبذل الموظفون العاملون جهداً مضاعفاً والإدارة يجب أن تعمل على مدار الساعة. فكان أحيانا تكون هناك مواصلة للعمل أكثر من ٢٤ ساعة ثم يذهب جزء من الفريق للنوم فيكمل الجزء الآخر العمل وهكذا دواليك. (٢٠١٠، مقابلة)

ويرى (حماد) أن عملية تنظيم الأنشطة والمهام يأخذ بعين الاعتبار الأشخاص وقدراتهم والأدوات وحجمها وشكلها، وبراغي النفوس البشرية تحفيزاً وتعزيزاً وأحيانا زجراً للوصول إلى أفضل النتائج. (٢٠١٠، مقابلة)

وكانت هناك المشورة الدائمة في العمل بين الفريق العامل فلا يضل الأخ بأخيه ومع ذلك لم تكن المشورة لكل الموظفين، بل كانت تقتصر على المدراء حفاظا على الطاقات والوقت وقلة الاجتهادات غير المحسوبة.

#### ٢.٤.٥ التوجيه في إدارة الإعلام المقاوم:

تعتبر عملية التوجيه في إدارة الإعلام المقاوم ركيزة أساسية ودعامة لا غنى عنها؛ لأن صورة في غير موطنها يدفع ثمنها كثير من الناس، وتصريح غير دقيق أو مأول يصنع مشكلة كبيرة، ولذا فالتوجيه والتوجيه المستمر الدائم، والذي يصل إلى أدنى مستوى من العاملين ضرورة حتمية لا يمكن التساهل فيها.

ويرى (حماد) أن عملية التوجيه في الإعلام المقاوم واجبه بالضرورة، والتوجيه لا بد أن يكون دائما ومستمرًا مراعيًا قراءة الصورة والخطاب وتوزيع الأدوار والتحفيز ورفع الهمم.

فالقائد الذي يقود الفريق يجب أن يكون واعيا لما يدور من حوله ويكون كالأب الحاني على الموظفين من جهة ،ويحتاج أيضا الحزم والحسم أحيانا للتعامل مع الأمور الطارئة، فالأخوة تجمع الجميع تحت راية الحب والود، والإدارة تنظم هذا الحب في نظام وقالب واحد لا يطغى جانب على آخر. (٢٠١٠،مقابلة)

ويرى (أبو عون) أن التوجيه يعني قيادة الأفراد بكل ما يحملون من عقول وأدوات وهمم بهدف تحقيق الأهداف التي خطط لها، وهنا الهدف هو أن تبقى الصورة تصل إلى العالم، وأن التواصل بين القائد وبين الأفراد له أثر كبير في نفوس العاملين في الميدان، وذلك نستمد من سنة النبي صلى الله عليه وسلم عندما تكون المعركة كان الصحابة يحتمون بالنبي، كما قال علي رضي الله عنه، فوجود القائد والمدير في الميدان يجعله أقرب إلى قلوب وعقول الأفراد، ويستطيع أن يأمر فيطاع. (٢٠١٠،مقابلة)

ويؤكد (أبو محسن) أن العمل في وقت الحرب عمل شاق لا بد من استخدام أدوات اتصال مناسبة تراعي الأمن وتحقق التواصل، ويصعب دائما الإنجاز بشكل كبير والموت يلاحق العامل لكن معية الله دائما حاضرة لدفع الهمم. (٢٠١٠،مقابلة)

ولكن بالتحفيز والترغيب للأفراد ينجح العمل فقبل كل شيء يجب أن يكون العمل كاملا لوجه الله تعالى حتى يوفقنا الله ورغم أن عدد العاملين في الفضائية خلال الحرب لا يتعدى ١٠٠ إلا أننا كنا نشعر أن هناك ألف من العاملين باستشعار معية الله.

ويرى (زقوت) أن مهمة المدير التعاطي مع ما بين السطور في الواقع واتخاذ الإجراءات المناسبة توزيعاً للأدوات واختيارا للمهمات، ولا بد من إيجاد وسائل للتغلب على نقاط الضعف الموجودة في العاملين الذين يشكلون جزءاً من الواقع منهم صاحب المصاب، وأخ الشهيد وصاحب البيت المهدم. (٢٠١٠،مقابلة)

وكان الخطاب الإعلامي المرسوم من قبل الإدارة يكون دائما حاضرا في أذهاننا لا يتم الخروج عن النسق العام للخطاب الإعلامي الذي تنتهجه القناة خلال الحرب فكنا كل يوم نجلس مع المذيع الذي سيلقي النشرة ويتم إعطاؤه المحددات اليومية وكذلك المحرر.

ويرى (حماد) أن تفهم الأفراد لطبيعة الرسالة التي يحملونها ،يساعد المدراء في عملية التوجيه التي تكون في غالبية الأوقات صعبة وقاسية، ولولا أن الرسالة هي عبادة وجهاد لصعبت هذه المهمة على القائمين في ميدان الإعلام. (٢٠١٠،مقابلة)

## ٢.٤.٦ الرقابة في إدارة الإعلام المقاوم:

الرقابة في الإعلام المقاوم جزء لا يتجزأ من مفهوم النجاح لتحقيق الأهداف، والهدف في ميدان الإعلام المقاوم يتلخص في (إيصال الفكرة واضحة وصحيحة).

وهنا تكمن الأهمية حيث إن العمل في الظروف الاستثنائية يفرز الأخطاء، أو عدم الوضوح أو النسيان في بعض الأحيان، ولذا فالرقابة هي استدراك عاجل لما هو مطلوب استدراكه.

يرى (حماد) أن الرقابة على الإعلام المقاوم رقابة لحظية لا بل أثناء الحدث، فالصورة الخطأ مشكلة، والصوت الخطأ مشكلة، ولكن المشكلة الأكبر هو عدم الاستدراك، ومن الطبيعي الخطأ في ظروف الحرب، ولكن ليس من الطبيعي التعذر بالظروف وإبقاء الأخطاء، فلا بد من تقويمها دائماً مع أصحاب الرسالة النظيفة. (٢٠١٠، مقابلة)

ويرى (أبو عون) أن متابعة الأداء والوقوف على جوانب القصور هو المهمة الأساسية لكل مدير في موطنه للمراجعة والاستدراك، فالعاملون لا يستطيعون أن يحيطوا بكل شيء، وقد ينسوا أهم الأشياء في لحظات الإرباك، فعين المسئول لا بد أن لا تغفل قدر المستطاع. (٢٠١٠، مقابلة)

ويرى (زقوت) أن الخطأ وارد وبشكل كبير في أوقات الحروب، لكن معية الله دائماً تسدّد خطوات العاملين، وهذا ليس عذراً للعامل أن يعلق شماعته على الظرف، ولكن لا بد أن يعرف أن الاستدراك ضروري للنجاح، ونظراً لخطورة الموقف، وعدم القدرة على تحمل عدد الموظفين تم تسريح العديد منهم حفاظاً على حياتهم مثل قسم الأخوات والعلاقات العامة. (٢٠١٠، مقابلة)

ويرى (العربي) أن معرفة مواطن الضعف ومواطن القدرة تبرز من خلال الواقع الميداني، والذي تحدده الأحداث، ولذا قد تكون نقطة تعتبرها قوة تصبح نقطة ضعف؛ لغيابها ولذا لا بد من التقويم والمعالجة في ضوء المتغيرات. (٢٠١٠، مقابلة)

## ٢.٤.٧ إدارة الخطاب الإعلامي:

يلعب الخطاب الإعلامي دوراً جديداً بالدراسة؛ لمعرفة مدى قدرته على توجيه الفكرة ونقيضها، خاصة فيما يتعلق بقضايا المرأة، وذلك لدراسة إلى أي مدى قد تحقق للخطاب الإعلامي العربي ما من شأنه إعلاء مفاهيم وأفكار تحسن وضع المرأة العربية ومكانتها وصورتها في الإعلام، أم تركز لمفاهيم تقليدية تجر المرأة العربية للخلف وتقدم الفكرة الكلاسيكية نفسها في دور المرأة ومكانتها في المجتمع وكيفية تعامل المجتمع معها في إطار قضاياها الملحة. (الدويك، ٢٠٠٥، ص: ٦٤٥)

فالخطاب لغة هو مراجعة الكلام، وهو الكلام والرسالة (ابن منظور، ١٩٨٠).

وهو المواجهة بالكلام، أو ما يخاطب به الرجل صاحبه ونقيضه الجواب وهو مقطع كلامي يحمل معلومات يريد المرسل (المتكلم أو الكاتب) أن ينقلها إلى المرسل إليه (السامع أو القارئ)، يكتب الأول رسالة ويفهمها الآخر بناءً على نظام لغوي مشترك بينهما وبذلك يكون المعنى الذي توصلنا إليه من خلال المعاجم متمثلاً في «الحوار»، الذي يشتمل بدوره على ثلاثة عناصر: المرسل، المستقبل، الرسالة. (إميل، ١٩٨٧)

أما اصطلاحاً: فقد عرّفه (زياد) بأنه ملفوظ طويل أو هو متتالية من الجمل تكون منغلقة، يمكن من خلالها معاينة سلسلة من العناصر، بوساطة المنهجية التوزيعية، وبشكل يجعلنا نظل في مجال لساني محض. (سعيد، ١٩٨٩، ص: ١٧)

فيما عرفه الفرنسي (إ. بنفست) من منظور مختلف له أبلغ الأثر في الدراسات الأدبية التي تقوم على دعائم لسانية فهو عنده (الملفوظ منظوراً إليه من وجهة آليات وعمليات اشتغاله في التواصل)، وبمعنى آخر هو كلّ تلفظ يفرض متكلماً ومستمعاً، عند الأول هدف التأثير على الثاني بطريقة ما، وعرّف «موشلر» الخطاب بأنه (الحوار) ثم قام بإجراء تحليلاته للمصطلح وكانت توحى بتأثره بأراء مدرسة بيرفكام التي حصرت الخطاب في (الحوار)، والتي أثرت في تعريفات العديد من اللغويين الذين يكتبون بالإنجليزية مثل مايكل هوو في كتابه (حول ظاهر الخطاب) الذي قال سأتعامل مع الخطأ كونه (المونولوج) شفويّاً كان أم كتابياً (سعيد، ١٩٨٩، ص: ٢٤)

ويرى الباحث أن الخطاب هو كل شيء يصل للمشاهد سواء كان مسموعاً أو مكتوباً أو مصوراً بهدف التعزيز أو النفي أو المعرفة.

## ٢.٤.٧ إدارة الخطاب الإعلامي لفضائية الأقصى خلال الحرب:-

نظرا للدور الذي يلعبه الإعلام المقاوم في فلسطين عامة وفي قطاع غزة خاصة، ونظرا لتغيير السياسات الإعلامية تبعا للحاجة تم إجراء مقابلة مع مدير فضائية الأقصى الحالي (حازم الشعرواي) والأستاذ (فتحي حماد) بصفته رئيس مجلس الإدارة في فترة الحرب للتعرف على السياسات الإعلامية للقناة خلال الحرب، مع العلم أن السياسات توضع قبل بدء عمل القناة، وكان الخطاب الإعلامي لقناة الأقصى في الحرب كان على عدة محاور:

**الأول:** يكون موجها إلى المجتمع الفلسطيني وإلى قطاع غزة بالأخص.

**والثاني:** نحو العالم العربي والإسلامي ثم إلى الدول الداعمة للشعب الفلسطيني ثم إلى العالم الغربي وهو على ثلاثة أقسام: أمريكا وحلفاؤها، والثاني الدول الحيادية، والثالث الدول المعتدلة.

### أولاً- الخطاب الإعلامي نحو المجتمع الفلسطيني:

تعتقد إدارة القناة أن الشعب الفلسطيني هو المحضن الرئيس للمقاومة، وهو الداعم الأول لها، وهو يتحمل في سبيل ذلك كل ما يعاني من حصر وظلم واضطهاد، وبالتالي فإن الخطاب الإعلامي الموجه للناس عامة على العرفان بالجميل لذلك الشعب الصابرين المرابط، فهو الذي أفشل مخططات الاحتلال وأعوانه في القضاء على الحكومة الفلسطينية في غزة وعلى حركة حماس، لذلك فإن أهم مفردات الخطاب الإعلامي الموجه إلى الناس عامة في المجتمع الفلسطيني:

- التأكيد على اهتمام المقاومة بجميع فئات الشعب الفلسطيني، وسعيها المتواصل وعملها الدعوي للدفاع عن الشعب الفلسطيني.
- الشكر والثناء والعرفان على صبر الشعب الفلسطيني في وجه المجازر والحرب والمؤامرات.
- التأكيد على عدم الالتفات إلى الدعوات المغرضة والمحرضة على المقاومة.
- إبراز دور الحكومة الفلسطينية في القطاع في العمل على حل المشاكل مثل انقطاع الكهرباء والمشاكل الصحية وتعزيز صمود الشعب الفلسطيني.
- التأكيد على الثوابت الفلسطينية التي تحافظ عليها المقاومة خلال الحرب وعلى رأسها عدم الاستسلام والاستمرار في المقاومة وعدم الإصغاء لمحاولات تركيعها ورفض الحلول البديلة، واعتبار الانسحاب من القطاع لا يمكن التنازل عنه.
- دحض الشائعات عبر إجراء المقابلات مع المسؤولين والشخصيات المعنية بمختلف توجهاتها وتوضيح الحقائق للرأي العام، وفضح أبعاد الحرب النفسية والإعلامية التي يشنها الاحتلال وأعوانه على المواطنين.



- العمل على رفع الروح المعنوية لدى المواطنين وإشاعة التكافل بين المواطنين أنفسهم.
- توضيح بشاعة العدوان الصهيوني بحق المؤسسات الإعلامية على اختلاف ألوانها.
- تعريف المواطنين بدور المؤسسات الصهيونية والتحذير منها وتوضيح أهدافها.
- توضيح دور المقاومة في حماية المواطن الفلسطيني ومصلحه من أيدي الاحتلال وأعدائه.
- تسليط الضوء على الخسائر التي يتكبدها العدو.
- عدم إغفال القضايا الرئيسية مثل القدس واللجئين والأسرى والتطويد.
- التأكيد على رفع الحصار عن قطاع غزة.

### ثانياً - الخطاب الإعلامي نحو العالم العربي والإسلامي:

العالم العربي والإسلامي هو وجهة الشعب الفلسطيني، فهو الأصل في دعم الشعب وصموده، وهو عمق المقاومة، وسبب استمرار نضال وكفاح الشعب الفلسطيني خاصة في وقت الحرب، ولهذا فإن محددات الخطاب الإعلامي تتسم بالتالي:

- التأكيد على أن العالم العربي والإسلامي هو العمق الاستراتيجي للشعب الفلسطيني وقضيته العادلة.
- إبراز واجب الأمة العربية والإسلامية في دعم الشعب الفلسطيني ومقاومته.
- إبراز دور الدعم العربي والإسلامي في التخفيف من معاناة الشعب الفلسطيني، وإزالة آثار العدوان الصهيوني عليه
- إبراز التعاطف الشعبي للعالم العربي والإسلامي من خلال تغطية المسيرات والإعانات المقدمة للمتضررين من الحرب .
- توضيح دور الشعوب في حمل هم القضية الفلسطينية وخطابهم عبر الخطب والندوات والبرامج والمسيرات المنددة بالحرب.
- التأكيد على الواجب الفردي والجماعي للأمة العربية والإسلامية في دعم القضية الفلسطينية ضد العدوان بكل ما يملك.
- الابتعاد عن التجريح والشتائم.
- إبراز دور المقاومة في حماية الشعب الفلسطيني ومصلحه في وجه الاحتلال وأعدائه.
- التذكير بوحدة الهدف والمصير، أن الأمة العربية والإسلامية هي جسد واحد.
- التأكيد على التداعيات الإنسانية للحرب على قطاع غزة، وضرورة العمل على الوقوف بجانب الشعب بكل ما أوتي العالم العربي والإسلامي من قوة.

### ثالثاً- الخطاب الإعلامي المخصص:

وهي تلك الدول التي لها علاقة قوية بالحكومة والمقاومة مثل: سوريا، تركيا، السودان، قطر، الجزائر وغيرها من الدول الداعمة، وبالتالي فإن الخطاب مع هذه الدول يميل إلى ضرورة الحفاظ على علاقة قوية ومميزة معها بما يحفظ مصالح الشعب الفلسطيني، ولا يظهر تحالفاً ضد أطراف بعينها، وبالتالي فإن الخطاب لهذه الدول يمتاز بالتالي:

- التأكيد على العلاقة الإستراتيجية مع هذه الدول.
- التأكيد على أثر دعمها للشعب الفلسطيني.
- التأكيد على الحفاظ على استقلالية القرار الوطني الفلسطيني بعيداً عن التدخلات الخارجية.
- دحض الشائعات المختلفة والتي تمس بالعلاقة مع هذه الدول.
- إيلاء عناية خاصة بمجتمعات تلك الدول، وتاريخها وأنشطتها وفعاليتها المنددة بالحرب.
- إبراز حجم التعاون بين مؤسسات المجتمع الفلسطيني ومؤسسات تلك الدول، وبيان أثر ذلك في التخفيف من معاناة الشعب الفلسطيني خلال الحرب.
- إبراز دور هذه الدول في وقف الحرب على القطاع.

### رابعاً: الخطاب الإعلامي إلى العالم الغربي:

#### ١- أمريكا وحلفاؤها من الدول:

وهي تلك الدول التي وقفت دائماً إلى جانب الاحتلال الصهيوني في الحرب على قطاع غزة، ودعمته وحرمت الشعب الفلسطيني من حقوقه، فمن الصعب تحول هذه الدول عن علاقتها الإستراتيجية مع الاحتلال الصهيوني، كما يجب أن نفرق بين المواقف الرسمية لتلك الدول وبين مواقف شعوبها، وعليه فإن محددات الخطاب الإعلامي لهذه الفئة يمتاز بالتالي:

- التأكيد على أن سياسة دعم الاحتلال لن تتجح في كسر صمود الشعب الفلسطيني.
- إبراز مدى مناقضة ادعاء تلك الدول وتغنيها بالديمقراطية ومبادئ حقوق الإنسان وما تفعله من ظلم للشعب الفلسطيني.
- إبراز حجم الجرائم الأمريكية وحلفائها التي تحدث في دول العالم المختلفة.
- إبراز مواقف الشخصيات الأجنبية من تلك الدول ذات المواقف الإيجابية، والاهتمام بها وتوضيح وجهات نظرها.
- إبراز دور الجاليات العربية والإسلامية في تلك البلدان.
- التأكيد على أنه لا عداوة بين الشعب الفلسطيني وبين تلك الدول، وإنما التناقض الرئيس هو مع الاحتلال.

- توضيح بشاعة الهجمة الصهيونية والمجازر، وإبراز البعد الإنساني والأخلاقي والقانوني في الحرب على غزة.
- التأكيد على الأبعاد القانونية والإنسانية للحرب على قطاع غزة، وأنها تتحمل كامل المسؤولية في دفع الاحتلال إلى وقف الحرب.

## ٢- الدول الحيادية (ليست ذات مواقف):

وهي تلك الدول التي ليست لها مواقف واضحة في القضية الفلسطينية، وبالتالي فهي مدعوة لاتخاذ مواقف إيجابية تجاه الشعب الفلسطيني مثل الصين وبعض الدول الأوروبية كإيطاليا وألمانيا وغيرها، ولذلك فإن محددات الخطاب الإعلامي لها يمتاز بالتالي:

- التأكيد على ضرورة اتخاذ هذه الدول مواقف إيجابية تجاه الحرب على غزة.
- التأكيد على دور الجاليات العربية والإسلامية في الضغط على حكوماتها لاتخاذ مواقف أكثر إيجابية في وقف الحرب.
- البعد عن الخطاب الاستفزازي لهذه الدول، والتأكيد على القضايا التي تعزز العلاقة معها.
- دحض التهم والشائعات حول إصاق تهمة الإرهاب بالمقاومة الفلسطينية.
- إظهار حجم الإرهاب الصهيوني والجرائم المتواصلة بحق الشعب الفلسطيني.
- توضيح بشاعة الهجمة الصهيونية والمجازر، وإبراز البعد الإنساني والأخلاقي والقانوني للقضية الفلسطينية.
- التأكيد على الأبعاد القانونية والإنسانية للحصار الجائر على قطاع غزة، ويجب أن تأخذ هذه الدول موقفا إيجابيا، لإنهاء معاناة الناس في قطاع غزة.

## ٣- الدول الغربية المعتدلة:

وهي تلك الدول التي اتخذت مواقف إيجابية تجاه قطاع غزة و ضد الحرب، والخطاب الإعلامي الموجه لها إنما يهدف لدعوتها لاتخاذ مواقف أكثر إيجابية، وتوضيح دورها كلاعب أساسي في المنطقة، ويمتاز الخطاب الإعلامي لهذه الفئة بالتالي: (حماد، شعراوي، ٢٠١٠، مقابلة)

- إبراز المواقف الإيجابية لهذه الدول وتقبل الشارع الفلسطيني لها وتداعياتها.
- التأكيد على دور الجاليات العربية والإسلامية في دفع هذه الدول لتبني مواقف أكثر جراءة، وتأييدها لمواقفها الإيجابية تجاه وقف الحرب ومناصرة الشعب الفلسطيني.
- دحض التهم والشائعات حول إصاق تهمة الإرهاب بالمقاومة الفلسطينية.
- إظهار حجم الإرهاب الصهيوني والجرائم المتواصلة بحق الشعب الفلسطيني.

- توضيح بشاعة الهجمة الصهيونية والمجازر، وإبراز البعد الإنساني والأخلاقي والقانوني للقضية الفلسطينية.
- التأكيد على الأبعاد القانونية والإنسانية للحرب على قطاع غزة، ويجب أن تأخذ هذه الدول موقفا أكثر إيجابية، لإنهاء معاناة الناس في قطاع غزة.
- التعظيم من حجم الخسائر الفلسطينية في الأرواح والممتلكات، والتخفيف من خسائر العدو الصهيوني. (حماد، شعراوي، ٢٠١٠)

## ٢.٤.٨ إدارة الإعلام المقاوم ( الجزائر، العراق، لبنان):

### ٢.٤.٨.١ تجربة الإعلام الجزائري ١٩٥٤

اندلعت الثورة الجزائرية في غرة نوفمبر ١٩٥٤ ، بكل ما لديها من وسائل بشرية ومعنوية ومادية ودعائية وإعلامية متواضعة ، مصوّبة لإبلاغ رسالة الثورة إلى الشعب الجزائري أولاً، ثم إلى الشعب الفرنسي ثانياً،و إلى الرأي العام الدولي أخيراً.

إن الهجمة الإعلامية الشرسة والواسعة النطاق والإمكانيات المادية الضخمة التي جندتها السلطات الاستعمارية الفرنسية للتقليل من أهمية أحداث أول نوفمبر من خلال مختلف أجهزة الإعلام والوسائل الدعائية توضح لكل متتبع لهذه الأحداث مدى الهلع والخوف والاضطراب وعدم التصديق بحقيقة ما يحدث في هذه البلاد المجاهدة آنذاك .وهكذا راحت وسائل الإعلام الفرنسية ،لاسيما المكتوبة و المسموعة، بمختلف مشاربها واتجاهاتها السياسية الحزبية بدون اختلاف تزرع الشك في نفوس الجزائريين والفرنسيين سواء داخل الجزائر أو في فرنسا نفسها بنعت هذه الأحداث بكل الأوصاف، وبمقابل هذه الإمكانيات الضخمة كانت المقاومة تمتلك صحف صغيرة كان منها "صحيفة المجاهد" وقد خدمت الثورة الجزائرية خير خدمة سواء في مجال التوعية والتوجيه والتعبئة ، أو في المجال الإعلامي أو المعنوي في الداخل والخارج . فكانت أداة فعالة لغرس روح التضحية والنضال وتقوية الإيمان بالنصر ورفع معنويات الجماهير وحشدها وراء الثورة ، كما كانت خير وسيلة لتميرير الدور الدبلوماسي لقادة الثورة وإبراز نشاطاتهم السياسية والعسكرية عبرا لمكاتب الدائمة للجبهة في الخارج .(ختاوي، ٢٠٠٩)

### أهداف الإعلام المقاوم الجزائري خلال فترة الاحتلال

- ١ - ضرورة إيجاد التوازن بين متطلبات الرأي العام الوطني والدولي بعرضه للقضية الجزائرية بمختلف الوسائل والأساليب قصد إقناع الرأي العام الدولي بمصداقية هذه القضية .
- ٢- ضرورة الحفاظ على المبادئ الجوهرية للثورة .
- ٣- ضرورة الرد الفوري والمباشر على أجهزة الإعلام الغربية ولاسيما وكالات الأنباء المنحازة لوجهة النظر الاستعماري الفرنسي.

٤- ضرورة الحرص الشديد على دقة البيانات والبلاغات المقدمة إلى وكالات الأنباء الأجنبية خشية تحريفها أو عدم فهمها .

٥ - ضرورة إرساء نافذة تطل منها على العالم مقدمة بطولات الشعب الجزائري الناصر وتضحياته الجسيمة وحقه العادل في تقرير المصير والوصول إلى أبواب العالم الغربي والأمم المتحدة ، قصد قناعة الشعوب بعدالة القضية الجزائرية وتدويلها .(التميمي،٢٠٠٩)

وتعززت الحاجة للإعلام المقاوم بعد حوالي سنتين من اندلاع الثورة المجيدة حيث عرفت هذه السنوات ، لاسيما بعد مؤتمر الصومال الذي انعقد في سنة ١٩٥٦، تحركات سياسية وإعلامية دفعت بها إلى :

- إبلاغ الرأي العام الداخلي والخارجي بالأعمال الشرسة التي كان الجيش الفرنسي والمعمرّون " الكولون " يرتكبونها في حق الشعب الجزائري

-\*\* تدويل القضية الجزائرية لتقلت من طابعها الداخلي الفرنسي.

\*\* عزل العدو في الميدان الدبلوماسي .

\*\* ربح أصدقاء ومناصرين جدد للثورة .

ومن هذا المنطلق، صارت الثورة الجزائرية وعلى رأسها الإعلام تلعب دورا حساسا ورئيسيا يتمثل في التصريحات الرسمية التي كان يدلي بها ممثلو الجبهة آن ذاك، وكذلك الندوات الصحفية التي كانوا يعقدونها في مختلف العواصم الأجنبية .

"ولعبت صحافة التيار الاستقلالي الممثلة لحزب الشعب دورا هاما في تأدية رسالتها الوطنية و انتهجت الجبهة أسلوب الإعلام الشفهي لشرح أهداف الثورة و إطلاع الشعب على انتصارات وحدات جيش التحرير الوطني و النشرات المحلية مثل " الوطن " ١٩٥٥م و صوت الجبل و صدى التيطري ، أما الإعلام الموجه للخارج فلقد تم عن طريق الندوات التي يعقدها ممثلو الجبهة حيث يتم نشرها عن طريق وكالات الأنباء الدولية فلعبت جريدة الأهرام المصرية دورها للتعريف بالثورة الجزائرية بالإضافة إلى الإذاعات كصوت العرب و القاهرة مشيدة بانتصارات الجيش و نجحت الجبهة بإصدار أول صحيفة " المقاومة الجزائرية " في أواخر ١٩٥٥م" (طوبال،٢٠٠٩)

## المقاومة عبر الإذاعة:

كما استغل ممثلو الثورة في الخارج وسائل الإعلام في البلدان الشقيقة والصديقة للتعريف بالثورة الجزائرية وبأهدافها وأبعادها الحقيقية . فقد نظمت الجبهة برامج إذاعية بعنوان " صوت الجزائر " باللغة العربية من الرباط وتطوان وطنجة بالمغرب الأقصى ، وأيضا في تونس والقاهرة ، علما أن إذاعتي القاهرة وتونس كانتا أولى الإذاعات العربية التي خصصت برامج محددة في فترات ثابتة لإذاعة أخبار الثورة الجزائرية .

وقد ظلت هذه البرامج تذاع حتى بعد إنشاء الإذاعة السرية للثورة في قلب الجزائر سنة ١٩٥٧ . كما كانت هناك إذاعات للدول الصديقة تُذيع أخبار الثورة الجزائرية بصفة متواصلة وبلغات متعددة ، وفي مقدمتها إذاعة "بودابست "

التي كانت تُذيع برامجها تحت عنوان "صوت الاستقلال والحرية".

وهكذا ، تمكنت المقاومة الجزائرية بفضل حربها الإعلامية والدعائية وتوجيهها من قبل القادة السياسيين والدبلوماسيين المحنكين في الداخل والخارج ، في ظرف قصير ، بالرغم من عملها ونشاطها الشاق والعسير ، أن تحقق رواجاً وانتشاراً كبيراً عبر العالم بفضل كل الوسائل الإعلامية للإتاحة لها بإبلاغ الرأي العام الداخلي والخارجي بما يجري في الجزائر من حقيقة في الأحداث .

وفي هذا الإطار، ومن جملة التصريحات الدعائية، ما جاء في تصريح رئيس الحكومة الفرنسية - ماندا فرانس في واشنطن قائلاً : " كان الجو هادئاً ، وكل الشر جاء فجأة من إذاعة القاهرة وبودابست ، وهذا الوضع مثير لقلق دائم لنا ، ومن هذين العالمين يأتي المهرجون والمشغبون ، ومنها أيضا تتسرب الأسلحة التي بها تجد الحرب الكلامية امتدادها في الحرب الدموية".

وما كان يعني ذلك إن لم يكن تصريحاً مباشراً أو غير مباشر للاعتراف بحرب إعلامية دعائية سيكولوجية تقوم بها الثورة الجزائرية المجيدة بالموازاة مع الكفاح المسلح.(التميمي،٢٠٠٩)

### الحرب الدعائية

وفي نفس السياق ، أشارت الصحافة الفرنسية ، سواء في "لوفيقارو" أو "سوار" إلى تسرب ٥٠٠ "إرهابي تونسي" إلى جبال الأوراس، وذكرت أن مهمتهم كانت تدريب الجزائريين على استعمال الأسلحة وخوض حرب العصابات .

واختتمت هذه الحملة باتهام الحكومة التونسية رسمياً على لسان روني ما يور أمام الجمعية الوطنية الفرنسية عندما حمل الرئيس التونسي الحبيب بورقيبة مسؤولية ما يحدث في الجزائر  
قائلاً :

"إن الخطاب الصحفي الفرنسي كان يعتمد أسلوب الحرب النفسية والدعائية والعمل على تجريد المجاهدين الجزائريين من كل خصلة من الخصال التي يفرضها الظرف الثوري كالبطولة والشجاعة والتضحية والرحمة والشفقة الإنسانية..."

- وقد تمكن الإعلام المباشر والاحتكاك مع الشعب الجزائري والشعوب الأخرى بفضل تضحية وشجاعة المجاهدين على مواصلة تبليغهم رسالة الثورة ، وذلك بالرغم من الأخطار التي كانوا يتعرضون لها أثناء تأدية مهامهم ، منها :

- - رفع معنويات المواطنين.

- - اعتقاد المواطنين أن المجاهد بصلة دائمة مع الشعب وأنه لا يقهر .

- تجاوب الكثير من جنود ما كان يسمى باللفيف الأجنبي مع نداءات جبهة التحرير الوطني وذلك بفرارهم مع وحداتهم والتحاقهم بصفوف جيش التحرير الذي كان يطلق سراخهم عبر الحدود قصد الالتحاق بذويهم.(ختاوي، ٢٠٠٩)

-التأثير في أوساط المعمرين نتيجة بث الدعاية بواسطة عمال المزارع الذين كانوا يضمون وسائل قوات جيش التحرير وإمكانيات الثورة.

هكذا كانت الحرب الإعلامية للمقاومة تأخذ مجراها بالتوازي مع الضربات في ميدان المعركة ، بحيث أن مندوب جبهة التحرير في الخارج يتعامل بالمثل مع التصريحات الفرنسية في إطار الندوات الصحفية والاستجابات في الجرائد الأجنبية ، حتى في الولايات المتحدة الأمريكية والمحافل الدولية الأخرى ، كهيئة الأمم المتحدة التي دخلت الدبلوماسية الجزائرية أبوابها أثناء مناقشات الجمعية العامة ومعركة مواجهة الرأي العام الدولي ابتداء من سنة ١٩٥٧ التي كانت تسمى سنة الجزائر في الأمم المتحدة، حيث طرحت القضية الجزائرية ، وصارت تطرحها كل سنة.(طوبال، ٢٠٠٩)

وعلى هذا الأساس ، صار عدد أنصار الجزائر الثورية يتزايد في كل مرة ، في حين كان موقف فرنسا يتقهقر حتى أمام حلفائها.

## ٢.٨.٤.٢ إدارة الإعلام المقاوم في العراق

لقد أرسى الغزو والاحتلال الأميركي للعراق في التاسع من نيسان عام ٢٠٠٣ ثقافة الفوضى ومبدأ (كل شيء مباح وممكن) في ظل شعار الديمقراطية والقضاء على الدكتاتورية وصناعة حياة جديدة تحت مسميات الحق في الاتصال وحرية التعبير. لقد أغرقت السوق العراقية بالصحف والقنوات الفضائية المرئية والإذاعات السمعية بعد أن أغرقت بالأحزاب السياسية ذات التوجهات والأيدلوجيات المختلفة، وصار لكل حزب قناة فضائية وصحيفة وإذاعة وصار بإمكان أي مواطن عراقي بغض النظر عن مستواه الفكري والثقافي تأسيس صحيفة أو فضائية يطرح من خلالها ما تجود به خياله من أفكار ورؤى في ظل (زوال الممنوع) وشروق شمس الممكن والجائز ولكن في عهد الفوضى الخلاقة التي أوجدها الاحتلال الأمريكي. (البياتي، ٢٠٠٩)

ففي الوقت الذي انطلقت فيه المقاومة انطلق أيضا إعلامها الخاص فلقد برز أنموذج إعلامي متواضع الوسائل والإمكانات ولكنه يتميز بقدرة كبيرة على النفاذ والانتشار والتأثير في المواطن، انه إعلام المقاومة الوطنية المسلحة في العراق الذي ابتدأ مع بضعة شعارات كتبت على جدران بغداد تدعو إلى مقاومة الغزاة والدفاع عن العراق، وتطور إلى توظيف واسع لمختلف وسائل الاتصال وفي المقدمة منها التلفزيون والانترنت وتكريس طاقة كل مواطن مقاوم للاحتلال إلى مصدر للمعلومات والأخبار والأفلام الوثائقية، وفي الوقت ذاته إلى متلقٍ نهائي للتعامل معها وتوسيع دائرة انتشارها (صباح، ٢٠٠٤)

يقول سكوت جونسون في صحيفة نيوزويك: إن قناة الزوراء نتسم بالتطرف، إذ تقيض القناة منذ نوفمبر بسلسلة لا تنتهي من أشرطة الفيديو التي تظهر الجنود الأميركيين وهم يقتلون في هجمات القناصة والعبوات الناسفة محلية الصنع. وترافق مقتطفات الصور تعليقات، غالباً باللغة الإنجليزية، تحث العراقيين على تركيز غضبهم العام ضد قوات الاحتلال، ولقد أصبحت الزوراء واحدة من أكثر المحطات شعبية بين السنة، بل حتى بين بعض الشيعة في العراق، يقول مسئولون أمريكيون آخرون: إن أشرطة الفيديو التي تبثها الزوراء قوية بالضبط لأنها تؤكد المفاهيم المسبقة التي يمتلكها العراقيون حول الاحتلال (صباح، ٢٠٠٤).

تفوقت المقاومة العراقية في استثمار وسائل التكنولوجيا الحديثة لإيصال خطابها الذي أصبح حديثاً أثار دهشة قوات الاحتلال وضباطها، فروبرت ستيل الضابط السابق في استخبارات مشاة البحرية الأمريكية، يقول: إن أي شريط للمتمردين يساوي فرقة من الدبابات، بينما كتب الصحفي الفرنسي جون هيوز: «إن إعلام المقاومة الأعلى صوتاً في العراق». (هيوز، ٢٠٠٨)



حقيقة إن الإعلام العراقي المقاوم بذل كل ما يستطيع في إيصال صوت المقاومة العراقية بالرغم من تواضع إمكانياته وبالرغم من الحصار الإعلامي العربي والإقليمي والدولي وبالرغم من الهجمات الإعلامية المضادة والشرسة ولهذا لم يصل إلى المستوى الصحيح الذي يحقق ويساير على الأقل التقدم الذي وصلت إليه المقاومة العراقية، فتكاد تكون الشبكة العنكبوتية (الانترنت) ومن الصعوبات التي تواجه الإعلام المقاوم العراقي الحظر الإعلامي خصوصا الإعلام العربي فاضطرت الفصائل المسلحة ببث بياناتها على المواقع الإلكترونية.

إن عدم الوصول إلى شريحة غير المؤديين، يعد خسارة كبيرة للمقاومة، وقصوراً إعلامياً كبيراً، لأن الأهم أن تكسب من هم ضدك، وهذا أهم من زيادة مساحة الفرح والسرور عند محبيك، - قامت الفصائل المسلحة إلى اعتماد التصوير بالفيديو للعمليات، التي ينفذها مقاتلوها ومجاهدوها ضد القوات الاحتلال، وهذا أمر هام ويحسب لصالح الإعلام المقاوم ولرجال المقاومة للتوثيق أولاً، وللإعلام ثانياً، إلا أن هناك أخطاء رافقت هذه العملية إما بسبب ضعف الخبرة أو بسبب ظروف تشغيل شبكات الانترنت ولدت إلى عدم إيصال هذه العمليات إلى الرأي العام، حيث جرى وضع العمليات على مواقع الفصائل في الإنترنت، دون تمحيص النتائج. (ابراهيم: ٢٠٠٩)

**ويرى الباحث أن هناك أسباب لضعف الأداء الإعلامي المقاومة في العراق**

- ١- غياب الإستراتيجية الإعلامية الموحدة.
  - ٢- بروز الفضائيات الطائفية التي تحرض على المقاومة.
  - ٣- غياب ثقافة الانترنت عن المجتمع العراقي.
  - ٤- تحكم الدولة بالقنوات وتحجيم حرية الإعلام والتعبير.
  - ٥- وجود الاغتيالات والاعتقالات ضد الصحفيين.
- ويحتاج المواطن العراقي إلى إعلام مقاوم يظهر الصورة الحقيقية لنضال الشعب العراقي ليرتقي بالمستوى المطلوب عبر توحيد الخطاب الإعلامي العراقي المقاوم ولقد وجهت الباحث صعوبات كبيرة في الحصول على مراجع توثق التجربة العراقية بصورتها الصحيحة.

## ٢.٤.٨.٣ إدارة الإعلام المقاوم في قناة المنار اللبنانية:-

### نبذة عن القناة:

المنار قناة إعلامية لبنانية، نقدم نفسها بأنها قناة العرب والمسلمين، وبرامجها تتبع من البيئة الثقافية العربية والإسلامية ومن القيم الأخلاقية والدينية الإسلامية. أولويات القناة هي أولويات الجمهور العربي، باعتبار أننا قناة تبث باللغة العربية. وأعتقد أن في طليعة هذه الأولويات بالنسبة للجمهور هي القضايا المحقة لأمتنا التي يجمع عليها العرب. وهنا أقصد بالدرجة الأولى القضية الفلسطينية. و تعطي هذه القضية أولوية في تغطيتها الإخبارية، وفي الكثير من برامجها، واستطاعت وفي فترة قصيرة أن تحتل موقعا "رياديا" في فضاء الإعلام العربي والإسلامي المقاوم. (قصير، ٢٠٠٧)

### المنار وتجربة الحرب:

دلت التحركات الحاصلة منذ العام ٢٠٠٤ مع القرار الأميركي لتصنيف المنار ثم القرار الفرنسي بمنع بثها إلى أن هناك شيء ما يدبر ضدها ويمهد لإسرائيل أن ترتكب جريمة حرب بحق المنار، تحت غطاء سياسي تمثله هذه القرارات الجائرة والمجحفة. فأتخذت المنار بعض الإجراءات الاحتياطية التي تمكنها من الاستمرار بالبث في حال تعرضها للقصف الصهيوني في يوم من الأيام، وهذا ما حصل. فبقيت قادرة على البث والاستمرار في أصعب الظروف وبالتالي شكلت جزءاً من الانتصار الإلهي الكبير للمقاومة وشعبها في لبنان والأمة العربية، وكانت الظروف قاسية جداً وصعبة، فقدت المنار في قصف المبنى الرئيسي والمحطات الموزعة في أكثر من منطقة في لبنان، فقدت أكثر من ٩٠% من الإمكانيات التكنولوجية والهندسية والفنية إنما بحمد الله لم تفقد الإرادة والإيمان وهما كانا مصدر القدرة على الاستمرار. (قصير، ٢٠١٠)

لقد عمل الموظفون في قناة المنار في أكثر من ١٥ مركز بديل عن المبنى الرئيسي وعملوا بمجموعات صغيرة إنما متماسكة ومتواصلة ومتعاونة ومتكاملة مع بعضها ليحافظوا على استمرار البث في ظروف صعبة جداً، وتعرضوا للكثير من المخاطر على حياتهم وتركوا عوائلهم وأولادهم طيلة فترة الحرب وهم يعملون ليلاً ونهاراً لتغطية الأحداث والتطورات في المواجهات العسكرية وفي متابعة الأوضاع السياسية وأوضاع المهجرين والنازحين فلقد الإعلام المقاوم في تقديم نموذج الصمود الإعلامي في مواجهة البطش الصهيوني الإرهابي ضد الكلمة والصورة الملتزمة والصادقة. (فرحات، ٢٠١٠. مقابلة)

فتقول (بتول أيوب) وهي تصف المكان الذي عملت فيه كل يوم طوال فترة الحرب بأنه "مخيف" إلا أنها تقول إنها اعتادت أن تعزل نفسها عما يحيط بها للتركيز على أداء عملها

وتضيف كان الخوف شديدا لكنني كنت ادخل في الجو حالما أصبح داخل الجبهة، أصاب بالقلق للحظة ثم ادخل بالواجب، أريد أن أنجز عملي بأقل قدر من الأخطاء. (أيوب، ٢٠٠٧)

ولقد أصبحت المنار أثناء الحرب القناة الأولى عربياً من حيث المتابعة والمشاهدة، أما التعاطف الشعبي فكان كبيراً جداً وقد استقبلت القناة الآلاف من الرسائل الإلكترونية والبريدية المتضامنة مع المنار كما تلقت العديد من رسائل وبرقيات التضامن من زملاء إعلاميين في الوطن العربي وفي العالم.

ويقول (فرحات) إن الدمار الذي لحق بمنى المحطة، لم يمنعها من البث، بل واصلت بثها من مكان مجهول، لأن القيمين عليها يعتبرون أن "استمرار بث المنار أمر مطلوب بشكل أساسي لمجتمع المقاومة، وللشارع العربي المعبر عن إدانته للاحتلال، فنحن ونتيجة لتجارب سابقة هدفت لحجب المنار من البث في أوروبا وأميركا، وتكرر المحاولات الإسرائيلية للتضييق على القناة ومحاصرتها، لم نستبعد أن يتعرض مقر القناة لاعتداء أو تدمير". يضيف "من هنا اتخذنا هذه الاحتياطات، وحضرنا حالنا لأن نعمل ضمن أي ظرف في الأجواء الاستثنائية التي تعمل فيها القناة، لم تفقدها الكثير من طاقتها، فهي عملت بحوالي ٧٥-٨٠% من إمكانياتها، وبـ ٢٨٠ كادرا من طاقمها البالغ ٣٥٠ موظفا، ما يعني وجود ٧٠ فردا في عداد الاحتياط والتجهيز لسد أي احتياج، وأما عن طريق توزيع المراسلين فقال.

كان مراسلو القناة موزعون في مختلف المناطق اللبنانية، بشبكة تتضمن ما يزيد عن عشرة مراسلين أرضيين، وهي الوحيدة التي لديها مراسل في "مرجعيون"، وهو الصحافي علي شعيب، فضلا عن عدد من الصحافيين يتم انتدابهم وإرسالهم في المهمات المستعجلة والطارئة. (فرحات، ٢٠٠٧)

وتقول بتول التي أقامت خلال تلك الفترة في احد فنادق بيروت انها كانت ترتدي عباءة خليجية لتفادي التعرف عليها، وكان زوجها يتولى نقلها الى مكان متفق عليه ينقلها منه «الشباب» إلى مكان عملها حيث ترتدي لباسها المعتاد ثم تعود الى العباءة الخليجية بعد انتهاء مهامها.

وكان للحرب النفسية دورا كبيرا في التأثير على إعلام الخصم والمجتمع الإسرائيلي ويقول فرحات قديما قالت العرب "الحرب مبدأها كلام" وها هي الآن "سجال" وكلام في الأثير بين حزب الله وإسرائيل. صراع إرادات وإعلام وصورة ستعزز المعادلات على الأرض، لأن العصر عصر "الميديا"، ومن يحسن إدارتها، لا شك، سترجح كفته إبراهيم فرحات. مدير العلاقات العامة في المنار ويضيف فرحات المشاهد الإسرائيلي هدف أساس تسعى المنار لتوصيل الرسالة له. فهي تسعى للتأثير عليه عبر "الFLASHات" و "الكليبات" السريعة والصغيرة التي تعملها، وتضمنها عبارات بالعبرية، بهدف إحداث شروخ ولو بسيطة في الرأي العام الإسرائيلي، لاعبين بذلك على وتر الحرب.(قصير، ٢٠١٠)

ولم يقتصر بث محطة المنار خلال الحرب على نشرات الأخبار وكلمات الأمين العام للحزب تلقي اتصالات للمشاهدين بل شمل أيضا استضافة من وافق من الشخصيات الإعلامية أو الفكرية على مغامرة قصد استوديوهات المحطة الموهمة.(أيوب، ٢٠٠٧)

أثناء الحرب على لبنان في تموز ٢٠٠٦م نشر أحد مواقع الانترنت في فلسطين خبراً مفاده بأن الخبراء الإسرائيليين بدأوا يتحدثون عن تراجع في نسبة المشاهدة لقناة "فوكس نيوز" في إسرائيل لصالح ارتفاع نسبة المشاهدة والمتابعة للمنار من قبل الإسرائيليين لأنهم باتوا لا يصدقون الأخبار التي تبثها الـ "فوكس نيوز" الأميركية (المؤيدة لإسرائيل والصهيونية) بل يتابعون المنار ليعرفوا حقيقة ما يجري في الحدود وعلى الجبهة مع لبنان. (قصير، ٢٠٠٧)

### إدارة الخطاب الإعلامي لقناة المنار خلال الحرب على لبنان ٢٠٠٦

#### الخطاب نحو المجتمع اللبناني

١-نقل هموم المواطنين ومعاناتهم ومطالبهم من الدولة.

٢-بث روح الصمود والثبات رغم القصف والدمار.

٣-البعد عن المناكفات السياسية وبث روح الوحدة بين اللبنانيين.(فرحات، ٢٠١٠)

٤- إبراز دور المقاومة الباسلة في كل لبنان على جميع الأصعدة .

٥- توضيح جرائم العدو العدوان بحق الشعوب العربية والشعب اللبناني على وجه

الخصوص.(قصير، ٢٠٠٧)

## الخطاب نحو المجتمع العربي الدولي

- ١- تفعيل دور المجتمعات العربية والدولية المساندة للبنان وحثهم للتدبير بالمجازر.
- ٢- التركيز على محور الاعتدال العربي الذي بشرت به رابيس في الشرق الأوسط الجديد.
- ٣- إبراز واجب الأمة العربية والإسلامية في دعم لبنان وحقه في التصدي للعدوان.
- ٤- التوضيح على أن دعم الاحتلال لن ينجح في كسر شوكة المقاومة. (فرحات، ٢٠١٠)

## الخطاب نحو المجتمع الصهيوني

- ١- التركيز على الحرب النفسية عن طريق الفلاشات باللغة العبرية
- ٢- إبراز حجم الجرائم الصهيونية وإبراز حجم الدمار.
- ٣- إبراز الصورة الحقيقية للجندي الصهيوني في الميدان وحجم القتلى والجرحى
- ٤- إرسال رسالة عبر الأمين العام لحزب الله للنخب السياسية والفكرية بعدم نجاح الحرب على لبنان ولعل صور البارجة الحربية ساعر أكبر شاهد على ذلك. (قصير، ٢٠٠٧)

## الفصل الثالث الدراسات السابقة

٣.١ المقدمة:

٣.٢ الدراسات المحلية

٣.٣ الدراسات العربية

٣.٤ الدراسات الأجنبية

## الفصل الثالث

### الدراسات السابقة

#### ٣.١ مقدمة:-

في هذا الفصل تم التطرق إلى مجموعة من الدراسات المحلية والعربية والأجنبية ذات العلاقة.

#### ٣.٢ الدراسات المحلية:

##### ١. دراسة البرنية (٢٠٠٨)

بعنوان "استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية"

##### هدفت هذه الدراسة إلى:

معرفة اهتمامات الشباب الجامعي الفلسطيني بالقضايا العربية والقضية الفلسطينية ومتابعة الإخبار عبر القنوات الفضائية العربية والأجنبية وما هي الموضوعات التي يفضلونها.

وأوضحت الدراسة التي أجريت بقطاع غزة على ٤٠٠ طالب يشاهدون القنوات الإخبارية العربية الفضائية وينتمون للجامعة الإسلامية وجامعة الأزهر وجامعة الأقصى.

##### وتوصلت الدراسة للنتائج التالية:

أن الموضوعات السياسية والدينية والثقافية تشكل أهم الموضوعات المفضلة للمشاهدة لدى هؤلاء الشباب ومن هؤلاء الشباب الجامعيين مستوى معرفتهم بالقضايا العربية المثارة متوسطة.

##### وأوصت الدراسة:

بتكثيف البرامج السياسية والثقافية والدينية بالفضائيات الإخبارية العربية، وإلقاء الضوء على المشاكل الحقيقية التي تواجه الشباب العربي، طالبت بضرورة إطلاق فضائيات إخبارية عربية ناطقة بلغات أجنبية لتعكس الصورة الحقيقية عن العرب والمسلمين وتقدم الحقائق التي تخفيها الكثير من القنوات الأجنبية للرأي العام العالمي، وخاصة فيما يتعلق بأحداث العراق وفلسطين، إيجاد سياسة إعلامية واضحة تجمع القنوات الإخبارية العربية، بهدف إيجاد نوع من الاتفاق على صياغة وطريقة معالجة الأحداث والقضايا بعيداً عن الخلافات السياسية بين الدول العربية.

## ٢. دراسة الدواوسة (٢٠٠٢)

بعنوان " استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والاشباعات المتحققة " دراسة ميدانية على المدن والقرى في قطاع غزة، وقد أجريت الدراسة على الوسائل الإعلامية التالية (التلفزيون، قنوات فضائية، راديو، صحافة) واختارت عينة ممثلة من الجمهور في قطاع غزة، من شرائح مختلفة.

### وقد توصلت الباحثة إلى أهم النتائج التالية:

ارتفاع مستوى المعلومات السياسية للإناث عن الذكور، ويرجع ذلك إلى ارتفاع مستوى ثقافة الإناث، أن هناك علاقة ارتباطية بين المعرفة والوعي السياسي وارتفاع ثقافة الفرد. إن التلفزيون كوسيلة اتصال يلعب دوراً كبيراً في تنمية الوعي السياسي والمعلومات السياسية للمراهقين بنسبة (٤٣.٦) والإذاعة بنسبة (٣٢.٣) وأخيراً الصحافة بنسبة (٢٤.١) في تنمية الوعي والمعارف السياسية.

## ٣. دراسة الهيئة العامة للاستعلامات (٢٠٠٠)

بعنوان " دور وسائل الإعلام في إبراز انتفاضة الأقصى " أجرت الهيئة العامة للاستعلامات استطلاعاً للرأي العام في ٥ نوفمبر ٢٠٠٠، وشمل عينة عشوائية مكونة من ١٠٢٠ مبحوثاً، يتوزعون كالتالي ٤٠٠ مبحوثاً في محافظات غزة، ٦٢٠ في محافظات الضفة الغربية، بهدف معرفة دور وسائل الإعلام المحلية والعربية في تغطية انتفاضة الأقصى.

### وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج أهمها:

حظي التلفزيون الفلسطيني بأكثر نسبة عرض وجاءت قناة الجزيرة القطرية في المرتبة الأولى كأفضل محطة فضائية تتابع من خلالها نشرات الأخبار ويشاهد الفلسطينيون الفضائيات العربية أكثر من محطات التلفزة المحلية.



١.دراسة العتيبي ( ٢٠٠٧ )

بعنوان "مصادقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود"

وهدفت هذه الدراسة إلى:

معرفة رأي شريحة من المجتمع السعودي وهم طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، في مصادقية الأخبار التلفزيونية، كما تهدف أيضاً إلى معرفة العناصر المكونة لمفهوم المصادقية في الأخبار التلفزيونية وترتيب هذه العناصر لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود طبقاً لأهمية كل عنصر، ومقارنة المصادقية التي تحظى بها الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود.

وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج المسحي، كما استخدم أيضاً المنهج المقارن والذي يتيح عقد المقارنات بجوانب الاتفاق والاختلاف بين وسائل الإعلام، وذلك لمقارنة المصادقية التي تحظى بها الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية بنظيرتها في القنوات الخاصة.

وقد قام الباحث بتصميم إستبانه من ستة أجزاء، يقيس من خلالها مصادقية الأخبار التلفزيونية طبقاً لأهداف البحث، وقام بتوزيعها على مجتمع الدراسة وهم طلاب وطالبات جامعة الملك سعود المنتظمون في مرحلة البكالوريوس في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ١٤٢٧ . ١٤٢٨هـ، وقد تم اختيار العينة باستخدام أسلوب العينة العشوائية العنقودية من طلبة وطالبات الجامعة والذين يدرسون مواد الإعلام العام ( مادة الثقافية الإسلامية)

وتوصلت الدراسة إلى:

أن الأخبار الرياضية والأخبار العلمية هي أكثر الأخبار مصادقية، بينما جاءت الأخبار السياسية والأمنية والعسكرية كأقل الأخبار مصادقية. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن شهرة القناة تجعل أخبارها ذات مصادقية عالية، وأن الأخبار التلفزيونية الموجهة للمجتمع المحلي تكون في الغالب أكثر مصادقية من الأخبار الموجهة للمجتمع الخارجي.

وأوصت الدراسة:

عدم الاقتصار فقط على الاستبيان لقياس المصادقية، بل يجب استخدام جمع أدوات البحث العلمي كتحليل المضمون والمقابلة والملاحظة لقياس المصادقية في وسائل الإعلام يجب أن تكون نتائج هذه الدراسة دافعاً للقنوات الحكومية في العمل بشكل احترافي يراعي مهنية العمل

الإعلامي وان تكون نظرتها إلى المصادقية أكثر إيجابية، ودورها يجب أن تستفيد القنوات الخاصة من هذه النتيجة للمضي قدماً في تقديم أكثر صدقاً وأكثر موثوقية للوصول إلى أعلى معدل للمصادقية فيما يحقق رغبات المشاهد العربي في رؤية أخبار تتميز بقدر عالي من المصادقية.

## ٢. دراسة السناتي (٢٠٠٧)

بعنوان "دور الصحافة السعودية في نشر المعرفة السياسية".

### وهدفت الدراسة إلى:

لمعرفة دور الصحافة السعودية في نشر المعرفة السياسية من خلال استخدامها لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي لعينة من طلاب جامعة الملك سعود في أقسام الإعلام، والعلوم السياسية والكيمياء، وهدفت الدراسة إلى التعرف على درجة والمعرفة السياسية ونوعها لدى الطلاب الجامعيين من خلال قياس أبعاد المعرفة، إضافة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين متابعة الصحف السعودية وحجم المعرفة السياسية لدى الطلاب الجامعيين.

### توصلت الدراسة إلى:

بعض النتائج ذات الأهمية، إذ كشفت عن درجة متوسطة في مستوى المعرفة السياسية لدى أفراد الدراسة في بعدي المعرفة السياسية المحلية والدولية، بينما جاءت المعرفة السياسية العربية دون درجة المتوسط، كما كشفت أن التلفزيون يعد المصدر الرئيس للمعرفة السياسية لدى عينة الدراسة، كما أوضحت الدراسة عن اتجاه لدى طلاب الكليات العلمية باتجاه الوسائل والمضامين الدينية بعكس طلاب الكليات النظرية الذين يفضلون الوسائل والمضامين المتنوعة، في حين توصلت الدراسة إلى تصدر طلاب قسم العلوم السياسية لأفراد العينة في مستوى المعرفة السياسية.

وأوضحت الدراسة أن الصحافة تعد المصدر الأول للمعرفة السياسية لدى طلاب قسم العلوم السياسية، بينما يعد التلفزيون المصدر الأول للمعرفة السياسية لدى طلاب قسم الإعلام، وجاءت الإذاعة في المصدر الأول للمعرفة السياسية لطلاب قسم الكيمياء، وأشارت الدراسة إلى أن مستوى المعرفة السياسية بأبعادها المختلفة أعلى لدى الطلاب الذين يهتمون بالموضوعات الصحفية السياسية مقارنة بالطلاب الذي يهتمون بالموضوعات الصحفية الأخرى، مما يجعل الموضوعات الصحفية السياسية المصدر الرئيس للمعرفة السياسية.

### وأوصت الدراسة أقسام الإعلام في الجامعات السعودية والعربية

لاستحداث تخصصات جديدة تعني بالإعلام السياسي وذلك لتنامي الاهتمام بالموضوعات السياسية، نتيجة عدد من المتغيرات المحلية والإقليمية والدولية التي فرضت أجندتها على واقع الحياة العربية

### ٣. دراسة الزهراني (٢٠٠٧)

بعنوان " دور الصحافة السعودية اليومية في التنمية الثقافية"

#### هدفت الدراسة إلى:

التعرف على دور الصحافة السعودية اليومية في التنمية الثقافية، من خلال ما تنشره عبر صفحاتها الثقافية سواء الصفحات الداخلية ضمن العدد اليومي أو الملاحق الثقافية المستقلة، وقد استخدمت هذه الدراسة منهج تحليل المضمون من خلال إخضاع عينة عشوائية من الصحف السعودية اليومية ( البلاد، الجزيرة، الرياض، عكاظ، المدينة، الندوة، الوطن واليوم) وقد بلغت هذه العينة والتي استخدم فيها الأسبوع الصناعي لسنتي ٢٠٠٤م و ٢٠٠٥م، أربعة عشر عدداً لكل صحيفة ( عدا صحيفة الندوة بلغت أعدادها الخاضعة للدراسة اثنا عشر عدداً لعدم صدورها يوم الجمعة من كل أسبوع).

واعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع وتحليل البيانات.

وأظهرت النتائج أن جاءت صحيفة الجزيرة كأكثر الصحف نشرًا للمادة الثقافية بكل أشكالها محتلة المرتبة الأولى، وجاءت صحيفة البلاد في المرتبة الأخيرة من بين الصحف وتساوت إلى حد كبير أعداد المادة المنشورة في سنتي الدراسة واحتلت المادة المحلية المرتبة الأولى في السنتين، كما جاءت الكاتب السعودي في المرتبة الأولى أيضاً، واحتل الذكر المرتبة الأولى خلال سنتي الدراسة واحتل الخبر الصحفي المرتبة الأولى من بين الأشكال الكتابية الصحفية وذلك خلال سنتي الدراسة واحتلت التوعية الثقافية المرتبة الأولى من بين الأهداف التي سعت الصحافة إلى تحقيقها خلال سنتي الدراسة لقد أثبتت الدراسة المساهمة الفاعلية للصحافة السعودية في نشر الثقافة المحلية والعربية والأجنبية بكل الأشكال التحريرية والأجناس الأدبية والفنية.

#### وأوصت الدراسة:

القيام بدراسات أخرى تتناول الصحافة الثقافية من جوانب أخرى، وهو جهد يتمنى أن يكون له أثره الإيجابي على مستوى الدراسات الإعلامية وكذلك على مستوى الصحافة المحلية.

#### ٤. دراسة العنزي (٢٠٠٧)

بعنوان "استخدامات التلفزيون و إشباعاته في مدينة عرعر دراسة مسحية"

##### هدفت هذه الدراسة إلى:

التعرف على سلوك جمهور مدينة عرعر في المملكة العربية السعودية، في التعرض للقنوات التلفزيونية وتحديد كميته، وكيفية، ودوافعه، وإشباعاته وقد تم اختيار مدينة عرعر لأنها من المدن الصغيرة التي تجاهلتها الدراسات السابقة لصالح العواصم أو المدن الكبرى، وكذلك لأن الجمهور هناك لم يتعرض للبث التلفزيوني إلا في مراحل سبقت البث الفضائي بعقد من الزمن.

كانت حدود الدراسة المكانية تشمل مدينة عرعر بحدودها البلدية، واعتمدت على منظور الاستخدامات والإشاعات حيث أجريت وفق المنهج الوصفي باستخدام المسح عن طريق العينة العشوائية الطبقية.

حيث أظهرت النتائج أن النسبة الكبرى من عينة الدراسة تشاهد التلفزيون وإن يوم الخميس من كل أسبوع هو اليوم الذي تكثر فيه نسبة التعرض للتلفزيون، كما دلت نتائج الدراسة على أن النسبة الكبرى من أفراد عينة الدراسة تقضي من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات في مشاهدة التلفزيون، في الأيام الاعتيادية، أي التي لا يكون فيها مناسبات خاصة أو أخبار غير عادية، وإن مركز تلفزيون الشرق الأوسط بقنواته. ( العربية ، MBC1 ، MBC2 )

جاءت في المراكز الأولى عند الإجابة على سؤال يتعلق بالقناة التي أمضت عليها عينة الدراسة معظم الوقت في اليوم السابق لتعبئة الإستبانة، كما أظهرت نتائج الدراسة أن المنزل هو المكان المفضل للمشاهدة، وأن أفراد عينة الدراسة تفضل المشاركة في مشاهدة برامج التلفزيون.

كما أظهرت الدراسة أن البرامج الإخبارية ونشرات الأخبار تأتي في الترتيب الأول بالنسبة لنوعية البرامج التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها، مع وجود فوارق ذات دلالة إحصائية تبعاً للعمر ولطبيعة العمل، كما أظهرت نتائج الدراسة أن القنوات المفضلة لدى عينة الدراسة في مدينة عرعر هي قناة ( المجد قرآن )، تليها قناة الجزيرة سبورت، ثم ( MBC1 ) والسعودية الرياضية، والمجد، وروتانا سينما، وروتانا خليجية، وروتانا موسيقى، والقناة السعودية الأولى، على الترتيب.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن الدافع الرئيس لمشاهدة التلفزيون في مدينة عرعر هو دافع المعرفة، أما الإشباع الرئيس للمشاهدة لدى عينة الدراسة فهو الإشباع المعرفي، حيث جاء تحقيق مواكبة الأحداث في الترتيب الأول، فيما جاء تحقيق متابعة الأخبار في الترتيب الثاني، والحصول على

المعلومات في الترتيب الثالث، وتحقيق زيادة الحصيلة الثقافية في الترتيب الرابع، وكل هذه الإشباعا في إشباعا معرفية وأوصت الدراسة بتطوير البرامج الإخبارية في القنوات المحلية، وإعطاء أولوية أكبر لتوقيت بث الخبر العاجل، ومواكبة الأخبار لأن الدراسة دلت على أن الملتقى يهتم بالمعرفة على حساب المحاور الأخرى.

#### كما أوصت الدراسة:

بالاهتمام بأخبار المناطق وتطوير شكلها ومحتواها من خلال قنوات التلفزيون الأولى، والثانية، والإخبارية، والرياضية، وتطوير محطات التلفزيون بالمناطق ودعمها بالكفاءات المؤهلة، وإعطاء مساحة أكبر لما تعده هذه المحطات من رسائل وريبورتاجات تتعلق بقضايا المنطقة، أو تغطي فعاليات، على أن يتم مع الوقت تطوير القدرة الإنتاجية لتمكين محطات التلفزيون المحلية في المدينة، والمدن الأخرى المماثلة، من إنتاج برامجها المحلية والتواصل مع المحطات الأخرى لإيجاد تفاعليه بينه وبين أبناء المنطقة والمحطة الرئيسية، وبين محطات المناطق الأخرى.

#### ٥. دراسة ( القحطاني ٢٠٠٦ )

بعنوان " الإعلام التربوي ودوره في تفعيل مجالات العمل المدرسي في المملكة العربية السعودية "

#### هدفت هذه الدراسة إلى

التعرف على الدور الفعلي للإعلام التربوي بإدارات التربية والتعليم في المملكة العربية السعودية في تفعيل مجالات العمل المدرسي، ومعوقات أداء هذه الدور، والتعرف على الدور المأمول منه.

استخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي المعتمد على الإستبانة كأداة للدراسة، حيث جرى تطبيق هذه الأداة بعد تجاوزها لاختبارات الصدق والثبات على مسئولية الإعلام التربوي ومسئولته في المملكة العربية السعودية وعينة من مديري مدارس التعليم العام الحكومية النهارية ومديراتها داخل خمس مدن سعودية: الرياض، جدة، الدمام، أبها، عرعر، وذلك خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي ١٤٢٥ / ١٤٢٦ هـ ، حيث بلغ الإجمالي لأفراد الدراسة ٣٢٧ فرداً ( ١٢٧ مسئولاً ومسئولة / ٢١٢ مديراً ومديرة).

## توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

يتمثل دور الإعلام التربوي الفعلي بإدارات التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية في تفعيل مجالات العمل المدرسي في ثلاث جوانب رئيسية: الجانب الإعلامي، والجانب التوثيقي، والجانب الإنمائي ويقوم الإعلام التربوي بممارسة دوره هذه بدرجة متوسطة من وجهة نظر أفراد الدراسة حيث بلغت المتوسطات الحسابية لممارسة الحسابية لممارسة الجوانب الرئيسية الثلاثة للإعلام التربوي ( وفق مقياس ثلاثي الاستجابة ) ١.٨٠ للجانب الإعلامي، ١.٩١ للجانب التوثيقي، ١.٧٥ للجانب الإنمائي، كما بلغ المتوسط الحسابي العام لهذه الجوانب الثلاثة ١.٨٢ ويواجه الإعلام التربوي بإدارات التربية والتعليم في المملكة العربية السعودية ١٥ معوقاً ( وهي المعوقات التي تضمنتها أداة الدراسة) تعيقه عن أداء دوره في تفعيل مجالات العمل المدرسي وقد حصلت جميع هذه المعوقات على درجة تأثير كبيرة ( ما عدا معوق واحد حصل على درجة تأثير متوسطة) ومن وجهة نظر أفراد الدراسة وقد بلغ المتوسط الحسابي العام لدرجات تأثير هذه المعوقات ( وفق مقياس ثلاثي الاستجابة) ٢.٥٥.

## ٦. دراسة مزيد (٢٠٠٤)

بعنوان " علاقة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بتنقيف الأطفال دينياً"

### هدفت هذه الدراسة إلى:

التعرف على الدور الذي يمكن أن تساهم به البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية في تنقيف الأطفال الليبيين دينياً وذلك من خلال التعرف على كثافة مشاهدة الأطفال الليبيين للقنوات الفضائية العربية (معدل المشاهدة، وعدد أيام المشاهدة، وساعات المشاهدة) وأهم القنوات الفضائية العربية التي يفضلون مشاهدة البرامج الدينية منها، ومدى مناقشتهم حولها، ومدى مشاركتهم فيها وأساليب هذه المشاركة، والتعرف على الجوانب السلبية حول البرامج الدينية من وجهة نظر الأطفال عينة الدراسة ومقترحاتهم حولها، وعلاقة تعرضهم بمستويات الثقافة الإسلامية لدى هؤلاء الأطفال، واعتمد الباحث على استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وكان من أهم توصيات الدراسة: إنتاج وتقديم برامج دينية تخاطب الأطفال حسب مراحل نموهم، وإنشاء قنوات فضائية دينية متخصصة للأطفال تخاطب الأطفال على قدر مستوى فهمهم واستيعابهم وإشباع احتياجاتهم الدينية وتساعد على رفع ثقافتهم الدينية، وكذلك زيادة مساحة مشاركة الأطفال البرامج الدينية وذلك من خلال الحوار والمناقشة وإبداء الرأي في المضامين المقدمة إليهم بالإضافة إلى مشاركتهم في تقديم بعض البرامج الدينية.

## ٧. دراسة عبده (٢٠٠٤)

بعنوان " الإعلام السياسي في الصحف المصرية ودوره في تشكيل الرأي العام، دراسة مقارنة بين قائمة اهتمامات الصحف، وقائمة اهتمامات الجمهور "

### هدفت الدراسة إلى:

معرفة القضايا والموضوعات السياسية التي تشكل محور اهتمام القارئ، ولمعرفة هل هناك مصادر إعلامية أخرى تتدخل في تشكيل الوعي لدى الجمهور، ولمعرفة عمق المعرفة والوعي السياسي لدى الجمهور المتلقي، ولمعرفة حجم الإقبال على هذه الصحف، والعلاقة بينها وبين الوعي السياسي لدى الجمهور المتلقي.

واستخدمت في هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي وأداته تحليل المضمون، ومنهج المسح الاجتماعي وأداة صحيفة والاستبيان وتم اختيار عينة قوامها (٣٤٤) مفردة من أعضاء النقابات المهنية والعمالية في مصر.

### وقد توصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

أن القضايا والموضوعات السياسية على الصعيد الإقليمي العربي، قد شغلت الجزء الأكثر من المساحة الكلية للإعلام السياسي في قائمة الاهتمامات للصحف المصرية، وهناك تطابق وتقارب وتوافق شديد بينها وبين اهتمامات الجمهور.

## ٨. دراسة ( الضويحي، ٢٠٠٤ )

بعنوان: " التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات "

### هدفت هذه الدراسة إلى:

تحديد الآثار الإيجابية للتخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات والكوارث من خلال إعداد خطط إعلامية فعالة تساند عمليات مقاومة وإزالة آثارها السلبية، وكذلك دراسة الأزمات والكوارث لتطوير الخطط بما يكفل فعالية مواجهتها، وإحباط آثارها مستقبلاً، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي عن طريق المسح الاجتماعي باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من العاملين بالمديرية العامة للدفاع المدني بمدينة الرياض وعددهم (٣٦٢) مفردة، والعاملين بوزارة الثقافة والإعلام وعددهم (٢٠٨) مفردة، وقد اختار الباحث عينة عشوائية قوامها (٤٠%) من العاملين في المديرية العامة للدفاع المدني ونفس النسبة من العاملين في وزارة الثقافة والإعلام، وبذلك بلغ إجمالي عدد أفراد العينة (٢٢٨) مفردة وتم توزيع الاستبيانات عليهم، وعند استردادها كانت جميعها صالحة للتحليل الإحصائي.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها:

الخطط الإعلامية المعدة من قبل إدارة العلاقات العامة بالدفاع المدني مهمة جداً لمواجهة الأزمات والكوارث، ويتطلب نجاحها اشتراك خبراء الدفاع المدني الذي يتمتعون بالكفاءة والمقدرة على الحد من آثارها واشتمالها على تعليمات الدفاع المدني لتوعية المواطنين بإجراءات الأمن والسلامة وإدراك إدارة العلاقات العامة بالدفاع المدني أهمية اللجوء لوسائل الإعلام لمواجهة الأزمات والكوارث وأهم المعوقات التي تحول دون نجاح التخطيط الإعلامي بالدفاع المدني في مواجهة الأزمات والكوارث هي: عدم وضوح الخطة وصعوبة تنفيذها، تزويد الجماهير بمعلومات إلى انتشار الشائعات التي تحول دون كبت الأزمة ومحاصرتها إعلامياً وأخيراً قلة الاستعانة بالخبراء والمختصين في إعداد الخطط الإعلامية لمواجهة الأزمات والكوارث، وعدم التدريب على تطبيق الخطة مما يحد من قدرة الفريق على إدارتها إعلامياً ويوجد لدى أفراد عينة الدراسة من العاملين في الدفاع المدني ووزارة الثقافة والإعلام رؤية متشابهة نحو دور التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات والكوارث مهما اختلفت أعمارهم، أو مؤهلاتهم أو عدد سنوات خبراتهم.

٩. دراسة سعد (٢٠٠٢)

بعنوان "الأطر الخبرية للانتفاضة الفلسطينية وتأثيراتها المعرفية والوجدانية على قراء الصحف" هدفت الدراسة لمعرفة الأطر الخبرية للانتفاضة الفلسطينية وتأثيراتها المعرفية والوجدانية على قراء الصحف وتوصلت إلى أنه هناك تباين معدلات تأثير الأطر الخبرية على أفكار الباحثين، حيث سجل إطار إرهاب الدولة أعلى معدلات التأثير، يليه إطار المقاومة الوطنية، ثم إطار المسؤولية الأمريكية، وإطار أحداث ١١ سبتمبر، وتعكس هذه النتائج وجود علاقة بين نوع الإطار الإعلامي، ومعدل التأثير على الأفكار.

وهنا أيضاً ننوه بأن الضغوطات كبيرة على وسائل الإعلام الأمريكية لدرجة أنه على سبيل المثال لا الحصر في إغراق حرب ١٩٨٢ في لبنان وما رافقها من تغطية إعلامية مارست مجموعة من تسمى نفسها " الأمريكيون من أجل إسرائيل سالمة" قدراً كبيراً من الضغط على أن بي سي، سبب تغطيتها للحرب ففي حرب حزيران ١٩٨٢ وفرت هذه المجموعة فيلماً وثائقياً مدته ساعة بعنوان (إن بي سي في لبنان دراسة لسوء التمثيل الإعلامي) ثم نشرت المجموعة تقريراً بعنوان (حرب إن بي سي في لبنان دراسة لسوء التمثيل الإعلامي) ثم نشرت المجموعة تقريراً بعنوان (حرب إن بي سي في لبنان: المرأة المشوهة) وأقامت دعوى مرتين في سنتي ١٩٨٣، ١٩٨٤ لدى لجنة الاتصالات الفدرالية الأمريكية في محاولة لعدم تجديد الرخصة لشبكة دبليو إن بي سي التلفزيونية وهي محطة إن بي سي في نيويورك. ( روتنبرغ ١٩٨٩)



## ١٠. دراسة صلاح الدين (٢٠٠١)

بعنوان " دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية"

### هدفت الدراسة إلى:

معرفة دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات الجمهور العربي المصري واتجاهاتهم نحو القضايا الخارجية إلى وجود اتفاق إيجابي بين أجندة القضايا الخارجية في وسائل الإعلام، ولدى جمهور المبحوثين.

### وتوصلت الدراسة إلى وجود اتفاق بين أطر المعالجة الإخبارية للقضايا الخارجية:

( القضية الفلسطينية، جنوب لبنان، الحرب الروسية في الشيشان) في وسائل الإعلام ولدى الجمهور، وكما أثبتت الدراسة وجود تأثير ذي دلالة: لوسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات المبحوثين نحو القضايا الخارجية محل الدراسة.

## ١١. دراسة الفقيه ( ٢٠٠٠ )

بعنوان " الدور السياسي للتلفزيون في اليمن، دراسة مسحية وميدانية"

### هدفت هذه الدراسة إلى:

معرفة الدور " السياسي الذي يقوم به التلفزيون اليمني، ومدى تأثير المادة الإخبارية والسياسية على معارف الشباب، من خلال تطبيق نظرية وضع الأولويات، والتي تفترض أن وسائل الإعلام تلعب دوراً هاماً في تنمية ونشر المعلومات، والمعارف الداخلية والخارجية، والتي تعمل على تدعيم اتجاهات الفرد وانطباعاته وتعمل على توجيه تصرفاته اتجاه القضايا المختلفة.

وقد اختار الباحث نوعين من العينات، عينة تحليلية للمضمون الإخباري والسياسي، وعينه تمثل الشباب اليمني العينتين (٤٠٠) مفردة، واستخدم الباحث استمارة تحليل المضمون لاستبانة الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى بروز القضايا السياسية اليمنية والدولية في التغطية الإخبارية للتلفزيون اليمني و ارتفاع نسبة مشاهدي التلفزيون اليمني بنسبة (٨٣.٣) وعزوف نسبة ١٦% من مشاهدة التلفزيون اليمني، و ارتفاع نسبة التعرض لنشرات الأخبار بنسبة (٩٧%) للتلفزيون اليمني ، كما دلت الدراسة إلى أن النقاش بين الأصدقاء والأهل وزملاء العمل حول القضايا التي يطرحها التلفزيون تسهم بشكل أساسي في تنمية الوعي والبصيرة السياسية للجمهور اليمني.

١٢. دراسة ( سالم الشيخ، ٢٠٠٠ )

بعنوان: " نماذج من إدارة الأزمات في القرآن الكريم "

**هدفت هذه الدراسة إلى:**

توضيح المنهج القرآني لمعالجة الأنواع المختلفة من الأزمات، وإثبات إسهام الثقافة التنظيمية في الإسلام في علم الأزمات، والاسترشاد بهذا المنهج في علاج الأزمات المتشابهة في العصر الحديث.

ونتيجة لأهمية هذه الدراسة في إضافة رؤية جديدة في علم إدارة الأزمات، فقد كانت المنهجية المستخدمة عبارة عن دراسة متعمقة في القرآن وكتب التفسير والفقه والتاريخ، بالإضافة إلى كتب إدارة الأزمات والأبحاث العربية الأجنبية.

**وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:**

يبين القرآن كيفية معالجة الأزمات والتخفيف من حدتها ووضع خطوات الحل في كل مرحلة من مراحلها وكيفية العلاج والتغلب عليها بأقل الخسائر للتخطيط للأزمة أهمية كبرى، فقد بين الله سبحانه وتعالى لرسوله وسائل النجاة من الأزمات فقد خطط نوح عليه السلام للأزمة بصنع السفينة وخطط يوسف لأزمة مصر لمدة خمسة عشر سنة بالإنتاج والتخزين وترشيد الاستهلاك. للقيادة أهمية كبرى في إدارة الأزمات فالقائد هو الذي يوجه سلوك مؤسسه كي يتوصلوا معاً للأهداف بفعالية، باختياره من ذوي المكانة والأمانة يؤثر على سلامة وصلاح القرارات إن إختيار فريق الأزمات يعتبر من أسباب علاجها بفعالية وينبغي أن يختاروا من ذوي القدرات الخاصة والمهارات غير التقليدية وممن يتصفون برباطه الجأش والذكاء والثبات الانفعالي حتى يمكنهم التصرف السريع الاتصال الفعال من الأبعاد الهامة لكل تنظيم يحاول احتواء الأزمة فالإتصال بين القائد ومروؤسيه في كل المستويات الإدارية تخفف من تأثير الأزمة تعد المعلومات عصب الأزمة فهي تلعب دوراً أساسياً فيها فكلما كان القائد ملماً بالمعلومات أمكنه ذلك من سرعة احتوائها بكفاءة تعد المتابعة المستمرة والرقابة ركناً هاماً من أركان إدارة الأزمات فلولاً تواجد سيدنا يوسف عليه السلام بين مؤسسه يتابع الأداء حتى يطابق الخطة لتأخر التنفيذ لوم يتم التوصل إلى الأهداف بفعالية.

وقد أوصت الدراسة بضرورة وجود إدارة مستقلة في المنظمات تكون مهمتها جمع المعلومات والتنبؤ ووضع الخطط والسياسات والبرامج والسيناريوهات للأزمات المقبلة.

### ١٣. دراسة ( الأعرجي ودقاسمة، ٢٠٠٠ )

بعنوان: " إدارة الأزمات، دراسة ميدانية لمدى توافر عناصر الأزمات من جهة نظر العاملين في الوظائف الإشرافية في أمانة عمان الكبرى"

#### هدفت هذه الدراسة إلى:

التعرف على اتجاهات الأفراد نحو مدى توافر نظام لإدارة الأزمات في مراحلها المختلفة منفردة ومجمعة في أمانة عمان الكبرى، وذلك وصولاً لتحديد مدى الاستعداد والجاهزية التي تتمتع بها هذه المؤسسة في التعامل مع الأزمات، وكذلك تحديد مدى العلاقة القائمة بين مراحل نظام إدارة الأزمات بعضها مع بعض.

وقد استخدم الباحث الدراسة الميدانية وذلك بالاعتماد على استبيانته ثم تصميمها لجمع البيانات الأولية من قبل أفراد مجتمع الدراسة والذي يتكون من جميع العاملين في الوظائف الإشرافية من مستوى ( مدير دائرة ومنطقة ورئيس قسم ) في أمانة عمان الكبرى، وتم اختيار جميع أفراد مجتمع الدراسة من مديري الدوائر ورؤساء الأقسام والبالغ عددهم (٢٨٧) وكان عدد الاستبيانات المستردة (٢٣٨) استبيانته.

#### وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

كشفت الدراسة عن وجود خلل في نظام إدارة الأزمات، حيث وجد أن هناك تبايناً في درجة توافر العناصر الأساسية التي تتصف بها الإدارة الناجحة للأزمات في مراحل النظام الخمس التي تمثل المنظور المتكامل لإدارة الأزمات، وكانت درجة توفر هذه العناصر بدرجة أعلى في المراحل التنفيذية والعلاجية ( احتواء الأضرار واستعادة النشاط) منها في المراحل الوقائية والتخطيطية (اكتشاف الإشارات، والاستعداد والوقاية، التعلم) مما يعني أن جهود إدارة الأزمات في أمانة عمان الكبرى هي جهود علاجية ورد فعل لما يحدث من أزمات مختلفة وبدرجة أكبر من كونها جهوداً وقائية واستعدادية لما يمكن حدوثه من الأزمات.

وقد قدم الباحث مجموعة من التوصيات من أهمها: العمل على تحقيق التوازن في نظام إدارة الأزمات من خلال تفعيل أو زيادة توفير العناصر الأساسية التي تتسم بها الإدارة الناجحة للأزمات، والعناية بالتدريب الإداري الهادف لتنمية وتأسيس المهارات والقدرات الإدارية والسلوكية لإدارة الأزمات.

#### ١٤. دراسة حسين (١٩٩٩)

بعنوان: "الدور التربوي للصحافة المدرسية من واقع رؤية القائمين بالاتصال"

**هدفت هذه الدراسة إلى:**

معرفة الدور التربوي للصحافة المدرسية في المجال السياسي والاقتصادي والاجتماعي والصحي والديني.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدم فيها أداة الاستمارة واختيرت عينة المفردة المقصودة من مدينة سوهاج.

**وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:**

انحسار دور الصحافة المدرسية في المجال السياسي، فهي قاصرة في تزويد التلاميذ في الوعي السياسي والوعي بالانتماء للوطن.

#### ١٥. دراسة السيد (١٩٩٨)

بعنوان " دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات الإخبارية عن الأحداث السياسية الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في التزويد بالمعرفة السياسي "

**هدفت هذه الدراسة إلى:**

التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي في المجتمع المصري على وسائل الاتصال سواء كانت تقليدية أو تفاعلية في الحصول على الأحداث الإخبارية الجارية، ليستطيعوا أن يتخذوا القرارات في الوقت المناسب، وبلغت العينة (٣٥٠) مفردة، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي.

**وكانت النتائج على النحو التالي:**

أن هناك اعتماد أساسي على التلفزيون في متابعة نشرات الأخبار ومعرفة الأمور السياسية وقد جاءت متابعة البرامج السياسية بالمركز الأول.

#### ١٦. دراسة فهمي (١٩٩٦)

بعنوان "أثر الممارسات الإعلامية للعاملين في أخبار التلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل"

حيث تهتم هذه الدراسة بالتعرف إلى الكيفية التي تؤثر بها الممارسات الإعلامية للعاملين في أخبار التلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل في ضوء العلاقة مع الجمهور والعلاقة مع زملاء المهنة بوجه عام داخل المؤسسة أو خارجها، وقد خلصت الدراسة إلى أن: هذه الممارسات سواء

في قناة النيل الدولية أو الإدارة المركزية تؤثر تأثيراً كبيراً على اتجاهات هؤلاء الأفراد نحو عملهم وعلاقتهم بالرؤساء والزملاء، وقد ثبت لدى الباحثة ضعف علاقة القائم بالاتصال بالجمهور وعدم معرفه المناسبة بهذا المحيط المهم.

#### ١٧. دراسة يوسف ( ١٩٩٦ )

عنوان " دور المادة الإخبارية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى "

#### هدفت هذه الدراسة إلى:

بحث دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى، وقد اختيرت عينة عشوائية قوامها (٤٢٠) مفردة من سن (١٦ . ٤٠) وقد استخدم في ذلك أداة الاستقصاء.

#### وكانت النتائج على النحو التالي:

أن المادة الإخبارية دور كبير في زيادة المشاركة والوعي السياسي لدى الطلاب، كما أن الأفراد الأكبر سناً أكثر مشاركة ووعي سياسي من الأصغر سناً، والذكور أكثر في ذلك من الإناث.

#### ١٨. دراسة ( المهيب، ١٩٨٨ )

بعنوان " دور الإعلام الأمني من الوقاية من الجريمة - دراسة تطبيقية على المجالات الأمنية الصادرة بمدينة الرياض "

#### هدفت الدراسة إلى:

استكشاف دور المجالات الأمنية في التوعية الإعلامية للحد من الجريمة، والتعرف على مدى تناول المجالات الأمنية لبعد الوقاية من الجريمة والوقوف على سبل معالجة المجالات الأمنية للقضايا التي تخدم أهدافها والتعرف على القضايا الرئيسية التي تركز عليه المجالات الأمنية ومدى ملاءمتها لتحقيق الهدف في المجتمع السعودي، والوقوف على الفروق الأساسية بين المجالات الأمنية ووسائل كل منها لتحقيق أهدافها، والوقوف على مدى تطور المجالات الأمنية وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بطريقة المسح الاجتماعي.

#### وقد توصلت الدراسة إلى:

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، ومن أبرزها أن وسائل الإعلام شهدت تطوراً هائلاً وتنوعاً كبيراً أدى إلى أنها قد أصبحت موجودة جميعها في بلد واحد أو مكان معين أو شخص بعينه، وكذلك استخلص الباحث أن من أبرز وسائل الإعلام الصحافة المتخصصة التي لها تأثير على واضعي السياسات العامة للمجالات المتخصصة المختلفة ومتخذي القرارات.

كما أفادت الدراسة الباحث في استكشاف دور المجالات الأمنية في التوعية الإعلامية للحد من الجريمة، والتعرف على مدى تناول المجالات الأمنية لبعده الوقاية من الجريمة، والوقوف على سبل معالجة المجالات الأمنية للقضايا التي تخدم أهدافها، وأخيراً الوقوف على مدى تطور المجالات الأمنية من الناحية الفنية ومواكبتها للتطور الذي تشهده وسائل الإعلام الأخرى.

وقد تميزت دراسة الباحث عن تلك الدراسة بأنها تناولت دور الأجهزة الإعلامية عموماً في تغطية الأزمات الأمنية أثناء الحدث، بينما اقتصرَت تلك الدراسة على دور الإعلام الأمني فقط في الوقاية السابقة من الجريمة بصفة عامة.

#### ١٩. دراسة شاهيناز طلعت (١٩٨٧)

بعنوان "تأثير بيئة الإعلام على الاستخدامات وإشباع الحاجات" أجريت الدراسة على عينة قوامها (٣٣٦) طالبا مصرياً، و (٢١٠) طالبا أمريكياً من طلاب الإعلام من خلال صحيفة الاستقصاء التي استهدفت قياس حجم التعرض لوسائل الإعلام المختلفة وأوقات التعرض، والمشاركة أثناء التعرض، ونوعية البرامج المفضلة، والحاجات اليومية لوسائل الإعلام، وقياس إشباع تلك الحاجات.

#### وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها:

- تحقق الصحف إشباعاً عند ٦٦% من المصريين، مقابل ٢٦% من الأمريكيين.
- يحقق الراديو إشباعاً لدى ٦٢% من المصريين، و ٦١% من الأمريكيين.
- يحقق التلفزيون إشباعاً عند ٤٦% من المصريين، ٣١% من الأمريكيين.
- تحقق السينما إشباعاً لدى ٣٩% من المصريين ٧٦% من الأمريكيين.

أبرز الحاجات اليومية من وسائل العالم للمبحوثين المصريين والأمريكيين، تمثلت في معرفة الأخبار، التنقيب الاسترخاء، التعلم، الإثارة، الهروب من يوم عمل، استخدام الوسائل كشريك بدلاً من الصديق، والترفيه.

#### ٣.٤ الدراسات الأجنبية

##### ١. دراسة راز جيمس ( ٢٠٠٢ ، roaz james )

بعنوان "تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات المراهق وسلوكه السياسي"

هدفت هذه الدراسة إلى:

معرفة مدى تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات المراهق وسلوكه السياسي، وقد انطلقت هذه الدراسة من فرض أساسي مؤداه أن وسائل الاتصال لها تأثير فعال على الاتجاهات السياسية، وعلى المعرفة والإحاطة السياسية بالأحداث، كما أن لها تأثير على السلوك السياسي.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

أن زيادة التعرض لوسائل الإعلام تزيد من الدافعية السياسية لدى متلقيها، وتزيد من الاهتمام السياسي لديه، كما تزيد من مشاركة السياسية.

##### ٢. دراسة ميشل وجيفر ( ١٩٩٩ meshal javis )

بعنوان " تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على السلوك السياسي للطلبة" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل الاتصال المطبوعة والمسموعة والمرئية على السلوك السياسي للطلاب المراهق الأمريكي، واستخدم الباحث عينة ممثلة للطلبة الأمريكيين، واستخدم الأسلوب الوصفي في دراسته.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أن وسائل الاتصال الجماهيري بصفة عامة لها تأثير كبير على المراهقين الأمريكيين، وأن التلفزيون يأتي في مقدمة الوسائل المؤثرة في ذلك.

وأما بالنسبة للمعرفة السياسية، فتبين أن الراديو والتلفزيون من أكثر الوسائل تعريفا بالأحداث الجارية، وأن الوسائل المطبوعة تقوم بالتفسير والشرح التوضيح.

##### ٣. دراسة 1997 VINCENT MICHEAL

بعنوان "إشباع الأخبار واستخدام وسائل الإعلام في معرفة الأحداث الجارية"

وتهدف هذه الدراسة إلى:

التعرف على عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات للأخبار، ودوافعهم من متابعة الأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة، والعلاقة بين وظائف الأخبار التقليدية وأجرى الباحثان هذه الدراسة على عينة عشوائية من طلبة الجامعات قوامها ٢٢.٩ طالباً وطالبة، ٥٤% و ٤٦% من الذكور من سن ١٨ عاماً من الدارسين في الجامعات الحكومية الكبرى في الشرق، والغرب

والوسط الغربي وذلك بعد عمليات عاصفة الصحراء ودرع الصحراء اللتان تمتا أثناء حرب الخليج الثانية عام ١٩٩٠ - ١٩٩١.

**وتوصلت الدراسة إلى أن:**

- يشاهد معظم عينة الدراسة من الذكور، والإناث الأخبار.
- بلغ متوسط تعرض الطلاب للأخبار التي يقدمها التلفزيون ثلاث ساعات، وسبع دقائق في الأسبوع.
- جاءت شبكة CNN كأهم مصدر لعينة الدراسة لمعرفة الأحداث الجاري وخاصة في وقت الأزمات.
- زاد استخدام عينة الدراسة للأخبار التي تقدمها وسائل الاتصال المختلفة نتيجة لارتفاع الحاجة لديهم لمراقبة البيئة.
- أبدى الطلاب الذين لديهم احتياجات أكثر لمراقبة البيئة مستوى استخدام الأخبار التي تقدمها وسائل الاتصال من غيرهم الذي لا يهتمون بمراقبة البيئة.
- أبدت الإناث استخداماً متحفظاً للأخبار وذلك في حالة تعرضهن لوسائل الاتصال بدافع الهرب والتسلية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع التسلية، ومشاهدة أخبار التلفزيون والتعرض لشبكة CNN.

#### ٤. دراسة هالبرن (١٩٩٤ halperne)

بعنوان "الاعتماد على وسائل الإعلام ودورها في الإدراك السياسي للسلطة السياسية"

**هدفت هذه الدراسة إلى:**

التعرف على مدى الاعتماد على وسائل الإعلام في الإدراك السياسي للسلطة السياسية وقد أختار الباحث عينة عشوائية بلغت (٣٠٠) مفردة من الذكور والإناث، واستخدم الباحث في دراسته المنهج المسحي.

**وقد توصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:**

أن مجتمع العينة يعتمد بشكل أساسي على وسائل الإعلام في إدراكهم وتفهمهم للأمور السياسية للسلطة السياسية.

أن هناك علاقة طردية بين الإدراك السياسي ووسائل الإعلام.

#### ٥. دراسة (١٩٩١) HALIMI serge



بعنوان " تغطية وسائل الإعلام الأمريكية من حرب الخليج "

وتناولت موقف وسائل الإعلام الأمريكية من حرب الخليج بمقارنة التغطية الإخبارية للصحف الأمريكية بالشبكات التليفزيونية، وذلك من خلال عينة تمثل مراحل تطور الحرب العسكرية في الخليج (من ١٧ يناير . ٢٨ فبراير ١٩٩١) في جريدة نيويورك تايمز والنيوزيك وواشنطن بوست، أما شبكات التليفزيون فتمثلت في NBC. PBS. ABC. CNN. CBS ولم تشر الدراسة بالتحديد إلى حجم هذه العينة، وتوصل الباحث إلى أن كلا من الوسيلتين قد ركزت على شرعية التدخل العسكري وذلك بنسبة كبيرة بلغت ٩٠% كما تشابهت أيضا في افتقارها إلى المعلومات والبيانات الدقيقة عن سير العمليات العسكرية على الرغم من كثرة وتدفق الأخبار، وذلك باستثناء جريدة واشنطن بوست التي أشارت إلى إمامها بالخطط العسكرية ورغم ذلك لم تقدم بيانات أو معلومات تختلف عن تلك التي قدمتها الشبكات التليفزيونية نظراً للرقابة المباشرة التي فرضت على مضمون هذه الأنباء.

#### ٦. دراسة (١٩٩١) ANNE PERES

وتناولت الجوانب العسكرية التي شملتها التغطية التليفزيونية لأحداث الخليج والتصريحات والبيانات الرسمية، ومدى تطابق اتجاهات هذه التغطية مع اتجاهات الإستراتيجية العسكرية، من خلال الدور الذي لعبته إدارة الإعلام التابعة لقوات الجيش الفرنسي ( SIRBA ) بشكل مباشر لتحقيق الأهداف العسكرية، وكذلك حدود الرقابة التي مارستها هذه الإدارة على المضمون الإعلامي، ومدى التداخل بين العوامل التكنولوجية والأهداف العسكرية، مما شكل ضغوطا مزدوجة على هذه التغطية.

#### ٧. دراسة كورزني ( ١٩٨٧ korzenny f.et.al )

بعنوان "التعرض للأخبار الدولية بوسائل الإعلام وأثره على معلومات واتجاهات الأفراد"

#### هدفت هذه الدراسة إلى:

إختبار أثر تعرض الأفراد للأخبار المتعلقة بالشؤون الدولية وحجم معلوماتهم وأرائهم واتجاهاتهم وإدراكاتهم حول ما يعرض فيها، وقد بلغت عينة الدراسة (٢٨٥) مفردة من سن (١٨) سنة فأعلى وقد تمثلت الإناث (٥١%) من مفردات العينة والذكور (٤٩%) وروعي أن تكون العينة ممثلة لمستويات تعليمية مختلفة.

واستخدم الباحثين الأسلوب المسحي في منهجهم البحثي، وقد جمع الباحثان في دراستهما بين أداتي المقابلة الشخصية والاستقصاء كأدوات لجمع البيانات.

#### وكانت النتائج كما يلي:

أن زيادة التعرض للمواد الإخبارية المذاعة والمرئية تسهم بشكل كبير في زيادة المعرفة والإدراك بالأمور السياسية أكثر من التعرض للوسائل المطبوعة، وأن متغير السن من العوامل الهامة التي تؤثر على حجم المعرفة، حيث أن الأفراد الأكبر سناً يحصلون على معلومات أكثر من الأصغر سناً.

#### ٨. دراسة Douglas KELLNER (١٩٩٥)

بعنوان " التغطية التلفزيونية الأمريكية لحرب الخليج"

فقد تناولت التغطية التلفزيونية الأمريكية لحرب الخليج بدءاً من اندلاع الأزمة في أغسطس ١٩٩٠ وحتى نهاية حرب الخليج في فبراير ١٩٩١، وذلك من خلال تسجيل النشرات والبرامج والتعليقات التلفزيونية التي تناولت الأزمة مع التركيز على المرحلة العسكرية منها، وقد ركزت الدراسة بشكل خاص على مدى تطبيق مقاييس المصادقية لا سيما ما يتعلق بمقياس الدقة وتوصلت الدراسة أن ٧٠% من الأنباء التي أذيعت عن العمليات العسكرية قد اعترف البنتاجون بعد دقتها بعد انتهاء الحرب خاصة ما يتعلق منها بالخسائر البشرية والمدنية والأهداف العسكرية للضربات الجوية والبرية التي أذاعتها البيانات العسكرية عن كل من الطرفين ( التحالف والعراق) وتوصلت إلى لمعرفة أسباب فقدان المصادقية وهو خاص بتجزئة الحقائق وعد عرض صورة كاملة للأحداث مما إذاعته شبكة CBS عن المبادرة السوفيتية، والذي أكدت فيه عدم اختلاف المبادرة عن أي محاولة مشابهة للسلام دون عرض وشرح بنود هذه المبادرة ومضمونها رغم إعلان العرق قبوله لهذه المبادرة في ذلك الوقت.

#### ٩. دراسة Dominique de montvalon (١٩٩٧)

بعنوان "CNN والأهداف والسياسات العسكرية للولايات المتحدة الأمريكية"

وتناولت الدور الذي لعبته شبكة CNN الإخبارية في تدعيم الأهداف والسياسات العسكرية للولايات المتحدة الأمريكية نظراً لكثافة الأخبار التي تناقلتها الشبكة واحتكارها- شبكة كامل للأخبار الواردة عن العراق لوجود مراسلها PETER ARNETT داخل بغداد، ولذلك امتد تأثيرها ليشمل المحطات التلفزيونية داخل الولايات المتحدة في أوروبا فقد تناولت الدراسة الأنباء التي نقلتها المحطات التلفزيونية الفرنسية الرئيسية (FR3, A2, TF1) من شبكة CNN الأمريكية، وذلك من خلال عينية من البرامج الإخبارية التي قدمتها المحطات الثلاث أثناء اندلاع الحرب العسكرية في الخليج، فأثبتت أن ٧٥% من الأنباء التي أذيعت في هذه المحطات كانت منقولة عن CNN كما تميزت الأنباء الخاصة بتطور العمليات العسكرية بتبني النمط المتبع لهذه الشبكة والذي لهذه الشبكة والذي يقوم على البث الفوري والسريع للأحداث حتى لو من تحمل مضمونها معيناً أو تتعمق في جذورها وأسبابها، فضلاً عن عدم التزام الشبكة بالحياد في نقل الأخبار وهو

مابرز بشكل واضح في التحليلات والتعليقات التي قدمتها الشبكة، وكذلك من خلال الرسائل الإخبارية التي كانت تنقلها عن مراسليها وهي رسائل وتعليقات اعتمدت عليها كثير من المحطات التلفزيونية التابعة لقوات التحالف الدولي.

#### ١٠. دراسة المجلس الأعلى للوسائل السمعية والبصرية الفرنسية (C.S.A)

وتناولت مدى التزام التغطية التلفزيونية بالقواعد والمبادئ المنصوص عليها لا سيما ما يتعلق بالأهداف المدنية والعسكرية، وذلك من خلال عينة من المواد الإخبارية في الراديو والتلفزيون الفرنسي، بدءاً من اندلاع حرب الخليج حتى نهايتها، للوقوف على مدى التزام هذه المواد بالقواعد والمبادئ العامة التي حددها المجلس بشأن بعض القضايا المثارة في الأزمات أو الحروب الدولية، وخاصة الجوانب الإنسانية المتعلقة بالأسرى والخسائر البشرية والمدنية، وقد أثبتت الدراسة عدم التزام هذه الوسائل بالدقة في تناولها لهذه لهذه البيانات، كما أثبتت أن جانباً من هذا القصور كان يرجع إلى تدخل إدارة الإعلام في الجيش الفرنسي SIRPA بحذف بعض البيانات، ولم تحدد الدراسة أي سمات لكل وسيلة على حده.

#### ٣.٥ التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة يمكن ملاحظة التالي:  
أولاً:

#### من حيث الموضوع

ركزت بعض الدراسات على دور الإعلام في التنقيف والمعرفة مثل دراسة (السناتي، ٢٠٠٧) و دراسة (يوسف، ١٩٩٦) ودراسة (السيد، ١٩٩٨) ودراسة (مجاهد، ١٩٩٣) ودراسة (الفيهي، ٢٠٠٠) ركزت على نشر المعرفة السياسية ودورها ودراسة (الزهراني، ٢٠٠٧) على التنمية الثقافية ودراسة (المهيب، ١٩٩٨) على الوقاية وهناك دراسات التي ركزت على الإشباع واستخدام وسائل الاتصال مثل (البرنية، ٢٠٠٨) ودراسة (العنزي، ٢٠٠٧) ودراسة (الدواوسة، ٢٠٠٢) ودراسة (الاستعلامات، ٢٠٠٠) ودراسة (شاهينتز، ١٩٨٧) وهناك دراسات ركزت على الإعلام و الأزمات مثل (الضويحي، ٢٠٠٤) ودراسة (سالم الشيخ، ٢٠٠٠) ودراسة (الفهيد، ٢٠٠٦) ودراسة (الأعرج ودقاسة، ٢٠٠٠) ودراسة (المهيب، ١٩٩٨) ومن الملاحظ أن الدراسات ناقشت تأثير وسائل الإعلام ودورها وناقشة الأزمات الأمنية الإعلامية وغيرها وكيفية التعامل معها

أما من حيث الفئة المبحوثة فقد ركزت بعض الدراسات على المجتمع الفلسطيني مثل دراسة البرنية (٢٠٠٨) ركزت على استخدام الشباب الجامعي الفلسطيني ودراسة (الدوراسة، ٢٠٠٢)

ودراسة الهيئة العامة للاستعلامات (٢٠٠٠) فهذه الدراسات ركزت على المجتمع الفلسطيني ودراسة سعد (٢٠٠٢) التي ركزت على معرفة الأطر الإخبارية.

ومن الملاحظ أن الدراسات تناولت المثير من الفئات المحلية والعربية والأجنبية ومن الطلاب والمشاهدين والمتخصصين.

### ٣.٦ ما يميز هذه لدراسة:

#### أولاً من حيث الموضوع:

تعتبر هذه الدراسة الأولى التي تناقش إدارة الإعلام المقاوم في فلسطين على حد علم الباحث كون أن الحرب الأخيرة على غزة لم يمض عليها الكثير من الوقت وأن هذه الدراسة كانت تخص فضائية الأقصى كحالة عملية وناقشت هذه الدراسة العمل الإداري في الفضائية كون الباحث عمل فيها فترة الحرب نائباً للمدير العام ومدير دائرة الإنتاج وكان هو مباشراً للعمل

#### ثانياً: من حيث الهدف

اختلفت هذا الدراسة عن الدراسة السابقة من حيث الهدف لمعرفة كيفية إدارة المؤسسات الإعلامية للحرب من حيث وظائف الإدارة وكيفية التعاطي الإعلامي مع الحروب وإدارة الخطاب الإعلامي، وناقشت هذه الدراسة تأثير إدارة الإعلام المقاوم في تحديد أهدافه من تعزيز الصمود والثابت لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في أراضي ال١٩٤٨ والشارع العربي والغربي وضغط المجتمع الصهيوني على المؤسسة العسكرية من خلال الإعلاميين الذين عاشوا في قطاع غزة خلال فترة الحرب.

#### ثالثاً: من حيث النتائج

أنه بالإمكان إدارة المؤسسات الإعلامية في قطاع غزة في فترة الحرب رغم القصف والدمار وصعوبة التحرك و بالإمكان الوقوف بشكل مواجه للإعلام الصهيوني المضلل للشعوب والدول هناك إمكانية من الحفاظ على الجبهة الداخلية من خلال تعزيز الصمود والثبات على الرغم من صعوبة الوضع بالإمكان التأثير على المجتمع العربي في أراضي ال١٩٤٨ والشارع العربي والغربي إذا ما تم استخدام الإعلام استخداماً جيداً.

## الفصل الرابع منهجية البحث

- ٤.١ المقدمة
- ٤.٢ أدوات الدراسة
- ٤.٣ مجتمع الدراسة
- ٤.٤ عينة الدراسة الأولى
- ٤.٥ صدق وثبات الاستبانة الأولى
- ٤.٦ مجتمع الدراسة الثاني
- ٤.٧ عينة الدراسة الثانية
- ٤.٨ صدق وثبات الاستبانة الثانية
- ٤.٩ الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

## ٤.١ مقدمة:

يتناول هذا الفصل وصفاً لمنهج الدراسة، ومجتمع الدراسة وعينتها، وكذلك أدوات الدراسة المستخدمة، كما يتضمن هذا الفصل وصفاً للإجراءات التي قام بها الباحث في تقنين أدوات الدراسة وتطبيقها، وطرق إعدادها، وصدقها وثباتها، وأخيراً المعالجات الإحصائية التي اعتمدها عليها في تحليل الدراسة.

### مصادر جمع البيانات:-

استخدم الباحث مصدرين أساسيين للمعلومات:

١. المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث لجأ الباحث إلى جميع البيانات الأولية من خلال المقابلة والاستبانة كأدوات رئيسية للبحث، صممت خصيصاً لهذا الغرض، ووزعت على العاملين في الفضائية والعاملين في المجال الإعلامي في قطاع غزة.
٢. المصادر الثانوية: حيث اتجه الباحث في معالجة الإطار النظري للبحث إلى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الشبكة العنكبوتية المختلف.

## ٤.٢ أسلوب الدراسة:-

استخدم الباحث المنهج التحليلي والذي يعرف بأنه أسلوب يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما هي في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كفيماً وكمياً فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى فهو لا يقتصر على وصف الظاهرة بل يتعدى إلى التفسير والتحليل للوصول إلى حقائق عن الظروف القائمة من أجل تطويرها وتحسينها. ( عبيدات، وآخرون، ٢٠٠٣ )

## ٤.٣ أدوات الدراسة

### ٤.٣.١ المقابلة الخاصة بالمجال الأول " الإدارة العليا والوسطى "

استخدم الباحث المقابلة مع الإدارة العليا و الوسطى كونهم قاموا بالتخطيط ورسم السياسات العامة والإشراف على العمل لذا كان من المهم عقد مقابلات لتكون أكثر عمقا في معرفة كيف تمكنت إدارة فضائية الأقصى من إدارة الإمكانيات البشرية والمادية خلال الحرب التي وقعت على قطاع غزة ما بين ٢٧-١٢-٢٠٠٨ وحتى ١٨-١-٢٠٠٩.

وتم عقد مقابلات مع رئيس مجلس الإدارة والمجلس التنفيذي في ذلك الحين وهم:

- ١- رئيس مجلس الإدارة ومدير الفضائية فتحي حماد<sup>١</sup>
  - ٢- مدير الشؤون الإدارية والمالية محمد أبو عون.
  - ٣- مدير دائرة الهندسة رامي العربي.
  - ٤- مدير دائرة البرامج المنوعة سمير أبو محسن.
  - ٥- مدير دائرة الأخبار والبرامج السياسية عماد زقوت.
- وكانت محاور الأسئلة كل حسب تخصصه وهناك أسئلة كانت تجمع الفريق بأكمله مثل الأهداف والسياسات العامة للفضائية.

#### ٤.٣.٢ الاستبانة الخاصة بالمجال الثاني " موظفي الفضائية"

بعد الإطلاع على المراجع والدراسات السابقة حول إدارة الإعلام تم صياغة استبانته كأداة لجمع البيانات حول مدى نجاح قناة الأقصى من إدارة الإمكانيات البشرية والمادية خلال الحرب وكان عدد الموظفين من رؤساء أقسام وشعب ٣١ وتكونت الاستبانة من قسمين فالأول يحتوي السمات الشخصية لأفراد العينة والقسم الثاني وهو فقرات الاستبانة يحتوي على ٣٤ فقرة ملحق رقم(٣).

#### ٤.٣.٣ الاستبانة الخاصة بالمجال الثالث(الإعلاميين)

والهدف من هذه الاستبانة التعرف ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل ال١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين العاملين في قطاع غزة فترة الحرب.

#### ٤.٤ مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في فئتين الأول جميع العاملين في الفضائية حيث يبلغ العدد الإجمالي للموظفين ٣١٠ موظف، كما هي موضحة في جدول (٢) ووفقا لخطة تقليص الكادر البشري خلال الحرب نظرا لخطورة الموقف أصبح عدد الذين يعملون ١٠٠ موظف موزعين عبر الدوائر الخمس للفضائية وهي (الهندسة، الإنتاج، البرامج المنوعة، الأخبار والبرامج السياسية، الشؤون الإدارية، والمالية). أما الفئة الثانية فهي جميع العاملين في الفضائيات ووكالات الأنباء العاملة في قطاع غزة سواء كانت عربية أو أجنبية وأيضا الإعلاميين المسجلين لدى وزارة الإعلام حيث بلغ عدد الفضائيات ووكالات الأنباء العاملة في قطاع غزة خلال الحرب (٧٠) ويعمل في هذا

<sup>١</sup> ملاحظة: التحق الأستاذ فتحي حماد رئيس مجلس الإدارة ومدير الفضائية بوزارة الداخلية بعد الحرب مباشرة.

الفصائيات والوكالات ( ٧٩ ) من المراسلين حسب المكتب الإعلامي الحكومي انظر الملحق (٥) وتتضمن القائمة جميع العاملين في الفصائيات والجدول التالي يوضح أماكن عمل الإعلاميين في المؤسسات الأجنبية والعربية.

#### جدول رقم (٢)

##### توزيع أفراد المجتمع حسب الجنس

العدد	الدائرة
٤١	الهندسة
٥٥	الإنتاج
٦٢	البرامج المنوعة
٥٨	الأخبار والبرامج السياسية
٧٧	الشئون الإدارية
١٧	المالية
٣١٠	المجموع

#### ٤.٤ عينة الدراسة الأولى: "الخاصة بفئة العاملين في الفصائية"

استخدم الباحث العينة القصدية المتمثلة بجميع رؤساء الأقسام وعددهم ٢٢ وجميع رؤساء الشعب وعددهم ٩ من الذين كانوا يعملون خلال فترة الحرب فأصبح الإجمالي ٣١ موظف وهم يعتبرون من الإدارة الدنيا وكان موكل لهم عملية تنفيذ الأعمال وتنفيذ الخطط ولخطورة الموقف وسرية الأماكن التي كانت تبث منها الفصائية وصعوبة التحرك تم الاقتصار على هذا العدد الذي تم توزيع ٣١ استبانة وتم استرداد ما نسبته ١٠٠%.

وتم تقسيم الاستبانة إلى قسمين:

**القسم الأول:** يحتوي هذا القسم على المعلومات الشخصية لأفراد العينة في الدراسة (النوع، العمر، الخبرة، مكان السكن، مكان العمل، المؤهل العلمي، الجنسية).

**القسم الثاني:** ويشمل على ٣٤ فقرة التي طبقت على الإدارة الدنيا (رؤساء الأقسام والشعب) وتناقش التنفيذ في الميدان .



وقد تم استخدام مقياس ليكرت لقياس الاستبانة في الأولى والثانية حسب الجدول التالي:

#### جدول رقم (٤)

الاستجابة	موافق بشدة	موافق	متوسط	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	٥	٤	٣	٢	١

اختار الباحث الدرجة (١) للاستجابة "غير موافق بشدة" وبذلك يكون الوزن النسبي في هذه الحالة هو ٢٠% وهو يتناسب مع هذه الاستجابة.

#### ٤.٥ صدق الاستبانة:-

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس أسئلة الاستبانة ما وصلت لقياسه وقد قام الباحث بالتأكد من صدق الاستبانة بطريقتين:

##### ٤.٥.١ المحكمين:

فقد تم عرض الاستبانة على ثلاثة من المحكمين في مجال الإدارة والإعلام انظر ملحق (١) وقد استجاب الباحث لآراء المحكمين وقام بالتعديل والحذف في ضوء المقترحات المقدمة من طرفهم بعد التشاور مع المشرف.

##### ٤.٥.٢ العينة الاستطلاعية:

تم توزيع عينة استطلاعية حجمها ١٠ استبانات لاختبار صدقها على عدد من الموظفين في الفضائية وبناء النتيجة قام الباحث بحذف فقرتين غير مترابطتين مع الدراسة وهما:

- ١- استطاعت الفضائية توفير الترددات البديلة بسرعة التغلب على الاختراق.
- ٢- استطاع الموظف الحصول على خبرة من نوع جديد من خلال تجربة الحرب.

#### صدق المقياس:-

##### ١- الاتساق الداخلي Internal Validity

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

## ٢- ثبات الاستبانة Reliability:

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في نتائج الاستبانة وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة.

### أولاً: نتائج الاتساق الداخلي:

يوضح جدول (٥) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الثاني والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $\alpha = 0.05$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

#### جدول رقم (٥)

معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الثاني والدرجة الكلية " ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة "

م	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
١	استطاعت الفضائية توفير أجهزة ومعدات العمل في أرض الميدان.	0.520	*0.001
٢	استطاعت الفضائية تحقيق التواصل بين الدوائر والموظفين.	0.309	*0.048
٣	استطاعت الفضائية توفير أكثر من وسيلة للمواصلات.	0.589	*0.000
٤	استطاعت الفضائية استخدام جميع أنواع التكنولوجيا الحديثة في الاتصالات.	0.316	*0.041
٥	نجحت الفضائية في توفير الوسائل اللازمة للوصول للخبر.	0.488	*0.003
٦	استطاعت الفضائية توزيع المهام بشكل جيد ومتكافئ خلال الحرب.	0.607	*0.000
٧	استطاعت الفضائية إعداد البرامج ونشر الأخبار خلال الحرب رغم صعوبة التواصل.	0.601	*0.000
٨	استطاعت الفضائية توفير الأناشيد والفواصل منذ اللحظة الأولى.	0.329	*0.035
٩	استطاعت الفضائية توفير البرامج التسجيلية خلال الحرب.	0.529	*0.001
١٠	استطاعت الفضائية القيام بعمليات تمويه لإخفاء أجهزة البث وحركة الموظفين.	0.434	*0.008

*0.002	0.505	استطاعت الفضائية استخدام أماكن مركزية مكنتها من متابعة كافة مناطق قطاع غزة.	١١
*0.000	0.785	استطاعت الفضائية المحافظة على الكادر البشري.	١٢
0.078	0.261	استطاعت الفضائية توفير البديل بخصائص تتوافق مع ظروف الحرب.	١٣
*0.000	0.600	استطاعت الفضائية التغلب بشكل كامل على مشكلة نقص الوقود والكهرباء.	١٤
*0.009	0.422	تمكنت الفضائية من عمل للقاءات مع شخصيات هامة أو سياسية.	١٥
*0.022	0.370	استطاعت الفضائية أن تنفذ الخطط المعدة مسبقاً.	١٦
*0.005	0.454	كان التوجيه من قبل للموظفين لحظياً وسريعاً وبناءً.	١٧
*0.002	0.529	استطاعت الفضائية توفير التواصل بين الإدارة والموظفين.	١٨
*0.000	0.768	كانت المتابعة الميدانية من قبل الإدارة محفزاً على مواصلة التغطية.	١٩
*0.000	0.724	كان هناك دعم متواصل من الإدارة العليا والوسطى للموظفين.	٢٠
*0.000	0.606	تستطيع الفضائية الصمود لو استمرت الحرب فترة أطول.	٢١
*0.000	0.591	تستطيع الفضائية مواجهة الحرب القادمة بكفاءة أعلى من الحرب السابقة.	٢٢
*0.001	0.542	هل تمكنت إدارة القناة من تفعيل الإمكانيات البشرية.	٢٣
*0.008	0.427	كان هناك تفويض للمسؤوليات بشكل جيد.	٢٤
*0.000	0.581	قامت الفضائية بتوفير رواتب للموظفين بصورة مرضية.	٢٥
*0.000	0.664	قامت الفضائية بتوفير الدعم اللوجستي بشكل مرضٍ.	٢٦
*0.018	0.379	استطاعت الفضائية التغلب على مشكلة تقسيم القطاع إلى ثلاث مناطق ( رفح، الوسطى، غزة ).	٢٧
*0.000	0.673	كان تقسيم الموظفين إلى نظام دوريات فاعل في المحافظة على حياتهم.	٢٨
*0.000	0.584	هل أنت راض عن أداء الفضائية خلال الحرب.	٢٩
*0.000	0.628	استطاعت الإدارة حل جميع الإشكالات والعقبات التي واجهتها.	٣٠
*0.001	0.560	كان قرارات الإدارة شورية دائماً.	٣١
*0.000	0.796	كانت الإدارة على اطلاع على جميع تفاصيل العمل أثناء الحرب.	٣٢
*0.000	0.749	استطاعت الفضائية تحقيق أهدافها أثناء الحرب.	٣٣
*0.045	0.310	حققت الفضائية استمرارية في بثها رغم القصف للمقرات.	٣٤

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

## ثبات الاستبانة **Reliability**:

- معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient :

استخدم الباحث طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبانة، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول التالي:

### جدول (٦)

معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات المجال الثاني

الرقم	المجال	معامل ألفا كرونباخ	الثبات *
١	ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة	0.918	*٠.٩٦

\*الثبات= الجذر التربيعي الموجب لمعامل ألفا كرونباخ

يظهر من النتائج الموضحة في جدول(٦) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة للمجال وكانت 0.918 وكذلك قيمة الثبات كانت مرتفعة للمجال ٠.٩٦ وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع وتكون الاستبانة صورتها النهائية كما هي في الملحق(٣) قابلة للتوزيع وبذلك الباحث قد تأكد من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعله على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلتها واختبار فرضياتها.

## ٤.٧ عينة الدراسة الثانية الخاصة بالإعلاميين

تقتصر عينة الدراسة على الإعلاميين " المراسلين" في المجال الإعلامي وقد بلغ عدد مفردات العينة ٧٩ وهم موزعون على الوكالات والفضائيات ومن الملاحظ أن هناك إعلاميين تم إرسال الاستبيانات لهم أيضا يعملون في وكالات أنباء غير مرئية لارتباطهم بالعالم الخارجي ولقد تم إرسال لكل مفردات العينة حسب العمل والفضائية أو الوكالة التي يعمل بها وتم اختيار مدير المكتب بالإضافة إلى المراسل أما إذا كان هناك أكثر من مراسل في الفضائية فسوف يتم احتسابهم مثل قناة الجزيرة أو قناة العربية والقدس مثلا وتم اختيار المراسل دون غيره لاحتماكه بالمجتمع الداخلي والمجتمع الخارجي وأن معظم الفضائيات لديها مراسل وليس لديها مصور ولا مونتير لتقليل التكلفة وتم الحصول على ٧٧ استبانة من أصل ٧٩ أي بنسبة ٩٧.٤% علماً بأن بعض الفضائيات الأجنبية أغلقت مكاتبها بعد الحرب وهي ليست موجودة في غزة والجدول التالي يوضح توزيع العاملين في الفضائيات والوكالات حسب أماكن عملهم.

جدول (٧)

مكان العمل

النسبة	العدد	المؤسسة
٨٦.١	٦٢	العربية
١٣.٩	١٠	الأجنبية
١٠٠.٠	*٧٢	المجموع

\* هناك ٥ أشخاص لم يجيبوا على السؤال

وتم تقسيم الاستبانة إلى قسمين:

القسم الأول: يحتوي هذا القسم على المعلومات الشخصية لأفراد العينة في الدراسة (النوع، العمر، الخبرة، مكان السكن، مكان العمل، المؤهل العلمي، الجنسية).

القسم الثاني: ويشمل على ٣٦ فقرة موزعة كالتالي على مجالات فرعية خمس وهي:

- المجال الفرعي الأول: تتعلق بسكان أهالي قطاع غزة وهي (١٠) فقرات.
- المجال الفرعي الثاني: تتعلق بالتأثير على أهالي الـ ٤٨ والضفة وهي (٦) فقرات.
- المجال الفرعي الثالث: تتعلق بالتأثير على الوطن العربي وهي (٥) فقرات.
- المجال الفرعي الرابع: تتعلق بالتأثير على العالم الغربي وهي (٧) فقرات.
- المجال الفرعي الخامس: تتعلق بالتأثير على المجتمع الصهيوني وهي (٨) فقرات. ملحق رقم (٤)

وتم استخدام مقياس ليكرت لقياس الاستبانة حسب الجدول التالي:

جدول رقم (٨)

غير موافق بشدة	غير موافق	متوسط	موافق	موافق بشدة	الاستجابة
١	٢	٣	٤	٥	الدرجة

٤.٨ صدق الاستبانة:

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس أسئلة الاستبانة ما وصلت لقياسه وقد قام الباحث

بالتأكد من صدق الاستبانة بطريقتين:

## ١. المحكمين:

فقد تم عرض الاستبانة على عدد من المحكمين الأكاديميين والخبراء في مجال الإعلام وعددهم ٥ انظر ملحق (١) وقد استجاب الباحث لآراء المحكمين وقام بالتعديل والحذف في ضوء المقترحات المقدمة من طرفهم.

## ٢. العينة الاستطلاعية:

تم توزيع عينة استطلاعية حجمها ٢٠ استبانة اختبار على عدد من الموظفين في الفضائية لاختبار صدق الاستبانة وبناء على النتيجة التي أفادت بصدق الاستبانة قام الباحث بتوزيعها على الإعلاميين.

## صدق المقياس:

### أولاً: الاتساق الداخلي Internal Validity

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الإستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد قام الباحث بحساب الاتساق الداخلي للإستبانة وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات الإستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه.

### ثانياً: الصدق البنائي Structure Validity

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الإستبانة.

### - ثبات الإستبانة Reliability:

يقصد بثبات الإستبانة أن تعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الإستبانة يعني الاستقرار في نتائج الإستبانة وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة.

## أولاً: نتائج الاتساق الداخلي

يوضح جدول (٩) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الأول الفرعي والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $\alpha = 0.005$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

### جدول (٩)

معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الفرعي الأول والدرجة الكلية " مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم (إدارة الصورة) على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة خلال الحرب"

م	القيمة الاحتمالية (.Sig)	معامل سبيرمان للارتباط	الفقرة
١.	*0.000	0.616	عززت إدارة الصورة الصمود خلال أيام الحرب على قطاع غزة.
٢.	*0.000	0.685	عملت إدارة الصورة على تحفيز المقاومين في الميدان في قطاع غزة.
٣.	*0.000	0.630	ترى أن إدارة الصورة أشاعت التكافل في المجتمع في قطاع غزة.
٤.	*0.000	0.725	تعتقد أن إدارة الصورة أسهمت في رفع معنويات أهل قطاع غزة.
٥.	*0.000	0.591	ساعدت إدارة الصورة عملية التوجيه والإرشاد لدى أهل غزة في التعامل مع المواقف (الابتعاد عن أماكن القصف).
٦.	*0.000	0.653	تعتقد أن بعض الصور الثابتة ساهمت بإيجابية على صمود أهل قطاع غزة (تقديم المساعدات للمتضررين).
٧.	*0.000	0.681	تعتقد أن بعض الأناشيد أسهمت في بث روح الصمود لدى أهل قطاع غزة (صور إطلاق الصواريخ).
٨.	*0.000	0.727	تعتقد أن بعض البرامج المباشرة أسهمت بإيجابية على صمود أهل قطاع غزة (كلمات القادة وأصحاب القرار).
٩.	*0.000	0.705	تعتقد أن بعض الفواصل أسهمت بصورة إيجابية على صمود أهل قطاع غزة (المرأة التي تجلس بجانب بيتها).
١٠.	*0.000	0.528	تعتقد أن بعض المشاهد مثل صور الاستشهاديات أسهمت بصورة إيجابية في تعزيز الصمود.

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.005$ .

ويوضح جدول (١٠) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الفرعي الثاني والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $\alpha = 0.005$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

### جدول (١٠)

معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الفرعي الثاني والدرجة الكلية " مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم (إدارة الصورة) على حجم النصرة والتأييد والضغط على دولة الاحتلال في أراضي الـ ٤٨ "

م	الفقرة	معامل سبيرمان للارتباط	القيمة الاحتمالية (.Sig)
١.	تعتقد أن إدارة الصورة زادت من النصرة والتأييد لأهالي قطاع غزة.	0.756	*0.000
٢.	ترى أن إدارة الصورة شجعت على التحرك الرسمي لوقف الحرب لدى الشارع العربي في الداخل.	0.721	*0.000
٣.	عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط على دولة الكيان عبر المسيرات والاعتصامات لدى الشارع العربي في الداخل لوقف الحرب.	0.839	*0.000
٤.	عززت إدارة الصورة من الدعم المالي والعيني.	0.608	*0.000
٥.	أسهمت إدارة الصورة في عرض الصورة الحقيقية للاحتلال الصهيوني بوحشيته وسمعته لدى الشارع العربي.	0.631	*0.000
٦.	إدارة الصورة حثت جميع شرائح المجتمع العربي للقيام بأدوارها.	0.667	*0.000

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

ويوضح جدول (١١) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الفرعي الثالث والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $0.05$   $\alpha =$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

### جدول (١١)

معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الفرعي الثالث والدرجة الكلية " مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم (إدارة الصورة) على حجم النصرة والتأييد والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي "

م	الفقرة	معامل سبيرمان للارتباط	القيمة الاحتمالية (.Sig)
١.	تعتقد أن إدارة الصورة زادت من النصرة والتأييد في الشارع العربي.	0.604	*0.000



٢.	ترى أن إدارة الصورة شجعت على التحرك الرسمي لوقف الحرب.	0.741	*0.000
٣.	عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط على الحكام للتأثير على دولة الكيان عبر المسيرات والاعتصامات لوقف الحرب.	0.762	*0.000
٤.	تعتقد أن استخدام شخصيات مؤثرة عربياً إسلامياً يحرك الجمهور العربي لنصرة القضية (وجدي غنيم، يوسف القضاوي).	0.652	*0.000
٥.	تعتقد أن مخاطبة كل دولة بالنداء للنصرة يزيد من حجم المشاهدين لهذا البلد.	0.611	*0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

ويوضح جدول (١٢) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الفرعي الرابع والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $0.05$   $\alpha =$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

#### جدول (١٢)

معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الفرعي الرابع والدرجة الكلية "مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم (إدارة الصورة) على حجم والنصرة التأييد والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي".

م	الفقرة	معامل سبيرمان للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
١.	تعتقد أن إدارة الصورة زادت من النصرة والتأييد في الشارع الغربي.	0.696	*0.000
٢.	ترى أن إدارة الصورة شجعت الشارع الغربي على التحرك الرسمي لوقف الحرب.	0.806	*0.000
٣.	عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط لدى الشارع الغربي على دولة الكيان عبر المسيرات والاعتصامات.	0.791	*0.000
٤.	عززت إدارة الصورة من الدعم المادي والعيني.	0.684	*0.000
٥.	ترى أن الصورة غيرت من الصورة الراسخة لدى الشارع الغربي بأن الفلسطيني إرهابي.	0.644	*0.000
٦.	نجحت إدارة الصورة في عرض وحشية الاحتلال لدى الشارع الغربي.	0.763	*0.000
٧.	تعتقد أن حرب غزة استطاعت أن تغير الصورة السيئة عن الشعب الفلسطيني لدى الشارع الغربي.	0.769	*0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.005$ .

ويوضح جدول (١٣) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الفرعي الخامس والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $0.005$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

### جدول (١٣)

معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الفرعي الخامس والدرجة الكلية "مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم (إدارة الصورة) على حجم الضغط الذي يمارسه المجتمع الصهيوني على حكومته من أجل وقف الحرب"

م	القيمة الاحتمالية (.Sig)	معامل سبيرمان للارتباط	الفقرة
١.	*0.000	0.783	عززت إدارة الصورة استشعار المجتمع الصهيوني مدى الخطورة التي تواجه أبناءهم.
٢.	*0.000	0.716	حثت إدارة الصورة المجتمع الصهيوني على الضغط على حكومته لوقف الحرب.
٣.	*0.000	0.764	شككت إدارة الصورة في قدرة جيش الاحتلال على تحقيق أهدافه لدى المجتمع الصهيوني.
٤.	*0.000	0.847	أظهرت إدارة الصورة الجندي الإسرائيلي بأن مصيره الموت المحقق.
٥.	*0.000	0.763	أشعرت إدارة الصورة المجتمع الصهيوني أن جيش الاحتلال يستهدف المدنيين والفلسطينيين وليس فقط المقاومين.
٦.	*0.000	0.903	أسهمت إدارة الصورة في بث روح الهزيمة والخوف لدى الجندي الصهيوني.
٧.	*0.000	0.678	تسهم إدارة الصورة في عدم إقدام الاحتلال الصهيوني على حرب المستقبل.
٨.	*0.000	0.554	تعتقد أن الصورة الموجهة باللغة العبرية تؤثر سلباً على المجتمع الصهيوني.

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.005$ .

## الصدق البنائي Structure Validity

يبين جدول (١٤) أن جميع معاملات الارتباط في جميع مجالات الإستبانة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية  $\alpha = 0.05$  وبذلك يعتبر مجال الاستبانة صادق لما وضع لقياسه.

### جدول (١٤)

معامل الارتباط بين كل درجة في كل مجال من مجالات الإستبانة والدرجة الكلية للإستبانة.

الرقم	المجال	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
١.	تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة خلال الحرب.	0.850	*0.000
٢.	تأثير إدارة الصورة على حجم النصر والتأييد والضغط على دولة الاحتلال في أراضي الـ ٤٨.	0.666	*0.000
٣.	تأثير إدارة الصورة على حجم النصر والتأييد والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي.	0.774	*0.001
٤.	تأثير إدارة الصورة على حجم والنصرة والتأييد والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع العربي.	0.719	*0.000
٥.	تأثير إدارة الصورة على حجم الضغط الذي يمارسه المجتمع الصهيوني على حكومته من أجل وقف الحرب.	0.717	*0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

### - ثبات الإستبانة Reliability:

- معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient :

استخدم الباحث طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبانة، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (١٥).

جدول (١٥)

معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة الثانية

الرقم	المجال	معامل ألفا كرونباخ	الثبات *
١.	تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.	0.863	0.93
٢.	تأثير إدارة الصورة على حجم النصر والتأييد والضغط على دولة الاحتلال في أراضي الـ٤٨.	0.779	٠.٨٨
٣.	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي.	0.697	٠.٨٣
٤.	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي.	0.856	٠.٩٢
٥.	تأثير إدارة الصورة على حجم الضغط الذي يمارسه المجتمع الصهيوني على حكومته من أجل وقف الحرب.	0.892	٠.٩٤
جميع مجالات الاستبانة معاً		<b>0.929</b>	<b>٠.٩٦</b>

\*الثبات = الجذر التربيعي الموجب لمعامل ألفا كرونباخ

الواضح من النتائج في جدول (١٥) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة لكل مجال وتتراوح بين 0.697 ، 0.892 لكل مجال من مجالات الاستبانة كذلك كانت قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الاستبانة تساوي (0.929) وكذلك قيمة الثبات كانت مرتفعة لكل مجال، وتتراوح ما بين ٠.٨٣ ، ٠.٩٤ لكل مجال من مجالات الاستبانة كذلك كانت قيمة الثبات لجميع مجالات الاستبانة تساوي (٠.٩٦) وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع وتكون الاستبانة صورتها النهائية كما هي في الملحق (٤) قابلة للتوزيع وبذلك الباحث قد تأكد من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعله على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحياتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلتها.

#### ٤.٩ سابعا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث

قام الباحث بتفريغ وتحليل الإستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) ، وتم استخدام الاختبارات الإحصائية اللامعلمية، وذلك بسبب أن مقياس ليكرت هو مقياس ترتيبي وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

١. النسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي والمتوسط الحسابي النسبي: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما ويفيد الباحث في وصف عينة الدراسة.
٢. اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) وطريقة التجزئة النصفية لمعرفة ثبات فقرات الإستبانة.
٣. معامل ارتباط سبيرمان (Spearman Correlation Coefficient) لقياس درجة الارتباط. يستخدم هذا الاختبار لدراسة العلاقة بين المتغيرات في حالة البيانات اللامعلمية.
٤. اختبار الإشارة (Sign Test) لمعرفة ما إذا كانت متوسط درجة الاستجابة قد وصلت إلي درجة الحياد وهي ٣ أم لا.
٥. اختبار مان - وتني (Mann-Whitney Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات الترتيبية.
٦. اختبار كروسكال - والاس (Kruskal - Wallis Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات الترتيبية.

## الفصل الخامس

### تحليل وتفسير مجالات الدراسة

٥.١ الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية

٥.٢ تحليل وتفسير مجالات الدراسة

## أولاً: المجال الأول

"ما مدى نجاح عملية التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة ووضع الأهداف العامة التي تم تحديدها من قبل الإدارة العليا والوسطى، واستخدم الباحث المقابلة لمعرفة كيف إدارة القناة الحرب إعلامياً وقد أجرى المقابلات مع رئيس مجلس الإدارة المدير العام ومع مدراء الدوائر.

وكانت محاور الأسئلة كل حسب تخصصه وهناك أسئلة كانت تجمع الفريق بأكمله مثل الأهداف والسياسات العامة للفضائية. أنظر ملحق رقم (٢)

٥.١ الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الخاصة بفئة العاملين في الفضائية.

- توزيع أفراد العينة حسب الجنس

من الجدول (١٦) يتبين أن عدد الذكور الذين شاركوا في الحرب بلغ نسبتهم ٩٣.٥% وأن نسبة الإناث ٦.٥% حيث يعمل في الفضائية ١٢ من الإناث نظراً لصعوبة تنقل المرأة في الحرب وخرجها أثناء الليل تم الاقتصار على موظفتين وذلك حفاظاً على الكادر البشري.

جدول ( ١٦ )

توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة المئوية%	العدد	الجنس
٩٣.٥	٢٩	ذكر
٦.٥	٢	أنثى
١٠٠	٣١	المجموع

توزيع أفراد العينة حسب العمر:

بين الجدول (١٧) أن ما نسبته ٥٣.٣% من عينة الدراسة أعمارهم تتراوح بين ٢٥-٣٠ و أن ما نسبته ٢٦.٧% أعمارهم تتراوح ما بين ٢٠-٢٥ وأن ما نسبته ٢٠% أعمارهم أكبر من ٣٠ سنة وتدل هذه الأرقام على أن غالبية العاملين في الفضائية يقل عمرهم عن ٣٠ سنة وهذا مؤشر على أن الذين يقودون النشاط الإعلامي هم من الشباب لأنهم أكثر عطاءً وبذلاً خاصة في وقت الحرب.

جدول ( ١٧ )

توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية %
٢٠ - أقل من ٢٥ سنة	٨	٢٦.٧
٢٥ - أقل من ٣٠ سنة	١٦	٥٣.٣
أكبر من ٣٠	٦	٢٠
المجموع	*٣٠	١٠٠.٠

\* هناك شخص لم يجب على السؤال

- توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة:

يتبين من الجدول (١٨) أن ما نسبته ٧٧.٤% لديهم خبرة تتراوح ما بين ٣-٥ سنوات وأن ما نسبته ٢٢.٦% لديهم خبرة اقل من ٣ سنوات وهذا يدل على حداثة سن وقل خبرة العاملين في الفضائية التي لم يمض على تأسيسها أكثر من أربع سنوات إلا أنها استطاعت أن تجد لها مكان بين الفضائيات وأن تصبح عنصراً فاعلاً وأن تضيف شيئاً للإعلام العربي والإسلامي. (حماد، مقابلة)

جدول ( ١٨ )

توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة

عدد السنوات	العدد	النسبة المئوية %
١- أقل من ٣ سنوات	٧	٢٢.٦
٣- أقل من ٥ سنوات	٢٤	٧٧.٤
المجموع	٣١	١٠٠.٠

- توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي:

كما في جدول (١٩) أن نسبة كبيرة من أفراد العينة حملة لدرجة البكالوريوس أي ما نسبته ٦٦.٦% وأن ما نسبته ٢٦.٧% يحملون درجة الدبلوم وأن ما نسبته ٦.٧% يحملون درجة الماجستير وهذا يدل على أنّ العاملين في الفضائية يحملون درجات علمية عالية تؤهلهم لحمل المتاعب والصعوبات في العمل الإعلامي المقاوم.



جدول (١٩)

توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

المؤهل	العدد	النسبة المئوية %
الدبلوم	٨	٢٦.٧
بكالوريوس	٢٠	٦٦.٦
ماجستير	٢	٦.٧
المجموع	*٣٠	١٠٠.٠

\* هناك شخص لم يجب على السؤال

- توزيع أفراد العينة حسب اللغة:

يتبين من الجدول (٢٠) أن ما نسبته ٦٦.٧ % يجيدون اللغة العربية وأن ما نسبته ٣٣.٣ % يجيدون اللغة العربية والانجليزية وهذا يدل على حاجة العاملين في الفضاءية إلى تعلم اللغة الانجليزية لأنها اللغة الأولى في العالم.

جدول (٢٠)

توزيع أفراد العينة حسب اللغة

اللغة	العدد	النسبة المئوية %
عربي	٢٠	٦٦.٧
عربي + إنجليزي	١٠	٣٣.٣
المجموع	*٣٠	١٠٠.٠

\* هناك شخص لم يجب على السؤال

وبشكل عام يتضح أن العاملين في الفضاءية أعمارهم صغيرة تتراوح ما بين ٢٥-٣٠ وأيضاً الخبرة التي يحملونها تعتبر قليلة بالنسبة للعمل الذي يقومون به ولكن كثرة الأحداث اليومية التي صقلت الشخصية الإعلامية المقاومة وأن عدد العاملين من الرجال أكبر بكثير من العاملين من الإناث وهذا يتناسب مع الواقع الفلسطيني ككل.

## ٢- تحليل وتفسير القسم الثاني من الاستبانة الخاصة بفئة العاملين في الفضائية

"ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة وقد استخدم الباحث الاستبانة لقياس هذا المجال.

لتفسير مجال الدراسة الثاني فقد تم استخدام الاختبارات غير المعلمية ( اختبار الإشارة ، مان وتي، واختبار كروسكال .والاس) لمعرفة " ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة"

وهذه الاختبارات مناسبة في حالة وجود بيانات ترتيبية، حيث أن مقياس ليكرت المستخدم في الدراسة يعتبر ترتيبية وتم تحليل هذا المجال باستخدام اختبار الإشارة لمعرفة ما إذا كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى درجة الحياد ( الدرجة المتوسطة) وهي ٣ أم تختلف عنها ( أكبر أو أقل من الدرجة المتوسطة) كذلك تم استخدام معامل سبيرمان لمعرفة ما إذا كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية في معرفة نجاح قناة الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من خلال الحرب.

### جدول ( ٢١ )

المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (sig) للمجال " ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة "

الرقم	الجملة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	Sig
١.	استطاعت إدارة الفضائية توفير أجهزة ومعدات للعمل في أرض الميدان.	4.4	88.4	*0.000
٢.	استطاعت إدارة الفضائية تحقيق التواصل بين الدوائر والموظفين.	3.9	77.3	*0.000
٣.	استطاعت الفضائية توفير أكثر من وسيلة للمواصلات.	3.5	69.0	*٠.٠١٦
٤.	استطاعت إدارة الفضائية استخدام أنواع التكنولوجيا الحديثة في الاتصالات.	3.3	65.2	0.087
٥.	نجحت إدارة الفضائية بتوفير الوسائل اللازمة للوصول للخبر.	3.9	78.1	*0.000
٦.	استطاعت إدارة الفضائية توزيع المهام بشكل جيد	3.9	77.4	*0.000

الرقم	الجملة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	Sig
	ومتكافئ خلال الحرب.			
.٧	استطاعت إدارة الفضائية إعداد البرامج ونشرتها الأخبار خلال الحرب رغم صعوبة التواصل.	4.1	81.3	*0.000
.٨	استطاعت إدارة الفضائية توفير الأناشيد والفواصل منذ اللحظة الأولى.	4.0	80.0	*0.000
.٩	استطاعت إدارة الفضائية توفير البرامج التسجيلية خلال الحرب.	3.6	71.3	*0.003
.١٠	استطاعت إدارة الفضائية القيام بعمليات تمويه لإخفاء أجهزة البث وحركة الموظفين.	3.8	75.3	*0.002
.١١	استطاعت إدارة الفضائية استخدام أماكن مركزية مكنتها من متابعة كافة مناطق قطاع غزة.	3.1	61.9	.٠٣١٠
.١٢	استطاعت إدارة الفضائية المحافظة على الكادر البشري.	3.9	78.7	*0.000
.١٣	استطاعت إدارة الفضائية توفير البديل بخصائص تتوافق مع ظروف الحرب.	3.6	72.9	*0.000
.١٤	استطاعت إدارة الفضائية التغلب بشكل كامل على مشكلة نقص الوقود والكهرباء.	4.4	87.7	*0.000
.١٥	تمكنت إدارة الفضائية من عمل للقاءات مع شخصيات هامة أو سياسية.	4.1	81.3	*0.000
.١٦	استطاعت إدارة الفضائية أن تنفذ الخطط المعدة مسبقاً والتي سبق أن اطلعت عليها.	3.2	64.7	0.091
.١٧	كان التوجيه من قبل إدارة الفضائية للموظفين آنياً وسريعاً وبناءً.	3.8	75.5	*0.000
.١٨	استطاعت الفضائية توفير التواصل بين الإدارة والموظفين.	3.7	74.5	*0.000
.١٩	كانت المتابعة الميدانية من قبل إدارة الفضائية محفزاً على مواصلة التغطية.	4.2	83.2	*0.000
.٢٠	استطاعت إدارة الفضائية توفير الدعم المتواصل من	3.7	74.2	*٠٠٠٠٢

الرقم	الجملة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	Sig
	الإدارة الوسطى والدنيا للموظفين.			
.٢١	تستطيع الفضائية الصمود لو استمرت الحرب فترة أطول.	4.1	82.7	*0.000
.٢٢	تستطيع إدارة الفضائية مواجهة حرب قادمة بمقدرة أعلى من الحرب السابقة.	3.8	76.7	*0.000
.٢٣	استطاعت إدارة الفضائية من تفعيل الإمكانيات البشرية.	3.6	71.6	0.001
.٢٤	كان هناك تفويضا للمسؤوليات بشكل جيد من إدارة الفضائية.	3.6	72.9	*0.000
.٢٥	وفرت إدارة الفضائية رواتب للموظفين بصورة مرضية.	4.2	84.8	*0.000
.٢٦	وفرت إدارة الفضائية الدعم اللوجستي بشكل مرضي.	4.0	80.0	*0.000
.٢٧	استطاعت إدارة الفضائية التغلب على مشكلة تقسيم القطاع إلى ثلاثة مناطق (رفح، الوسطى، غزة).	2.9	58.7	0.3٨٠
.٢٨	استطاعت إدارة الفضائية تقسيم الموظفين إلى نظام دوريات فاعل في المحافظة على حياتهم.	3.7	74.0	*0.001
.٢٩	كان أداء الفضائية خلال الحرب مرضيا.	4.0	79.4	*0.000
.٣٠	استطاعت إدارة الفضائية حل الإشكالات والعقبات التي واجهتها.	3.5	71.0	*٠.٠٠٠١
.٣١	كانت قرارات إدارة الفضائية شورية دائماً.	3.3	65.3	0.094
.٣٢	كانت الفضائية على اطلاع على جميع تفاصيل العمل أثناء الحرب.	3.9	77.4	*0.000
.٣٣	استطاعت إدارة الفضائية تحقيق أهدافها أثناء الحرب.	4.2	84.5	*0.000
.٣٤	استطاعت الفضائية الاستمرار في بثها رغم قصف العدو لمقراتها.	4.8	٩٦.2	*0.000
	<b>المجموع</b>	<b>3.8</b>	<b>%76.٣</b>	<b>*0.00٠</b>

• المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

من جدول(٢١) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم(٣٤) "حققت الفضائية استمرارية في بثها رغم القصف للمقرات" يساوي ٤.٨ و المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٩٦.٢%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقوا بدرجة كبيرة جداً على أن الفضائية حققت استمرارية في بثها على مدار ٢٤ ساعة رغم القصف للمقرات.

ويعزو الباحث ارتفاع الوزن النسبي إلى أن الفضائية كانت أعدت ووضعت الخطط البديلة اللازمة فيما لو تم قصف المقر الرئيسي وحددت ساعة الصفر التي تم اختيارها من قبل المجلس التنفيذي بالانتقال من المكان الرئيسي إلى المكان البديل، ورغم القصف للمقرات وإصابة العديد من المصورين واستشهاد اثنين من آخرين خلال الحرب ورغم أن القطاع بعد الساعة السادسة مساء يكاد يكون خالياً من الناس في الشوارع إلا أن ذلك لم يثن إدارة الفضائية عن مواصلة البث وهذا موافق لمقابلة مدير الفضائية (فتحي حماد وآخرين)، ومقابلة مدير قناة المنار (عبد الله قصير ٢٠١٠) الذي أوضح فيها أن القناة أعدت أكثر من بديل لمواجهة الحرب ولأن يكون هناك أكثر من خطة، ودراسة الضويحي(٢٠٠٤) التي كشفت أهمية الخطط الإعلامية الموضوعية من قبل الإدارة في مواجهة الأزمات ووفقاً لدراسة علي(٢٠٠٣) التي أشارت إلى وجود خطط مسبقة للتعامل مع الكوارث والأزمات.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (١) "استطاعت الفضائية توفير أجهزة ومعدات للعمل في أرض الميدان" يساوي ٤.٤ والمتوسط الحسابي النسبي يساوي ٨٨.٤%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد، (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقوا بدرجة كبيرة على أن الفضائية استطاعت توفير أجهزة ومعدات للعمل في أرض الميدان.

ويعزو الباحث ارتفاع الوزن النسبي إلى أن الفضائية كان لديها المعدات اللازمة للتعامل مع الأزمات من أجهزة تقنية (مكسرات ومُشغّل فيديو وأجهزة كمبيوتر وانترنت في أرض الميدان، وبالرجوع إلى خطط التعامل مع الحرب نجد أن الفضائية كانت قد أعدت خطة للأجهزة التقنية الكهربائية وفقاً لمقابلة مدير الفضائية (فتحي حماد) ومدير دائرة الهندسة (رامي العربي) ومقابلة

مدير قناة المنار (عبدالله قصير) التي وضح فيها أن الأمور الفنية كانت جاهزة في الميدان ولها تأثير على معنويات الموظفين .

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (١٤) "استطاعت الفضائية التغلب بشكل كامل على مشكلة نقص الوقود والكهرباء" يساوي ٤.٤ والمتوسط الحسابي النسبي يساوي ٨٧.٧%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقت بدرجة كبيرة على أن الفضائية استطاعت التغلب بشكل كامل على مشكلة نقص الوقود والكهرباء وأن الفضائية كان لديها الكمية الكافية من الوقود في المخازن رغم قصف أحد المخازن الخاصة بالوقود والأجهزة إلا أن هذا لم يوقف العمل وكان هناك أيضاً تعاطف شعبي مع القناة أدى إلى تبرع أحد المواطنين بكمية كبيرة من الوقود خلال الحرب أما بالنسبة للكهرباء التي كانت تنقطع طوال اليوم فقد تم التغلب عليها بشراء مولدات صغيرة للأقسام أما المكان الرئيسي كان لديه مولد خاص خلال الحرب وهذا ما دلت عليه مقابلة مدير الشؤون المالية والموظفين (محمد أبو عون).

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٣٣) "استطاعت القناة تحقيق أهدافها أثناء الحرب" يساوي ٤.٢ والمتوسط الحسابي النسبي يساوي ٨٤.٥%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقوا بدرجة كبيرة على أن القناة استطاعت تحقيق أهدافها أثناء الحرب التي من أهمها استمرار البث طوال الحرب وإيصال الرسالة الإعلامية للعالم العربي والإسلامي وأيضاً المحافظة على الكادر البشري الذي يقوم بدور منقطع النظير من أجل إظهار الحقيقة ومن الجدير ذكره أن جميع الموظفين الذين كانوا يعملون في الحرب لديهم المعرفة التامة بحجم الرسالة التي يعملون من أجلها يعرفون الأهداف الواضحة للفضائية وهذا ما دل عليه العمل في الميدان وفقاً لمقابلة مدير الفضائية (فتحي حماد) ومدير البرامج المنوعة (سمير أبو محسن).

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٢١) "تستطيع الفضائية الصمود لو استمرت الحرب فترة أطول" يساوي ٤.١ والمتوسط الحسابي النسبي يساوي ٨٢.٧%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه فإن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني

أن مفردات العينة وافقت بدرجة كبيرة على أن الفضائية تستطيع المواصلة لو استمرت الحرب فترة أطول مما كانت عليه.

ويعزو الباحث ارتفاع الوزن النسبي إلى أن الفضائية كان لديها الكثير من البدائل و الأجهزة والمعدات في أرض الميدان وأن لديها خطة عمل جيدة وأن روح الفريق كانت كبيرة بين العاملين الذي يعطيهم الثقة بالاستمرار للمواصلة فيما لو استمرت الحرب أكثر من ذلك وفقا لمقابلة (فتحي حماد) ووفقا لمقابلة (فرحات) أن قناة المنار قد أعدت ١٥ بديل للتعامل مع الحرب فيما لو استمرت وقتا أطول.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (١٥) "تمكنت الفضائية من عمل لقاءات مع شخصيات هامة أو سياسية" يساوي ٤.١ والمتوسط الحسابي النسبي يساوي 81.3%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقت بدرجة كبيرة على نجاح الفضائية في عمل اللقاءات مع شخصيات هامة أو سياسية.

ويعزو الباحث ارتفاع الوزن النسبي إلى أن الفضائية رغم صعوبة التواصل مع القيادات السياسية في القطاع إلا أنه تم التنسيق مع الكتاب والمحللين والسياسيين في الخارج للخروج على القناة وقد نجحت إدارة القناة بالتواصل مع الكثير من القيادات الفاعلة على الساحة العربية والدولية منها السياسي والقانوني والعسكري والديني مثل (الشيخ وجدي غنيم والدكتور يوسف القرزاوي والمحلل العسكري وليد سكرية وغيرهم).

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٢) "استطاعت الفضائية تحقيق التواصل بين الدوائر والموظفين" يساوي ٣.٩ والمتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٧.٣%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقت بدرجة مقبولة على أن الفضائية حققت التواصل بين الدوائر وهذا يدل على أنها كانت متواصلة مع الموظفين حيث يدرك القائمون في الفضائية أهمية التواصل بين الإدارة والموظفين لما له من فعالية في العمل وهذا موافق لدراسة (سالم الشيخ، ٢٠٠٠) التي أوضح إلى أهمية الاتصال الفعال بين جميع دوائر الأزمة ووفقا لدراسة (فهيم، ١٩٩٦) التي توصلت إلى أن الممارسات الإدارية والمركزية تؤثر تأثيرا كبيرا على اتجاهات العاملين.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٥) "نجحت الفضائية بتوفير الوسائل اللازمة للوصول للخبر" يساوي ٣.٩ والمتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٨.١%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي 0.0٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقت بدرجة مقبولة على أن الفضائية نجحت في توفير الوسائل اللازمة للوصول للخبر لما له من أهمية في حالة الحرب أو الأزمة وهذا وفقاً لمقابلة (زقوت) التي أوضح فيها بعض الوسائل التي استخدمت أثناء الحرب للحصول على الخبر مثل الإذاعة المحلية وجهاز الإشارة المرتبط بغرفة العمليات التابعة للشرطة والرسائل القصيرة المرتبطة مع جميع وكالات الأنباء والفصائل العسكرية وغيرها من الوسائل، وموافق لدراسة (سالم الشيخ، ٢٠٠٠) التي أفادت أن المعلومات عصب الأزمة فهي تلعب دوراً أساسياً فيها

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٦) "استطاعت الفضائية توزيع المهام بشكل جيد ومتكافئ خلال الحرب" يساوي ٣.٩ والمتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٧.٤%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي 0.0٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقت بدرجة مقبولة على أن الفضائية نجحت في توزيع المهام بشكل جيد ومتكافئ خلال الحرب نظراً للأعداد القليلة من الموظفين الذين كانوا يعملون خلال الحرب فكانت الإدارة تقسم الأعمال بين الموظفين كل حسب تخصصه ومقدرته في العمل وكانت غرفة البث بما تحويها تتبع مدير دائرة البرامج وغرفة الأخبار تتبع مدير دائرة البرامج السياسية وكان المعد أحياناً يقوم بمقام المذيع والمحرم نظراً لقلّة الموظفين ولخطورة التنقل وفقاً لمقابلة (أبو محسن).

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (١٢) "استطاعت الفضائية المحافظة على الكادر البشري" يساوي ٣.٩ وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٨.٧%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي 0.0٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقوا بدرجة مقبولة على أن الفضائية استطاعت المحافظة على الكادر البشري حيث قامت الفضائية بإعداد الخطط للمحافظة على الكادر البشري بما تمتلك من أدوات و قامت إدارة القناة بشراء سترات واقية للرصاص وعلامات تدل على الصحافة وتم تقليص عدد كبير من الموظفين وتم العمل بالحد الأدنى وقاموا بتوزيع أماكن العمل لتقليل الخسائر البشرية وذلك تبعاً لمقابلة (حماد).



- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (١٣) "استطاعت الفضائية توفير البديل بخصائص تتوافق مع ظروف الحرب" يساوي ٣.٦ وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٢.٩٠٤ % ، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٥ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقت بدرجة مقبولة على أن الفضائية استطاعت توفير البديل بخصائص تتوافق مع ظروف الحرب و قامت بتجهيز البدائل اللازمة للحرب من أماكن وأجهزة وآلية التحرك وقامت بتوفير الطعام والشراب والتدفئة والملابس وأماكن النوم تبعاً لمقابلة (زقوت).

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (١٧) " كان التوجيه من قبل الفضائية للموظفين آنياً وسريعاً وبناءً " يساوي ٣.٨ و أن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٥.٥ %، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.00٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقت بدرجة مقبولة على أن التوجيه كان من قبل الفضائية للموظفين سريعاً وبناءً، تبعاً للحاجة ،حيث كان التوجيه من قبل الإدارة لحظياً وسريعاً نظراً لكثرة الأحداث التي مرت فعندما يحدث قصف تعطى الأوامر لمدير التصوير بالتحرك مع السيارة تجاه المكان وتعطى الإشارة إلى مكان البث كي يتعاملوا مع الخبر وفقاً لمقابلة (أبو عون) ووفقاً لمقابلة (فرحات) التي أوضح فيها أن الأحداث المتسارعة تحتم على القائمين في الميدان اتخاذ قرارات سريعة ومحسوبة.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٢٠) "استطاعت الفضائية توفير الدعم المتواصل من الإدارة الوسطى والدنيا للموظفين" يساوي ٣.٧ و أن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٤.٢ %، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠١٥ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقوا بدرجة مقبولة على أن الفضائية نجحت تعزيز الدعم المتواصل من الإدارة العليا والوسطى للموظفين وكانت إدارة القناة تحرص على التنسيق الكامل بين جميع الإدارات العمالة خلال الحرب وفقاً لمقابلة (أبو محسن) ووفقاً لدراسة الفهيد (٢٠٠٦) التي أوضح فيها بوجود تنسيق عال بين الأجهزة الميدانية خلال الأزمة.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٢٢) "تستطيع الفضائية مواجهة حرب قادمة بمقدرة أعلى من الحرب السابقة " يساوي ٣.٨ وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٦.٧ %، وأن القيمة

الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٣ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقت بدرجة مقبولة على أن الفضائية تستطيع مواجهة حرب قادمة بكفاءة أعلى من الحرب السابقة حيث أصبح لديهم خبرة في التعامل مع الأزمات والحروب والتعاطي الإعلامي معها وتنفيذ الخطط الموضوعية.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٢٣) "استطاعت الفضائية من تفعيل الإمكانيات البشرية" يساوي ٣.٦ وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧١.٦%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠١ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقوا على أن الفضائية استطاعت من تفعيل الإمكانيات البشرية حيث كان الموظفون في جميع الأقسام يقوم بعمل أكثر من وظيفة كالمحرر والمعد والمهندس وكان العمل على مدار الساعة وفقاً لمقابلة (أبو عون).

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٢٤) "كان هناك تفويض للمسؤوليات بشكل جيد من الفضائية" يساوي ٣.٦ وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٢.٩% ، ، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقت على أنه كان هناك تفويض للمسؤوليات بشكل جيد من الفضائية فكان كل مدير دائرة مفوضاً بقيادة الموظفين الذين يتواجدون في المكان وكان هناك تفويضاً للمصورين بقيادة السيارات بأنفسهم وذلك لتقليل الخسائر وفقاً لمقابلة (أبو محسن).

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٢٩) "هل أنت راضٍ عن أداء الفضائية خلال الحرب" يساوي ٤.٠ وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٩.٤%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقوا بدرجة مقبولة على أنه كان هناك ارتياح عن أداء الفضائية خلال الحرب من قبل الموظفين.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٣٢) "كانت الفضائية على إطلاع بتفاصيل العمل أثناء الحرب" يساوي ٣.٩ و أن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٧.٤%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن

القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقوا بدرجة مقبولة على أن إدارة الفضائية كانت مطلعة على جميع تفاصيل العمل أثناء الحرب.

ويعزو الباحث ارتفاع الوزن النسبي لوجود المتابعة الميدانية للعمل ونزول إدارة القناة لأرض الميدان الذي منحها الاطلاع على جميع التفاصيل الدقيقة للعمل والعمل على حل أي طارئ يحدث أو خلل غير متوقع فقد كان أعضاء المجلس التنفيذي يقودون العمل من أماكن قريبة من الموظفين والناس معا حيث كان هناك تناوبا في قيادة العمل على مدار ال ٢٤ ساعة وهذا موافق لمقابلة (سمير أبو محسن) ووفقا لمقابلة (فرحات) التي أوضح فيها ضرورة أن تكون إدارة القناة مطلعة على جميع التفاصيل في الميدان كي يسهل عليها اتخاذ القرارات.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٣٠) "استطاعت الفضائية حل الإشكالات والعقبات التي واجهتها" يساوي ٣.٥ وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧١.٠%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠١ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقوا على أن إدارة الفضائية استطاعت حل جميع الإشكالات والعقبات التي واجهتها خلال الحرب.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن أي قناة أو أي إدارة لا تستطيع حل جميع المشاكل التي تعترضها وذلك لضخامة الحرب وشراستها فقد كان هناك الكثير من المشاكل لم تستطع الفضائية حلها مثل مشكلة تقسيم القطاع والاتصالات والمواصلات والأماكن المتعددة الأمر الذي يدعو الإدارة لمراجعة المشاكل والعمل للحد منها.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٢٧) "استطاعت الفضائية التغلب على مشكلة تقسيم القطاع إلى ثلاث مناطق (رفح، الوسطى، غزة)" يساوي ٢.٩ و المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٥٨.٧%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٣٧٥٥ لذلك لا تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة أقل عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة غير موافقين على أن إدارة القناة استطاعت التغلب على مشكلة تقسيم القطاع إلى ثلاث مناطق (رفح، الوسطى، غزة) حيث أن الحرب جاءت مباغتة ومفاجئة وبدأ التركيز على مدينة غزة ولم تكن القناة جهزت أماكن للبت في أماكن القطاع الموزعة وذلك لسهولة الوصول إليها وقصفها، لكن تم معالجة الأمر بالاتفاق

مع بعض الشركات التي لديها تجهيزات تقنية في هذه الأماكن للحد من هذه المشكلة قدر المستطاع وهذا مطابق لمقابلة مدير الفضائية (فتحي حماد) ويعتبر التخطيط المسبق مهما جدا في ظل الأزمات وفقاً لدراسة ( سالم الشيخ، ٢٠٠٠) ووفقاً لدراسة الاعرجي ودقاسمة (٢٠٠٠) التي أشار فيها لوجود خلل في نظام إدارة الأزمات.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (١١) "استطاعت الفضائية استخدام أماكن مركزية مكنتها من متابعة كافة مناطق قطاع غزة" يساوي ٣.١ والمتوسط الحسابي النسبي يساوي ٦١.٩%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٣١ لذلك لا تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  ويمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة غير موافقة على أن الفضائية استطاعت استخدام أماكن مركزية مكنتها من متابعة كافة مناطق قطاع بشكل مرض.

ويعزو الباحث الوزن النسبي إلى أن الفضائية استطاعت توفير الأماكن اللازمة بصورة متوسطة تجعلها تسيطر على جميع الأحداث، حيث كانت جميع الأماكن معرضة للقصف الأمر الذي تطلب أحيانا التواجد في أماكن سرية غير مجهزة تماما الأمر الذي أعاق عملها وفقاً لمقابلة (أبو محسن).

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (١٦) "استطاعت الفضائية أن تنفذ الخطط المعدة مسبقاً والتي سبق أن اطلعت عليها" يساوي ٣.٢ والمتوسط الحسابي النسبي يساوي ٦٤.٧%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٩١ لذلك تعتبر هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  ويمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقت بدرجة ضعيفة على أن الفضائية استطاعت أن تنفذ الخطط المعدة مسبقاً وأن هناك بعض الخطط البديلة لم تصلح في أرض الميدان كونها التجربة الأولى التي تمر بها الفضائية تبعاً لمقابلة (حماد).

يعزو الباحث انخفاض الوزن النسبي إلى أن الفضائية استطاعت أن تنفذ الخطط المعدة مسبقاً وأن بعض الموظفين المشرفين قد اطلعوا على هذه الخطط كل حسب موقعه وتم تنفيذها حسب المطلوب وأن هناك عدداً آخر لم يكونوا مطلعين على تلك الخطط بسبب تغير تلك الخطط حسب الحاجة وسريتها الأمر الذي أدى إلى انخفاض نسبة التأييد لهذه الفقرة .

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٤) "استطاعت الفضائية استخدام التكنولوجيا الحديثة في الاتصالات" يساوي ٣.٣ والمتوسط الحسابي النسبي يساوي ٦٥.٢%، وأن القيمة الاحتمالية

(Sig) تساوي ٠.٠٤٧ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  ويمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقت على أن الفضائية استطاعت استخدام أنواع التكنولوجيا الحديثة في الاتصالات.

يعزو الباحث الانخفاض في الوزن النسبي إلى أن الفضائية استخدمت الأجهزة التقنية المتاحة من وسائل اتصال الجوال أو الهاتف الخليوي الصهيووني (الميرس) أو المخشير وتعتبر هذه الوسائل من أحدث الوسائل الموجود في القطاع حيث لم تستطع توفير وسيلة جوال الثريا لأنها تأتي من الخارج ومعلوم أن القطاع يخضع للحصار منذ ثلاث سنوات أما وسائل التمويه على الأجهزة فقام قسم البث المباشر بتجميع جهاز البث في حاضنة صغيرة مما يجعل الجهاز خفيفاً ومموهاً وفقاً لمقابلة (حماد).

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٣١) " كانت قرارات إدارة الفضائية شورية دائماً" يساوي ٣.٣ والمتوسط الحسابي النسبي يساوي ٦٥.٣ %، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي 0.0935 لذلك تعتبر هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  ويمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقت بدرجة ضعيفة على أن قرارات الفضائية كانت شورية.

ويعزو الباحث انخفاض الوزن النسبي لهذه الفقرة إلى أن الإدارة لا تستطيع أخذ رأي جميع الموظفين خلال الأزمات والطوارئ لما فيه من مضية للوقت وكثرة الآراء والاجتهادات والاختلاف على القرارات فكانت القرارات أحياناً تتخذ بدون الرجوع للموظفين وهذا موافق لمقابلة (فتحي حماد).

- وبشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي للمجال " ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة " 3.٨ وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٦.٣% وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠ لذلك تعتبر داله إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  مما يدل على أن هناك استجابة فوق درجة المتوسط (٣) درجة الحياد له وأن إدارة الفضائية استطاعت أن تحقق الخطط والأهداف والسياسات التي تم تحديدها مسبقاً من قبل الإدارة والعليا أثناء الحرب حيث يتضح أن إدارة الفضائية نجحت بمعدل جيد جداً مما فوق في توفير الترددات البديلة بسرعة التغلب على الاختراق وتوفير أجهزة ومعدات للعمل في أرض الميدان وإعداد البرامج ونشرات الأخبار خلال الحرب رغم صعوبة التواصل والتغلب بشكل كامل على مشكلة نقص الوقود والكهرباء ومن عمل

اللقاءات مع شخصيات مهمة أو سياسية ومن المتابعة الميدانية من قبل إدارة الفضائية محفزاً على مواصلة التغطية وأن تستطيع الفضائية الصمود لو استمرت الحرب فترة أطول وأن الموظف حصل على خبرة من نوع جديد من خلال تجربة الحرب وحققت أهدافها أثناء الحرب وتوفير الأناشيد والفواصل منذ اللحظة الأولى والاستمرار في البث رغم قصف المقرات، وأن الفضائية نجحت بمعدل جيد فما فوق وهي النسبة الكبيرة من العينة وذلك أنها حققت التواصل بين الدوائر والموظفين ووفرت الوسائل اللازمة للوصول للخبر ووزعت المهام بشكل جيد ومتكافئ خلال الحرب و حافظت على الكادر البشري ووفرت البديل بخصائص تتوافق مع ظروف الحرب وتستطيع الفضائية مواجهة حرب قادمة بكفاءة أعلى من الحرب السابقة وتمكنت الفضائية من تفعيل الإمكانيات البشرية وكان هناك تفويض للمسئوليات بشكل جيد من الفضائية ووفرت رواتب للموظفين بصورة مرضية ووفرت الفضائية الدعم اللوجستي بشكل مرضٍ وقسمت الموظفين إلى نظام دوريات فاعل في المحافظة على حياتهم وكان هناك رضا عن أداء الفضائية خلال الحرب و حلت الإشكالات والعقبات التي واجهتها وكانت على اطلاع على تفاصيل العمل أثناء الحرب وقامت بعمليات تمويه لإخفاء أجهزة البث وحركة الموظفين.

وهناك أمور لم تستطع الفضائية إدارتها جيداً في الحرب وهي أقل من المستوى المطلوب مثل توفير أكثر من وسيلة للمواصلات بشكل سريع واستخدام أنواع التكنولوجيا الحديثة في الاتصالات بشكل جيد و بتوفير البرامج التسجيلية خلال الحرب بصورة جيدة وفعالة واستخدام أماكن مركزية تمكنها من متابعة كافة مناطق قطاع غزة بصورة مناسبة و لم تستطع التغلب على مشكلة تقسيم القطاع إلى ثلاث مناطق (رفح، الوسطى، غزة) بصورة صحيحة وكان تنفيذ الخطط المعدة مسبقاً يعثرها بعض النقص وأن التواصل بين إدارة الفضائية والموظفين دون المطلوب لحل الإشكاليات.

### الفرضية الصفرية:

اختبار أن متوسط درجة الإجابة يساوي ٣ وهي درجة الحياد حسب مقياس ليكرت المستخدم.  
الفرضية البديلة: متوسط درجة الإجابة لا يساوي ٣.

إذا كانت sig ( p-value ) أكبر من مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$  (حسب نتائج برنامج spss) فإنه لا يمكن رفض الفرضية الصفرية ويكون في هذه الحالة متوسط آراء أفراد العينة حول الظاهرة موضع الدراسة لا يختلف جوهرياً عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة) وهي ٣، أما إذا كانت sig ( p-value) أقل من مستوى  $\alpha = 0.05$  فيتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة القائلة بأن متوسط آراء أفراد العينة يختلف جوهرياً عن درجة الحياد وفي هذه الحالة يمكن تحديد ما إذا كان متوسط الإجابة يزيد أو ينقص بصورة جوهرياً عن درجة الحياد

وذلك أن المتوسط الحسابي للإجابة يزيد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة) بصورة معنوية (جوهرية) والعكس صحيح.

أما لدراسة العلاقة بين الفرضيات فقد تم استخدام دلالة معامل ارتباط سبيرمان وفي هذه الحالة سيتم اختبار الفرضية الإحصائية

#### اختبار الفرضية الأولى:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$  " ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة " تعزى إلى العوامل الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة)

أولاً: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة تُعزى إلى الجنس.

#### جدول (٢٢)

##### نتائج الفرضية الأولى - حسب الجنس

القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	الفرضية
0.086	7.000	مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة

\* الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

يوضح جدول (٢٢) أنه باستخدام اختبار "مان - وتني" تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) للفرضية كانت أكبر من مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$  ومن ثم فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة حول مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية تعزى إلى الجنس وأن الجنسين متفقين على أن إدارة الفضائية استطاعت إدارة الموارد البشرية والمادية.

ثانيا: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة تعزى إلى العمر.

جدول ( ٢٣ )

نتائج الفرضية الأولى - العمر

القيمة الاحتمالية (.Sig)	درجات الحرية	قيمة الاختبار	المجال
0.717	2	0.665	مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة

يوضح جدول (٢٣) يتضح أنه باستخدام كروسكال- والاس" تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig.) لمجال الدراسة تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig.) كانت أكبر من مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$  ومن ثم فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابة حول تأثير مستوى إدارة الفضائية على توفير الإمكانيات البشرية والمادية خلال الحرب تعزى إلى العمر.

ويعزو الباحث ذلك أن أفراد العينة متفقين بجميع أعمارهم المتفاوتة على أن إدارة الفضائية استطاعت أن تدير الإمكانيات البشرية والمادية خلال الحرب فجميع الموظفين بمختلف أعمارهم كانوا متواجدين في الميدان وتحت النيرات وشاهدوا كيف كانت إدارة القناة تعمل في الميدان. (زقوت، ٢٠١٠، مقابلة).

ثالثا: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة تعزى إلى المؤهل العلمي.

جدول ( ٢٤ )

نتائج الفرضية الأولى - حسب المؤهل العلمي

القيمة الاحتمالية (.Sig)	درجات الحرية	قيمة الاختبار	المجال
0.900	2	0.211	مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة



يوضح جدول (٢٤) يتضح أنه باستخدام كروسكال- والاس" تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) لمجالات الدراسة تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) كانت أكبر من مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$  ومن ثم فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابة حول تعزى إلى المؤهل العلمي حيث أن جميع العاملين بمختلف مؤهلاتهم العلمية متفقون على أن الفضاءية استطاعت أن تدير الإمكانيات البشرية والمادية خلال الحرب.

رابعاً: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضاءية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة تعزى إلى الخبرة.

جدول (٢٥): نتائج الفرضية الأولى- حسب الخبرة

القيمة الاحتمالية (Sig.)	درجات الحرية	قيمة الاختبار	الفرضية
0.524	1	0.407	مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضاءية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية من وجهة نظر العاملين في القناة

يوضح جدول (٢٥) أنه باستخدام كروسكال- والاس" تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) لمجالات الدراسة كانت أكبر من مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$  ومن ثم فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابة حول تعزى إلى الخبرة.

### تحليل وتفسير المجال الثالث:

تم استخدام الاختبارات غير المعلمية ( اختبار الإشارة ، مان . وتتي، واختبار كروسكال . والاس) لمعرفة " ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضاءية الأقصى من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين" وهذه الاختبارات مناسبة في حالة وجود بيانات ترتيبية، حيث أن مقياس ليكرت المستخدم في الدراسة يعتبر الإحصائية وتم تحليل هذا المجال و ذلك باستخدام اختبار الإشارة لمعرفة ما إذا كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى درجة الحياد ( الدرجة المتوسطة) وهي ٣ أم تختلف عنها) أكبر أو أقل من الدرجة المتوسطة) كذلك تم استخدام معامل سبيرمان لمعرفة ما إذا كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية في معرفة نجاح قناة الأقصى في تحقيق أهدافه خلال الحرب، وقد عبر الباحث عن إدارة الإعلام المقاوم في فضاءية الأقصى بإدارة الصورة.

## أولاً: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية بالإعلاميين

وفيما يلي عرض لعينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية:

### - توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

من الجدول (٢٦) يتبين أن ما نسبته 85.5% ذكور وأن ما نسبته 14.5% إناث وتعتبر هذه نسبة طبيعية إذا ما قورنت بعدد العاملين من الذكور والإناث في المؤسسات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني وذلك لأن المجتمع الفلسطيني مجتمع محافظ ويعتبر أن مهنة الإعلام يترتب عليها الكثير من المخاطر وخاصة في ظل وجود وضع طارئ في فلسطين مثل الاحتلال، ولديه أيضا خشية من أن تمارس الفتاة لهذه المهنة لما فيها من اختلاط ومتاعب.

### جدول (٢٦)

#### توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية%
ذكر	65	85.5
أنثى	11	14.5
المجموع	٧٦	١٠٠.٠

\* هناك شخص لم يجب على هذا السؤال

### - توزيع أفراد العينة حسب العمر:

بين الجدول (٢٧) أن ما نسبته ٦٠.٨% من مفردات العينة بلغت أعمارهم من ٢٥ - ٣٠ وأن الفئة العمرية ٢٠ - أقل من ٢٥ بنسبة ٢٥.٧% وأن الفئة العمرية ٣٠ فما أكبر بنسبة ١٣.٥% ، وهذا يدل على أن معظم الذي يعملون في المجال الإعلامي هم صغار السن نظراً لتطور الإعلام والطفرة التكنولوجية الحاصلة وأن الإعلام في فلسطين وفي العالم يتجه لصغار السن نظراً لحاجته للحركة الدائمة والمتابعة المتواصلة والجاذبية.

### جدول (٢٧)

#### توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية%
أقل من 20-25	19	25.7
25-30	45	60.8
أكبر من ٣٠	10	13.5
المجموع	٧٤	100.0

\*هناك ٣ أشخاص لم يجيبوا على هذا السؤال

#### - توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة:

يتبين من الجدول (٢٨) أن عدد الذين لديهم خبره من ١ - ٤ سنوات بنسبة ٢٨.٤% وأن من ٥-٧ بنسبة ٢٠.٣%، وأن من لديه خبرة أكبر من ٧-١٠ سنوات بنسبة ٥١.٤% وهذه نسبة مرتفعة مما يدل على أن العاملين في المجال الإعلامي يعملون منذ فترة كبيرة ولعل ذلك أن فلسطين أرض تموج بالأحداث والمتغيرات التي توجب على الإعلاميين أن يكونوا متواجدين.

#### جدول (٢٨)

#### توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة

عدد السنوات	العدد	النسبة المئوية%
١ - ٤	21	28.4
٥-٧	15	20.3
أكبر من ٧-١٠	38	51.4
المجموع	74	100.0

\*هناك ٣ أشخاص لم يجيبوا على هذا السؤال

#### - توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي:

إن مهنة الإعلام لا تشترط أن تكون قد تخرجت من الجامعات لتكون ناجحا لكن النتائج توضح غير ذلك كما في جدول (٢٩) فقد جاءت الأرقام تبين أن من مفردات العينة ما نسبته ٩.١% يحملون درجة الدبلوم وأن من يحملون درجة البكالوريوس نسبتهم ٨١.٨% وأن من يحملون درجة الماجستير نسبتهم ٧.٨% و أن من يحملون درجة الدكتوراه نسبتهم ١.٣% وهذا يدل على أن معظم العاملين في المجال الإعلامي من الفئة المتعلمة وهذا يعطي دلالة على أن نسبة كبيرة من مفردات العينة لديها مؤهل أعلى من الدبلوم وهذا يدل على أنهم قادرين ومؤهلين للإجابة على الاستبانة.

جدول ( ٢٩ )

توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة المئوية %
بكالوريوس	٦٣	٨١.٨
الدبلوم	٧	٩.١
ماجستير	٦	٧.٨
دكتوراه	١	١.٣
المجموع	٧٧	١٠٠.٠

وبشكل عام يتضح أن العاملين في المجال الإعلامي أغلبهم من الرجال نظرا لخطورة المهنة وأن أعمارهم صغيرة وتتناسب مع مصاعب العمل ومع حداثة سن العاملين في المجال الإعلامي إلا أن سنين الخبرة كبيرة. وأن هناك نسبةً كبيرة من مفردات العينة لديها تحصيل علمي وهذا يتناسب مع ثقافة الشعب الفلسطيني، وبالتالي فإن مجتمع الدراسة قادر على التعامل مع فقرات البحث.

١- تفسير المجال الفرعي الأول:

" ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في تعزيز الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة خلال الحرب "

تم تحليل وتفسير هذا المجال من خلال فقرات مجال مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في تعزيز مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة باستخدام المتوسط الحسابي وإذا ما كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى درجة الحياد ( الدرجة المتوسطة) وهي ٣ أم تختلف عنها ( أكبر أو أقل من الدرجة المتوسطة) كذلك تم استخدام معامل سبيرمان لمعرفة ما إذا كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية حول تعزيز مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة .

جدول ( ٣٠ )

المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (sig) لكل فقرة من فقرات المجال الفرعي الأول " ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في تعزيز الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة خلال الحرب " "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	القيمة الاحتمالية (sig)
١.	عززت إدارة الصورة الصمود خلال أيام الحرب على قطاع غزة.	4.2	83.7	*0.000

٢.	عملت إدارة الصورة على تحفيز المقاومين في الميدان في قطاع غزة.	3.9	77.3	*0.000
٣.	ترى أن إدارة الصورة أشاعت التكافل في المجتمع في قطاع غزة.	4.0	80.3	*0.000
٤.	تعتقد أن إدارة الصورة أسهمت في رفع معنويات أهل قطاع غزة.	3.9	77.7	*0.000
٥.	ساعدت إدارة الصورة عملية التوجيه والإرشاد لدى أهل غزة في التعامل مع المواقف (الابتعاد عن أماكن القصف).	3.6	72.6	*0.000
٦.	تعتقد أن بعض الصور الثابتة ساهمت بإيجابية على صمود أهل قطاع غزة (تقديم المساعدات للمتضررين).	3.8	75.3	*0.000
٧.	تعتقد أن بعض الأناشيد أسهمت في بث روح الصمود لدى أهل قطاع غزة (صور إطلاق الصواريخ).	3.7	74.5	*0.000
٨.	تعتقد أن بعض البرامج المباشرة أسهمت بإيجابية على صمود أهل قطاع غزة (كلمات القادة وأصحاب القرار).	3.8	76.8	*0.000
٩.	تعتقد أن بعض الفواصل أسهمت بصورة إيجابية على صمود أهل قطاع غزة (المرأة التي تجلس بجانب بيتها).	4.0	79.2	*0.000
١٠.	تعتقد أن بعض المشاهد مثل صور الاستشهاديات أسهمت بصورة إيجابية في تعزيز الصمود.	3.6	٧٢.٣	*0.000
	<b>المجموع</b>	<b>3.8</b>	<b>%76.8</b>	<b>*. . . . .</b>

• المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

### من جدول (٣٠) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (١) "عززت إدارة الصورة الصمود خلال أيام الحرب على قطاع غزة" يساوي 4.2 وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 83.7%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٠٥$  وعليه يمكن القول أن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني

أن مفردات العينة وافقوا بدرجة كبيرة على أن إدارة الصورة عززت الصمود خلال أيام الحرب على قطاع غزة.

ويعزو الباحث ارتفاع الوزن النسبي إلى حجم تأثير إدارة الصورة في فضائية الأقصى على الشارع الفلسطيني في قطاع غزة لأنها تعتبر القناة الوحيدة التي تبث صورة حية خاصة في الفترة المسائية في الحرب حيث من الصعوبة خروج الصحفيين بعد السادسة وقيام الفضائية ببث صور المقاومين في الميدان ورفع الهمة للمواطنين والمقاومين معا وقيام ببث الأخبار من قطاع غزة وأنها كانت تنقل الأخبار أولاً بأول.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (١٠) "تعتقد أن بعض المشاهد مثل صور الاستشهاديات أسهمت بصورة إيجابية في تعزيز الصمود لدى أهالي قطاع غزة" يساوي 3.6 والمتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٢.٣%، وأن القيمة الاحتمالية sig تساوي (٠.٠٠٠) لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة وهي ٣) وهذا يعني أنه هناك موافقة من مفردات العينة على أن بعض المشاهد مثل صور الاستشهاديات والمقاومين أسهمت بصورة إيجابية في تعزيز الصمود لدى أهالي قطاع غزة خلال الحرب.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن هناك من يعتبرون أن هذه المشاهد تزيد من عزيمة النساء وأن المرأة تأخذ دورها في المقاومة وأيضا يعتبر تحفيزا للرجال كونها جبلت على الضعف، وقد يرى البعض أن مثل هذه الصور قد تكون ذريعة أحيانا للاحتلال لاستهداف النساء والأطفال وتكون ذريعة بأن يكون الشعب الفلسطيني بأكمله مهيناً للمقاومة وأنه يمكن عرض الثبات للمرأة الفلسطينية بطرق أخرى وليس عن طريق اللباس العسكري ويتمثل ذلك في الثبات في البيت والثبات على أرضها تكون هذه صورة أكثر تأثيراً على الصمود والثبات و أن جميع مفردات المقاومة من صور الاستشهاديات و ثبات المرأة في بيتها المدمر ودورها في البيت كلها تعزز الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.

- وبشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال "تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة" يساوي 3.8 أي أن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 76.8% وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي  $\alpha = ٠.٠٠٠$  لذلك تعتبر إدارة الصورة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  مما يدل على أن هناك استجابة فوق درجة المتوسط (٣) درجة الحياد حيث أن إدارة الصورة استطاعت التأثير على أهالي قطاع غزة في تعزيز الصمود والثبات ومن خلال النتائج يتضح أن إدارة الصورة استطاعت أن تعمل على تحفيز المقاومين

في الميدان وأشاعت التكافل في المجتمع وأسهمت في رفع معنويات أهالي القطاع وعملت على إرشاد وتوعية الأهالي بالابتعاد عن أماكن القصف وأسهمت في بث روح الصمود والثبات ببيت الأناشيد التي يكون فيها إطلاق الصواريخ واستطاعت البرامج المباشرة مثل كلمات القادة من تعزيز الصمود لدى الأهالي واستطاعت ببيت بعض الفواصل مثل الأطفال الذين يرشقون الجيش بالحجارة في تعزيز الصمود والثبات وأسهمت ببيتها صور الاستشهاديات خلال الحرب في التأثير من الصمود والثبات، ونظراً لأن المجتمع الفلسطيني يتابع البرامج والأخبار أولاً بأول فيما يتعلق بالقضايا السياسية التي تهمة وهذه النتيجة توافقت مع دراسة البرنية (٢٠٠٨) التي أوضحت أن المجتمع الفلسطيني يتابع الأخبار والبرامج السياسية أكثر من غيرها وأن الأخبار المحلية التي تبث ذات مصداقية كبيرة تبعاً لدراسة العتيبي (٢٠٠٧) التي أفادت أن الأخبار التلفزيونية الموجهة للمجتمع المحلي تكون في الغالب أكثر مصداقية من الأخبار الموجهة للمجتمع الخارجي وهذا مخالف لدراسة الهيئة (٢٠٠٠) التي أشارت إلى أن قناة الجزيرة لديها مشاهدة أكبر من قناة فلسطين في مشاهدة الأخبار ودراسة الفقيه (٢٠٠٠) ودراسة (السناتي) (٢٠٠٧) التي أوضحت فيها أهمية الدور السياسي للتلفزيون وأشارت إلى أهمية الأخبار السياسية بالنسبة للجمهور .

## ٢- تحليل وتفسير المجال الفرعي الثاني:

"ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق النصر والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ خلال الحرب"

تم تحليل وتفسير هذا المجال من خلال فقرات مجال مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في تحقيق النصر والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ باستخدام المتوسط الحسابي وإذا ما كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى درجة الحياد (الدرجة المتوسطة) وهي ٣ أم تختلف عنها (أكبر أو أقل من الدرجة المتوسطة) كذلك تم استخدام معامل سبيرمان لمعرفة ما إذا كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية حول على مستوى النصر والتأييد في الشارع العربي في الداخل الـ١٩٤٨ لأهالي قطاع غزة خلال الحرب.

جدول ( ٣١ )

المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (sig) لكل فقرة من فقرات المجال الفرعي الثاني " مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق والنصرة والتأييد والضغط على دولة الاحتلال في أراضي ال١٩٤٨ "

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	Sig
١.	تعتقد أن إدارة الصورة زادت من النصرة والتأييد لأهالي قطاع غزة.	4.3	86.2	*0.000
٢.	ترى أن إدارة الصورة شجعت على التحرك الرسمي لوقف الحرب لدى الشارع العربي في الداخل.	4.0	79.7	*0.000
٣.	عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط على دولة الكيان عبر المسيرات والإعتصامات لدى الشارع العربي في الداخل لوقف الحرب.	3.8	76.8	*0.000
٤.	عززت إدارة الصورة من الدعم المالي والعيني.	4.1	82.8	*0.000
٥.	أسهمت إدارة الصورة في عرض الصورة الحقيقية للاحتلال الصهيوني بوحشيته وسمعته لدى الشارع العربي في الداخل.	4.5	90.8	*0.000
٦.	إدارة الصورة حثت جميع شرائح المجتمع العربي في الداخل للقيام بأدوارها.	3.6	71.4	*0.001
	<b>المجموع</b>	<b>4.1</b>	<b>%81.2</b>	<b>*0.000</b>

\* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$  .

من جدول ( ٣١ ) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٥) "أسهمت إدارة الصورة في عرض الصورة الحقيقية للاحتلال الصهيوني بوحشيته وسمعته لدى أراضي ال١٩٤٨" يساوي 4.5 والمتوسط الحسابي النسبي 90.8% وأن القيمة الاحتمالية (Sig)  $\alpha = 0.000$  لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) بفارق كبير وهذا يعني أن مفردات العينة وافقوا بدرجة كبيرة على أن إدارة الصورة أثرت في عرض الصورة الحقيقية للاحتلال الصهيوني ووحشيته لدى الشارع العربي في الداخل ال٤٨ .



ويعزو الباحث هذه النتيجة أن الفضائية خلال الحرب استطاعت فضح ممارسات الاحتلال من قتل وتعذيب وتدمير للبنى التحتية لقطاع غزة وأعطت الفضائية الصورة الحية لما يحدث من القصف بالفسفور وقتل الأطفال وأزلت الغشاوة عن كثير من الشارع العربي في الداخل الذي كان يعتقد بنجاح المفاوضات وأن الكيان الصهيوني يبحث عن السلام وهذا مخالف لدعاة التطبيع مع الكيان الصهيوني.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٦) "إدارة الصورة حثت جميع شرائح المجتمع العربي في أراضي ال١٩٤٨ للقيام بدوره" يساوي ٣.٦ والمتوسط الحسابي ٧١.٤% وأن القيمة الاحتمالية ٠.٠١٥  $\alpha =$  لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) بارتفاع بسيط وهذا يعني أن الشارع العربي في الداخل الفلسطيني قام بدوره المنوط به لكن دون المستوى المطلوب.

ويعزو الباحث هذه النتيجة في أن الشارع العربي في الداخل قام بجهود كبيرة من فعاليات ضد الحرب من واعتصامات مسيرات وتقديم المعونات لأهالي قطاع غزة إلا أن المجتمع العربي في الداخل المحتل كان مقيداً من التحرك خشية بطش الاحتلال الصهيوني والمجتمع الصهيوني الذي كان معبئاً تعبئة عدوانية ضد الشعب الفلسطيني بشكل عام وعلى القطاع بشكل خاص وأن الشارع العربي في الداخل يعاني من عنصرية في التعامل لا تتيح له حرية التعبير والحركة.

- وبشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال الثاني "تأثير إدارة الصورة على حجم النصر والتأييد والصورة على دولة الاحتلال في أراضي ال١٩٤٨" يساوي ٤.١ أي أن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٨١.٢% وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي  $\alpha = ٠.٠٠٠$  لذلك تعتبر إدارة الصورة في التأثير على التأييد والصورة دالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وهناك عوامل أثرت على زيادة حجم النصر والتأييد والضغط على دولة الاحتلال في أراضي ال٤٨ حيث يتضح أن إدارة الصورة شجعت على التحرك الرسمي لوقف الحرب وكوسيلة ضغط على دولة الكيان عبر المسيرات والاعتصام مثل ما قام به الشيخ رائد صلاح من مسيرة على معبر بيت حانون ومعه الأهالي من الفلسطينيين الموجودين في أراضي ال٤٨ عززت من الدعم المالي والعيني والمعنوي ال٤٨ وأسهمت في عرض الصورة الحقيقية للاحتلال الصهيوني وأثرت على سمعته وشجعت شرائح المجتمع العربي في الداخل للقيام بدوره وبذلك يمكن القول أن إدارة الصورة استطاعت أن تؤثر في حجم النصر والتأييد والضغط على دولة الاحتلال في أراضي ال٤٨ وأن الشارع العربي في الداخل بدأ يتابع الإعلام الفلسطيني بشكله الصحيح مع أن القصد هو تغييب الوعي لدى الفلسطينيين وكان يتابع الأخبار عبر

الفضائية التي تأتي من القطاع أولاً بأول الأمر الذي أصبح يدل على إدراكٍ بالأمور السياسية أكثر وهذا موافق لدراسة دراسة كورزني (١٩٨٧) التي أفادت أن زيادة التعرض للمواد الإخبارية المذاعة والمرئية تسهم بشكل كبير في زيادة المعرفة والإدراك بالأمور السياسية ودراسة السيد (١٩٩٨) ودراسة ميشل وجيفر (١٩٩٩) التي أفادت أن هناك اعتماد أساسي على التلفزيون للمعرفة السياسية وأن هناك أهمية للتلفزيون والفضائيات وقت الحرب للتعريف بما يجري على أرض الميدان وفقاً لدراسة ميتشل (١٩٩٧) التي أوضح فيها أهمية القنوات الفضائية في تغطية الأزمات والحروب.

### ٣- تحليل وتفسير المجال الفرعي الثالث:

"ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق النصر والتأييد والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي"

تم تحليل وتفسير هذا المجال من خلال فقرات مجال مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في تحقيق النصر والتأييد في الشارع العربي باستخدام المتوسط الحسابي وإذا ما كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى درجة الحياد (الدرجة المتوسطة) وهي ٣ أم تختلف عنها (أكبر أو أقل من الدرجة المتوسطة) كذلك تم استخدام معامل سبيرمان لمعرفة ما إذا كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية حول مستوى النصر والتأييد في الشارع العربي لأهالي قطاع غزة خلال الحرب.

جدول ( ٣٢ )

المتوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية (sig) لكل فقرة من فقرات المجال الفرعي الثالث " مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق النصر والتأييد والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	Sig
١.	تعتقد أن إدارة الصورة زادت من النصر والتأييد في الشارع العربي.	4.3	85.2	*0.000
٢.	ترى أن إدارة الصورة شجعت على التحرك الرسمي لوقف الحرب.	3.6	71.8	*0.000
٣.	عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط على الحكام للتأثير على دولة الكيان عبر المسيرات والاعتصامات لوقف الحرب.	3.5	69.0	*0.000
٤.	تعتقد أن استخدام شخصيات مؤثرة عربياً إسلامياً يحرك الجمهور العربي لنصرة القضية (وجدي غنيم، يوسف القرضاوي).	4.0	79.5	*0.000
٥.	تعتقد أن مخاطبة كل دولة بالنداء للنصرة يزيد من حجم المشاهدين لهذا البلد.	3.7	74.2	*0.000
	<b>المجموع</b>	<b>3.8</b>	<b>%75.9</b>	<b>*0.000</b>

\* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

من جدول (٣٢) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (١) "تعتقد أن إدارة الصورة زادت من النصر والتأييد في الشارع العربي" يساوي 4.3 أي أن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 85.2%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني موافقة بدرجة أكبر من المتوسط من أفراد العينة، على أن إدارة الصورة زادت من النصر والتأييد في الشارع العربي.

- ويعزو الباحث ارتفاع الوزن النسبي 85.2% إلى حجم تأثير إدارة الصورة والإعلام على المشاهدين في الدول العربية وأن الشارع العربي تحرك ضد الحرب على غزة بعد أن شاهد المجازر والقصف والتدمير التي مارستها آلة الحرب الصهيونية وأن القناة كانت تبث رسائل للدول العربية كل باسمها وتاريخها وتعرض الأناشيد والصور التي تدعو للوحدة بين العرب ولنصرة الشعب الفلسطيني وعرض للشخصيات العربية المؤثرة مما يرفع المعنويات للشعوب العربية، وأول مظاهرة كانت في الأردن في اليوم الأول للحرب (٢٧/١٢/٢٠٠٨) وتلاها الكثير من الاعتصامات مثلما حدث في سوريا والجزائر ومصر والسودان وغيرها من الأقطار وأن الشارع العربي بدأ يهتم بالقضايا الخارجية التي تهم الأمة الإسلامية وعلى رأسها القضية الفلسطينية وهذا موافق لدراسة صلاح الدين (٢٠٠١) التي توصلت إلى وجود اتفاق بين أطر المعالجة الإخبارية للقضايا الخارجية: ( القضية الفلسطينية، جنوب لبنان، الحرب الروسية في الشيشان) في وسائل الإعلام ولدى الجمهور، وكما أثبتت الدراسة وجود تأثير ذي دلالة: لوسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات نحو القضايا الخارجية محل البحث والدراسة.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٣) "عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط على الحكام للتأثير على دولة الكيان عبر المسيرات والاعتصامات لوقف الحرب" يساوي 3.5 أي أن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 69.0%، وأن القيمة الاحتمالية sig تساوي  $(\alpha = 0.015)$  لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دالة  $\alpha = 0.05$  وعليه يمكن القول أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة وهي ٣) بارتفاع بسيط وقليل وهذا يعني أنه هناك موافقة من مفردات العينة أن إدارة الصورة استخدمت كوسيلة ضغط على الحكومات للتأثير على دولة الكيان عبر المسيرات والاعتصام لوقف الحرب ولكن هذا التأثير كان محدوداً نوعاً ما.

وكان للتحرك الرسمي تأثيره الفاعل خلال الحرب التي كان منها قمة قطر الطارئة وقمة الكويت الاقتصادية وكان هناك دعم لإصدار القرارات الجريئة مثل قرار موريتانيا بسحب السفير الموريتاني من دولة الكيان وطرد السفير الإسرائيلي ولا ننسى دور قطر في قطع العلاقات مع الكيان ولكن كان موقف بعض الحكومات العربية متواطئاً مع الاحتلال بسبب الاتفاقيات ومصالحه مع دوة الكيان ولأن بعض الأنظمة العربية تمنع التظاهر في بلادها ولا تسمح بحرية التعبير وإن البعض في الشارع العربي مشغول في الأعياد الوطنية مثل السعودية ومباريات الدوري مثل مصر والبعض مشغول في همومه الأمر الذي أعطى غطاء للحكام بعدم التحرك لوقف الحرب على غزة وهذا أعطى بدوره انطباعاً لدى الشارع الفلسطيني أن الحكام العرب كانوا متواطئين في الحرب على غزة وأن اهتمامات الشارع العربي لا ترقى للمستوى المطلوب حيث يتابع المشاهد العربي القنوات الترفيهية أكثر من القنوات الأخرى وهذا موافق

لدراسة العتيبي (٢٠٠٧) التي أظهرت النتائج أن قناة MBC احتلت المرتبة الأولى كأكثر القنوات التي يشاهد نشرات الأخبار فيها أفراد عينة الدراسة، تلتها قناة العربية ثم قناة دبي، ودراسة دراسة العنزي (٢٠٠٧) التي أوضحت وإن مركز تلفزيون الشرق الأوسط بقنواته ( العربية، MBC1، MBC2) جاءت في المراكز الأولى. تليها قناة الجزيرة سبورتم و(MBC1) والسعودية الرياضية، والمجد، وروتانا سينما، وروتانا خليجية، وروتانا موسيقى، والقناة السعودية الأولى، على الترتيب، وأن الشارع العربي يهتم بالمشاكل الداخلية دون القضايا الخارجية للأمة وهذا موافق لدراسة السناتي (٢٠٠٧) التي كشفت عن درجة متوسطة في مستوى المعرفة السياسية لدى أفراد الدراسة في بعدي المعرفة السياسية المحلية والدولية، بينما جاءت المعرفة السياسية العربية دون درجة المتوسط.

- وبشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال "تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي" يساوي 3.8 أي أن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٥.٩% وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي  $\alpha = 0.000$  لذلك تعتبر إدارة الصورة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.005$  مما يدل على أن هناك استجابة فوق درجة المتوسط (٣) درجة الحياد على أن تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي، و أن إدارة الصورة عملت بشكل متوسط على تشجيع التحرك الرسمي وعملت كوسيلة ضغط على الحكام للتأثير على دولة الكيان عبر المسيرات والاعتصام لوقف الحرب وأن استخدام شخصيات مؤثرة عربياً وإسلامياً يحرك الجمهور العربي لنصرة القضية (وجدي غنيم، يوسف القرضاوي) وأن مخاطبة كل دولة بالنداء للنصرة يزيد من حجم المشاهدين لهذا البلد، وعليه فأن تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي تعتبر دالة إحصائية (Sig) تساوي  $\alpha = 0.000$ .

#### ٤ - تحليل وتفسير المجال الفرعي الرابع

ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق النصر والتأييد والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي"

تم تحليل وتفسير هذا المجال من خلال فقرات مجال مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في تحقيق النصر والتأييد في الشارع العربي باستخدام المتوسط الحسابي وإذا ما كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى درجة الحياد ( الدرجة المتوسطة) وهي ٣ أم تختلف عنها ( أكبر أو أقل من الدرجة المتوسطة) كذلك تم استخدام معامل سبيرمان لمعرفة ما إذا كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية حول مستوى النصر والتأييد في الشارع الغربي لأهالي قطاع غزة خلال الحرب.

جدول (٣٣)

المتوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية (sig) لكل فقرة من فقرات المجال الفرعي الرابع " ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق والنصرة التأييد والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي "

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	Sig
.١	تعتقد أن إدارة الصورة زادت من النصر والتأييد في الشارع الغربي.	3.7	73.8	*0.000
.٢	ترى أن إدارة الصورة شجعت الشارع الغربي على التحرك الرسمي لوقف الحرب.	3.5	70.3	*0.000
.٣	عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط لدى الشارع الغربي على دولة الكيان عبر المسيرات والإعتصامات.	3.7	74.9	*0.000
.٤	عززت إدارة الصورة من الدعم المادي والعيني.	3.6	72.3	*0.000
.٥	ترى أن الصورة غيرت من الصورة الراسخة لدى الشارع الغربي بأن الفلسطيني إرهابي.	3.6	72.7	*0.000
.٦	نجحت إدارة الصورة في عرض وحشية الاحتلال لدى الشارع الغربي.	4.0	80.3	*0.000
.٧	تعتقد أن حرب غزة استطاعت أن تغير الصورة السيئة عن الشعب الفلسطيني لدى الشارع الغربي.	3.9	77.6	*0.000
	<b>المجموع</b>	<b>3.7</b>	<b>%74.5</b>	<b>.....</b>

\* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

## من جدول (٣٣) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٦) "نجحت إدارة الصورة في عرض وحشية الاحتلال لدى الشارع الغربي" يساوي 4.0 و المتوسط الحسابي النسبي يساوي 80.3%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي  $\alpha = 0.0000$  لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني موافقة بدرجة أكبر من المتوسط من مفردات العينة، نجحت إدارة الصورة في عرض وحشية الاحتلال لدى الشارع الغربي.

ويعزو الباحث ارتفاع الوزن النسبي ٨٠.٣% إلى حجم تأثير إدارة الصورة على الشارع الغربي كون قناة الأقصى تبتث من قطاع غزة وتعتبر المعبر عن لسان حال الموجودين في داخله وكان للفضائية بث مباشر على الانترنت وتعرض الفضائية للقانون الدولي وحقوق الإنسان وعرض صور الأطفال والنساء وتكثيف الفواصل باللغة الانجليزية وأن فضائية الأقصى كانت تمد الكثير من القنوات والوكالات بالصورة التي كان يلتقطها مصورها في الميدان.

- المتوسط الحسابي للفقرة (٢) " ترى أن إدارة الصورة شجعت الشارع الغربي على التحرك الرسمي لوقف الحرب" يساوي 3.5 أي أن المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٧٠.٣%، قيمة الاختبار الإشارة وأن القيمة الاحتمالية (sig) تساوي ( $\alpha = 0.015$ ) لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دالة  $\alpha = 0.05$  وعليه يمكن القول أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة وهي ٣) وهذا يعني أنه هناك موافقة على أن إدارة الصورة شجعت الشارع الغربي على التحرك الرسمي لوقف الحرب الذي أدى لضغط بعض الدول الغربية على الكيان الصهيوني لوقف الحرب بعد ٢٢ يوماً رغم أنها لم تحقق الأهداف المعلنة.

- ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى رؤية البعض أنه كان هناك تواطؤ من الدول الغربية مع الكيان الصهيوني في الحرب الأخيرة على قطاع غزة وذلك لأن الكيان استطاع عبر دبلوماسياته وعبر اللوبي الصهيوني التأثير على الرأي الغربي الرسمي وأن الحرب قامت للدفاع عن أمن "إسرائيل" ضد صواريخ المقاومة وهناك عامل آخر هو الصمت العربي المطبق الأمر الذي أسهم في السكوت على المجازر التي قام بها الكيان الصهيوني فقد شاهد العالم المسيرات التي خرجت في معظم أنحاء العالم مثل المسيرة الشهيرة في لندن التي شارك فيها أكثر من ٢٥٠ ألف متضامن مع القضية الفلسطينية.

- وبشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال " تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي" يساوي 3.7 أي أن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 74.5% قيمة اختيار الإشارة وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي  $\alpha=0.00$  لذلك تعتبر إدارة الصورة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha=0.05$  مما يدل على أن هناك استجابة فوق درجة المتوسط (3) درجة الحياد له على أن إدارة الصورة أثرت على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي للقضية الفلسطينية وتغيير صورة الكيان الصهيوني لدى الشارع الغربي كان لفضائية الأقصى الدور الكبير في بث الصور للعالم الغربي حيث كانت الفضائية توزع الصور التي يتم تصويرها من قبل الفضائية على الفضائيات العربية والدولية ووكالات الأنباء مثل رويترز والجزيرة والعربية وقامت الفضائية بعمل لقاءات مع الشخصيات الأوروبية والعربية من أوروبا كون الكثير من الدول الأوروبية كان يشاهد الفضائية في أوروبا على القمر الصناعي هوت بيرد، وبدأ الشارع الغربي بدأ يغير النظرة تجاه الكيان الصهيوني والعرب على حد سواء.

فالكيان كان يتخذ المحرقة ذريعة لما تعرض له اليهود من في العالم الغربي وأن أي شخصية أو هيئة تتكلم عن الكيان الصهيوني تعدّ معادية للسامية وذلك للتأثير الكبير الذي تمارسه المجموعات الضاغطة واللوبي الصهيوني على الرأي الغربي الذي بدأ يمل هذه الرواية بعد أن اطلع على حجم المجازر والقصف والاعتقال للمنازل الآمنة ورأى وحشية المحتل الذي لم ينبج منه المتضامنون الأجانب ولم تكن أولهم راشيل كوري عندما داستها جرافة صهيونية وعلى الجانب الآخر بدأت صورة الفلسطيني الإرهابي تتغير إلى أنه صاحب الأرض والدار أيضاً هناك إدراك وتفهم في الشوارع الغربية بعد انتشار وسائل الإعلام العالمية وخاصة الفضائيات بما ارتكبه العدو من جرائم ومجازر بحق الفلسطينيين حسب دراسة كروزني (1987) التي توصلت إلى أن هناك علاقة طردية بين الإدراك السياسي ووسائل الإعلام ودراسة كورزني وأن العالم الغربي بدأ يدرك أن الحكومات تمارس عليه تضليلاً كبيراً وأصبحت المعرفة لديه عبر وسائل الإعلام أكثر من البيانات الرئاسية وهذا موافق لدراسة هالبرن (1994) ودراسة كلنر (1995) التي توصلت إلى أن مجتمع العينة يعتمد بشكل أساسي على وسائل الإعلام في إدراكه وتفهمه للأمر السياسية للسلطة السياسية. ودراسة جيمس (2002) التي أوضح فيها أن الزيادة في التعرض لوسائل الإعلام تزيد من الدافعية السياسية ومن خلال النتائج يتضح أن إدارة الصورة استطاعت أن تعمل على زيادة النصر والتأييد في الشارع الغربي، و شجعت الشارع الغربي على التحرك الرسمي لوقف الحرب، وعمل كوسيلة ضغط لدى الشارع الغربي على دولة الكيان عبر المسيرات والإعتصامات، وعززت من الدعم المادي والعيني، و غيرت من الصورة الراسخة



لدى الشارع الغربي بأن الفلسطيني إرهابي، واستطاعت أن تغير الصورة السيئة عن الشعب الفلسطيني لدى الشارع الغربي بوزن نسبي 74.546% وبذلك يمكن القول أن إدارة الصورة استطاعت أن تؤثر على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي عند دالة إحصائية  $\alpha = 0.05$ .

#### ٥- تحليل وتفسير المجال الفرعي الخامس

ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق الضغط الذي يمارسه المجتمع الصهيوني على حكومته من أجل وقف الحرب" تم تحليل وتفسير هذا المجال من خلال فقرات مجال مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في تحقيق النصر والتأييد في الشارع العربي باستخدام المتوسط الحسابي وإذا ما كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى درجة الحياد ( الدرجة المتوسطة) وهي ٣ أم تختلف عنها ( أكبر أو أقل من الدرجة المتوسطة) كذلك تم استخدام معامل سبيرمان لمعرفة ما إذا كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية حول حجم الضغط الذي يلعبه المجتمع الصهيوني لوقف الحرب.

جدول (٣٤)

المتوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية (sig) لكل فقرة من فقرات المجال الفرعي الخامس" مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق الضغط الذي يمارسه المجتمع الصهيوني على حكومته من أجل وقف الحرب "

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	Sig
١.	عززت إدارة الصورة استشعار المجتمع الصهيوني مدى الخطورة التي تواجه أبناءهم.	3.5	71.0	*0.000
٢.	حثت إدارة الصورة المجتمع الصهيوني على الضغط على حكومته لوقف الحرب.	2.9	58.9	0.318
٣.	شككت إدارة الصورة في قدرة جيش الاحتلال على تحقيق أهدافه لدى المجتمع الصهيوني.	3.5	69.7	*0.000
٤.	أظهرت إدارة الصورة الجندي الإسرائيلي بأن مصيره الموت المحقق.	3.2	63.6	0.0991
٥.	أشعرت إدارة الصورة المجتمع الصهيوني أن جيش الاحتلال يستهدف المدنيين والفلسطينيين	3.9	78.4	*0.000

			وليس فقط المقاومين.	
*0.004	67.0	3.4	أسهمت إدارة الصورة في بث روح الهزيمة والخوف لدى الجندي الصهيوني.	.٦
*0.011	54.1	2.7	تسهم إدارة الصورة في عدم إقدام الاحتلال الصهيوني على حرب المستقبل.	.٧
*0.000	73.2	3.7	تعتقد أن الصورة الموجهة باللغة العبرية تؤثر سلباً على المجتمع الصهيوني.	.٨
*0.000	%66.9	3.3	المجموع	

• المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

### من جدول ( ٣٤ ) يمكن استخلاص ما يلي:

- أن المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٥) "أوضحت إدارة الصورة المجتمع الصهيوني أن جيش الاحتلال يستهدف المدنيين والفلسطينيين وليس فقط المقاومين" يساوي 3.9 و المتوسط الحسابي النسبي يساوي 78.4%، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي ٠.٠٠٠٠ لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول بأن متوسط درجة الاستجابة للفقرة زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة ٣) وهذا يعني أن مفردات العينة وافقوا بدرجة كبيرة على أن إدارة الصورة عززت الصمود خلال أيام الحرب على قطاع غزة.

ويعزو الباحث ارتفاع الوزن النسبي إلى حجم تأثير إدارة الصورة على المجتمع الصهيوني بعد أن شاهد أن الصورة التي تأتي من داخل القطاع من دمار للمنازل والمساجد والمستشفيات وبعد أن شاهد دماء الأطفال والنساء وأثلاثهم.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٨) "تعتقد أن الصورة الموجهة باللغة العبرية تؤثر سلباً على المجتمع الصهيوني" يساوي 3.7 والمتوسط الحسابي النسبي يساوي 73.2%، وأن القيمة الاحتمالية sig تساوي (٠.00) لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد قل عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة وهي ٣) وهذا يعني أنه هناك موافقة على أن الصورة الموجهة باللغة العبرية تؤثر سلباً على المجتمع الصهيوني دالة إحصائية.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى حجم التأثير الكبير للإعلام الفلسطيني الذي بث باللغة العبرية فالجميع يعرف أن الإعلام الفلسطيني متابع من قبل النخب الفكرية في الكيان الصهيوني يوماً بيوم ولعل الفواصل التي كانت تبثها فضائية الأقصى قبل وخلال الحرب باللغة العبرية كان

لها الأثر الكبير على القرار الصهيوني المتابع للإعلام الفلسطيني عامة وفضائية الأقصى خاصة وكان الإعلام الصهيوني يقوم بالتعليق على المواد التي تبث على قناة الأقصى وفقاً لمقابلة (أبو محسن).

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٢) " حثت إدارة الصورة المجتمع الصهيوني على الضغط على حكومته لوقف الحرب" يساوي ٢.٩ و المتوسط الحسابي النسبي يساوي ٥٨.٩ % وأن القيمة الاحتمالية sig تساوي (0.318) لذلك تعتبر هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى دالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد قل عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة وهي ٣) وهذا يعني أنه هناك عدم موافقة حثت إدارة الصورة المجتمع الصهيوني على الضغط على حكومته لوقف الحرب.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن المجتمع الصهيوني خلال الحرب الأخيرة على غزة أن المجتمع الصهيوني لا يشاهد القنوات العربية وأن أفراد العينة لم يستطيعوا أن يعبروا بصورة صحيحة.

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٤) "أظهرت إدارة الصورة الجندي الإسرائيلي بأن مصيره الموت المحقق" يساوي ٣.٢ والمتوسط الحسابي النسبي يساوي ٦٣.٦ % وأن القيمة الاحتمالية sig تساوي (0.099) لذلك تعتبر هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى دالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة وهي ٣) بدرجة بسيطة وهذا يعني أنه هناك عدم موافقة على أن إدارة الصورة أظهرت الجندي الإسرائيلي بأن مصيره الموت المحقق.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن الصور التي يشاهدها المجتمع الصهيوني هي التي تنقل له عبر الإعلام الصهيوني العسكري الذي كان مرافقاً للجيش وأن المؤسسة العسكرية كانت تفرض تعتيماً إعلامياً على مجريات الأحداث، غير أن بعض الصور كانت تأتي للقنوات الصهيونية من القنوات العربية التي منها قناة الأقصى

- المتوسط الحسابي للفقرة رقم (٧) " أسهمت إدارة الصورة في عدم إقدام الاحتلال الصهيوني على حرب المستقبل" يساوي 2.7 والمتوسط الحسابي النسبي يساوي 54.1 %، وأن القيمة الاحتمالية sig تساوي (0.011) لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد قل عن درجة الحياد (الدرجة المتوسطة وهي ٣) وهذا يعني أنه هناك عدم موافقة على أن إدارة الصورة أسهمت في عدم إقدام الاحتلال الصهيوني على حرب المستقبل.

- ويعزو الباحث إلى أن هذه النتيجة جاءت لتشير إلى أن الجيش الصهيوني صور نفسه على أنه انتصر على الإرهابيين وأقنع المجتمع الصهيوني بنجاح الحرب على غزة بمنع إطلاق الصواريخ من القطاع ، والمعروف أن دولة الاحتلال تعيش على الحروب وحتى بعد الحرب على غزة ما زلنا نسمع بين الفينة والأخرى أن هناك طوبولا للحرب تفرع تارة على إيران وأخرى على حزب الله وثالثة على غزة وذلك لزعة المنطقة والعمل على بث الرعب في الدول العربية، وبالرغم من هذه النتيجة إلا أن الباحث يعتقد أن الاحتلال لن يقدم على مغامرات جديدة في الفترة القريبة نظرا إلى تقرير غولدستون وما احتواه من جرائم حرب صهيونية تتهم الكيان بالمجازر الإنسانية الأمر الذي توجب الشارع العربي والغربي مثل ما حدث في قضية أسطول الحرية ومن ناحية أخرى ينظر هنا إلى حجم التضليل الإعلامي الذي يمارسه الكيان الصهيوني على المجتمع وهذا يوافق ما جاء في دراسة محسن (٢٠٠٩) التي خلصت إلى أن الاحتلال قام بشن حملة فكرية من الدرجة الأولى على الخصوم، تؤدي لتجاوز مرحلة الدعاية، التي تعتمد على الإثارة والتحريض، واستغلال الحقائق لتضليل الواقع، إلى تحطيم قدرة الفرد والمجتمع على مواصلة المقاومة.

- وبشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال يساوي 3.3 أي أن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 66.9% وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي 0.00  $\alpha =$  لذلك تعتبر إدارة الصورة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$  مما يدل على أن هناك استجابة فوق درجة المتوسط (3) درجة الحياد له أن إدارة الصورة أثرت على حجم الضغط الذي يمارسه المجتمع الصهيوني على حكومته من أجل وقف الحرب بدرجة متوسطة، حيث يتضح أن إدارة الصورة استطاعت أن تعمل على إشعار المجتمع الصهيوني مدى الخطورة التي تواجه أبناءهم، وحثت المجتمع الصهيوني للضغط على حكومته لوقف الحرب، وشككت في قدرة جيش الاحتلال على تحقيق أهدافه لدى المجتمع الصهيوني، ولم تستطع الصورة في إظهار أن الجندي مصيره الموت المحقق ، وأشعرت المجتمع الصهيوني أن جيشه يستهدف المدنيين والفلسطينيين وليس فقط المقاومين، ولم تسهم في عدم إقدام الاحتلال الصهيوني على حرب المستقبل و أن الصورة الموجهة باللغة العبرية تؤثر سلباً على المجتمع الصهيوني.

وبذلك يمكن القول بأن إدارة الصورة استطاعت أن تؤثر على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة عند دالة إحصائية  $\alpha = 0.05$ .

### تحليل جميع فقرات المجال الثالث:

" مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين "

تم تحليل هذا المجال من خلال جميع فقرات الاستبانة الثانية وتم استخدام اختبار الإشارة لمعرفة ما إذا كانت متوسط جميع فقرات الاستبانة معا قد وصل إلى درجة الموافقة المتوسطة وهي ٣ أم لا النتائج موضحة في جدول (٣٣)

جدول ( ٣٥ )

المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (sig.) لجميع فقرات الاستبانة

الفقرة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	القيمة الاحتمالية (sig)
جميع فقرات مجال المجال	٣.٧	%74	*.٠٠٠٠

\*المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

من جدول (٣٥) يمكن استخلاص ما يلي:

أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال يساوي ٣.٧ و المتوسط الحسابي النسبي يساوي %74 وأن القيمة الاحتمالية sig تساوي 0.000 لذلك تعتبر جميع فقرات المجال دالة إحصائياً عند مستوى دالة  $\alpha = ٠.٠٥$  وعليه يمكن القول أن متوسط درجة الاستجابة لجميع فقرات المجال قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي ٣ وهذا يعني أنه هناك موافقة من قبل أفراد العينة على أن إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى نجحت في تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب.

## اختبار الفرضية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين تعزى إلى العوامل الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة) .

أولاً: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين تعزى إلى الجنس

### جدول (٣٦)

#### نتائج الفرضية الثانية - حسب الجنس

القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	الفرضية
*0.025	203	تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.
0.07٤	225	تأثير إدارة الصورة على حجم النصر والتأييد والضغط على دولة الاحتلال في أراضي الـ٤٨.
0.13٨	243	تأثير إدارة الصورة على حجم النصر و التأييد والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع
0.054	215	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي.
0.1٧	255.5	تأثير إدارة الصورة على حجم الضغط الذي يمارسه المجتمع الصهيوني على حكومته من أجل وقف الحرب.
*0.01٥	206.5	جميع مجالات الاستبانة معاً

• الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$  .

يوضح جدول (٣٦) أنه باستخدام اختبار "مان - وتي" تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) للمجال الكلي للاستبانة كانت أقل من مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$  ومن ثم فإنه يمكن قبول الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة حول هذه الفرضيات تعزى إلى الجنس.

ويعزو الباحث هذه النتيجة كون أن معظم العاملين في الحرب من الذكور ومطلعين على الوضع الميداني للحرب أكثر من الإناث و أنه كان يتعذر على الإناث الخروج خلال الحرب نظرا للأحداث المتكررة وتدهور الوضع الأمني فكان الكثير من المراسلات يبقين في المكاتب خوفا على حياتهم وأن الذكور أكثر وعيا بالأمور الميدانية والسياسية وذلك موافقا لدراسة يوسف (١٩٩٦). التي أفادت أن الذكور أكثر وعيا في الأمور السياسية من الإناث

جدول (٣٧) يبين متوسطات الرتب لإجابات أفراد العينة حول تأثير إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في تحقيق أهدافه من وجهة نظر الإعلاميين تعزى إلى الجنس.

جدول (٣٧)

متوسطات رتب الفرضية الثانية حسب الجنس

متوسط الرتبة		الفرضية
أنثى	ذى	
24.45	40.33	تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.
28.00	38.43	تأثير إدارة الصورة على حجم النصر والتأييد والضغط على دولة الاحتلال في أراضي ال٤٨.
29.85	37.57	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي.
27.00	38.59	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي.
31.05	37.94	تأثير إدارة الصورة على حجم الضغط الذي يمارسه المجتمع الصهيوني على حكومته من اجل وقف الحرب.
24.77	40.27	جميع مجالات الاستبانة معاً

من خلال نتائج الاختبار الموضحة في جدول (٣٧) تبين أن متوسط الرتبة لإجابات أفراد العينة (الذكور) أكبر من (الإناث) وذلك لجميع مجالات العينة وهذا يعني درجة الموافقة حول تأثير إدارة الصور على مستوى الصمود والثبات كانت للذكور أكبر من الإناث لأن الذكور لديهم خبرة في أرض الميدان وعاشوا مع الناس في الحرب وكانوا أكثر تنقلاً من الإناث.

ثانياً: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين تعزى إلى العمر

جدول (٣٨)

نتائج الفرضية الثانية- العمر

القيمة الاحتمالية (.Sig)	درجات الحرية	قيمة الاختبار	الفرضية
0.277	2	1.181	تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.
0.27	2	1.231	تأثير إدارة الصورة على حجم النصر والتأييد والضغط على دولة الاحتلال في أراضي ثمانية وأربعين.
0.26٣	2	1.289	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي.
0.265	2	1.271	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي.
0.197	2	1.864	تأثير إدارة الصورة على حجم الضغط الذي يمارسه المجتمع الصهيوني على حكومته من أجل وقف الحرب.
0.22٢	2	1.629	جميع مجالات الاستبانة معاً

يوضح جدول (٣٨) يتضح أنه باستخدام كروسكال- والاس " تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) لمجالات الدراسة تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) كانت أكبر من مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$  ومن ثم فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاستجابة حول تقييم و تأثير إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في تحقيق أهدافه من وجهة نظر الإعلاميين تعزى إلى العمر.



ويعزو الباحث ذلك أن أفراد العينة منفقون بجميع الأعمار على أن إدارة الصورة تؤثر في مستوى الصمود والثبات والنصرة والتأييد والضغط على الاحتلال خلال الحرب لأن الجميع كان مشاركا في الحرب سواء الصغار أم الكبار.

ثالثا: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين تعزى للمؤهل العلمي.

جدول ( ٣٩ )

نتائج الفرضية الثانية- حسب المؤهل العلمي

القيمة الاحتمالية (.Sig)	درجات الحرية	قيمة الاختبار	المجال
0.4٧٠	3	0.404	تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.
0.089	3	4.919	تأثير إدارة الصورة على حجم النصر والتأييد والضغط على دولة الاحتلال في أراضي ثمانية وأربعين.
0.264	3	3.979	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي.
0.139	3	3.856	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي.
0.2٣٠	3	1.881	تأثير إدارة الصورة على حجم الضغط الذي يمارسه المجتمع الصهيوني على حكومته من أجل وقف الحرب.
0.340	3	1.540	جميع مجالات الاستبانة معاً

يوضح جدول (39) يتضح أنه باستخدام كروسكال- والاس " تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) لمجالات الدراسة تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) كانت أكبر من مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$  ومن ثم فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاستجابة حول تقييم و تأثير إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في تحقيق أهدافه من وجهة نظر الإعلاميين إلى المؤهل العلمي.

رابعاً: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين تعزى للخبرة .

جدول (٤٠)

نتائج الفرضية الثانية- حسب الخبرة

القيمة الاحتمالية (.Sig)	درجات الحرية	قيمة الاختبار	الفرضية
0.337	2	0.788	تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.
0.339	2	0.776	تأثير إدارة الصورة على حجم النصر والتأييد والضغط على دولة الاحتلال في أراضي الـ٤٨.
0.47١	2	0.122	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي.
0.499	2	0.003	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع العربي.
*0.01٢	2	7.574	تأثير إدارة الصورة على حجم الضغط الذي يمارسه المجتمع الصهيوني على حكومته من أجل وقف الحرب.
0.335	2	0.802	جميع مجالات الاستبانة معاً

\*الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$  .

يوضح جدول (40) يتضح أنه باستخدام كروسكال- والاس " تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) لمجالات الدراسة تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) كانت أكبر من مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$  ومن ثم فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابة حول تأثير إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في تحقيق أهدافه من وجهة نظر الإعلاميين تُعزى إلى الخبرة.

## الفصل السادس

أولاً: النتائج

ثانياً: التوصيات

ثالثاً: الدراسات المقترحة

## أولاً: النتائج:-

بعد تحليل وتفسير مجالات الدراسة واختبار الفرضيات تم التوصل إلى النتائج التالية:

### ١- النتائج المتعلقة بالمجال الأول

" مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إعداد الخطط والأهداف العامة من وجهة نظر الإدارة العليا والوسطى زمن الحرب"

حيث وضحت أن إدارة قناة الأقصى حققت أهدافها باستمرار البث رغم القصف وذلك بإعداد الخطط البديلة للحرب والأماكن البديلة وتنظيم سير العمل وتوزيع الفرق في الميدان ومتابعة الأحداث والتفاعل الميداني ومراقبة الصورة باستمرار خلال فترة الحرب.

### ٢- النتائج المتعلقة بالمجال الثاني:

" مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية زمن الحرب من وجهة نظر العاملين في القناة" حيث كانت النسبة ٧٦.٣% وبمتوسط حسابي

٣.٨

حيث أن إدارة قناة الأقصى نجحت في توفير الترددات البديلة بسرعة التغلب على الاختراق وتوفير أجهزة ومعدات للعمل في أرض الميدان وإعداد البرامج ونشرات الأخبار خلال الحرب رغم صعوبة التواصل والتغلب بشكل كامل على مشكلة نقص الوقود والكهرباء و من عمل اللقاءات مع شخصيات هامة أو سياسية ونجحت في المتابعة الميدانية و التي كانت محفزاً على مواصلة التغطية وأن تستطيع الفضائية الصمود لو استمرت الحرب فترة أطول ونجحت في توفير الأناشيد والفواصل منذ اللحظة الأولى وأن تحقق استمرارية في بثها رغم القصف للمقرات، وحققت التواصل بين الدوائر والموظفين ووفرت الوسائل اللازمة للوصول للخبر ووزعت المهام بشكل جيد ومتكافئ خلال الحرب والمحافظة على الكادر البشري ووفرت البديل بخصائص تتوافق مع ظروف الحرب، والتوجيه من قبل الفضائية للموظفين لحظياً وسريعاً وبناءً وتستطيع الفضائية مواجهة حرب قادمة بكفاءة أعلى من الحرب السابقة واستطاعت الفضائية من تفعيل الإمكانيات البشرية وكان هناك تفويض للمسئوليات بشكل جيد من الفضائية ووفرت رواتب للموظفين بصورة مرضية ووفرت الفضائية الدعم اللوجستي بشكل مرضي وقسمت الموظفين إلى نظام دوريات فاعل في المحافظة على حياتهم وكان هناك رضا عن أداء الفضائية خلال الحرب وحلت الإشكالات والعقبات التي واجهتها و على إطلاع بتفاصيل العمل أثناء الحرب وقامت بعمليات تموينه لإخفاء أجهزة البث وحركة الموظفين.

- أن إدارة قناة الأقصى الفضائية استطاعت توفير أكثر من وسيلة للمواصلات ولكن بصورة غير مرضية.
- كان استخدام أنواع التكنولوجيا الحديثة في الاتصالات بشكل غير كاف.
- كان توفير البرامج التسجيلية من قبل إدارة القناة خلال الحرب دون المستوى المطلوب.
- لم تستطع الفضائية استخدام أماكن مركزية تمكنها من متابعة كافة مناطق قطاع غزة.
- لم تستطع التغلب على مشكلة تقسيم القطاع إلى ثلاث مناطق (رفح، الوسطى، غزة).
- رغم أن الفضائية كانت قد أعدت خطط عديدة إلا أنها لم تقم بنجاح كاف بتنفيذ الخطط المعدة مسبقاً.
- التواصل بين إدارة الفضائية والموظفين لم يكن بالشكل المطلوب.
- كانت قرارات إدارة الفضائية غير شورية في كثير من الأحيان.

### ٣- النتائج المتعلقة بالمجال الثالث (تحقيق الأهداف):

" نجحت إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين" حيث كانت النسبة 74% وبمتوسط حسابي ٣.٧ وكانت على خمسة أهداف:

٣.١: "نجحت إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة" بمتوسط حسابي ٣.٨ وكانت النسبة ٧٦.٨

حيث بينت الدراسة أن إدارة قناة الأقصى (إدارة الصورة)

- أن استطاعت أن تعزز الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة
- عملت على تحفيز المقاومين في الميدان و أشاعت التكافل في المجتمع الفلسطيني.
- استطاعت رفع معنويات أهل القطاع بصورة جيدة نظرا لحجم الدمار والدماء والأشلاء التي كانت تبتث على الشاشة.
- كانت عملية الإرشاد جيدة لكنها تحتاج إلى توعية أكبر من قبل القناة.
- صور الاستشهاديات أسهمت في تعزيز الصمود والثبات لكن هنالك بعض التحفظات على الهدف المرجو منها.

٣.٢ : "تجحت إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق النصر والتأييد في الداخل

ال١٩٤٨" بمتوسط حسابي ٤.١ وكانت النسبة ٨١.٢ %

حيث أن إدارة الصورة :

- زادت من النصر والتأييد لأهالي قطاع غزة في الشارع العربي في الداخل ال٤٨
- نجحت في عرض الصورة الحقيقية للاحتلال الصهيوني بوحشيته وسمعته
- شجعت على التحرك الرسمي المتمثلة بمؤسسات المجتمع المدني لوقف الحرب وعززت الدعم المالي والعيني.
- كان هناك تحرك في الشارع العربي في الداخل ال ١٩٤٨ للقيام بدوره لوقف الحرب لكنه دون المستوى المطلوب.
- كانت إدارة الصورة بحاجة لوسائل أخرى تساعد في الضغط على الشارع العربي في الداخل ال١٩٤٨ للخروج بالمسيرات.

٣.٣ : "تجحت إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق النصر والتأييد في

الشارع العربي" بمتوسط حسابي ٣.٨ وكانت النسبة ٧٥.٩ %

حيث أن إدارة الصورة :

- زادت من النصر والتأييد في الشارع العربي
- استطاعت استخدام شخصيات مؤثرة عربياً إسلامياً يحرك الجمهور العربي لنصرة القضية
- أن إدارة الصورة استطاعت تشجيع الشارع العربي على التحرك الرسمي لوقف الحرب ولكن بشكل غير فعال.

٣.٤: نجحت إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق النصر والتأييد في الشارع الغربي " بمتوسط حسابي ٣.٧ وكانت النسبة ٧٤.٥% "

حيث أن إدارة الصورة:

- زادت من النصر والتأييد في الشارع الغربي
- عملت كوسيلة ضغط لدى الشارع الغربي على دولة الكيان لوقف الحرب وعرض وحشية الاحتلال لدى الشارع الغربي
- غيرت الصورة السيئة عن الشعب الفلسطيني لدى الشارع الغربي.
- عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط على الحكومات الغربية للتأثير على دولة الكيان لوقف الحرب لكن يحتاج إلى تعزيز.
- التحرك الشعبي كان جيدا في الشارع الغربي لكنه دون المطلوب .

٣.٥: "نجحت إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق والضغط على المجتمع الصهيوني لوقف الحرب" بمتوسط حسابي ٣.٣ وكانت النسبة ٦٦.٩%  
حيث أن :

- الصورة الموجهة باللغة العبرية أثرت سلباً على النخب الفكرية في المجتمع الصهيوني
- شككت في قدرة جيش الاحتلال على تحقيق أهدافه لدى المجتمع الصهيوني.
- لم تسهم بصورة كبيرة على منع إقدام الاحتلال الصهيوني من شن حرب جديدة على قطاع غزة على حرب المستقبل.
- لم تحث المجتمع الصهيوني على الضغط على حكومته لوقف الحرب.
- لم تستطع أن تظهر بأن مصير الجندي الإسرائيلي الموت المحقق.
- شعور المجتمع الصهيوني بمدى الخطورة التي تواجه أبناءهم في قطاع غزة لم تكن بالشكل المطلوب.

ثانيا:التوصيات :

توصيات المجال الأول:

"مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إعداد الخطط والأهداف العامة من وجهة نظر الإدارة العليا والوسطى زمن الحرب"

• الإعداد الجيد في الخطط المناسبة لإدارة الحرب والأزمات ونشرها على المعنيين في الفضائية كل حسب تخصصه.

• العمل على وضع أهداف جديدة للتعامل مع حرب قادمة.

توصيات المجال الثاني:

"مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى في إدارة الإمكانيات البشرية والمادية زمن الحرب من وجهة نظر العاملين في القناة"

١- حل مشكلة الاتصالات وعدم الاعتماد على الوسائل التقليدية والمحلية وابتكار الحلول المستقبلية للتعامل مع عملية التواصل بين الموظفين والإدارة العليا.

٢- العمل السريع على عمل بدائل داخلية وخارجية للفضائية وعمل مقرات سرية في المناطق الثلاث ( رفح وخانيونس والوسطى).

٣- النظر في مشكلة انقطاع الكهرباء المتواصل في الحرب بشراء مولدات كبيرة وصغيرة وشراء وقود كافي وتخزينه في أماكن سرية حتى لا يتم استهدافه من قبل الجيش الصهيوني.

٤- تجهيز مواد ( برامج وأناشيد وفواصل) خاصة بالحرب منسوخة في أماكن متعددة لتكون جاهزة للبث.

٥- التنسيق المسبق مع الشخصيات المهمة بعمل لقاءات معها والتنسيق مع شركات الحجز الفضائي.

٦- وعمل مناورات وعمليات تدريب للموظفين في حالة نشوب حرب في المستقبل.

٧- تعزيز العلاقة بين الإدارة العليا والوسطى مع الموظفين قبل الحرب حتى تكون هناك دافعية للعمل لدى الموظفين.

٨- على القناة عمل خطة لإدارة الموظفين والاستفادة من الكادر البشري وتوزيعه توزيعا صحيحا.

٩- العمل على وضع سياسات واضحة ومعروفة لجميع الموظفين لتكون الرؤية واضحة لديهم.

١٠- وضع آليات للمتابعة في الميدان لحل المشاكل التي قد تحدث في العمل.



١١- عمل هيكل تنظيمي للعمل أثناء الحرب ليسهل على الموظفين فهم مسؤولياتهم وواجباتهم.

١٢- عمل آليات للمراقبة من قبل الفضائية لمتابع المهام ومراقبة الشاشة وما يعرض للجمهور.

### توصيات المجال الثالث:

"تجحت إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الداخل الـ١٩٤٨ والشارع العربي والغربي والضغط على المجتمع الصهيوني خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين

١. البعد عن مشاهد الدماء والأشلاء قدر المستطاع والبحث عن آليات جديدة لعرض المواد التي تبث عبر الفضائية لتعزيز مفهوم الصمود والثبات.
٢. تعزيز مفهوم التكافل بين المجتمع الفلسطيني عبر برامج موجهة.
٣. تفعيل البرامج التوجيهية والإرشادية للمجتمع العربي لمناصرة القضية وتعريف كل مجتمع بالدور الملقى عليه.
٤. زيادة البرامج باللغة الانجليزية عبر الفضائية.
٥. مراعاة فروق الأوقات بين فلسطين الدول التي تصل إليها القناة.
٦. توسعة بث القناة ليصل إلى المجتمعات الأوربية بجميع مكوناتها.
٧. العمل على فتح موقع الكتروني على الإنترنت يبيث مباشرة للعالم الغربي.
٨. العمل على فتح فضائية باللغة العبرية توجه نحو المجتمع الصهيوني.
٩. فتح مواقع على الانترنت باللغة العبرية تبث مباشرة نحو المجتمع الصهيوني.
١٠. تكثيف الخطاب نحو المجتمع الصهيوني عبر الفواصل والبرامج المباشرة.
١١. استخدام الإثارة والتشويق في عرض المواد التي تخص المجتمع الصهيوني.

### توصيات عامة:

- تفعيل البرامج المشتركة عبر قنوات الإعلام العربي عامة وقنوات الإعلام المقاوم خاصة
- عمل اتفاقيات بين القنوات بحيث يتم فتح الاستديوهات للقنوات التي تضرر بسبب مواقفها الداعمة للمقاومة .

### ثالثاً: الدراسات المقترحة:-

- ١- إدارة الإعلام المقاوم زمن الحرب التجربة الفلسطينية والتجربة اللبنانية دراسة مقارنة.
- ٢- إدارة الإعلام الإسرائيلي زمن الحرب دراسة تحليلية.
- ٣- إدارة الإعلام الإسرائيلي والإعلام الفلسطيني المقاوم دراسة مقارنة.
- ٤- إدارة الأفراد في المؤسسات الإعلامية في ضوء معايير الجودة الشاملة.
- ٥- قياس الرضا الوظيفي لدى الأفراد في المؤسسات الإعلامية.
- ٦- أثر التدريب على معدل الإنتاج في المؤسسات الإعلامية.

## قائمة المراجع

المراجع العربية:

- إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، دار الفطر العربي، ط ٢، ٢٠٠٧، ص ٧١-٨٦
- إسماعيل، أحمد: "الدعاية والحرب النفسية" أحمد إسماعيل، الطبعة الأولى، ١٩٩٨ م (ص ٥٦)
- إسكندر الديك ومحمد مصطفى الأسعد: دور الاتصال والإعلام في التنمية الشاملة، بحث نظري وميداني، ط ١، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ١٩٩٣، ص ٥٩
- ابن فارس (أبو الحسين احمد): معجم مقاييس اللغة، ج ٤، ط ٣، تحقيق عبد السلام هارون، مكتبة الخانجي، القاهرة، ١٩٨١، ص ١٠٩.
- ابن منظور "جمال بن محمد": لسان العرب: مادة علم، ج ٢، مرجع سابق، ص ٤١٨.
- ابن منظور، لسان العرب، مادة علم، (ج ٢٤)، دار المعارف، لبنان، ١١١٩م، ص ٣٠٨٣.
- أبو الكشك، محمد نايف (٢٠٠٦): الإدارة المدرسية المعاصرة، ط ١، دار جرير للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية.
- أبو جاموس، سليمان (١٩٩٢): مبادئ الإدارة. نابلس، جامعة النجاح الوطنية.
- أبو شنب، حسين: الإذاعات ومطبات التلفزة الفلسطينية الخاصة، ومستقبل الإعلام في مجلة الدراسات الإعلامية العدد ١٠١، أكتوبر ص ٦٩.
- أبو شنب، حسين: الإعلام الفلسطيني ص ٨٨ دار الجيل للنشر، ط ٢ عمان ٢٠٠١م

- **أبو صلاح، علاء أحمد:** "إدارة الأزمات والتخطيط بما قد لا يحدث" القاهرة ٢٠٠٤ الناشر/ مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك).
- **أحمد، محمد عبد القادر:** دور الإعلام في التنمية ، دار الرشيد للنشر ، منشورات وزارة الثقافة والإعلام ، بغداد ١٩٨٢م ، ص ٢٧.
- **أسعد، منى:** التشريعات الصحافية الفلسطينية من العهد العثماني إلى الاحتلال الإسرائيلي في مجلة صامد الاقتصادي العدد تشرين- كانون أول/١٩٩٥ ص ١٧-١٨)
- **أمام، إبراهيم:** الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتب الانكلو المصرية ط ٣، ١٩٨٤، ص ١١.
- **الأعرجي ودقاسة** بعنوان: " إدارة الأزمات، دراسة ميدانية لمدى توافر عناصر الأزمات من جهة نظر العاملين في الوظائف الإشرافية في أمانة عمان الكبرى
- **الأغا، رياض، والأغا، نهضة ( ١٩٩٦ ) :** الإدارة التروية أصولها ونظرياتها
- **البرنيه، إباد محمد سليم (٢٠٠٨)** استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية"- رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة ، جامعة عين شمس.
- **البستان، أحمد وآخرون (٢٠٠١):** الإدارة والإشراف النظرية والبحث والممارسة - مكتبة الفلاح.
- **البكري ، طارق:** مجلات الأطفال ودورها في بناء الشخصية الإسلامية ، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام الازعزي، ١٩٩٩ ، ص ٩١
- **التهامي، مختار :** الرأي العام والحرب النفسية" مختار التهامي، دار المعارف، ١٩٨٢ م، (ص ١٤٤)
- **الجرباوي، علي بسام:** الانتفاضة والقيادات السياسية في الضفة الغربية وقطاع غزة ، بحث في النخبة السياسية ، ط ١ ، دار الطليعة للطباعة والنشر ، بيروت ١٩٨٩م ، ص ٦٧ وما بعدها .

- الجيوسي ، محمد رسلان وجميلة جاد الله (٢٠٠٨) : الإدارة علم وتطبيق، دار الميسرة، عمان، ط ٣، ص ٢٠
- الحديدي، منى سعيد وعلي، سلوى إمام(٢٠٠٤م). الإعلام والمجتمع، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الخطيب، محمود أحمد: الادارة الحديثة إدارة المؤسسات الموجة الرابعة(القاهرة، الاسراء للطباعة،٢٠٠٥،ص ١٠ ص ٩٧ وتطبيقاتها الحديثة. غزة ، مطبعة منصور.
- الخولي، لطفى:الانتفاضة والدولة الفلسطينية ، ط ١ ، مركز الأهرام للترجمة والنشر ١٩٨٨م، ص ٢٣٠ مابعدا حدث يوم : ٣٠ / ١٠ / ١٩٩١م . انظر : أيام فلسطينية في القرن العشرين ، ط ١، المركز القومي للدراسات والتوثيق ١٩٩٩م ، ج ١٠ ، ص ٧٩ - ٨٢.
- الدباغ، مصطفى مراد: بلادنا فلسطين ،الجزء الأول ،القسم الأول ، إصدار دار الهدى ، كفر قر ، ط ١٩٩١ م ، ص ١٥-١٧.
- الدباغ، مصطفى مراد، بلادنا فلسطين ، الجزء الأول ، القسم الأول ، ص ٢١.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد: كتاب إشكاليات الإعلام والاتصال في العالم الثالث الطبعة الأولى ٢٠٠٤ مكتبة الرائد العلمية . عمان
- الدواوسة،صلاح رشاد (٢٠٠٢)بمعنوان " استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والاشباكات المتحققة " دراسة ميدانية على المدن والقرى في قطاع غزة، وقد أجريت الدراسة على الوسائل الإعلامية التالية (التلفزيون، قنوات فضائية، راديو، صحافة) واختارت عينة ممثلة من الجمهور في قطاع غزة، من شرائح مختلفة. عين شمس.
- الزعبي، دلال محمد (٢٠٠١): أهمية المهارات.
- الزهار، محمود: ٢٠٠٤م، غزة- فلسطين، ٧ "أصول المواجهة الإعلامية" مركز النور للبحوث والدراسات، ط ١).
- الزهراني، أحمد قران (٢٠٠٧) جامعة الملك سعود، بعنوان " دور الصحافة السعودية اليومية في التنمية الثقافية"

- السناتي (٢٠٠٧) بعنوان "دور الصحافة السعودية في نشر المعرفة السياسية".
- الشماع، خليل (٢٠٠٤)، مبادئ الإدارة مع التركيز على إدارة الأعمال، الطبعة الرابعة، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة
- الشهراني، سعيد بن علي (٢٠٠٥)، إدارة عمليات الأزمات الأمنية، الطبعة الأولى، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- الشيباني، عمر (١٩٩٢): دراسات في الإدارة التعليمية ، والتخطيط التربوي .
- الشيخ سالم، فؤاد وآخرون (١٩٩٨) : المفاهيم الإدارية الحديثة. ط ٦، عمان ، الشرق الأوسط للطباعة.
- الضويحي، عبد العزيز بن سلطان (١٤٢٥هـ) التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات - رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- الطبري، محمد بن جرير: " جامع البيان في تأول القرآن " دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع/ بيروت/ لبنان/ ط/١/٢٠٠١.
- العتيبي، نايف مطلق (٢٠٠٧) مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود" رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض، جامعة الملك سعود
- العطييات، محمد يوسف النمران: " الإدارة في التراث العربي الإسلامي " دار الحامد للنشر والتوزيع عمان ٢٠٠٥م.
- العلي، صالح أحمد: " إدارة / الإدارة في العهود الإسلامية الأولى " شركة المطبوعات
- العنزي، محمد بن عوض بن جدعان (٢٠٠٧) استخدامات التلفزيون و إشباعا ته في مدينة عرعر دراسة مسحية"، جامعة الملك سعود .
- الفراء، ماجد ،آخرون "الإدارة المفاهيم والممارسات" مكتبة الطالب الجامعي ،ط٥، ٢٠١٠
- الفقيه، " الدور السياسي للتلفزيون في اليمن، دراسة مسحية وميدانية"
- الفهداوي، فهمي خليفة " الإدارة في الإسلام المنهجية والتطبيق والقواعد"

- القحطاني، نوف بنت دغش بن سعيد ٢٠٠٦ الإعلام التربوي ودوره في تفعيل مجالات العمل المدرسي في المملكة العربية السعودية" جامعة الملك سعود
- القيادة العامة للقوات المسلحة ، دائرة التعليم العالي (٢٠٠٧) .منهاج العلوم العسكرية للجامعات الأردنية)
- الكرمي، حافظ حجاج: " إدارة / الإدارة في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم" دراسة تاريخية
- الكيالي، عبد الوهاب: انظر: وثائق القضية الفلسطينية ، ج ص ٩ ، وكتاب : قضية فلسطين لهنري كتن ، ترجمة رشدي الأشهب ، ص١٨ - ١٩ ، تاريخ فلسطين الحديث ، ط ١ ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ١٩٩٠م ، ص ١٨ .
- المجيد ، احمد عبد ، أزمة المسؤولية المهنية في صحافة عراق ما بعد الحرب ، الباحث الإعلامي ، كلية الإعلام بجامعة بغداد ، العدد الثاني ، حزيران ، ٢٠٠٦ ، وانظر الرابط أيضا
- المغربي ، كمال ( ١٩٩٥ ) : السلوك التنظيمي ، مفاهيم وأسس سلوك الفرد والجماعة في التنظيم. ط ٢ ، عمان ، دار الفكر للنشر.
- المهديب، عبد الله سعد محمد ( ١٩٨٨ ) دور الإعلام الأمني من الوقاية من الجريمة - دراسة تطبيقية على المجالات الأمنية الصادرة بمدينة الرياض" رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض.
- الهيئة العامة للاستعلامات (٢٠٠٠) بعنوان" دور وسائل الإعلام في إبراز انتفاضة الأقصى"
- الياسين، عبد الرحمن أبو بكر (١٤٢٥هـ). الأمن والإعلام، ط١١، الرياض: دار طويق للنشر.
- بدر، أحمد: الاتصال بال جماهير بين الإعلام والدعاية والتنمية، الكويت، ١٩٨٢، وكالة المطبوعات، ط١، ص٦٣.

- بدر، أحمد: الإعلام الدولي ، دراسات في الاتصال والدعاية الدولية ، مكتبة غريب ، القاهرة ، ١٩٧٩م ، ص ١٧ .
- بشير، تحسين: النشاط الإعلامي العربي في الولايات المتحدة ، سلسلة أبحاث فلسطينية رقم (١٠) م.ت.ف ، مركز الأبحاث في بيروت ، ١٩٦٩م ، ص ٣١ .
- بعيرة ، أبو بكر ( ١٩٨٨ ) : مبادئ الإدارة . بنغازي ، منشورات جامعة قاريونس.
- حجاب، محمد منير: "الدعاية السياسية وتطبيقاتها" دار الفجر، ١٩٩٨ م، ط ١، (ص ٦٠).
- حسونة، خليل إبراهيم: ( ٢٠٠١ م )، "الحرب والثقافة" ، دار مقداد للطباعة والنشر، ط ٢ ص، ١٠، ٢٢، ٤٢.
- حسين، سمير محمد: الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، القاهرة، عالم الكتب، ط ١، ١٩٨٤، ص ٤٣.
- حسين، بعنوان: "الدور التربوي للصحافة المدرسية من واقع رؤية القائمين بالاتصال"
- حمزة، عبد اللطيف: الإعلام له تاريخه ومذاهبه القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٦٥، ص ٢٤.
- حمزة، عبد الله اللطيف : "الإعلام والدعاية" عبد اللطيف حمزة، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، ١٩٨٤ م، (ص ٢٢١-٢٥٢ - ١٩ ) "
- دياب ، محمد إسماعيل ( ٢٠٠١ ) ، الإدارة المدرسية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية
- ذبيان، سامي : الصحافة اليومية ، ط ١ ، دار المسيرة ، بيروت ، ١٩٧٩م ، ص ٣٥ .
- سعد، محمد بعنوان " الأطر الخبرية للانتفاضة الفلسطينية وتأثيراتها المعرفية والوجدانية على قراء الصحف" كلية الآداب بجامعة المنيا.
- سليمان ، ماهر ، وآخرون . ( ٢٠٠٠ ) . أساسيات الإنترنت. دمشق : دار الرضا للنشر.



- سوسن، سالم الشيخ (٢٠٠٠) بعنوان: " نماذج من إدارة الأزمات في القرآن الكريم" نماذج من إدارة الأزمات في القرآن الكريم.- مجلة مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي (القاهرة).- مج ٧، ع ٢٠.- ص ص ٢١١ - ٢٩٢ ص.
- شاهيناز محمد طلعت : تأثير بيئة وسائل الإعلام على الاستخدامات وإشباع الحاجات ، ( القاهرة مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ٤٧ ، يوليو ١٩٨٧ م )
- شعبان، حمدي (٢٠٠٥م). الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات.
- صالح، محسن محمد: التيار الإسلامي في فلسطين وأثره في حركة الجهاد (١٩١٧-١٩٤٨)، ط٢، مكتبة الفلاح، الكويت ١٩٨٩م، ص ١ وما بعدها و هنري كتن، قضية فلسطين، ص ٢٠.
- صلاح الدين، خالد (دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية) دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، ٢٠٠١)
- صيني، سعيد إسماعيل :مدخل إلى الإعلام الإسلامي ،دار الحقيقة للإعلام الدولية ، القاهرة، ط١، ١٩٩١، ص ٣٤.
- عباس، خضر وسائل الإعلام الصهيوني والحرب النفسية ضد الدعوة والمقاومة في فلسطين والتصدى لها ١٧ أبريل ٢٠٠٥ م) ٧-٨ ربيع الأول ١٤٢٦ هـ ، ١٦ - مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر )
- عباسي، علي: أساسيات علم الإدارة، ط ١، ٢٠٠٤، ص ١٦
- عبد العال ، طارق .( ٢٠٠٣ ). التجارة الالكترونية . الإسكندرية : الدار الجامعية .
- عبد العزيز ، هشام ، شبكة البصرة ، إخبار وحقائق ، ١٤ أيلول ٢٠٠٥ .
- عبد الله ، معتز السيد: "الحرب النفسية والشائعات " ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع- القاهرة. ١٩٩٧، ص: ٦٧ )
- عبدة ، عزيزة، ( الصحافة والتنمية السياسية ،دراسة في ترتيب الأولويات) ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط١، سنة ٢٠٠٤ ، ص ٤٦.

- عبده ( ٢٠٠٤ ) " الإعلام السياسي في الصحف المصرية ودوره في تشكيل الرأي العام، دراسة مقارنة بين قائمة اهتمامات الصحف، وقائمة اهتمامات الجمهور"
- عريفج، سامي (٢٠٠١): الإدارة التربوية المعاصرة - دار الفكر - عمان
- عساف، محمود ( ٢٠٠٥ ): واقع الإدارة المدرسية في ضوء معايير الإدارة الإستراتيجية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة.
- عطوي، جودة (٢٠٠٤): الإدارة التعليمية والإشراف التربوي أصولها وتطبيقاتها / دار الثقافة - عمان.
- علوش، إبراهيم: أستاذ الاقتصاد بجامعة الزيتونة في الأردن إبراهيم علوش في ملتقى (فلسطين الأول ) بالأردن في ٢٠٠٤/١٢/٣٠
- عليان، ربحي وسلامة، عبدالحافظ ( ٢٠٠٢ ): إدارة مراكز التعلم ، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- عمر السعيد وآخرون مبادئ الإدارة الحديثة ط١، الإصدار الثاني ٢٠٠٣، ص ١٠
- فراج، أحمد - قوة وسائل الاتصال الحديثة في التأثير على المجتمع الاسلامي - القاهرة ١٩٩٦ ص ١٣١.
- فرج، عصام: الوظيفة الاتصالية لمنظمة التحرير الفلسطيني ، ط١، الجزء الأول ص ١١٩ ( الشورى
- فهمي، "أثر الممارسات الإعلامية للعاملين في أخبار التلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل"
- كلاوزنتير،ك(١٩٨٨) :الوجيز في الحرب، ط١، ترجمة أ.ديري، و هـ، الايوبي، المؤسسة، العربية للدراسات والنشر،بيروت
- لوسيان فيفر، الأرض والتطور البشري ، ترجمة محمد السيد غلاب : القاهرة ١٩٧٣ م ، ص ١
- لوسيان كي في مقالته في صحيفة «إنترناشيونال هيرالد تريبيون» (الشرق الاوسط:٢٠٠٨)

- متولي، محمد محمود : الإعلام في العصر الحديث ودوره في تبليغ الدعوة ، ط ١ ، ج ٣ ، مكتبة ابن تيمية ، الكويت ١٩٨٦، ص ٣.
- مجدلأوي، فاروق: "إدارة / الإدارة الإسلامية في عهد عمر بن الخطاب" عمان دار روائع مجدلأوي.
- مجمع اللغة العربية : المعجم الوسيط ، ج ٢ ، مرجع سابق ، ص ٦٢٤.
- محفوظ، محمد جمال الدين "النظرية الإسلامية في الحرب النفسية "، دار الاعتصام-القاهرة، ١٩٧٩ م، (ص ١١)
- محمد ، حمد خضر :مطالعات في الإعلام ، ط ٢ ، دار المريخ،الرياض، ١٩٨٧ ، ص ١٤
- محمد ، سيد محمد ، المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، ط ١،مكتبة الخانجي ، القاهرة ، دار الرفاعي ، الرياض ، ١٩٨٣ ، ص ٢٨.
- محمد ، سيد محمد ،وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت، ط ١،دار الفكر العربي،القاهرة، ٢٠٠٩، ص ١٦-٢٠، ص ٥١.
- محمد رسلان الجيوسي وجميلة جاد الله الإدارة علم وتطبيق، دار الميسرة، عمان، ط ٣ ، ٢٠٠٨، ص ٢٠
- محمد، محمد سيد: الإعلام والتنمية للمؤلف - الطبعة الرابعة - دار المعارف بالقاهرة ١٩٨٩ ص ٢١، ٢٢. ص ٥
- مزيد،محمود احمد محمود (٢٠٠٤) علاقة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بتثقيف الأطفال دينياً" رسالة بحث غير منشورة، جامعة حلوان.
- مصطفى، يوسف (٢٠٠٥): الإدارة التربوية. مداخل جديدة لعالم جديد، دار الفكر العربي - القاهرة.
- هويدي، أمين: وانظر كيف يفكر زعماء اليهودية، دار المعارف المصرية،القاهرة ١٩٧٤ ، ص ٣٢ .

- **وليام ل، ريفرز وآخرون ، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث دار المعرفة القاهرة، ١٩٧٥ ، ص٤٠ ، ص ١٩**
- **ياسين: خطاب الصحافة الفلسطينية تحت الانتداب البريطاني في مجلة صامد الاقتصادي العدد تشرين ص،١٧)**
- **يوسف، حنان محمد إسماعيل، ١٩٩٦م إلى دور المادة الإخبارية التلفزيونية فى تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى.**

## المراجع الأجنبية

- ALZUBAIDI, layla, *Walking a Tightrope, news media and freedom of expression in the Arab middle East*, Heinrich Boll Foundation.p6 (2004).
- CHOLIPOUR .A, *Organizational*, 2006, University of Tehran (2007).
- COTTLE, Simon *media organization and production*, SAGE Publications p 4 (2004)
- DE MONTVALON, Dominique, *CNN and The Objectives and Military Policies of the United States of America*, (١٩97).
- DESSLER, *Gray management*, 2008, 3ed, upper saddle river, new jersey p3,93,368
- ET.AL, Korezenny F., *Exposure to International News in Media Outlets and*
- France's High Audiovisual Council (CSA), *Commitment of Television Coverage to the set rules and principles of Civil and Military Targets*
- GRIFFIN, *fundamental of management*, 2005, 4th p220
- HALIMI, Serge, *American Media Outlets' coverage from the Gulf War*, (١٩٩١).
- HALPERN, *Rely on Media Outlets and its Role in the Political Perception of Political Power*, (١٩٩4).
- HIGGINS, James, *the management challenge*, Macmillan publishing company, USA 1991 p 568.
- JAMES, Roaz, *The Impact of the Means of Communication on the Attitudes and Political Behavior of Adolescent*, (2002).
- JAVIS, Meshal, *The Impact of Mass Communication on Political Behavior of Students*, (١٩٩٩).
- KELLNER, Douglas, *American Television Coverage of the Gulf War*, (١٩95).
- MICHEAL, Vincent, *News' Satiations and the Use of Media to Know the Current Events*, (١٩٩7).

- PEARC II, John A. and ROBINSON JR., Richard B.: *Management*, random house inc., 1989, p.4
- PERES, Anne, a study dealt with Military Aspects included by the Television Coverage of the Gulf Events, Statements and Official Declarations, (١٩٩١)
- ROBBINS, Stephen and ADECENZO David, 2004 *Fundamental of Management*, p.4, 132
- RUE, Leslie W. and BYARE, Lloyd, *Management, skills and application*, 2009, mcgraw – hill Irwin, New York, 13e.
- Thusu and Freedman, Daya Kishan and Des, war and the media, SAGE Publications, p. 4 (2005).
- United Nations Development Programme International Development Research Centre sustainable development network Canada March 1994, p.15.

#### مواقع الانترنت

[www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net)

[www.aqsatv.ps/ar](http://www.aqsatv.ps/ar)

[www.almanar.com.lb/NewsSite/HomePage.aspx](http://www.almanar.com.lb/NewsSite/HomePage.aspx)

[www.almansore.com](http://www.almansore.com)

[www.icaws.org/site/modules.php?name=News&file=article&sid=10467](http://www.icaws.org/site/modules.php?name=News&file=article&sid=10467)

[www.wata.cc/forums/showthread.php?t=60826](http://www.wata.cc/forums/showthread.php?t=60826)

[www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=176583](http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=176583)

[www.albasrah.net/maqalat/rasal\\_sadam2\\_2003.htm](http://www.albasrah.net/maqalat/rasal_sadam2_2003.htm)

## ملاحق الدراسة

أولاً: قائمة بأسماء المحكمين

ثانياً: الاستبانتان في صورتها النهائية

## ملحق رقم (١)

### قائمة بأسماء المحكمين للإستبانة الثانية

الرقم	الاسم	المسمى الوظيفي
١	د.حسن أبو حشيش	رئيس المكتب الإعلامي الحكومي-غزة
٢	د.طلعت عيسى	رئيس قسم الصحافة والإعلام -الجامعة الإسلامية-غزة
٣	عماد الإفرنجي	مدير مكتب قناة القدس وإعلامي-غزة
٤	حازم الشعراوي	مدير عام قناة الأقصى الفضائية-غزة
٥	علي صنع الله	مدرس الإحصاء في الجامعة الإسلامية
٦	د.بسام أبو حمد	مدير قسم الإدارة في جامعة القدس
٧	قسم الموارد البشرية	فضائية الأقصى



## ملحق رقم (٢)

### الأسئلة الخاصة بالإدارة العليا والوسطى

#### ١. كيف استطاعت الفضائية مواصلة البث رغم القصف؟

يقول (حماد): التخطيط لدينا على اتجاهين: تخطيط مرحلي " تكتيك " هو الجاهزية الدائمة لأي طارئ وإبقاء هذا الصوت رغم ما يحيط به من مخاطر والاتجاه الثاني هو التخطيط الإستراتيجي وهو ضرورة إيجاد بدائل وآليات غير متأثرة بالواقع الفلسطيني لوجود بدائل في الخارج للقناة وهذا نسعى له.

وبضيف أن الفضائية كانت قد أعدت ووضعت الخطط البديلة اللازمة في حال قصف المقر الرئيس وحددت ساعة الصفر التي يتم اختيارها من قبل المجلس التنفيذي الانتقال من المكان الرئيس إلى المكان البديل ، وأن فرق العمل تم تسميتها لتوزيعها وما هو دورها تحسباً لأي طارئ، ولذا كان استعدادنا على هذا النحو جاهزاً وكان ما توقعناه.

ويقول (أبو عون): لقد عرف الموظفون الدور المنوط بهم في الحرب لأن المعركة يمكن أن تبدأ في أي لحظة ولأن العدو قد لا يعطيك مساحة لأخذ القرار فلا بد من وجود فريق عمل يعرف مسبقاً ما الذي سيفعله. (٢٠١٠، مقابلة)

ويقول (أبو محسن): بحمد الله لقد كانت خطة توزيع الأدوار والأماكن على فرق العمل في دائرة البرامج حاضرة في أذهان الجميع ولذا فلم يكن مستعصياً على الأفراد القيام بدورهم الإعداد والمذيعين والوثائقيات وغيرهم. (٢٠١٠، مقابلة)

ويقول (زقوت): لقد كان اختيار الأشخاص وتوزيع الأماكن والأدوات مسبقاً له الأثر الواضح في البقاء والتواصل مع الحدث بشكل سريع، خاصة في قسم التحرير الذي كان يتابع الأحداث أولاً بأول و قمنا بإعداد البدائل اللازمة للحرب من أماكن وأجهزة وآلية التحرك وقمنا بتوفير الطعام والشراب والتدفئة والملابس وأماكن النوم داخل الدائرة. (٢٠١٠، مقابلة)

#### ٢. هل استطاعت الفضائية تحقيق أهدافها بالحرب؟

يقول (حماد): إن الفضائية كان من أهم أهدافها استمرار البث طوال الحرب وإبصال الرسالة الإعلامية للعالم العربي والإسلامي وأيضاً المحافظة على الكادر البشري الذي يقوم بدور منقطع النظير من أجل إظهار الحقيقة ومن الجدير ذكره أن جميع الموظفين الذين كانوا يعملون في

الحرب لديهم المعرفة التامة بحجم الرسالة التي يعملون من أجلها يعرفون الأهداف الواضحة للفضائية وهذا ما دل عليه العمل في الميدان . (٢٠١٠،مقابلة)

ويقول (أبو محسن): كنا نضع نصب أعيننا طوال فترة الحرب أن لا تغيب الصورة عن المشاهد العربي والإسلامي للنقل الحقيقة كما هي وأن تبقى الفضائية مستمرة حتى لو تم قصفها عدة مرات. (٢٠١٠،مقابلة)

### ٣. كيف استطاعت الفضائية توفير الأجهزة الى قطاع غزة رغم الحصار؟

يقول (حماد) : الجميع يعرف أن القطاع محاصر منذ ثلاث سنوات لكن تصميمنا على المواصلة جعلنا نفكر كثيرا في المستقبل المجهول وما تحمل لنا الأيام القادمة الحبلى بالأحداث فكان لدينا خطة بديلة للأجهزة والمعدات فيما لو تم تدمير جميع الأجهزة الموجودة في الفضائية. (٢٠١٠،مقابلة)

ويقول ( العربي): الفضائية كان لديها المعدات اللازمة للتعامل مع الأزمات من أجهزة تقنية ( مكسرات ومشغل فيديو وأجهزة كمبيوتر وانترنت في أرض الميدان، وذلك لأن الكهرباء كانت تقطع طوال ٢٤ ساعة يوميا خلال الحرب، وبالرجوع إلى خطط التعامل مع الحرب نجد أن الفضائية أعدت خطة للأجهزة التقنية الكهربائية. (٢٠١٠،مقابلة)

### ٤. كيف تم التغلب على نقص الوقود والكهرباء خلال الحرب؟

يقول (أبو عون): لعل الحصار الذي كنا نعيشه خلال الفترة السابقة كون لدينا خبرة لا يستهان بها في التعامل مع الأزمات لذا كان لدينا الكمية الكافية من الوقود في المخازن رغم قصف أحد المخازن الخاصة بالوقود الأجهزة إلا أن هذا لم يوقف العمل وكان هناك أيضا التعاطف الشعبي مع القناة الأمر الذي أدى إلى تبرع احد الموسرين بكمية كبيرة من الوقود خلال الحرب أما بالنسبة لمشكلة الكهرباء فقد تم التغلب عليها بشراء بعض المولدات الصغيرة للأقسام أما المكان الرئيس كان لديه مولد خاص خلال الحرب. (٢٠١٠،مقابلة)

### ٥. كيف استطاعت الفضائية المحافظة على الكادر البشري خلال الحرب؟

يقول (حماد): كنا نمتلك رأس مال بشري في الإعلام مميز لذلك كنا نقوم بإعداد الخطط للمحافظة على الكادر البشري بما نمتلك من أدوات فلقد قمنا بشراء سترات واقية للرصاص وعلامات تدل على الصحافة وتم تقليص عدد كبير من الموظفين وتم العمل بالحد الأدنى وقمنا

بتوزيع أماكن العمل لتقليل الخسائر البشرية، ورغم القصف للمقرات وإصابة العديد من المصورين واستشهاد اثنين من المصورين خلال الحرب إلا أن ذلك لم يثن إدارة الفضائية عن مواصلة البث رغم أن القطاع بعد الساعة السادسة مساء يكاد يكون خاليا من الناس في الشوارع. (٢٠١٠، مقابلة)

#### ٦. هل تم توفير البدائل الخاصة بالحرب تجهيز ملائم؟

ويقول (العربي): كنا نتفقد البدائل يوميا للاطمئنان على الأجهزة والمعدات وكيف تعمل وكنا نصلح الأجهزة التي تحتاج إلي صيانة وكنا نتتبع الدعم اللوجستي يوميا.

ويقول (أبو محسن) كان هناك توزيع للمهام بشكل جيد ومتكافئ خلال الحرب نظرا للأعداد القليلة من الموظفين الذين كانوا يعملون خلال الحرب فكانت الإدارة تقسم الأعمال بين الموظفين كل حسب تخصصه ومقدرته في العمل فكانت غرفة البث بما تحويها تتبع مدير دائرة البرامج المنوعة وغرفة الأخبار تتبع مدير دائرة البرامج السياسية وكان المعد أحيانا يقوم بمقام المذيع والمحضر نظرا لقلّة الموظفين خطورة التنقل. (٢٠١٠، مقابلة)

#### ٧. كيف تمكنت الفضائية من عمل لقاءات مع شخصيات مهمة أو سياسية؟

يقول (أبو محسن) نظرا لصعوبة التواصل مع القيادات السياسية في القطاع تم التنسيق مع الكتاب والمحليلين والسياسيين في الخارج للخروج على القناة وقد نجحنا في هذه التواصل مع الكثير من القيادات الفاعلة على الساحة العربية والدولية. (٢٠١٠، مقابلة)

ويقول (زقوت) لقد واجهنا في الحرب انقطاع خطوط التواصل مع القيادات الوطنية في القطاع نظرا للظروف الأمنية فتم فتح طرق اتصال مع الخارج وكان للإخوة في العلاقات الخارجية الدور الأكبر في تفعيل الدور الخارجي مع القناة وكانت اللقاءات متنوعة منها السياسي والقانوني والعسكري والديني مثل (الشيخ وجدي غنيم والدكتور يوسف القرضاوي والمحلل العسكري وليد سكرية وغيرهم). (٢٠١٠، مقابلة)

#### ٨. هل كانت إدارة الفضائية مطلعة على تفاصيل ما يجري على الأرض؟

يقول (أبو محسن) كان أعضاء المجلس التنفيذي يقودون العمل من الشارع المقابل للفضائية. ويقول (أبو عون) منذ اللحظة الأولى كانت هناك متابعة ميدانية على أرض الميدان وكانت هناك غرفة عمليات متواصلة لحل الإشكاليات الموجودة. (٢٠١٠، مقابلة)

#### ٩. ما هي أهم المشاكل التي واجهتموها في الحرب

يقول (حماد): الحرب التي حدثت فاقت كل التصورات وخطت الأوراق كلها وجعلتنا نفكر مليا في كل خطوة نخطوها ومن أهم المشاكل التي واجهتنا تقسيم القطاع إلى ثلاث أماكن وذلك أننا كنا نعد أنفسنا لتجهيز تلك الأماكن لكن لسوء الحظ لم يسعفنا الوقت وقمنا بالتغلب على هذه المشكلة بالاتفاق مع بعض الشركات بتزويدنا بالمواد من الأماكن الثلاث

ومن المشاكل التي واجهتنا انقطاع التواصل عبر شبكة الاتصالات نظرا لتوقفها في الحرب وقد حاولنا التغلب على هذه المشكلة بالميرس والمخشير. (٢٠١٠،مقابلة)

#### ١٠. كيف كانت القرارات الإدارية تتخذ في وقت الحرب؟

يقول (أبو محسن) كان المجلس التنفيذي دائم الاجتماع وكانت القرارات التي تخرج منه ملزمة للجميع وكان القرار يأتي بعد مشاورة كل دائرة حسب الإمكانيات المتوفرة لديها وكنا أحيانا نأخذ مشورة الجميع عندما يكون الأمر يخص جميع العاملين لأننا نتكلم عن حياة وموت . (٢٠١٠،مقابلة)

## ملحق رقم (٣)

الأخ /الموظف/ الموظفة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته تحية من عند الله مباركة طيبة وبعد نرجو من حضرتكم تعبئة الاستبانة الخاصة بالطالب محمد ثريا والتي بعنوان"-

( إدارة الإعلام المقاوم زمن الحرب -فضائية الأقصى دراسة عملية- )

وذلك لنيل درجة الماجستير.

وتهدف الدراسة إلى معرفة الأساليب الأنسب لإدارة الإعلام المقاوم و معرفة أثر المادة المعروضة في تعزيز الصمود الثبات

ويسر الباحث أن يتقدم بعظيم الشكر والامتنان على تعاونكم في تعبئة الاستبانة لما فيها أهمية في إدارة الإعلام المقاوم الفلسطيني

الباحث الطالب

محمد ثريا

معلومات شخصية:

النوع :  ذكر  أنثى

العمر :  ٢٥-٢٠  ٣٠-٢٥  ٣٠ فما فوق

الخبرة :  ٥-٣  ١٠-٥

مكان السكن  رفح  خانينوس  الوسطى  غزة  الشمال

الوصف الوظيفي : .....

المؤهل العملي :  دبلوم  بكالوريوس  ماجستير  دكتوراه

الخبرة العملية:  ٥.٢  ٧-٥  ١٠-٧

اللغة: عربي - عربي + إنجليزي

غير موافق بشدة	غير موافق	متوسط	موافق	موافق بشدة	السؤال
					استطاعت إدارة الفضائية توفير أجهزة ومعدات للعمل في أرض الميدان.
					استطاعت إدارة الفضائية تحقيق التواصل بين الدوائر والموظفين.
					استطاعت الفضائية توفير أكثر من وسيلة للمواصلات.
					استطاعت إدارة الفضائية استخدام أنواع التكنولوجيا الحديثة في الاتصالات.
					نجحت إدارة الفضائية بتوفير الوسائل اللازمة للوصول للخبر.
					استطاعت إدارة الفضائية توزيع المهام بشكل جيد ومتكافئ خلال الحرب.
					استطاعت إدارة الفضائية إعداد البرامج ونشرات الأخبار خلال الحرب رغم صعوبة التواصل.
					استطاعت إدارة الفضائية توفير الأناشيد والفواصل منذ اللحظة الأولى.
					استطاعت إدارة الفضائية توفير البرامج التسجيلية خلال الحرب.
					استطاعت إدارة الفضائية القيام بعمليات تمويه لإخفاء أجهزة البث وحركة الموظفين.
					استطاعت إدارة الفضائية استخدام أماكن مركزية مكنتها من متابعة كافة مناطق قطاع غزة.
					استطاعت إدارة الفضائية المحافظة على الكادر البشري.
					استطاعت إدارة الفضائية توفير البديل بخصائص تتوافق مع ظروف الحرب.
					استطاعت إدارة الفضائية التغلب بشكل كامل على مشكلة نقص الوقود والكهرباء.
					تمكنت إدارة الفضائية من عمل للقاءات مع شخصيات هامة أو سياسية.
					استطاعت إدارة الفضائية أن تنفذ الخطط المعدة مسبقاً والتي سبق أن اطلعت عليها.

غير موافق بشدة	غير موافق	متوسط	موافق	موافق بشدة	السؤال
					كان التوجيه من قبل إدارة الفضائية للموظفين أنياً وسريعاً وبناءً.
					استطاعت الفضائية توفير التواصل بين الإدارة والموظفين.
					كانت المتابعة الميدانية من قبل إدارة الفضائية محفزاً على مواصلة التغطية.
					استطاعت إدارة الفضائية توفير الدعم المتواصل من الإدارة الوسطى والدنيا للموظفين.
					تستطيع الفضائية الصمود لو استمرت الحرب فترة أطول.
					تستطيع إدارة الفضائية مواجهة حرب قادمة بمقدرة أعلى من الحرب السابقة.
					استطاعت إدارة الفضائية من تفعيل الإمكانيات البشرية.
					كان هناك تفويضا للمسؤوليات بشكل جيد من إدارة الفضائية.
					وفرت إدارة الفضائية رواتب للموظفين بصورة مرضية.
					وفرت إدارة الفضائية الدعم اللوجستي بشكل مرضٍ.
					استطاعت إدارة الفضائية التغلب على مشكلة تقسيم القطاع إلى ثلاثة مناطق ( رفح، الوسطى، غزة ).
					استطاعت إدارة الفضائية تقسيم الموظفين إلى نظام دوريات فاعل في المحافظة على حياتهم.
					كان أداء الفضائية خلال الحرب مرضياً.
					استطاعت إدارة الفضائية حل الإشكالات والعقبات التي واجهتها.
					كانت قرارات إدارة الفضائية شورية دائماً.
					كانت الفضائية على اطلاع على جميع تفاصيل العمل أثناء الحرب.
					استطاعت إدارة الفضائية تحقيق أه دافها أثناء الحرب.



## ملحق رقم (٤)

بسم الله الرحمن الرحيم

حفظه الله

الأخ /

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته تحية من عند الله مباركة طيبة وبعد نرجو من حضرتكم تعبئة الاستبانة الخاصة بالطالب محمد ثريا والتي بعنوان "-

( إدارة الإعلام المقاوم زمن الحرب -فضائية الأقصى دراسة عملية- )

وذلك لنيل درجة الماجستير.

وتهدف الدراسة إلى معرفة الأساليب الأنسب لإدارة الإعلام المقاوم و معرفة أثر المادة المعروضة في تعزيز الصمود الثبات

ويسر الباحث أن يتقدم بعظيم الشكر والامتنان على تعاونكم في تعبئة الاستبانة لما فيها أهمية في إدارة الإعلام المقاوم الفلسطيني

الباحث الطالب

محمد ثريا

**معلومات شخصية:**

النوع :  ذكر  أنثى

العمر :  ٢٥-٢٠  ٣٠-٢٥

مكان السكن  رفح  خانينوس  الوسطى  غزة  الشمال

مكان العمل : .....

المؤهل العملي :  دبلوم  بكالوريوس  ماجستير  دكتوراه

تخصص : .....

الخبرة العملية:  ٥.٢  ٧-٥  ١٠-٧

الجنسية:

اللغة:  عربي -  عربي + إنجليزي

المقصود بالخطاب ( الصورة): هو كل ما يعرض على الفضائية " صورة ثابتة، فاصل، أنشودة، برنامج مسجل، برنامج مباشر " على اعتبار أن أي منهم له مقصود وهدف.

الصورة تعني : ما يعرض على الشاشة مثل مشاهد المقاومين وإطلاق الصواريخ على الاحتلال ومظاهرات ومسيرات وغيرها، وصور القتل والتدمير وإطلاق النار القصف من قبل الاحتلال.

### التأثير أهالي قطاع غزة

غير موافق بشدة	غير موافق	متوسط	موافق	موافق بشدة	السؤال
					عززت إدارة الصورة الصمود خلال أيام الحرب على قطاع غزة.
					عملت إدارة الصورة على تحفيز المقاومين في الميدان في قطاع غزة.
					ترى أن إدارة الصورة أشاعت التكافل في المجتمع في قطاع غزة.
					تعتقد أن إدارة الصورة أسهمت في رفع معنويات أهل قطاع غزة.
					ساعدت إدارة الصورة عملية التوجيه والإرشاد لدى أهل غزة في التعامل مع المواقف (الابتعاد عن أماكن القصف).
					تعتقد أن بعض الصور الثابتة ساهمت بإيجابية على صمود أهل قطاع غزة (تقديم المساعدات للمتضررين).
					تعتقد أن بعض الأناشيد أسهمت في بث روح الصمود لدى أهل قطاع غزة (صور إطلاق الصواريخ).
					تعتقد أن بعض البرامج المباشرة أسهمت بإيجابية على صمود أهل قطاع غزة (كلمات القادة وأصحاب القرار).
					تعتقد أن بعض الفواصل أسهمت بصورة إيجابية على صمود أهل قطاع غزة (المرأة التي تجلس بجانب بيتها).
					تعتقد أن بعض المشاهد مثل صور الاستشهاديات أسهمت بصورة إيجابية في تعزيز الصمود.

أهالي فلسطين (أهالي 48 -القدس) دون قطاع غزة:

غير موافق بشدة	غير موافق	متوسط	موافق	موافق بشدة	السؤال
					تعتقد أن إدارة الصورة زادت من النصر والتأييد لأهالي قطاع غزة.
					ترى أن إدارة الصورة شجعت على التحرك الرسمي لوقف الحرب لدى الشارع العربي في الداخل.
					عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط على دولة الكيان عبر المسيرات والإعتصامات لدى الشارع العربي في الداخل لوقف الحرب.
					عززت إدارة الصورة من الدعم المالي والعيني.
					أسهمت إدارة الصورة في عرض الصورة الحقيقية للاحتلال الصهيوني بوحشيته وسمعته لدى الشارع العربي في الداخل.
					إدارة الصورة حثت جميع شرائح المجتمع العربي في الداخل للقيام بأدوارها.

## التأثير على الشارع العربي ( الدول العربية)

غير موافق بشدة	غير موافق	متوسط	موافق	موافق بشدة	السؤال
					تعتقد أن إدارة الصورة زادت من النصر والتأييد في الشارع العربي.
					ترى أن إدارة الصورة شجعت على التحرك الرسمي لوقف الحرب.
					عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط على الحكام للتأثير على دولة الكيان عبر المسيرات والاعتصامات لوقف الحرب.
					تعتقد أن استخدام شخصيات مؤثرة عربياً إسلامياً يحرك الجمهور العربي لنصرة القضية (وجدي غنيم، يوسف القرضاوي).
					تعتقد أن مخاطبة كل دولة بالنداء للنصرة يزيد من حجم المشاهدين لهذا البلد.

## التأثير على الشارع الغربي (الدول الغربية)

السؤال	موافق بشدة	موافق	متوسط	غير موافق	غير موافق بشدة
تعتقد أن إدارة الصورة زادت من النصر والتأييد في الشارع الغربي.					
ترى أن إدارة الصورة شجعت الشارع الغربي على التحرك الرسمي لوقف الحرب.					
عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط لدى الشارع الغربي على دولة الكيان عبر المسيرات والإعتصامات.					
عززت إدارة الصورة من الدعم المادي والعيني.					
ترى أن الصورة غيرت من الصورة الراسخة لدى الشارع الغربي بأن الفلسطينيين إرهابي.					
نجحت إدارة الصورة في عرض وحشية الاحتلال لدى الشارع الغربي.					
تعتقد أن حرب غزة استطاعت أن تغير الصورة السيئة عن الشعب الفلسطيني لدى الشارع الغربي.					

## التأثير على المجتمع الصهيوني

السؤال	موافق بشدة	موافق	متوسط	غير موافق	غير موافق بشدة
عززت إدارة الصورة استشعار المجتمع الصهيوني مدى الخطورة التي تواجه أبناءهم.					
حثت إدارة الصورة المجتمع الصهيوني على الضغط على حكومته لوقف الحرب.					
شككت إدارة الصورة في قدرة جيش الاحتلال على تحقيق أهدافه لدى المجتمع الصهيوني.					
أظهرت إدارة الصورة الجندي الإسرائيلي بأن مصيره الموت المحقق.					
أشعرت إدارة الصورة المجتمع الصهيوني أن جيش الاحتلال يستهدف المدنيين والفلسطينيين وليس فقط المقاومين.					
أسهمت إدارة الصورة في بث روح الهزيمة والخوف لدى الجندي					

					الصهيوني.
					تسهم إدارة الصورة في عدم إقدام الاحتلال الصهيوني على حرب المستقبل.
					تعنقد أن الصورة الموجهة باللغة العبرية تؤثر سلباً على المجتمع الصهيوني.



ملحق رقم (٥)

أسماء المؤسسات الإعلامية العاملة في قطاع غزة

م	اسم المؤسسة الإعلامية (وكالة - فضائية)	الشركة	عدد المراسلين
٠.١	وكالة رويترز للأنباء		٣
٠.٢	وكالة الأنباء الفرنسية		١
٠.٣	MBC		١
٠.٤	العربية		٢
٠.٥	وكالة الأسوشيتدبرس (AP)		١
٠.٦	وكالة قدس برس		١
٠.٧	قناة القدس الفضائية		٣
٠.٨	قناة الجزيرة الفضائية		٣
٠.٩	قناة الإخلاص التركية		٢
٠.١٠	قناة دولة الكويت "القناة الأولى"	سواتل تي في سيرفيس	١
٠.١١	قناة الإخبارية السعودية	سواتل تي في سيرفيس	١
٠.١٢	القناة الثانية السعودية الانجليزية	سواتل تي في سيرفيس	١
٠.١٣	قناة الجماهيرية الليبية	سواتل تي في سيرفيس	١
٠.١٤	قناة الليبية الفضائية	سواتل تي في سيرفيس	١
٠.١٥	BBC تلفزيون	المجموعة الإعلامية	٢
٠.١٦	Bbc إذاعة		١
٠.١٧	العالم	المجموعة الإعلامية	٢
٠.١٨	دبي	المجموعة الإعلامية	١
٠.١٩	LBC	المجموعة الإعلامية	١
٠.٢٠	قناة النيل للأخبار	المجموعة الإعلامية	١
٠.٢١	برس تي في	المجموعة الإعلامية	١
٠.٢٢	البحرين	المجموعة الإعلامية	١





١	المجموعة الإعلامية	السودان	.٢٣
١	المجموعة الإعلامية	المجد	.٢٤
١	المجموعة الإعلامية	أوربت	.٢٥
١	المجموعة الإعلامية	سوريا	.٢٦
١	المجموعة الإعلامية	المشرق	.٢٧
١	المجموعة الإعلامية	المغرب	.٢٨
١	المجموعة الإعلامية	بيئتي	.٢٩
١	المجموعة الإعلامية	دليل	.٣٠
١	المجموعة الإعلامية	الحياة	.٣١
١	المجموعة الإعلامية	وكالة الأخبار العربية	.٣٢
١	المجموعة الإعلامية	شينخوا وكالة الأخبار الصينية	.٣٣
١	المجموعة الإعلامية	الهولندية	.٣٤
١	المجموعة الإعلامية	اليونانية	.٣٥
١	المجموعة الإعلامية	الإيطالية	.٣٦
١	وكالة بال ميديا	مراسل روسيا اليوم	.٣٧
١	وكالة بال ميديا	التلفزيون السوري	.٣٨
١	وكالة بال ميديا	قناة الآن	.٣٩
١	وكالة بال ميديا	المنار برامج	.٤٠
١	وكالة بال ميديا	قناة المنار	.٤١
١	وكالة بال ميديا	نيو تي في	.٤٢
١	وكالة بال ميديا	مراسلة التلفزيون الأردني	.٤٣
١	وكالة شهاب	قناة بغداد العراقية	.٤٤
١	وكالة شهاب	قناة مدي ١ سات	.٤٥
١	فلسطين للإنتاج الإعلامي	التلفزيون الألماني	.٤٦
١	فلسطين للإنتاج الإعلامي	التلفزيون الياباني	.٤٧
١	فلسطين للإنتاج الإعلامي	وكالة أنباء فرنسية (بلو بريس)	.٤٨



١	فلسطين للإنتاج الإعلامي	وكالة الأنباء الايطالية	.٤٩
١	الوكالة الوطنية للإعلام	المسار الفضائية	.٥٠
١	الوكالة الوطنية للإعلام	الاتجاه الفضائية	.٥١
١	الوكالة الوطنية للإعلام	البغدادية الفضائية	.٥٢
١	الوكالة الوطنية للإعلام	الرشيد الفضائية	.٥٣
١	مركز غزة للإعلام	تلفزيون أبو ظبي - الإمارات	.٥٤
١	مركز غزة للإعلام	شبكة سكاى نيوز الأمريكية	.٥٥
١	مركز غزة للإعلام	تلفزيون أي تي أن البريطاني	.٥٦
١	مركز غزة للإعلام	تلفزيون إسلام البريطاني	.٥٧
١	مركز غزة للإعلام	تلفزيون آر تي أل إلمانيا	.٥٨
١	مركز غزة للإعلام	التلفزيون الوطني السويسري	.٥٩
١	مركز غزة للإعلام	وكالة هيومن السويسرية	.٦٠
١	الواحة للإنتاج الإعلامي	قناة اقرأ الفضائية	.٦١
١	الواحة للإنتاج الإعلامي	قناة الكوثر الفضائية	.٦٢
١	الواحة للإنتاج الإعلامي	قناة فلسطين المستقبل	.٦٣
١	شركة عالم نيوز للإنتاج الإعلامي	المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري (٥ قنوات)	.٦٤
١	شركة عالم نيوز للإنتاج الإعلامي	القناة المغربية الثانية	.٦٥
١	شركة عالم نيوز للإنتاج الإعلامي	قناة الناس	.٦٦
١		Abc news	.٦٧
١		الجزيرة الدولية	.٦٨
١		قناة إيران الفارسية	.٦٩
٧٩		المجموع	.٧٠