

Management of Resistance Media in Wartime

Mohammed Saeed Thuraya

University College of Applied Sciences || Gaza || Palestine

Abstract: The study aimed to hinder the ability of the Resistant Media Department in the Palestinian Al-Aqsa satellite channel during the time of war, which was between December 28, 2008 and January 17, 2009, and the study relied on the descriptive and analytical method using the questionnaire and the interview. Arab and foreign satellite channels and agencies who worked during the war, and their number was 77. The five-point Likert scale was used in the construction of the questionnaire, and the stability of the questionnaire was verified through the (Alpha Cronbach) coefficient, the choice of (T-test) and the (One way Anova) test. The study showed that the Resistance Media Department in the satellite channel succeeded in achieving steadfastness and steadfastness among the people of the Gaza Strip, with an average of 3.8 and the percentage was 76.8%. The Resistant Media Department in the satellite channel succeeded in achieving victory and support in the western street, with an average of 3.7, and the percentage was 74.5%. The study recommended the necessity of expanding the channel's broadcasting to reach European societies with all its components, in addition to working on opening a website on the Internet that broadcasts directly to the Western world.

Keywords: the media - the resistance - the war - the Al-Aqsa channel.

إدارة الإعلام المقاوم في زمن الحرب

محمد سعيد ثريا

الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية || غزة || فلسطين

المخلص: هدفت الدراسة إلى معرفة قدرة إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى الفلسطينية زمن الحرب والتي كانت ما بين 28 ديسمبر 2008 وحتى 17 يناير 2009، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة والمقابلة، حيث صممت الاستبانة خصيصاً لهذا الغرض، وزعت على جميع العاملين في الفضائيات والوكالات العربية والأجنبية الذين عملوا خلال فترة الحرب وعددهم 77 فرداً. وقد تم الاعتماد على مقياس (ليكرت الخماسي) في بناء الاستبانة، وتم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال معامل (ألفا كرونباخ) واختيار (تي تيس) واختبار (ون وأي أنوفا). وقد أظهرت الدراسة أنه نجحت إدارة الإعلام المقاوم في الفضائية من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة" بمتوسط حسابي 3.8 وكانت النسبة 76.8%، كما نجحت إدارة الإعلام المقاوم في الفضائية من تحقيق النصر والتأييد في الشارع العربي بمتوسط حسابي 3.8 وكانت النسبة 75.9%، كما نجحت إدارة الإعلام المقاوم في الفضائية من تحقيق النصر والتأييد في الشارع الغربي" بمتوسط حسابي 3.7 وكانت النسبة 74.5%. وأوصت الدراسة بضرورة توسعة بث القناة ليصل إلى المجتمعات الأوروبية بجميع مكوناتها، بالإضافة إلى العمل على فتح موقع الكتروني على الإنترنت يبث مباشرة للعالم الغربي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام - المقاوم - الحرب - قناة الأقصى.

المقدمة.

لقد أضى الإعلام اليوم أحد أهم ركائز بناء مصير الشعوب والحضارات، عبر تأثيره في صناعة القرارات، ولعل تعدد الوسائل الإعلامية يساهم في نشر المعتقدات والأفكار، ويؤثر في المشاهد وتحدي الخصوم. وقد أوضحت بعض الأبحاث من خلال متابعة البث اليومي للفضائيات أثراً كبيراً 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 (Yair, 2008). وسواء أضى الإعلام محدداً أو موجهاً للسياسات أو محط إمتاع وإشباع فكلتاها أشكالاً إن لم يكن هنالك راعياً يضمن طهارة المادة المقترحة، ومن المؤكد أن الغزو الفضائي المرئي أحد أهم الوسائل التي استغلها أعداء الإسلام للسيطرة والتأثير على العالم المسلم وتلويث أفكار أبنائه والعبث بمعتقداتهم بل لطمس هويتهم الدينية وصبغهم بالصبغة البعيدة عن الدين إذا ما تم لهم ذلك (إبراهيم، 2007).

ومن بين قنوات الإعلام المقاوم كانت فضائية الأقصى صاحبة الأربعة عشر من العمر والتي تبث من فلسطين، التي شكلت جدلاً واسعاً بالمجتمع الصهيوني حول بقائها ومحاولة الضغط على الشركة المستضيفة للقناة، ومنها القصف، ومنها طرحه مؤسسة إرهابية وتجميد الأرصدية 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 أثناء فترة الحصار كان هناك تفكير جدي بضرورة عدم وجود القناة حتى ولو بالطرق غير السلمية (الشعراوي، 2010).

مشكلة الدراسة:

تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً ومؤثراً على الجماهير في أي مكان سواء في المجال السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي، فيما أصبحت هذه الوسائل تقوم بأدوار المؤسسات التربوية والتعليمية الجديدة وتقوم بدور التلقين والتوعية والتوجيه. كما إن الحروب على مدار التاريخ لم تكن تقوم بمعزل عن الإعلام والحرب النفسية والدعاية، فننون الاتصال والإعلام كانت دائمة الصلة بالحروب والمعارك، وعادة ما يقوم الإعلام في الحرب بدور إقناع وتأييد الجماهير المستهدفة للخلاف أو القتال، كما يقوم في المقابل بإقناع الخصوم ودفعهم لترك الخلاف أو القتال والسعي للهدنة والاستسلام. فجوهر الإعلام في زمن الحرب؛ عملية حربية جادة، والإعلام بشكل عام يعتبر من أقوى الجبهات المقاتلة على مر التاريخ. وبناء على ما تقدم تتمثل مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس "ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في الفضائية زمن الحرب (2008-2009) من وجهة نظر الإعلاميين؟".

ويتفرع عن السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

- 1- ما مدى قدرة إدارة الإعلام المقاوم في تعزيز الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة خلال الحرب؟
- 2- ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في الفضائية من تحقيق النصر والتأييد والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي؟
- 3- ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في الفضائية من تحقيق النصر والتأييد والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي؟
- 4- هل يوجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات تقديرات الباحثين حول مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في الفضائية من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة والنصرة والتأييد في الشارع العربي والغربي خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين تعزي إلى العوامل الشخصية (الجنس، والمؤهل العلمي، والخبرة، والعمر)؟

أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:
- 1- معرفة مدى قدرة الإعلام المقاوم في تعزيز صمود أهالي القطاع وثباتهم.
 - 2- معرفة أثر الإعلام المقاوم على الشارع العربي.
 - 3- معرفة أثر الإعلام المقاوم على الشارع الغربي.
 - 4- معرفة مدى تجاوب الجمهور المتابع مع المواد المبنوثة في الإعلام الفلسطيني.

أهمية الدراسة:

- 1- تلفت الدراسة نظر الخبراء والمختصين والإعلاميين إلى أثر الإدارة الجيدة للإعلام المقاوم وطرق توظيفها في مؤسسات الإعلام.
- 2- البحث في الجوانب الإعلامية المتصلة بالإعلام أثناء الحرب.
- 3- تبحث الدراسة في شريحة هامة ومؤثرة في المجتمع الا وهم الإعلاميين والتي تمثلون أصحاب الرسالة وموجه في زمن الحروب.
- 4- تساعد هذه الدراسة من يرسم السياسات وصناعة الرأي العام لتحديد آليات وخطط مستقبلية لإدارة الإعلام وتوظيفها في شتى المجالات وخصوصا وقت الأزمات والحروب.

حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة على الحدود الآتية:

- الحدود المكانية: غزة - فلسطين.
- الحدود الزمانية: الحرب على قطاع غزة 2008-2009م.

مصطلحات الدراسة:

هناك عدد من المصطلحات التي سيتم استخدامها في هذه الدراسة؛ ولتسهيل معرفة المقصود بها، سوف نقوم في هذا الجزء بإعطاء تعريف موجز لها:

- الإعلام: هو تعبير يتسم بالموضوعية حول روح الجمهور وعقليته وميوله (إسكندور ومحمد، 1993).
- الإعلام المقاوم: الإعلام الذي يسبق المعركة، ويرافقها ويتابع فيما بعد، الإعلام المقاوم هو الإعلام الذي يساهم في تحطيم روح العدو المعنوية 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 (أبو محسن، 2019).

2- الإطار النظري والدراسات السابقة.

أولاً- الإطار النظري.

مفهوم الإعلام المقاوم

إن 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 (عبد الله، 1997).

ولا وجود لاختلاف جوهري في تعريف الإعلام المقاوم؛ وإن تباينت بعض التفاسير له حسب خصوصية كل حالة، غير أن جميع هذه التفاسير تصبُّ في نهاية المطاف في بوتقة التعريف الشمولي للمعنى (Brom, 2014). ويعرّف بأنه الإعلام الذي يحمل مشروع المقاومة وهويتها، ويتبنى المقاومة نهجاً أساسياً وقضية دائمة، وليست موسمية أو أنية، أي في وقت الأحداث فقط، ويتحمل النتائج المترتبة على ذلك (كلاوزفتر، 2007). كما إن الإعلام المقاوم هو الإعلام الذي يدافع عن قضايا الأمة، والذي يتمسك بالثوابت الإسلامية والوطنية دون دعم أي مفاوضات يتم من خلالها التنازل عن هذه الحقوق (نشرة دورية عن قناة الأقصى، 2010). ويرى الباحث أن الإعلام المقاوم هو الإعلام الذي يعرّف 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.

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 خاسر. وبما أن الإعلام المقاوم يُعد أداة أساسية لصيدّ العدوان؛ فأهميته تنبع من كونه وسيلة تعريف بمشروع المقاومة وأهدافها، والدفاع عنها، والتعريف ببرامجها (العربي، 2019).

ويعتبر الإعلام المقاوم أحد أهم أدوات المعركة؛ لذا يقول -عليه الصلاة والسلام- "جاهدوا المشركين بأموالكم وأنفسكم وألسنتكم".

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

وظائف الإعلام المقاوم:

هناك الكثير من الوظائف للإعلام المقاوم منها (عبد الله، 1997):

1. الإعلان عن رأي المقاومة كتيار عقيدي وميداني، ومواقفها من الأحداث والأمور بشكل منفصل.
2. التعريف بأراء المقاومة ومبادئها ومواقفها وتفعيل أعمالها وإظهار صورتها النضالية والرد على مواقف العدو ودحض آرائه ومواجهته إعلامياً كسلاح نفسي وشن الحرب النفسية المركزة على العدو وقواعده الشعبية (الدعاية المضادة) من حيث الوسائل (التكامل بينها).

3. رفع معنويات الجهة الداخلية، والإسهام في تحصينها ضد سياسات التثبيط للعزائم، ومقاومة محاولات زرع الفتن الداخلية.
4. حشد الطاقات والإمكانات لمساندة المقاومة.
5. إعادة تشكيل الرأي العام عبر زرع ثقافة المقاومة.
6. خلق رأي عام خارجي مساند للمقاومة وحشد الطاقات خدمة لها.
7. تحييد غير المقتنعين بالمقاومة؛ بدلا من أن يتحولوا إلى أدوات معادية للمقاومة.

الإعلام الفلسطيني المقاوم (1929-2010):

لقد كان الإعلام الفلسطيني المقاوم منذ بداية القضية الفلسطينية مشاركا فاعلا 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 آثارا 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 نظمئن على يسر سريان الاتصال إلى القاعدة، ومن القاعدة إلى الأعلى، أي نظمئن على الحلقة اللازمة لإيصال الكلمة من مركز القرار إلى الشعب وبالعكس (نشرة دورية عن قناة الأقصى، 2010).

نشأة قناة الأقصى الفضائية:

بدأت القناة ببناء مؤسستها الإعلامية في وقت كثرت فيه ألفاظ الشجب، والإدانة، وعقد المؤتمرات، واللجوء إلى هيئة الأمم، ومجلس الخوف للذين لا يجديا شيئا 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 وناضح؛ لكي يكون للكلمة الإسلامية صوت تصدح به في سماء الكرة الأرضية عبر شبكة الأقصى للإعلام والإنتاج الفني بكافة فروعها وفقا لنشرة صدرت عن قناة الأقصى في 2007 توثق نشأة القناة واستنادا للمقابلات مع المجلس التنفيذي الحالي للقناة (أبو محسن، 2019).

إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى:

1. التخطيط للإعلام المقاوم:
تنبع فكرة التخطيط الإعلامي من علاقتها بعملية الاتصال، فكل دولة تضع خططا منفصلة لكل قطاع من القطاعات فيها، ولكل وسيلة من وسائل الإعلام، وقد طرأ على التخطيط الإعلامي في السنوات الأخيرة تطورا مهما 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 (عدوان، 2012).
2. التخطيط في إدارة الإعلام المقاوم (فضائية الأقصى):

إن المتغيرات المتلاحقة في الواقع الفلسطيني يحتم عليك الاستعداد دائما على كل المستويات، وتوقع كافة الظروف؛ لأن المعادلة دائما علاقة قوي وضعيف، لكن الضعيف هذا لا يتنازل عن حقوقه، والعدو يتغطرس لدرجة

أنه يمكن أن يفعل أي شيء، ولذا كان لا بد من الاستعداد والتخطيط الدائم المرحلي والاستراتيجي؛ للتعامل مع كافة القضايا المتعلقة بالواقع الفلسطيني (أبو محسن، 2019).

3. 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. كما كان 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، ورغم الحرب النفسية التي كان يشنها الاحتلال على المواطنين في قطاع غزة والتي تعتمد في سياستها إلى استخدام الوسائل التي تحدث شراً عميقاً في خصال الشخصية، ومظاهر السلوك، وفي طبيعة الأداء، والآراء، والمعتقدات، والقيم المعنوية والروحية للفرد. كان المواطنون أشد تمسكا في المقاومة (أبو محسن، 2019).

4. 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 يصنع مشكلة كبيرة. ولذا فالتوجيه والتوجيه المستمر الدائم، والذي يصل إلى أدنى مستوى من العاملين ضرورة حتمية لا يمكن التساهل فيها، كما أن عملية التوجيه في الإعلام المقاوم واجبه بالضرورة، والتوجيه لا بد أن يكون دائماً ومستمرأً مراعيأً قراءة الصورة والخطاب وتوزيع الأدوار والتحفيز ورفع الهمم (العربي، 2019).

وكان الخطاب الإعلامي المرسوم من قبل الإدارة يكون دائماً حاضراً 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.

5. 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 استدرارك عاجل لما هو مطلوب استدرাকে، كما أن الرقابة على الإعلام المقاوم رقابة لحظية لا بل أثناء الحدث، فالصورة الخطأ مشكلة، والصوت الخطأ مشكلة، ولكن المشكلة الأكبر هو عدم الاستدرارك، ومن الطبيعي الخطأ في ظروف الحرب، ولكن ليس من الطبيعي التعذر بالظروف وإبقاء الأخطاء، فلا بد من تقويمها دائماً مع أصحاب الرسالة النظيفة، كما أن الخطأ وارد وبشكل كبير في أوقات الحروب، لكن معية الله دائماً تسدد خطوات العاملين، وهذا ليس عنراً للعامل أن يعلق شماعته على الظرف، ولكن لا بد أن يعرف أن الاستدرارك ضروري للنجاح، ونظراً لخطورة الموقف، وعدم القدرة على تحمل عدد الموظفين تم تسريح العديد منهم حفاظاً على حياتهم مثل قسم الأخوات والعلاقات العامة (الشعراوي، 2010).

ثانياً- الدراسات السابقة:

- دراسة (أبو بكر، 2014) هدفت إلى معرفة خطر حرب إسرائيل النفسية على الأمن الفكري الفلسطيني من وجهة نظر طلاب جامعة النجاح بفلسطين. وأظهرت الدراسة أن الأمن الفكري ضروري للحياة الآمنة المستقرة على كافة

المستويات، وهناك اتجاهات فكرية معادية تعترض مسيرة الأمة العربية والإسلامية في عالمنا المعاصر وفق استراتيجيات وأهداف محددة، وتعد ظاهرة غلو الدين خطراً فكرياً في العالم، وتتحمل الأجهزة الأمنية في المجتمعات مسؤولية جسيمة في استتباب الأمن بين الأفراد والجماعات، ويحقق الأمن الفكري مفهوم الأمن في جميع مقاصده.

- دراسة (ديب وملكي، 2013) هدفت إلى معرفة مستوى تغطية الإعلام العالمي للحرب التي شنها الكيان الصهيوني عام 2006م في لبنان، وتم تحليل مضمون التغطية الإعلامية. وأظهرت الدراسة أنه إن اندلعت حرب جديدة، فسيحصل حزب الله على تغطية أكثر نقدية من قبل الإعلام العربي كقناة الجزيرة والعربية، كما أن الصهاينة قد استخلصوا دروساً لتجنب تكرار أخطاء 2006م، بما في ذلك الحرب النفسية التي طبقتها.
- دراسة (عدوان، 2012) هدفت لمعرفة دور صحف (هآرتس- يديعوت أحرانوت - معاريف) في تناولها للموضوعات السياسية والإنسانية والاقتصادية والعسكرية، أثناء عدوان الاحتلال في غزة عام 2008، وتوجهاتها وآلية معالجتها. وأظهرت الدراسة استغلال صحف الدراسة للمصدر الرسمي في فلسطين؛ هذا لتعزيز سياسات الحكومة لدى الرأي العام الإسرائيلي، وقامت صحف الدراسة بدور تعبوي يميل للتطرف سياسياً وعسكرياً، وانعكس سلباً على مصداقيتها وحيادتها في أداؤها.
- دراسة (أبوركة 2011) هدفت إلى إيجاد أكبر قدر ممكن من مهنية وموضوعية وواقعية نشر وتعميم معلومات ومعطيات اتفاق مدينة مكة، وما سبقه من حوادث ماراثونية فلسطينية، واستناداً إلى هذا الهدف، فإن الدراسة طمحت إلى تقديم عرض إعلاني صادق دون لِيّ عنق الحقيقة، تمهيداً لتحليل يُرجى أن يكون علمياً وهادفاً، واعتمدت الدراسة صحفاً مطبوعة وإلكترونية فلسطينية كعينة، وتم تحليل مضمونها. وقد أظهرت الدراسة أنه كانت الهيمنة والسيادة لوسائل الاتصال الحزبي على حساب الإعلام المهني، فقد نتج عن ذلك تشويه للرأي العام حول الوحدة الوطنية، وأسس استنهاض حركة شعبية تدافع عن وحدة الشعب والوطن الموضوعية.
- دراسة (يسرائيل بن آري، 2007) هدفت إلى فحص وجهات نظر المحللين في وسائل الإعلام الإسرائيلية المكتوبة في الضربة الموجهة التي حدثت في الأيام الثلاثة الأخيرة من العدوان (11-13 أغسطس 2006)، وهدفت الدراسة إلى معالجة وجهات نظر المحللين من خلال فحص تحليلات ثلاث من الصحف المرموقة في إسرائيل: يديعوت أحرانوت، معاريف، هآرتس؛ لتحديد أثر هذه الصحف في تشكيل الرأي العام في إسرائيل، وأثر ذلك على متخذي القرارات في أوقات الأزمات. وأظهرت الدراسة أن المحللين كان لهم الأثر الكبير في بلورة الرأي العام الإسرائيلي، ورغم أهمية عناوين الصحف وتقاريرها، فإنه يجب إعطاء أهمية للمقالات التحليلية، وخصوصاً تلك التي تكتب من خلال كتاب متمرسين؛ لأنه يُنظر إليهم كمستشارين في أوقات الأزمات.

التعقيب على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات إدارة الإعلام والعدوان والأزمات الأمنية كما في دراسة (ديب وملكي، 2013) ودراسة (عدوان، 2012). وقد تناولت إحدى الدراسات مخاطر الحرب النفسية الإسرائيلية على الأمن الفلسطيني الفكري. لسمر أبو ركة، (2014). وقد تناولت بعض الدراسات إعلام الاحتلال الإسرائيلي وأثره أثناء الحروب كما في (حرب، 2012) (عباس، 2013)، (يسرائيل بن آري، 2007)، (جفريلي ويمن، 2006). وتنوعت أدوات الدراسات بين أدوات تحليل محتوى، أو صحيفة استقصاء. وما يميز هذه الدراسة أنها كانت ميدانية وجمعت بين العاملين في الإعلام المقاوم والمراقبين للأداء الإعلامي والخطاب المقاوم خاصة في زمن الحروب على قطاع غزة.

3- منهجية الدراسة وإجراءاتها.

منهجية الدراسة

تقوم هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي المسحي عموماً لمناسبته لطبيعة الدراسة وأهدافها، والمنهج الوصفي "يعمل على تجميع القدر الكافي من البيانات والمعلومات والحقائق حول موضوع أو مشكلة محددة وفروضها المحددة بغرض معالجة هذه المشكلة، وذلك عن طريق التوصيف الكامل لموضوع المشكلة وجوانبها وعواملها المختلفة أو التوصيف الكامل للمجالات أو الأسواق التي تعمل فيها هذه المشكلة وفروضها أو التوصيف الكامل للفئات التي لها علاقة تأثيرية بموضوع البحث وفروضه أي التي تؤثر فيه أو عليه أو تتأثر به" (Kumar, 2019). كما أن "المنهج الوصفي لا يتوقف فقط على وصف الظاهرة المدروسة، بل يتعدى ذلك إلى محاولة الكشف عن العلاقة بين الظاهرة المدروسة والمتغيرات التي تؤثر فيها" (عباس، 2015).

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من كافة موظفي فضائيات ووكالات أنباء قطاع غزة سواء عربية أو أجنبية وإعلاميين مسجلين لدى وزارة الإعلام حيث بلغ عدد الفضائيات ووكالات الأنباء في قطاع غزة خلال الحرب وعددهم 79 فرداً، وقد تم عمل حصر شامل لهم، ووزعن استبانة على كافة الأفراد، وكان هناك 77 استجابة بنسبة 97.4%.

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة:

النسبة	التكرار	البيان
مكان العمل		
80.5	62	وكالة أنباء عربية
19.5	15	وكالة أنباء أجنبية
الجنس		
84.4	65	ذكر
15.6	12	أنثى
العمر		
24.7	19	20 – أقل من 25
58.4	45	25 – 30
16.9	13	أكبر من 30
الخبرة		
27.2	21	من 1 سنة – 4 سنوات
19.5	15	من 5 – 7 سنوات
49.4	38	من 7- 10 سنوات
3.9	3	أكثر من 10 سنوات
المؤهل العلمي		
81.9	63	بكالوريوس
9.1	7	الدبلوم
7.7	6	ماجستير
1.3	1	دكتوراه

أداة الدراسة:

تم إعداد استبانة مكونة من (22) فقرة حول إدارة الإعلام المقاوم في زمن الحرب، وتكونت الاستبانة من ثلاث محاور وهي: المحور الأول عن تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة، والمحور الثاني عن تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي، والمحور الثالث عن تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي، كما تم تحديد خمس إجابات لكل فقرة وهي (موافق بدرجة كبيرة جداً - موافق بدرجة كبيرة - موافقة بدرجة متوسطة - موافق بدرجة قليلة - موافق بدرجة قليلة جداً).

ثبات أداة الدراسة:

تم التأكد من ثبات الاستبانة من خلال استخدام معامل الثبات ألفا - كرونباخ (- CRONBACH'S ALPHA) حيث يأخذ هذا المعامل قيمة تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا كان معامل الثبات صفر هذا يعني عدم ثبات أسئلة الاستبانة، أما إذا كانت تساوي الواحد الصحيح فهذا يدل على ثبات أسئلة الاستبانة، وللتحقق من ثبات الاستبانة فأنا قمنا بحساب معامل ألفا - كرونباخ لكل محور في الاستبانة وللإستبانة ككل كما في الجدول رقم (7).

جدول رقم (7) معاملات ثبات الاستبانة (ألفا - كرونباخ)

معاملات	عدد الفقرات	محاور الاستبانة
0.902	10	تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.
0.947	5	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي.
0.988	7	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي.
0.943	22	الاستبانة ككل

ومن خلال النتائج في الجدول رقم (7)، فإننا نجد أن محوري الاستبانة والاستبانة ككل تتمتع بمعاملات ثبات مرتفعة وجيدة وبالتالي فإن الاستبانة مناسبة وصالحة لتحقيق أهداف الدراسة.

صدق أداة الدراسة:

أولاً: الصدق الظاهري: تم عرض الاستبانة على مجموعة محكمين في الجامعات الفلسطينية متخصصين في الإعلام المشروع لإبداء ملاحظاتهم ورأيهم حيث تم تعديل الاستبانة حسب ملاحظات المختصين ومن ثم تم اعتمادها.

ثانياً: صدق الاتساق الداخلي: ويقصد به مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه تلك الفقرة، ويتم ذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات محاور الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، وبذلك تم تطبيق الاستبانة على 10 من الإعلاميين في الوكالات الإعلامية العربية والأجنبية، وتم حساب معامل ارتباط بيرسون وكانت النتيجة كما هو موضح في الجدول رقم (8).

جدول رقم (8) معامل ارتباط بيرسون لكل فقرة في كل محور من محاور الاستبانة

معامل الارتباط	عدد الفقرات	محاور الاستبانة
0.867*	10	تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.
0.954**	5	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي.
0.954**	7	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي.

ويوضح الجدول رقم (8) أن جميع معاملات الارتباط بين الفقرة وإجمالي المحور الذي ينتمي له هي: معاملات ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01، معاملات ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05، ومن ثم تم حساب معامل الارتباط لكل محور والدرجة الكلية للاستبانة، وقد حصلنا على الإحصائيات الموضحة في الجدول رقم (9).

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإيجاد المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد العينة على كل فقرة من فقرات الاستبانة وعلى الاستبانة ككل، وذلك لحساب مدى تشتت الاستجابات لكل فقرة من فقرات الاستبانة.

1. حساب معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات الاستبانة.
2. حساب معامل ارتباط بيرسون لحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبانة.
3. حساب المدى للتمكن من الحكم على استجابات أفراد العينة.

4- إجابة أسئلة الدراسة ومناقشتها

- السؤال الأول: ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في تعزيز الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة خلال الحرب؟ جدول (8): الوزن النسبي و (sig) لفقرات المجال الأول "ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في تعزيز الصمود والثبات لدى سكان غزة أثناء الحرب"

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	Sig
1	عززت إدارة الصورة الصمود خلال أيام الحرب على قطاع غزة.	4.2	83.7	*0.000
2	عملت إدارة الصورة على تحفيز المقاومين في الميدان في قطاع غزة.	3.9	77.3	*0.000
3	ترى أن إدارة الصورة أشاعت التكافل في المجتمع في قطاع غزة.	4.0	80.3	*0.000
4	تعتقد أن إدارة الصورة أسهمت في رفع معنويات أهل قطاع غزة.	3.9	77.7	*0.000
5	ساعدت إدارة الصورة عملية التوجيه والإرشاد لدى أهل غزة في التعامل مع المواقف (الابتعاد عن أماكن القصف).	3.6	72.6	*0.000
6	تعتقد أن بعض الصور الثابتة ساهمت بإيجابية على صمود أهل قطاع غزة (تقديم المساعدات للمتضررين).	3.8	75.3	*0.000

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	Sig
7	تعتقد أن بعض الأناشيد أسهمت في بث روح الصمود لدى أهل قطاع غزة (صور إطلاق الصواريخ).	3.7	74.5	*0.000
8	تعتقد أن بعض البرامج المباشرة أسهمت بإيجابية على صمود أهل قطاع غزة (كلمات القادة وأصحاب القرار).	3.8	76.8	*0.000
9	تعتقد أن بعض الفواصل أسهمت بصورة إيجابية على صمود أهل قطاع غزة (المرأة التي تجلس بجانب بيتها).	4.0	79.2	*0.000
10	تعتقد أن بعض المشاهد مثل صور الاستشهاديات أسهمت بصورة إيجابية في تعزيز الصمود.	3.6	72.3	*0.000
	المجموع	3.8	%76.8	*0.000

من جدول (8) يتبين أن العبارة (1) "عززت إدارة الصورة الصمود خلال أيام الحرب على غزة" بنسبة 83.7%، ويعود هذا إلى حجم تأثير إدارة الصورة في الفضائية على الشارع الفلسطيني في غزة لأنها 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 والقيام ببث الأخبار من قطاع غزة وأنها كانت تنقل الأخبار أولاً بأول.

جاءت العبارة (10) "تعتقد أن بعض المشاهد مثل صور الاستشهاديات أسهمت إيجابياً لتعزيز صمود أهالي القطاع" بنسبة 72.3%. يعود ذلك لأن البعض يعتبر أن هذه المشاهد تزيد من عزيمة النساء وأن المرأة تأخذ دورها في المقاومة وأيضا يعتبر تحفيزا للرجال كونها جبلت على الضعف، ويرى آخرون 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 كالثبات في البيت وعلى الأرض وتكون هذه صورة ذات أثر على الصمود والثبات وأن جميع مفردات المقاومة من صور الاستشهاديات وثبات المرأة في بيتها المدمر ودورها في البيت كلها تعزز الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.

عموماً جاء المجال "تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة" بنسبة 76.8%، هذا لتمكن إدارة الصورة من التأثير على أهالي قطاع غزة في تعزيز الصمود والثبات ومن خلال النتائج يتضح أن إدارة الصورة حفزت 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 ببث أناشيد إطلاق الصواريخ واستطاعت البرامج المباشرة مثل كلمات القادة من تعزيز الصمود لدى الأهالي واستطاعت ببث بعض الفواصل مثل الأطفال الذين يرشقون الجيش بالحجارة في تعزيز الصمود والثبات وأسهمت ببثها صور الاستشهاديات خلال الحرب في ذلك.

- السؤال الثاني: ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في الفضائية من تحقيق النصر والتأييد والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي؟

جدول (9): الوزن النسبي و (sig) لفقرات المجال الثاني "مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في الفضائية من تحقيق النصر والتأييد والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي"

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	Sig
1	تعتقد أن إدارة الصورة زادت من النصر والتأييد في الشارع العربي.	4.3	85.2	*0.000
2	ترى أن إدارة الصورة شجعت على التحرك الرسمي لوقف الحرب.	3.6	71.8	*0.000
3	عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط على الحكام للتأثير على دولة الكيان عبر المسيرات والاعتصامات لوقف الحرب.	3.5	69.0	*0.000
4	تعتقد أن استخدام شخصيات مؤثرة عربياً إسلامياً يحرك الجمهور العربي لنصرة القضية (وجدي غنيم، يوسف القرضاوي).	4.0	79.5	*0.000
5	تعتقد أن مخاطبة كل دولة بالنداء للنصرة يزيد من حجم المشاهدين لهذا البلد.	3.7	74.2	*0.000
	المجموع	3.8	%75.9	*0.000

من جدول (9) أن العبارة (1) "تعتقد أن إدارة الصورة زادت من النصر والتأييد في الشارع العربي" جاءت بنسبة 85.2%، ويعود ذلك لتحرك الشارع العربي ضد الحرب على غزة بعد أن شاهد المجازر والقصف والتدمير، 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 (2008/12/27) وتلاها الكثير من الاعتصامات مثلما حدث في سوريا والجزائر ومصر والسودان وغيرها من الأقطار.

جاءت العبارة (3) "عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط على الحكام للتأثير على دولة الكيان عبر المسيرات والاعتصامات لوقف الحرب" بنسبة 69.0%، ويعود ذلك لتأثير التحرك الرسمي 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 سفير الصهاينة ولا ننسى دور قطر في قطع العلاقات مع الكيان ولكن كان موقف بعض الحكومات العربية متواطئاً مع الاحتلال بسبب الاتفاقيات ومصالحه مع دواة الكيان ولأن بعض الأنظمة العربية تمنع التظاهر في بلادها ولا تسمح بحرية التعبير وان 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.

جاءت عبارات المجال "تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي" بنسبة 75.9%، ويرجع ذلك لأن إدارة الصورة شجعت 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.

السؤال الثالث: ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في الفضائية من تحقيق النصر والتأييد والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي؟

جدول (10): المتوسط الحسابي و (sig) لكل فقرة من فقرات المجال الفرعي الثالث "ما مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم في من تحقيق والنصرة والتأييد والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	Sig
1	تعتقد أن إدارة الصورة زادت من النصر والتأييد في الشارع الغربي.	3.7	73.8	*0.000
2	ترى أن إدارة الصورة شجعت الشارع الغربي على التحرك الرسمي لوقف الحرب.	3.5	70.3	*0.000
3	عملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط لدى الشارع الغربي على دولة الكيان عبر المسيرات والاعتصامات.	3.7	74.9	*0.000
4	عززت إدارة الصورة من الدعم المادي والعيبي.	3.6	72.3	*0.000
5	ترى أن الصورة غيرت من الصورة الراسخة لدى الشارع الغربي بأن الفلسطيني إرهابي.	3.6	72.7	*0.000
6	نجحت إدارة الصورة في عرض وحشية الاحتلال لدى الشارع الغربي.	4.0	80.3	*0.000
7	تعتقد أن حرب غزة استطاعت أن تغير الصورة السيئة عن الشعب الفلسطيني لدى الشارع الغربي.	3.9	77.6	*0.000
	المجموع	3.7	%74.5	0.000

من جدول (10) يتبين أن العبارة (6) "نجحت إدارة الصورة في عرض وحشية الاحتلال لدى الشارع الغربي" جاءت بنسبة 80.3%. ويعود ذلك إلى حجم تأثير إدارة الصورة على الشارع الغربي كون الفضائية تبث من غزة وتعتبر عن لسان حال الموجودين في داخله وكان للفضائية بث مباشر على الانترنت وتعرض الفضائية لحقوق الإنسان وعرض صور الأطفال والنساء وتكثيف الفواصل باللغة الانجليزية وأن الفضائية كانت تمد القنوات والوكالات بالصورة المتقطعة بالميدان.

جاءت العبارة (2) "ترى أن إدارة الصورة شجعت الشارع الغربي على التحرك الرسمي لوقف الحرب" بنسبة 70.3%. ويعود ذلك لتواطؤ بعض دول الغرب مع إسرائيل في الحرب الأخيرة على غزة وذلك لأن الكيان استطاع عبر دبلوماسيته 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 250 ألف متضامن مع قضية فلسطين.

جاء المجال "تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي" بنسبة 74.5%. ويعود ذلك لأن 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 بدا 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 ينج 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 ومن خلال النتائج يتضح أن إدارة الصورة استطاعت أن تعمل على زيادة النصر والتأييد في الشارع الغربي، وشجعت الشارع الغربي على التحرك الرسمي لوقف الحرب، وعمل كوسيلة ضغط لدى الشارع الغربي على دولة الكيان عبر المسيرات والاعتصامات، وعززت من الدعم المادي والعييني، وغيرت 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.

السؤال الرابع: ما دلالة الفروق بين المبحوثين حول مدى نجاح إدارة الإعلام المقاوم من تحقيق الصمود والثبات لدى سكان غزة والنصرة والتأييد في الشارع العربي والغربي خلال الحرب من وجهة نظر الإعلاميين تعزي إلى العوامل الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة)؟

جدول (11): الفروق حسب الجنس

Sig	T	الفرضية
*0.025	203	تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.
80.13	243	تأثير إدارة الصورة على حجم النصر والتأييد والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي.
0.054	215	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي.
*50.01	206.5	جميع مجالات الاستبانة معاً

يبين جدول (11) أن قيمة (Sig.) أقل من $\alpha = 0.05$ وبالتالي يوجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين بسبب الجنس. ويعود ذلك لأن غالبية الذين يعملون بالحرب ذكور ويحتكون بالوضع الميداني للحرب أكثر من الإناث وأنه كان يتعذر على الإناث الخروج خلال الحرب نظراً للأحداث المتكررة وتدهور الوضع الأمني فكان الكثير من المراسلات يبقيين في المكاتب خوفاً على حياتهم وأن الذكور أكثر وعياً بالأمر الميدانية والسياسية.

جدول (12): الفروق حسب العمر

Sig	T	الفرضية
0.277	1.181	تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.
30.26	1.289	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي.
0.265	1.271	تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي.
20.22	1.629	جميع مجالات الاستبانة معاً

يبين جدول (12) أن قيمة (Sig.) أقل من $\alpha = 0.05$ وبالتالي لا يوجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين بسبب العمر. ويعود ذلك لأن كافة المستجيبين متفقون بجميع الأعمار على أن إدارة الصورة تؤثر في مستوى الصمود والثبات والنصرة والتأييد والضغط على الاحتلال خلال الحرب لأن الكل شارك بالحرب سواء صغاراً أم كباراً.

جدول (13): الفروق حسب المؤهل العلمي

المجال	T	درجات الحرية	Sig
تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.	0.404	3	700.4
تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي.	3.979	3	0.264
تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي.	3.856	3	0.139
جميع مجالات الاستبانة معاً	1.540	3	0.340

يبين جدول (13) أن قيمة (Sig.) أقل من $\alpha = 0.05$ وبالتالي لا يوجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين بسبب المؤهل العلمي.

جدول (14): الفروق حسب الخبرة

الفرضية	T	درجات الحرية	Sig
تأثير إدارة الصورة على مستوى الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة.	0.788	2	0.337
تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي والمعنوي لدى الشارع العربي.	0.122	2	10.47
تأثير إدارة الصورة على حجم التأييد والنصرة والدعم المادي وتغيير صورة الاحتلال لدى الشارع الغربي.	0.003	2	0.499
جميع مجالات الاستبانة معاً	0.802	2	0.335

يبين جدول (14) أن قيمة (Sig.) أقل من $\alpha = 0.05$ وبالتالي لا يوجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين بسبب الخبرة.

ملخص نتائج الدراسة:

1. نجحت إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة بمتوسط حسابي 3.8 وبوزن نسبي 76.8، حيث بينت الدراسة أن إدارة الفضائية استطاعت أن تعزز الصمود والثبات لدى أهالي قطاع غزة، وعملت على تحفيز المقاومين في الميدان وأشاعت التكافل في المجتمع الفلسطيني، واستطاعت رفع معنويات أهل القطاع بصورة جيدة نظراً لحجم الدمار والدماء والأشلاء التي كانت تبث على الشاشة، وكانت عملية الإرشاد جيدة لكنها تحتاج إلى توعية أكبر من قبل القناة، وصور الاستشهاديات أسهمت في تعزيز الصمود والثبات لكن هنالك بعض التحفظات على الهدف المرجو منها:

2. نجحت إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق النصر والتأييد في الشارع العربي " بمتوسط حسابي 3.8 ووزن نسبي 75.9%، حيث إن إدارة الصورة زادت من النصر والتأييد في الشارع العربي، واستطاعت استخدام شخصيات مؤثرة عربياً إسلامياً يحرك الجمهور العربي لنصرة القضية، وأن إدارة الصورة استطاعت تشجيع الشارع العربي على التحرك الرسمي لوقف الحرب ولكن بشكل غير فعال.
3. نجحت إدارة الإعلام المقاوم في فضائية الأقصى من تحقيق النصر والتأييد في الشارع الغربي " بمتوسط حسابي 3.7 ووزن نسبي 74.5%. حيث إن إدارة الصورة زادت من النصر والتأييد في الشارع الغربي، وعملت كوسيلة ضغط لدى الشارع الغربي على دولة الكيان لوقف الحرب وعرض وحشية الاحتلال لدى الشارع الغربي، وغيّرت الصورة السيئة عن الشعب الفلسطيني لدى الشارع الغربي، وعملت إدارة الصورة كوسيلة ضغط على الحكومات الغربية للتأثير على دولة الكيان لوقف الحرب لكن يحتاج إلى تعزيز، والتحرك الشعبي كان جيداً في الشارع الغربي لكنه دون المطلوب.

توصيات الدراسة ومقترحاتها.

1. البعد عن مشاهد الدماء والأشلاء قدر المستطاع والبحث عن آليات جديدة لعرض المواد التي تبث عبر الفضائية لتعزيز مفهوم الصمود والثبات.
2. تعزيز مفهوم التكافل بين المجتمع الفلسطيني عبر برامج موجهة.
3. تفعيل البرامج التوجيهية والإرشادية للمجتمع العربي لمناصرة القضية وتعريف كل مجتمع بالدور الملقى عليه.
4. زيادة البرامج باللغة الانجليزية عبر الفضائية.
5. مراعاة فروق الأوقات بين فلسطين الدول التي تصل إليها القناة.
6. توسعة بث القناة ليصل إلى المجتمعات الأوروبية بجميع مكوناتها.
7. العمل على فتح موقع الكتروني على الإنترنت يبث مباشرة للعالم الغربي.
8. تفعيل البرامج المشتركة عبر قنوات الإعلام العربي عامة وقنوات الإعلام المقاوم خاصة.
9. عمل اتفاقيات بين القنوات بحيث يتم فتح الأستوديوهات للقنوات التي تضرر بسبب مواقفها الداعمة للمقاومة.

قائمة المراجع

أولاً- المراجع بالعربية:

- إبراهيم، عبد الله المسلمي. (2007). إدارة المؤسسات الصحفية، ط2، دار الفطر العربي.
- أبو بكر (2014). مخاطر العدوان النفسانية الإسرائيلية على الأمن الفكري الفلسطيني (دراسة وصفية تحليلية كما يدركها طلبة جامعة النجاح الوطنية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
- أبو ركية، محمد (2012). المعالجة الصحفية لقضايا الحوار الفلسطيني في الصحف المحلية "دراسة تحليلية لحوار مكة في الصحف اليومية القدس والحياة والأيام.
- إسكندر، الديك، ومحمد، مصطفى الأسعد. (1993). دور الاتصال والإعلام في التنمية الشاملة، بحث نظري وميداني، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت.
- حازم الشعراوي، مدير قناة الأقصى الفضائية السابق، مقابلة بتاريخ 20/9/2010م.
- ديب، والمالكي (2013). تأطير العدوان تغطية الإعلام المرئي العالمي لحرب لبنان.

- رامي العربي، مدير دائرة الهندسة في قناة الأقصى الفضائية منذ 2005-2019م، مقابلة بتاريخ 2019/4/7م.
- سمير أبو محسن، مدير البرامج في قناة الأقصى، مقابلة بتاريخ 2019/4/7م.
- عباس، محمد خليل. (2015). مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس. ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- عبد الله، معتز السيد، (1997). الحرب النفسية والشائعات. دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
- عدوان، أحمد، (2012)، تغطية الصحافة الإسرائيلية للحرب على غزة 2008-2009م دراسة تحليلية وصفية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة) برنامج دراسات الشرق الأوسط، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة.
- كلاوزفيتير، ك. (2007). الوجيز في الحرب، ط1، ترجمة أديري، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت.
- نشرة دورية عن قناة الأقصى عن دور القناة خلال الحرب (2008-2009)، بتاريخ 2010م، غزة، فلسطين.

ثانياً- المراجع الإنجليزية:

- Brom Shlomo, (2014), Operation Cast lead, an interim, strategic assessment, vol.11, No.3, p3.
- Kumar, R. (2019). Research methodology: A step-by-step guide for beginners. Sage Publications Limited.
- Yair, Evron, (2008), The Deterrence: The Campaign Against Hamas, Strategic Assessment, Vol. 11, No. 2, p6.

ثالثاً- المراجع العبرية:

- إسرائيل-آري (2007). حرب لبنان الثانية: وجهة النظر والتفسيرات في الإعلام الإسرائيلي، متحف إسرائيل، تل أبيب.