

The Islamic University Of Gaza
Deanship Of Research & Graduate Studies
Faculty Of Arts
Master Of Journalism



الجامعة الإسلامية بغزة
عمادة البحث العلمي والدراسات العليا
كلية الآداب
ماجستير صحافة

توظيفُ المواقعِ الإخباريةِ الفلسطينيةِ لصحافةِ الحُلُولِ
في معالجةِ المشكلاتِ المجتمعيةِ
"دراسةٌ تحليليةٌ مقارنةٌ"

Exploiting Solutions Journalism By the Palestinian
News Websites in Treatment Societal Issues
"A Comparative Analytical Study"

إعدادُ الباحثِ
محمد صلاح إبراهيم السيقلي

إشرافُ
الأستاذِ الدكتور:
جواد راغب أيوب الدلو

قُدِّمَتْ هَذِهِ الرِّسَالَةُ اسْتِكْمَالاً لِمُتَطَلِّبَاتِ الحُصُولِ عَلَى دَرَجَةِ المَاجِسْتِيرِ
فِي الصَّحَافَةِ بِكَلِيَّةِ الآدَابِ فِي الجَامِعَةِ الإِسْلَامِيَّةِ بِغَزَّةِ

المحرم/1443هـ - أغسطس/2021م

إقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

توظيفُ المواقعِ الإخباريةِ الفلسطينيةِ لصحافةِ الحُلُولِ في معالجةِ المُشكلاتِ المُجتمعيَّةِ "دراسةٌ تحليليَّةٌ مُقارنَّةٌ"

Exploiting Solutions Journalism By the Palestinian News Websites in Treatment Societal Issues "A Comparative Analytical Study"

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

Declaration

I understand the nature of plagiarism, and I am aware of the University's policy on this.

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

Student's name:	محمد صلاح السيقلي	اسم الطالب:
Signature:	محمد صلاح السيقلي	التوقيع:
Date:		التاريخ:

نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناء على موافقة عمادة البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث/ محمد صلاح ابراهيم السيكلي لنيل درجة الماجستير في كلية الآداب/ قسم الصحافة وموضوعها:

توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية " دراسة تحليلية مقارنة "

Exploiting Solutions Journalism By The Palestinian News Websites In Treatment Societal Issues "A Comparative Analytical Study

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم السبت 12 محرم 1443 هـ الموافق 2021/08/21م الساعة العاشرة صباحا، في قاعة اجتماعات كلية الآداب اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

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

مشرفا ورئيسا

مناقشا داخليا

مناقشا خارجيا

أ. د. جواد راغب الدلو

أ. د. طلعت عبدالحميد عيسى

د. موسى علي طالب

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في كلية الآداب/قسم الصحافة.

واللجنة إذ تمنحه هذه الدرجة فإنها توصيه بتقوى الله تعالى ولزوم طاعته وأن يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق،،،،،

عميد البحث العلمي والدراسات العليا

أ. د. يوسف ابراهيم الجيش



مُلخَصُ الدِّرَاسَةِ

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية، ومدى اهتمامها بها، ورصد أنواع المشكلات التي ركزت عليها، ومصادرها، ونطاقها الجغرافي، وأنواع الحلول التي تطرحها، ومدى وضوحها، وملائمتها للتطبيق، ومواطن التركيز في السرد التحريري، وأساليب الإقناع المستخدمة، والأشكال الصحفية المستخدمة في عرضها، وأنواع عناوينها، وصورها وتعليقاتها، ومدى ارتباطها بحل المشكلة، وعناصر تدعيمها، وأوجه الشبه والاختلاف بينها في توظيف صحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي استخدمت منهجي: الدراسات المسحية وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، ومنهج العلاقات المتبادلة ومن خلاله أسلوب المقارنة المنهجية، باستخدام استمارة تحليل المضمون، والمقابلة غير المقننة، واعتمدت الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات، أما عينة الدراسة فهي موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية، وموقع وكالة الصحافة الفلسطينية (صفا)، وموقع وكالة وطن للأنباء، وتمثلت العينة الزمنية في الفترة ما بين 2020/1/1 وحتى 2020/4/30 بواقع أربعة شهور، واستخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل"، بواقع (127) موضوعاً صحفياً، وخلصت الدراسة نتائج عدة، من أبرزها:

1. جاءت المشكلات "الصحية والبيئية" بالمرتبة الأولى بنسبة (37.8%) بواقع (48) تكراراً، تلتها المشكلات "الاقتصادية" في المرتبة الثانية بنسبة (18.9%) بواقع (24) تكراراً.
2. تساوت الحلول "الاجتماعية" و"التقنية" وجاءتا في المرتبة الأولى بنسبة (20.5%) بواقع (26) تكراراً، تلتها الحلول التعليمية والثقافية في المرتبة الثالثة بنسبة (15.7%) بواقع (20) تكراراً.

3. حلت فئة "المواطنون" كإحدى مصادر الحلول في المرتبة الأولى بنسبة (46.5%)، وفي المرتبة الثانية المؤسسات الأهلية بنسبة (18.1%) ثم الخبراء والمختصون بنسبة (17.3%).

وبناءً على تلك النتائج، خلصت الدراسة إلى توصيات عدة، أهمها:

1. ينبغي أن تولي المواقع الإخبارية الفلسطينية اهتماماً خاصاً بموضوعات صحافة الحلول، بزيادة عددها، والالتزام بمعاييرها ومحدداتها، نظراً لأهميتها، وأثرها الإيجابي على المجتمع.
2. ضرورة اهتمام صحافة الحلول بالمشكلات المجتمعية الأخرى مثل: الاجتماعية، والسياسية، والفكرية، والدينية، والأمنية، إلى جانب اهتمامها بالمشكلات الصحية، والاقتصادية، والتقنية.
3. تنظيم دورات تدريب وورش عمل مركزة للصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية الفلسطينية تتعلق بصحافة الحلول، ودمجها في خطط أقسام الإعلام في فلسطين.

Abstract

The study aims at identifying the extent to which Employing Palestinian news websites for Solutions Journalism in addressing societal problems, and the extent of its interest in them, as well as tracing the types of problems it focused on, its sources, geographical scope, the types of solutions they pose, its clarity, suitability for application, and the focus points in the editorial narrative. The study also aims at identifying the methods of persuasion used by the websites of the study, the journalistic forms used in its presentation, the types of its titles, photos and comments, the extent to which it relates to solving the problem, elements of its support, and the similarities and differences between them in employing for Solutions Journalism for addressing societal problems. This is a survey study in which framework, the content analysis method, and the mutual relations approach were used. Through the mutual relations approach, the method of systematic comparison was also used by using the content analysis form and The unstructured interview. The study relied on the theory of prioritization. The sample of the study consisted of the website of Palestine Today News Agency, the website of the Palestinian Press Agency (Safa), and the website of Watan News Agency. The time sample was from January 1, 2020 to April 30, 2020, four months, using the "complete census method;" (127) journalistic topics.

The most important findings of the study:

1. "Health and environmental" problems ranked first with a percentage of (37.8%) and (48) recurrences, followed by "economic" problems in the second place with a percentage of (18.9%) and (24) recurrences.
2. "Social" and "technical" solutions were equal and had the first place with a percentage of (20.5%) and (26) recurrences, followed by educational and cultural solutions in the second place with a percentage of (15.7%) and (20) recurrences.
3. The "citizens" category as one of the sources of solutions ranked first with a percentage of (46.5%), and civil institutions had the second place with a percentage of (18.1%), then experts and specialists with a percentage of (17.3%).

The most important recommendations of the study:

1. Palestinian news sites should pay special attention to of Solutions Journalism Topics, by increasing their number, and conforming to their standards and determinants, given their importance and positive impact on society.
2. There is a need for Solutions Journalism to pay attention to other society problems such as: social, political, intellectual, religious, and security problems, in addition to its interest in health, economic, and technical problems.
3. Organizing training courses and focused workshops for journalists working in Palestinian news websites related to Solutions journalism, and integrating it into the plans of the journalism departments in Palestine.

تَعَلَّمَ فَلَيْسَ الْمَرْءُ يُولَدُ عَالِمًا
وَلَيْسَ أَخُو عِلْمٍ كَمَنْ هُوَ جَاهِلٌ
وَإِنَّ كَبِيرَ الْقَوْمِ لَا عِلْمَ عِنْدَهُ
صَغِيرٌ إِذَا التَّقَتْ عَلَيْهِ الْجَافِلُ
وَإِنَّ صَغِيرَ الْقَوْمِ إِنْ كَانَ عَالِمًا
كَبِيرٌ إِذَا رُدَّتْ إِلَيْهِ الْمَحَافِلُ

مُحَمَّدُ بْنُ إِدْرِيسَ الشَّافِعِيُّ

الإهداء

◇ إلى من بَلَغَ الرِّسَالَةَ، وَأَدَّى الأَمَانَةَ، وَنَصَحَ الأُمَّةَ، إِلَى نَبِيِّ الرَّحْمَةِ، وَنُورِ العَالَمِينَ، طِبِّ القُلُوبِ وَدَوَائِهَا، وَعَافِيَةِ الأَبْدَانِ وَشِفَائِهَا، وَنُورِ الأَبْصَارِ وَضِيائِهَا سيدنا محمد (ﷺ).

◇ إلى بؤرة النور التي عبرت بي نحو الأمل، إلى الذي اتسع قلبه ليحتوي حلمي حين ضاقت فيه الدنيا، فروّض الصعاب لأجلي، إلى الذي لطالما تفتّر قلبه شوقاً وحنّت عيناه الوضاءتان إلى رؤيتي متقلداً شهادة (الماجستير)، إلى من سار في حلقة الدرب ليرسم معاني النور والصفاء في قلبي، إلى من كدّ لأجل أن نعيش حياة كريمة في بيت كريم، وفي أحضان علم نافع، إلى (والدي العزيز) لقد كان إرضائك يا أبتِ جزءاً من طموحي وهدفاً لسيري في طريق العلم والعمل، وقد أرضاني الله فيك يا أبتِ فهلاً رضيت عني؟!!

◇ إلى من تتسابق الكلمات لتخرج معبرة عن مكنون ذاتها، إلى تلك السيدة التي تغزل الحب والأمل في قلبي عصفوراً يرفرف فوق ناصية الأحلام، والله وتالله يا (أمي) لو كنت أملك ويرضيك أن أهديك قلبي لنزعته من صدري وقدمته إليك، لكني لا أملك سوى الكلمات الكثيرة من صادق التعبيرات فلتكن هي هديتي لك، وأهديك هذا العمل لتهديني الرضا والدعاء.

◇ إلى التي صبرت عليّ شهوراً طويلاً؛ كنت معتكفاً على البحث والدراسة، فتحملت هجر الليالي ومدافعة الأيام في ذروة حياتنا الزوجية، (زوجتي الغالية) التي كلما تأملت فيها استحضرت نعمة ربي عليّ، فوالله لنعم الزوجة الصالحة هي، أهديك الرسالة ومعها خالص حبي.

◇ إلى مهجة القلب، وفرحة العمر، ورياحين الحياة أبنائي (مصعب) يا كل أملي، و(حلا) يا كل الهنا.. حفظكما ربي ورعاكما.

◇ إلى إخوتي وأخواتي، سندي وعضدي في هذه الحياة (وائل، أماني، تهاني، أمجد، ألاء).. يا رب وفقهم لما تحبه، وترضاه، ومن عظيم البر أن أهدي دراستي إلى مهجة القلب صانعة الرجال جدتي الحاجة (أم سعيد)، وأعمامي، وعماتي، وأخوالي، وخالاتي، وكل من دعا لي بظهر الغيب بالتوفيق والسداد.

◇ إلى ذلك المدير.. الذي مزّق أول تقرير صحفي لي -حينما كنتُ متدرباً- وقذفه في سلة المهملات، وقال لي متحدياً "والله لن تغلح!".. أهديك دراستي وأقول لك على سبيل الفخر "ها أنا ذا".

شُكْرٌ وَتَقْدِيرٌ

اللَّهُمَّ لَكَ الْحَمْدُ أَكْمَلُهُ، وَلَكَ الثَّنَاءُ أَجْمَلُهُ، وَلَكَ الْقَوْلُ أَبْلَغُهُ، وَلَكَ الْعِلْمُ أَحْكَمُهُ، وَلَكَ السُّلْطَانُ أَقْوَمُهُ، وَلَكَ الْجَلَالُ أَعْظَمُهُ.

ثم بعد شكر الله وحمده والثناء عليه، أتوجه بالشكر الجزيل إلى مَنْ لا تفيه الكلمات حقه، صاحب النصيب الوفير من اسمه، جواد العلم والأدب، المُفكر والمُلهِم، المُوجه والناصح، قائد البحث العلمي الإعلامي الأستاذ الدكتور **جواد راغب الدلو**، لقد كان لي نِعْمَ الناصح الأمين، نِعْمَ الأب الوقور الحليم، أفاض عليّ بعمله، وشملني بفضله، ومنحني الثقة، وغرس في نفسي قوة العزيمة، وأشهد الله أنه لم يدخر جهداً ولم يبخل عليّ بشيء من وقته الثمين، بين سطور هذه الكلمات الكثير من التفاصيل التي لا يتسع المقام لذكرها في حق أستاذي العزيز، الذي والله لا تخلو صفحة، أو فقرة، أو كلمة، ولم يترك فاصلة، أو نقطة، إلا وكان يقف عندها، ويراقب عليها، وعندما كنت أتعدّر منه لكثرة التعديلات، وأتشكر له اهتمامه؛ كان دائماً يرد قائلاً "تماماً يا محمد أنت مثل ولدي محمد"، والله وتالله لو كنت أعرف غير الشكر منزلة أوفى من الشكر عند الله لأسديتها له من قلبي معطرة، فشكراً له على ما أوفى من حسن، وأبقاه الله ذخراً لطلبة العلم.

وكل الشكر والتقدير أقدمهما للأستاذة الكبار الذين تفضلوا بمراجعة رسالتي، وتفضلوا عليّ بقبول مناقشة رسالتي، فلهم مني كل الشكر والتقدير، كما وأشكر لجنة (السيمنار) التي تمثلت في الأستاذ الدكتور **طلعت عيسى**، والدكتور **أحمد الشقاقي**، اللذين أثريا خطة البحث بتوجيهاتهم ونصائحهم، كما واتقدم بالشكر والتقدير للسادة محكمي استمارة التحليل من داخل فلسطين وخارجها كلٌّ باسمه ولقبه.

والشكر موصول إلى أخي الذي لم تلده أمي الذي تحلّى بالإخاء، وتميّز بالوفاء، **مطر جبر الزرق "أبو أنس"**، الذي جاورني في الشدائد، وأرشدني إلى الخير، دُمت لي نِعْمَ العون، ونِعْمَ الصديق، ونِعْمَ الأخ، ونعم السند، ووفقك الله لما تحبه وترضاه.

والشكر موصول إلى الزملاء والزميلات في ميدان العمل ومقاعد الدراسة الذين منحوني القوة، والعزيمة، والإرادة لإنجاز هذه المرحلة.

ولا يفوتني أن أتوجه بعظيم الشكر إلى شركة القدس للتنمية البشرية والتطوير إدارة وعاملين وعلى رأسهم الدكتور **محمد عبدالله شلح "أبو عبدالله"** لتذليله العقبات وتوفير السبل لتخطي تلك المرحلة.

الباحث/ محمد السيقلي

قائمة المحتويات

إقرار.....	أ
نتيجة الحكم.....	ب
مُلخَصُ الدِّراسَةِ.....	ت
Abstract.....	ث
الإهداء.....	ح
شُكْرٌ وَتَقْدِيرٌ.....	خ
قائمة المحتويات.....	د
قائمة الجداول.....	ز
قائمة الملاحق.....	س
مقدمة.....	1
الفصل الأول الإطار العام للدراسة.....	3
أولاً: أهم الدراسات السابقة:.....	4
ثانياً: الاستدلال على المشكلة:.....	24
ثالثاً: مشكلة الدراسة:.....	28
رابعاً: أهمية الدراسة:.....	28
خامساً: أهداف الدراسة:.....	29
سادساً: تساؤلات الدراسة:.....	30
سابعاً: الإطار النظري للدراسة:.....	31
ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها وادواتها:.....	34
تاسعاً: مجتمع الدراسة وعينتها:.....	46
عاشراً: وحدات التحليل والقياس:.....	48
الحادي عشر: إجراءات الصِّدْقِ والثبات:.....	49

54	الثاني عشر: مفاهيم الدراسة:
55	الثالث عشر: تقسيم الدراسة:
56	الفصل الثاني صحافة الحُلُولِ وَالمُشْكِلاتِ المُجْتَمَعِيَّةِ
58	المبحث الأول صحافة الحلول: المفهوم والنشأة والتطور والأهمية.
58	أولاً: مفهوم صحافة الحلول:
62	ثانياً: صحافة الحلول: النشأة والتطور:
70	ثالثاً: أهمية صحافة الحلول:
73	المبحث الثاني منطلقات صحافة الحلول.
73	أولاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بصحافة الحلول:
79	ثانياً: علم النفس الإيجابي وعلاقته بصحافة الحلول:
84	المبحث الثالث صحافة الحلول: الخصائص والمحددات والوظائف.
84	أولاً: خصائص صحافة الحلول:
85	ثانياً: محددات ومعايير صحافة الحلول:
87	ثالثاً: وظائف صحافة الحلول:
	الفصل الثالث سماتُ محتوى وشكلِ توظيفِ المواقعِ الإخباريَّةِ الفِلسْطينيَّةِ لِصحافةِ الحُلُولِ فِي مُعالِجَةِ المُشْكِلاتِ المُجْتَمَعِيَّةِ ومناقشتها
90	
	المبحث الأول سمات محتوى توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحُلُولِ فِي مُعالِجَةِ المُشْكِلاتِ المُجْتَمَعِيَّةِ ومناقشتها
92	
92	أولاً: أنواع المشكلات المجتمعية لصحافة الحلول:
100	ثانياً: المصادر الإعلامية للمشكلات المجتمعية لصحافة الحلول:
105	ثالثاً: النطاق الجغرافي للمشكلات المجتمعية لصحافة الحلول:
108	رابعاً: أنواع حلول المشكلات المجتمعية لصحافة الحلول:
115	خامساً: الوظائف التي تؤديها موضوعات صحافة الحلول:

122	سادساً: مصادر الحل في موضوعات صحافة الحلول:
127	سابعاً: وضوح الحل في موضوعات صحافة الحلول:
132	ثامناً: ملائمة الحل لبيئة المشكلة في موضوعات صحافة الحلول:
135	تاسعاً: تركيز السرد التحريري في موضوعات صحافة الحلول:
139	عاشراً: أساليب الإقناع المستخدمة في موضوعات صحافة الحلول:
143	المبحث الثاني: سمات شكل توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية ومناقشتها
143	أولاً: مدى اهتمام مواقع الدراسة بنهج صحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية: ..
144	ثانياً: الفنون الصحفية المستخدمة في موضوعات صحافة الحلول:
147	ثالثاً: أنواع عناوين موضوعات صحافة الحلول وارتباطها بالحل:
153	رابعاً: الصورة المصاحبة للموضوع والتعليق عليها:
159	خامساً: عناصر التدعيم المستخدمة مع موضوعات صحافة الحلول:
162	خاتمة الدراسة
162	أولاً: أهم نتائج الدراسة التحليلية:
164	ثانياً: توصيات الدراسة:
166	المصادر والمراجع
167	أولاً: المراجع العربية:
179	ثانياً: المراجع الأجنبية:
183	ثالثاً: المقابلات:
184	ملاحق الدراسة

قائمة الجداول

جدول (3.1): يوضح أنواع المشكلات المجتمعية لصحافة الحل	92
جدول (3.2): يوضح المصادر الإعلامية للمشكلات المجتمعية لصحافة الحل في مواقع الدراسة.	101
جدول (3.3): يوضح النطاق الجغرافي للمشكلات المجتمعية لصحافة الحل	106
جدول (3.4): يوضح أنواع حلول المشكلات المجتمعية	109
جدول (3.5): يوضح الوظائف التي تؤديها موضوعات صحافة الحل	116
جدول (3.6): يوضح مصادر الحل في موضوعات صحافة الحل	122
جدول (3.7): يوضح تكرارات ونسب الحل في موضوعات صحافة الحل	128
جدول (3.8): يوضح ملائمة الحل لبيئة المشكلة في موضوعات صحافة الحل	132
جدول (3.9): يوضح تركيز السرد التحريري في موضوعات صحافة الحل	136
جدول (3.10): يوضح أساليب الإقناع المستخدمة في موضوعات صحافة الحل	139
جدول (3.11): يوضح مدى اهتمام مواقع الدراسة بنهج صحافة الحل في معالجة المشكلات المجتمعية.	143
جدول (3.12): الفنون الصحفية المستخدمة في موضوعات صحافة الحل	144
جدول (3.13): أنواع عناوين موضوعات صحافة الحل	147
جدول (3.14): يوضح ارتباط العنوان بحل المشكلة	151
جدول (3.15): يوضح الصورة المصاحبة للموضوع	154
جدول (3.16): التعليق المصاحب لصورة موضوع صحافة الحل	158
جدول (3.17): عناصر التدعيم المستخدمة مع موضوعات صحافة الحل	159

قائمة الملاحق

- 185ملحق (1): المواقع الإلكترونية الفلسطينية
- 186ملحق (2): قائمة بأسماء المحكمين
- 187ملحق (3): استمارة تحليل المضمون

مقدمة

يُعدُّ الإعلام أحد أهم عناصر صناعة الرأي العام والتأثير في ناصية القرار ورسم السياسات العامة في المجتمع، إذ يؤدي دوراً كبيراً في تناول مشاكل المجتمع واقتراح حلول لها، كما أنَّ الإعلام يساهم في تغيير أنماط سلوك المجتمعات والأنظمة والحكومات والمؤسسات والناس، نظراً للقوة والقدرة التي تملكها وسائل الإعلام في التأثير على صناع القرار من خلال الاستمالة، والإقناع، والتنوع، والتكرار، والجاذبية، وكشف أوجه القصور، واقتراح حلول للمشكلات المجتمعية، إضافة إلى قدرة الإعلام على التغلغل في حياتنا ومشاكلنا.

وأدى تطور وسائل الإعلام في العقود الأخيرة إلى إحداث تغيير جوهري في شكل الأنواع الإعلامية ومضمونها، وأصبح لكل منها خصوصيته، التي أسهمت في تقدُّمه، ومع تطور الأحداث، وتنوع الظواهر، وارتفاع حدة المشاكل المجتمعية، وارتباطها بحياة الجمهور، كان على المؤسسات الصحفية المختلفة ابتكار طرائق صحفية جديدة، أو تجديد بعض الاتجاهات وتطويرها، حتى تقوم بمهمة معالجة المشكلات وتقديم حلول لها، وذلك بعد أن تشابكت المشكلات وأصبحت أكثر تعقيداً، ومن الصعب على القراء فهمها وتفسيرها من خلال الأساليب الصحفية التقليدية، وهو ما دفع الصحافة إلى التعمق في تناولها، واستخدام أساليب جديدة في معالجتها، مستفيدة من تيارات صحفية حديثة في هذا المجال.

ولقد ظهرت تيارات صحفية جديدة تضمنت منهجاً جديداً في التفكير، وأسلوباً مختلفاً في التعبير، وتعديلاً في أنماط الاتصال الصحفي التقليدية؛ وذلك بسبب القيود التي تفرضها أساليب التحرير الصحفي التقليدية، وأيضاً للتعبير بشكل مباشر عن سخط واستياء الناس، واكتشاف مصادر إخبارية ولغة إخبارية أقل تقليدية، كل هذه الأسباب أدت إلى ظهور تيارات جديدة مثل صحافة الحلول، وصحافة التحدي، وصحافة البيانات، وصحافة الخدمات، والصحافة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية، والصحافة المباشرة أو الفورية، والصحافة الجديدة (الأدبية).

وفي سياق ظهور تيارات حديثة وتيارات تجديدية برز أسلوب إعلامي جديد جاء نتيجة التغييرات في الملكية الإعلامية ونوعية المضمون الإعلامي، وهو صحافة الحلول Solutions Journalism، التي جاءت بالوقت المناسب لوضع إطار مؤسساتي وفكري لأمر نفكر بها ونعمل عليها⁽¹⁾، وانبتقت فكرة صحافة الحلول بشكلها الحالي بعد أن تطور في أوروبا نظام

(1) كُتاب، صحافة الحلول.. ضد الإثارة (موقع إلكتروني).

مماثل يسمى "الصحافة البناءة" Constructive Journalism الذي يهدف إلى استمرار أسلوب الصحافة الغربي المعروف.

ويضيف هذا الأسلوب بُعداً جديداً كان غائباً عن الممارسة الصحافية التي كانت موسومة بطغيان الطابع السلبي والتركيز على المشكلات دون وضع حلول، ويتمثل هذا البعد في اقتراح خيارات حلول للمشكلة المطروحة، وما هي النتائج المترتبة عن تلك الحلول من حيث الجانب المالي أو الاجتماعي، أو تأثيره على العادات والتقاليد المتعارف عليها⁽¹⁾.

وتعد صحافة الحلول نهجاً لتقارير تتجاوب مع المُشكلات المجتمعية وتبحث في حلولها دون تناسي المشكلات الموجودة، فهي تعالج المشكلات المجتمعية بطريقة تتجنب طرحها على أنها يائسة ولا أمل فيها، حيث تجعل مبادرات وأنشطة حل المشكلات مرئية أمام الجمهور حتى يتمكن المجتمع ككل من إدراك الخيارات الكاملة المتاحة لحل المشكلات⁽²⁾.

وتهدف هذه الدراسة للتعرف على مدى "توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المُشكلات المجتمعية"، وذلك من خلال التعرف على مدى اهتمامها بالمشكلات المجتمعية المعتمدة على صحافة الحلول، ورصد المشكلات التي ركزت عليها، والحلول المقترحة لها، ومدى ملائمتها للتنفيذ، ومصادرها، ونطاقها الجغرافي، وأساليب الإقناع المستخدمة معها، والأشكال الصحفية المستخدمة، وأساليب تحريرها، وعناصر تدعيمها وأوجه الشبه والاختلاف بين مواقع الدراسة.

(1) كُتاب، صحافة الحلول.. ضد الإثارة (موقع إلكتروني).

(2) Haas, Tanni, Genres Of Journalism: Solutions Journalism (p4).

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الفصل الأول الإطار العام للدراسة

أولاً: أهم الدراسات السابقة:

قام الباحث بإجراء دراسة مسحية شاملة لأهم الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة بشكل مباشر أو غير مباشر، وتم عرض الدراسات السابقة وفقاً للتسلسل الزمني من الأحدث إلى الأقدم، وقسمها الباحث إلى محورين، الأول بعنوان دراسات إعلامية تتعلق بصحافة الحلول عدا المواقع الإلكترونية، والثاني يتناول صحافة الحلول في المواقع الإلكترونية، على النحو الآتي:

الأول: دراسات إعلامية تناولت صحافة الحلول عدا المواقع الإلكترونية:

1- دراسة McIntyre & Lough (2021)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تصورات وانطباعات الجمهور الأمريكي في ولاية ألاباما الأمريكية نحو صحافة الحلول، ومدى تأثير هذا النوع من الصحافة على الصحف التي تركز على الحلول بدلاً من التركيز على المشاكل.

وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية واختبار العلاقات السببية بين المتغيرات والفروض، واستخدمت منهج المسح وفي إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، والمنهج شبه التجريبي، أما أدوات الدراسة فقد استخدم الباحثان أداة "الاستبيان الإلكتروني" و"فحص تحليلات القراء" على ثلاثة مسوحات لقياس الأثر، وتمثل مجتمع الدراسة بالمجتمع الأمريكي في ولاية ألاباما، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 191 شخصاً من جمهور صحيفة Montgomery أكبر صحف الولاية، وتفاوتت أعمارهم ما بين 18 إلى 85 سنة، ولم يُشر الباحثان إلى النظرية المستخدمة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

أ. يرتفع عدد مشاهدات الصحيفة على الإنترنت، ومكوث زمني أطول في الموضوعات الموجهة نحو الحلول مقارنة بمدة المكوث التقليدية.

ب. شعر قراء الموضوعات الصحفية المعتمدة على صحافة الحلول بأثر إيجابي يتمثل بارتفاع معنوياتهم تجاه الحلول، وانخفاض ملحوظ في المعنويات السلبية تجاه المشكلات.

(1) Lough, & McIntyre. Transitioning To Solutions Journalism: One Newsroom's Shift To Solutions-Focused Reporting. (pp193-208).

ت. ارتباط أكبر بين المجتمع والصحيفة ومنصاتها المختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي على إثر نشرها موضوعات قائمة على الحلول.

2- دراسة Golasovská (2020)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى التزام الصحفيين في جمهورية التشيك بالمعايير الأساسية لصحافة الحلول، وانعكاس ذلك الفهم على موادهم الصحفية القائمة على صحافة الحلول، ومدى تأثرهم بالمسابقات والجوائز المتعلقة بموضوعات صحافة الحلول، ومراحل دخولها إلى الصحافة التشيكية.

وتتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدم الباحث منهج المسح وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، أما أداة الدراسة فهي المقابلة المعمقة، وتمثل مجتمع الدراسة في الصحفيين التشيكيين، وبلغ عدد مفردات عينة الدراسة 5 صحفيين تشيكيين فازوا في مسابقة تعنى بـ"صحافة الحلول"، ولم تُشر إلى النظرية المستخدمة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، من أهمها:

- أ. أنتج الصحفيون التشيكيون الحاصلون على جائزة "صحافة الحلول" تقارير وقصصاً قائمة على "صحافة الحلول" دون أن تكون لهم معرفة ودراية سابقة في هذا النهج.
- ب. عرّف الصحفيون التشيكيون "صحافة الحلول" عبر مسابقة "صحافة الحلول" التي نظمتها (Ashoka)، إضافة إلى مساهمة ورش العمل والتدريبات في رفع وعيهم تجاه هذا النهج.
- ت. أوصى المبحوثون بضرورة أن يكون في كل غرفة أخبار صحفي مُلمّ بمعايير "صحافة الحلول"، مع ضرورة دمج هذا النوع من الصحافة في المواد الدراسية الجامعية.

3- دراسة Urlbauer (2019)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التمثيل المرئي لبيانات صحافة الحلول على إدراك الجمهور، وانطباعاته نحو التقارير الصحفية القائمة على صحافة الحلول، وتقضيات القراء لطريقة عرض الموضوعات الصحفية.

(1) Golasovska, K. Solution journalism in Czech Media.

(2) Urlbauer ,Data Visualizations: Investigating Their Effects On The Perception Of Solutions Journalism.

وتتنمي هذه الدراسة إلى بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات والفروض والبحوث الوصفية، واستخدمت الباحثة المنهج التجريبي على مجموعات ضابطة وتجريبية، والمنهج المسحي، وفي إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، أما أدوات الدراسة فهي النماذج التجريبية "التصاميم التجريبية"، والاستبيان لرصد انطباعات الجمهور، وتمثل مجتمع الدراسة بالجمهور الأمريكي، وبلغ عدد مفردات عينة الدراسة التجريبية 706 مفردة من 49 ولاية أمريكية من أعمارٍ متفاوتة من 18 - 75 عاماً، واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

- أ. يشعر قراء الموضوعات الصحفية المعتمدة على صحافة الحلول بأثرٍ إيجابي، وهم أقل سلبية تجاه المشكلات المجتمعية.
- ب. يرى قراء الموضوعات الصحفية المعتمدة على صحافة الحلول أنها ترفع الحصيلة المعرفية والثقافية لديهم تجاه المشكلات المجتمعية وآليات الحلول المطروحة.
- ت. يتفاعل القراء مع الحلول المطروحة في الموضوعات الصحفية المعتمدة على الحلول.

4- دراسة Ciftci (2019) ⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إسهام صحافة الحلول في تعزيز الديمقراطية والشفافية والمساءلة والمشاركة السياسية لدى الصوماليين في انتخابات عام 2016، والتعرف على إمكانية مساهمة موضوعات "صحافة الحلول" التي كانت تنتجها مجموعة الاتصالات الاستراتيجية والشؤون العامة (SCPAG) التابعة لبعثة الأمم المتحدة في الصومال (UNSOM) في تعزيز الحلول السلمية.

وتتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدم الباحث المنهج المسحي وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، ومن ثمَّ استمارة تحليل المضمون، وتمثل مجتمع الدراسة في التقارير المرئية التي نشرتها (SCPAG) على قناتها في منصة Vimeo المختصة بنشر الفيديوهات، وأجريت الدراسة على عينة عمدية (موضوعات انتخابات 2016) قوامها 72 مقطع فيديو منشور على المنصة، واعتمدت الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

(1) Ciftci, The Application Of Solutions Journalism: Strategic Communications And Public Affairs Group In Somalia.

أ. عززت صحافة الحلول من مبادئ الديمقراطية والشفافية والمساءلة والمشاركة السياسية لدى الصوماليين في انتخابات عام 2016، لاسيما مشاركة المرأة في الحياة السياسية في الصومال.

ب. استند 70 مقطع فيديو من أصل 72 أي ما نسبته 97.2% من الفيديوهات الموجهة نحو قضايا الانتخابات على فلسفة صحافة الحلول.

ت. أشارت الدراسة إلى أنّ 68 مقطع فيديو من أصل 72 من العينة أي ما نسبته 94.4% تتوافق مع أدبيات ومحددات ومفاهيم صحافة الحلول من الناحية المهنية.

5- دراسة Powers & Amiel (2019)⁽¹⁾ :

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات صحافة الحلول في الصحافة الإقليمية الفرنسية من وجهة نظر الصحفيين الفرنسيين وانعكاساتها على الصحافة، والتعرف على تأثيرات صحافة الحلول على الصحافة الورقية التي تشهد تراجعاً في القراءة من قبل الجمهور الفرنسي.

وتتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدم الباحثان منهج المسح وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، أما أداة الدراسة فهي المقابلة المعمقة، وتمثل مجتمع الدراسة في الصحفيين الفرنسيين، وتم اختيار عينة منهم قوامها (28 صحفياً فرنسياً) من ست صحف إقليمية فرنسية يومية وأسبوعية، واعتمدت الدراسة على نظريتين هما: نظرية القائم بالاتصال، والنظرية المتجذرة أو النظرية المجذرة (GT)، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

أ. تُعدُّ صحافة الحلول مصدراً للتجديد المهني، ويمثل نهجها فرصة لإعادة الزخم إلى الصحافة المطبوعة في ظل تراجع معدلات القراءة.

ب. تُعدُّ صحافة الحلول فرصة لتجديد مشاركة الصحفيين وانخراطهم في وضع حلول للمشاكل في المجتمع.

ت. تنعكس صحافة الحلول إيجاباً على اختيارات المحررين للموضوعات الصحفية، وعلى آليات وتقنيات النشر.

(1) Amiel & Powers, A Trojan Horse For Marketing? Solutions Journalism in the French Regional press.

6- دراسة Thier & Others (2019)⁽¹⁾:

تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير الصور المصاحبة لقصص صحافة الحلول على الجمهور، مقابل تأثير صور الموضوعات التي تركز على المشكلات على الجمهور، كما هدفت الدراسة لقياس تأثير بعض المتغيرات المهمة وهي (درجة المشاركة في سرد الأحداث، الكفاءة الذاتية، النوايا السلوكية) بالنسبة للقراء الذين تعرضوا لتلك الموضوعات.

وتتنمي هذه الدراسة إلى بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات والفروض، واستخدم الباحثون الثلاثة المنهج التجريبي، أما أدوات الدراسة فقد استخدم الباحثون أداة النماذج التجريبية "التصاميم التجريبية"، وتمثل مجتمع الدراسة بالجمهور الأمريكي، أما عيّنتها فهي 268 شخصاً أمريكياً بالغاً تتراوح أعمارهم بين 20 - 39 عاماً، مستخدمين "نظرية النقل" القائمة على فكرة اندماج القارئ مع القصة التي يتعرض لها، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

- أ. تركت صور الموضوعات التي تتناول الحلول تأثيراً إيجابياً لدى الجمهور بشكل أكبر من صور الموضوعات التي لا تتناول حلولاً.
- ب. أعربَ المبحوثون الذين تعرضوا لصور الحلول عن قيامهم ببعض الأنشطة جراء التعرض لهذه الصور مثل قراءة المزيد من القصص حول القضية، ومشاركة القصة الخبرية، والتحدث مع آخرين حول القصة الخبرية، والتبرع من أجل معالجتها.
- ت. توحدَ المبحوثون الذين تعرضوا لصور الحلول عقلياً وشعورياً مع الموضوعات التي أثارته تلك الموضوعات الصحفية.

7- دراسة Abdenour & Others (2019)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى قياس ثقة الجمهور الأمريكي نحو الموضوعات الصحفية المعتمدة على صحافة الحلول، ومدى ثقته في الصحافة التي تنشر موضوعات قائمة على صحافة الحلول.

(1) Thier, And Others, Creating Engagement With Solutions Visuals: Testing The Effects Of Problem-Oriented Versus Solution-Oriented Photojournalism.

(2) Abdenour, And Others, A Narrative Solution: The Relationship Between Solutions Journalism, Narrative Transportation, And News Trust.

وتتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واعتمد الباحثون على منهج المسح وفي إطار مسح جمهور وسائل الإعلام، واستخدم الباحثون أداة الاستبيان لجمع البيانات، وتمثل مجتمع الدراسة في المواطنين الأمريكيين أخذوا منه عينة تمثيلية قوامها 608 شخص، واستخدم الباحثون نظرية الثقة في وسائل الإعلام وفق نموذج ماتياس كوهرينج ويورغ ماتيس، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، منها:

- أ. تعزز صحافة الحلول ثقة الجمهور بوسائل الإعلام، ويمكن أن تكون عاملاً مهماً من عوامل إعادة الثقة بين وسائل الإعلام والجمهور.
- ب. يرى قراء النماذج القائمة على صحافة الحلول أنّ قصص الحلول مثيرة وجذابة وتعالج الموضوعات والمشاكل المجتمعية بصدق.
- ت. يرغب قراء النماذج القائمة على صحافة الحلول في قراءة المزيد من موضوعات الحلول التي تمثل حلاً لمشاكل مجتمعية، وتعزز من ثقتهم في الصحافة.

8- دراسة Powers & Curry (2019)⁽¹⁾ :

هدفت الدراسة إلى التعرف على تصورات الصحفيين الذين يمارسون صحافة الحلول تجاه هذا النهج، ومعرفة الطريقة التي يروج لها الصحفيون صحافة الحلول، والطريقة التي يُقيّمون من خلالها تأثير صحافة الحلول ويحددون حدودها.

وتتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدم الباحثان منهج المسح وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، أما أداة الدراسة فهي أداة الاستبيان، وتمثل مجتمع الدراسة في الصحفيين الذين كتبوا موضوعات قائمة على نهج الحلول، وتم اختيار عينة عمدية منهم قوامها (50 صحفياً) من أعضاء شبكة صحافة الحلول (SJN)، واعتمدت الدراسة على نظرية حارس البوابة "القائم بالاتصال"، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

- أ. تسهم صحافة الحلول بشكل كبير في حل المشكلات المجتمعية، وتقدم ورقي ورفعة المجتمع من خلال تقديم حلول للمشكلات المجتمعية.
- ب. يركز غالبية أعضاء شبكة صحافة الحلول (SJN) في إحداث تأثير يتمثل في زيادة وعي وفهم الجمهور تجاه المشكلة وحلولها من الناحية المعرفية.

(1) Power & Curry, No Quick Fix: How Journalists Assess The Impact And Define The Boundaries Of Solutions Journalism. (pp 2237-2257)

ت. لا يُعد عدد القراء ومدة القراءة والمشاركة على مواقع التواصل الاجتماعي مقياساً ذا مغزى في تأثير صحافة الحلول، إنما الأثر الحقيقي (ذو مغزى) هو في إثارة العمل الفردي، يليه المداولات العامة في المجتمع بشأن القضية.

9- دراسة (Manzanares & Others) (2018)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير توافق الصور المصاحبة للنصوص في موضوعات صحافة الحلول على قراءة هذه القصص، ومدى تأثير الصور التي تعبر عن الحلول على القارئ، مقارنة بالصور التي تركز على المشاكل، أو تلك الصور المحايدة.

وتنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية واختبار العلاقات السببية بين المتغيرات والفروض، واستخدام منهج المسح وفي إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، والمنهج التجريبي، أما أدوات الدراسة فقد استخدم الباحثان أداة "التصاميم التجريبية"، وأداة الاستبيان الإلكتروني، وتمثل مجتمع الدراسة بالمجتمع الأمريكي، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 284 من الجمهور الأمريكي تتفاوت أعمارهم ما بين 19 إلى 69 سنة، ولم يُشر الباحثون إلى النظرية المستخدمة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

أ. يشعر القارئ عند حدوث توافق بين النصوص والصور المصاحبة لها بإيجابية أكبر تجاه المشاكل وحلولها.

ب. تقلل الصور السلبية والمنحازة والقائمة على الصراع المصاحبة للموضوعات الصحفية القائمة على صحافة الحلول من التأثير الإيجابي لدى القارئ.

ت. تعد الصور المحايدة للموضوعات الصحفية القائمة على صحافة الحلول أكثر أثراً في نفوس القراء وتدفعهم لاتخاذ مواقف سلوكية تجاه الحل.

10- دراسة (Lough & McIntyre) (2018)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تصورات وانطباعات الصحفيين عن الموضوعات الصحفية القائمة على صحافة الحلول، ومدى تأثيرها على المجتمع من وجهة نظر الصحفيين الأمريكيين.

(1) Manzanares, And Others, Solutions In The Shadows: The Effects Of Photo And Text Congruency In Solutions Journalism News Stories, (pp 971-989).

(2) Lough & McIntyre, Journalists' Perceptions Of Solutions Journalism And Its Place In The Field. (pp33-52)

وتتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدم الباحثان منهج المسح وفي إطاره استخدم أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، أما أداة الدراسة فهي المقابلة المعمقة، وتمثل مجتمع الدراسة في الصحفيين الأمريكيين، وتم اختيار عينة عمدية قوامها (14 صحفياً أمريكياً) ممن لديهم دراية بصحافة الحلول، واعتمدت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

- أ. يرى الصحفيون أن صحافة الحلول قابلة للتطبيق على نطاق واسع، وأن النجاح في تطبيقها يعتمد على الدعم من قبل إدارة المؤسسات الإعلامية.
- ب. يعتقد الصحفيون أن صحافة الحلول أشبه بالصحافة الاستقصائية مع خطوة إضافية وهي تقديم الحل، وهي خطوة قد لا تكون موجودة في الصحافة الاستقصائية التي تهدف لكشف المشكلة وأسبابها ومسببها.
- ت. يرى الصحفيون أنّ موضوعات صحافة الحلول تجعل المشهد الإعلامي أكثر دقة وتوازناً من خلال إعلام الجمهور بأوجه الحلول؛ بدلاً من الاتجاه نحو الصراع والتركيز على المشكلات.

11- دراسة Wenzel & Others (2017)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير صحافة الحلول على أفراد المجتمع الأمريكي من ذوي الأصول الأمريكية واللاتينية في ولاية لوس أنجلوس الذين يعانون من بعض المشكلات العرقية والعنصرية، إلى جانب تصوراتهم نحو صحافة الحلول في حل بعض المشاكل التي يعانون منها.

وتتنمي الدراسة إلى البحوث الكيفية، واستخدم الباحثون منهج تحليل المضمون الكيفي، أما أداة الدراسة فهي حلقات النقاش المركزة بعد اطلاعهم على موضوعات حلول وغير حلول، وتمثل مجتمع الدراسة في الأمريكيين من أصول لاتينية وأفريقية، أُخذَ منهم عينة عشوائية عنقودية قوامها 48 أمريكياً، واستخدم الباحثون الثلاثة نظرية التبعية الإعلامية التي وضعها وطورها ديفليير وروكيتش، التي تفترض تأثير الاتصال الجماهيري على الأشخاص نفسياً واجتماعياً وثقافياً، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، منها:

(1) Wenzel, And Others, Engaging Stigmatized Communities Through Solutions Journalism: Residents Of South Los Angeles Respond. (pp649-667).

- أ. شعر الأفراد الذين قرأوا موضوعات صحافة الحلول بدرجة عالية من الفاعلية والحماس تجاه تلك المُشكلات.
- ب. يرغب عدد كبير ممَّن تعرضوا لموضوعات صحافة الحلول في معرفة معلومات أكثر عن المشكلات التي ركزت عليها صحافة الحلول.
- ت. انتقل بعض الذين تعرضوا لموضوعات صحافة الحلول من الشعور بالذاتية إلى الشعور بالفاعلية الجماعية.

12- دراسة Amiel (2017) (1):

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة الموضوعات الصحفية القائمة على نهج الحلول في تعزيز الهوية المهنية المحلية الفرنسية لدى الصحفيين الفرنسيين، من خلال التطرق للموضوعات المجتمعية والمشكلات الخاصة بالمجتمع الفرنسي.

وتتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، أما أداة الدراسة فهي المقابلة المعمقة، وتمثل مجتمع الدراسة في الصحفيين الفرنسيين، وتم اختيار عينة قوامها (25 صحفياً)، واعتمدت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال، وتوصلت إلى نتائج عدة، أهمها:

- أ. أكد الصحفيون الفرنسيون أن الموضوعات الصحفية المرتكزة على صحافة الحلول تعزز السمات الخاصة بالهوية المحلية المهنية للصحافة.
- ب. يرى الصحفيون الفرنسيون أن صحافة الحلول التي تركز على حل المشاكل المجتمعية في فرنسا تجعل القارئ الفرنسي مركزَ الاهتمام، مما يعزز الارتباط بين الصحفيين والقراء، والهوية المحلية للصحافة الفرنسية.
- ت. تمثل صحافة الحلول حلاً لانخفاض قراءة الصحف الورقية، كون هذا النوع من الصحافة يُعنى بمعالجة قضايا ومشكلات مجتمعية مرتبطة بالقارئ الفرنسي المحلي.

(1) Amiel, Le Journalisme De Solutions : Une Solution 'A La Crise De La Presse Locale?.

13- دراسة Furl & Giela (2017)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى رصد وقياس التغيير في مستوى خبرة وتوجهات الصحفيين في أعقاب مشاركتهم في مشروع صحافة الحلول الذي تم بالشراكة مع شبكة صحافة الحلول، حيث تم اختبار بعض العمليات المعرفية على عدد من الصحفيين المحترفين، منها مستوى الرضا، ودرجتا المشاركة والتمكين، في مشروع صحافة الحلول، وهدفت مقارنتهم بمجموعة ضابطة من الصحفيين الذين لم يشاركوا في ذلك المشروع.

وتتنمي الدراسة إلى بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات والفروض، واستخدم الباحثان المنهج التجريبي، من خلال مجموعة تجريبية وأخرى ضابطة، واستخدم الباحثان أداة الاستبيان لقياس الأثر والفروقات بين المجموعتين، وتمثل مجتمع الدراسة في الصحفيين الفرنسيين الممارسين، وتم اختيار عينة من الصحفيين المشاركين في برنامج صحافة الحلول وعينة من غير المشاركين قوامها (33 صحفياً) في ست صحف إقليمية فرنسية يومية وأسبوعية، واعتمدت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال، وتوصلت إلى نتائج عدة، أهمها:

أ. ارتفع مستوى خبرة الصحفيين المشاركين في مشروع صحافة الحلول (Sojo) مقارنة بالصحفيين غير المشاركين.

ب. شعر الصحفيون الذين شاركوا في مشروع صحافة الحلول (Sojo) بأهمية أكبر لمهنتهم بنسبة 100%، و71% منهم زاد شعورهم بالرضا الوظيفي، 86% شعروا بالفخر بالانضمام للفريق، كما أن 100% من المشاركين متفائلون بالمستقبل.

ت. يخطط الصحفيون الذين شاركوا في مشروع صحافة الحلول (Sojo) لاستخدام صحافة الحلول في أعمالهم الصحفية القادمة بنسبة 91%.

14- دراسة Sobel & McIntyre (2017)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى مقارنة أثر اثنين من الأساليب الصحفية (إخبار الجمهور بالصدمة من خلال أخبار صادمة أو إلهامهم من خلال الأخبار المبنية على الحلول) والتعرف على أثر الموضوعات الصحفية المعتمدة على صحافة الحلول، والموضوعات القائمة على توجيه

(1) Gielan & Furl, Solution-Focused Journalism Increases Meaning At Work, Team Pride And Job Satisfaction For News.

(2) McIntyre, & Sobel, M. Motivating News Audiences: Shock Them Or Provide Them With Solutions. (39-56).

الصدمة للجمهور، إلى جانب التعرف على انطباعات الجمهور تجاه صحافة الحلول والأخبار التي تعتمد آليات صدم الجمهور بالأحداث والمشكلات.

وتتنمي هذه الدراسة إلى بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات والفروض، واستخدم الباحثان المنهج التجريبي على مجموعات ضابطة وتجريبية، أما أداة الدراسة فهي التصاميم التجريبية، والاستبيان لفحص تصورات الجمهور، وتمثل مجتمع الدراسة بالجمهور الأمريكي، وتمثلت عينة الدراسة التجريبية بعدد 242 مفردة من مواطني الولايات المتحدة الأمريكية، من أعمارٍ متفاوتة من 19 - 63 عاماً، واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

أ. شعر قراء الموضوعات الصحفية المبنية على صحافة الحلول بالإيجابية أكثر من غيرهم ممن تعرضوا للأخبار القائمة على الصدمة.

ب. تزايدت احتمالية أن يقرأ الأشخاص الذين تعرضوا للموضوعات الصحفية المعتمدة على صحافة الحلول لأخبارٍ شبيهة عن القضية التي تعرضوا لها خلال النماذج التجريبية.

ت. تتعزز لدى القراء الذين يتعرضون للموضوعات الصحفية القائمة على صحافة الحلول المسؤولية الاجتماعية أكثر من الذين يتعرضون لموضوعات صحفية تقليدية.

15- دراسة McIntyre & Sobel (2017)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تصورات الصحفيين في روندا تجاه دورهم في تعزيز المصالحة الداخلية بعد عام 1994، ومدى مساهمتهم في إعادة إعمار البلاد وتعافيها من خلال ممارسة الصحافة البناءة وصحافة الحلول، ومدى تأثير الصحافة البناءة ومن ضمنها الصحافة التصالحية وصحافة الحلول على الواقع في روندا.

وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدم الباحثان منهج المسح وفي إطاره مسح أساليب الممارسة الإعلامية، أما أداة الدراسة فهي أداة المقابلة المعمقة، وتمثل مجتمعها بالصحفيين الروانديين العاملين، وبلغت عينة الدراسة 24 صحفياً رواندياً، ووظف الباحثان في دراستهما "نظرية المسؤولية الاجتماعية"، وتوصلت إلى نتائج عدة، أهمها:

أ. يسعى الصحفيون في روندا لاستخدام الصحافة البناءة والتصالحية وصحافة الحلول لتعزيز المصالحة والوحدة.

(1) McIntyre & Sobel, Reconstructing Rwanda: How Rwandan Reporters Use Constructive Journalism To Promote Peace. (pp2126-2147).

ب. يعتقد الصحفيون في روندا أن هذا النمط من التقارير (التصالحية - البناءة - الحلول) قد ساهم في بناء روندا، وعزز من الوحدة والمصالحة بعد الإبادة الجماعية التي شهدتها بلادهم.

ت. يرى الصحفيون في روندا أن الصحافة البناءة ومن ضمنها صحافة الحلول والتصالحية تعزز لديهم المسؤولية الاجتماعية تجاه دولتهم، والرفاهية المجتمعية.

16- دراسة Ruaro (2017)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر نمطين من التقارير على القراء، الأول يركز على المشكلة (صحافة تقليدية) والآخر يركز على الحلول (صحافة الحلول)، ومعرفة تأثير ذلك على مزاجهم، واتجاهاتهم نحو الصحيفة.

وتتنمي الدراسة إلى بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات والفروض، واستخدم الباحث المنهج التجريبي على مجموعتين لاختبار أثر نمطي (الصحافة التقليدية) و(صحافة الحلول) على مزاج القراء وعلى اتجاهاتهم نحو الصحيفة، واستخدم الباحث نماذج تجريبية، وتمثل مجتمع الدراسة في جمهور وسائل الإعلام، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 146 مشاركاً بواقع 72 مشاركاً تعرضوا لموضوعات صحافة الحلول، و74 لموضوعات صحفية تقليدية، واستخدم الباحث نظرية إدارة المزاج، وتوصلت إلى نتائج عدة، أهمها:

أ. تؤثر صحافة الحلول إيجابياً على مزاج الجمهور ولها تأثير إيجابي أيضاً على اتجاهاتهم نحو الصحيفة التي تناولت نمط صحافة الحلول.

ب. تبين أن 55 مشاركاً من أصل 72 من قراء الموضوعات الصحفية القائمة على الحلول ما نسبة 76% لديهم رغبة في قراءة قصص مماثلة حول المشكلات التي تناولتها قصص الحلول التي تعرضوا لها.

ت. كشفت الدراسة أن 17 مشاركاً من أصل 74 من قراء الموضوعات التقليدية أي ما نسبته 23% لديهم رغبة في قراءة قصص مماثلة للقصص التقليدية التي تعرضوا لها.

(1) Ruaro, Engaging Audiences Through Solutions Journalism: Effects On Mood, Behaviour And Attitude Toward The Newspaper.

17- دراسة McIntyre (2017)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على آثار تعرُّض الجمهور للموضوعات الصحفية المعتمدة على صحافة الحلول سواء الشعورية أو السلوكية، مقارنة بالأخبار التقليدية والسلبية التي تركز على المشاكل المجتمعية دون وضع حلول لتلك المشكلات.

وتتنمي هذه الدراسة إلى بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات والفروض، واستخدم الباحث المنهج التجريبي، ومنهج المسح وفي إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتمثل مجتمع الدراسة في طلبة الجامعات الأمريكية، واستخدم الباحث التجربة (التصاميم التجريبية) كأداة للدراسة، والاستبيان الذي وزع على عينة قوامها 110 طالب جامعي، واعتمدت الدراسة على نظرية إدارة المزاج، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

أ. تبين أن قراءة حلٍ فعالٍ لمشكلة اجتماعية في قصة إخبارية تجعل القراء أقل سلبية من قراءة مادة صحفية تركز على المشكلة دون حلولها.

ب. أكدت الدراسة أن قراءة الموضوعات الصحفية المعتمدة على صحافة الحلول تخفف من بعض الآثار الضارة للأخبار السلبية القائمة على الصراع.

ت. تؤثر صحافة الحلول على مشاعر ومواقف القراء؛ لكنها لا تؤثر على نواياهم السلوكية الفعلية تجاه المشكلة أو المشاركة في الحل، مثل مشاركة المشكلة مع الآخرين أو التبرع أو التطوع للقيام بشيءٍ في سياق حل المشكلة.

18- دراسة McGregor & Others (2016)⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور صحافة الحلول في مواجهة التحديات والمشكلات المجتمعية المختلفة، إلى جانب رصد وتفسير تأثير صحافة الحلول على القراء مقارنة بالصحافة التقليدية التي تعرض المشكلات دون وضع حلول بناءة.

وتتنمي هذه الدراسة إلى بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات والفروض، واستخدم الباحثون الثلاثة المنهج التجريبي، أما أداة الدراسة فهي التصاميم التجريبية، وتمثل مجتمع الدراسة بالجمهور الأمريكي، وتمثلت عينة الدراسة التجريبية بعدد 834 شخصاً أمريكياً

(1) McIntyre, Solutions Journalism: The Effects Of Including Solution Information In News Stories About Social Problems. (pp 16-34).

(2) McGregor, And Others. Solutions Journalism And News Engagement.

بالعًا، واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

- أ. تستطيع الموضوعات الصحفية المعتمدة على صحافة الحلول التأثير على القراء، إذ شعروا بالتفاؤل تجاه حل المشكلات المجتمعية، بعد قراءة القصص المعتمدة على الحلول.
- ب. تبين أن قراء موضوعات صحافة الحلول لديهم قدرة على المشاركة في هذه النوعية من القصص بدرجة أكبر من القراء الذين تعرضوا للقصص التقليدية.
- ت. تبين أن الوقت المستغرق في قراءة موضوعات صحافة الحلول وموضوعات صحفية لا تحتوي حلولاً كان متقارباً بشكل كبير بفارق بسيط لصالح موضوعات صحافة الحلول.

19- دراسة Thier (2016)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الفرص التي توفرها الدورات التدريبية المتخصصة لصحافة الحلول على الطلبة المتدربين أو المدرب ذاته، والتعرف على التحديات التي تواجه تدريس صحافة الحلول في الولايات المتحدة الأمريكية، إلى جانب التحديات التي يواجهها الطلبة والمدربون في صحافة الحلول.

وتتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية واستخدم الباحث المنهج الكيفي، واستخدم أداة مجموعة النقاش المركزة (باتباع أسلوب المجموعة الاسمية NGT) على عينة عمدية من مدرسي صحافة الحلول من كليات الصحافة والإعلام في خمس ولايات أمريكية يعاونهم في إثراء النقاش اثنان من شبكة صحافة الحلول (SJM)، ولم يذكر الباحث عدد العينة، غير أنه أشار إلى أن العدد في مجموعة النقاش كان قليلاً؛ نظراً لقلّة مدرسي ومدربي صحافة الحلول، ولم يُشر إلى النظرية المستخدمة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، من أهمها:

- أ. يوجد أثر إيجابي للدورات التدريبية المتخصصة في صحافة الحلول التي أُعطيت للطلبة وأعضاء هيئة التدريس، وهي تُعدّ مصدرَ إلهام جديد لهم في سياق العمل الصحفي.
- ب. تفتح صحافة الحلول آفاقاً واسعة للمدربين أو للطلبة أو للصحفيين؛ بسبب الأثر الذي يتركه فيهم.
- ت. أهم التحديات التي تواجه الأكاديميين والمدربين في تدريب الطلبة لممارسة صحافة الحلول تتمثل في نقل المفاهيم والمحددات والسمات الدقيقة لهذا النوع من الصحافة.

(1) Thier, Opportunities And Challenges For Initial Implementation Of Solutions Journalism Coursework. (pp329-343)

20- دراسة McIntyre (2015) (1):

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير صحافة الحلول والصحافة البناءة على مشاعر وسلوك القراء، وأثر استخدام أساليب علم النفس الإيجابي عبر طرح حلول لحل المشاكل المجتمعية المختلفة، إلى جانب التعرف على تصورات الجمهور نحو قوة صحافة الحلول في التغيير نحو الأفضل.

وتتنمي الدراسة إلى بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات والفروض، واستخدم الباحث خلالها المنهج التجريبي على مجموعتين، واستخدم التصاميم التجريبية كأداة للدراسة، وتمثل مجتمع الدراسة بالجمهور الأمريكي، أما عينة الدراسة فقد تكونت من المجموعة الأولى وقوامها 480 أمريكياً تتراوح أعمارهم ما بين (18 - 75 عاماً) وكانت تهدف للتعرف على آثار القصص الإخبارية التي تتضمن المشاعر الإيجابية، أما المجموعة الثانية بلغ عددها 164 طالباً جامعياً أمريكياً لفحص آثار القصص الإخبارية التي تركز على الحلول عليهم، واستخدم الباحث نظرية التوسيع والبناء التي طورتها الأمريكية باربرا فريديركسون، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

- أ. تبين أنّ المشاركين في المجموعة الأولى التي تعرضت لقصص إخبارية متضمنة مشاعر إيجابية شعروا بإيجابية كبيرة أثناء القراءة.
- ب. اتضح أنّ المشاركين في المجموعة الثانية التي تعرضت لقصص إخبارية تحتوي على حلول يشعرون بالرضا تجاه قصص الحلول التي تعالج مشكلة مجتمعية ما.
- ت. يميل المشاركون بالمجموعة الأولى والثانية من الناحية النفسية إلى قراءة الأخبار الإيجابية والبناءة التي تحتوي على الحلول أكثر من ميلهم للصحافة التقليدية.

21- دراسة Hammonds & Curry (2014) (2):

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير صحافة الحلول على جمهور وسائل الإعلام، مقارنة مع موضوعات صحفية تقليدية غير قائمة على الحلول، وهدفت إلى معرفة تأثير التفاعل السلوكي والمعرفي والنفسي على القراء.

(1) Macintyre, Structural Journalism: Effects Of Positive Emotions And Solution Information In News Stories. Phd Thesis Dissertation.

(2) Curry, & Hammonds, The Power Of Solutions Journalism.

وتتنمي هذه الدراسة إلى بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات والفروض، واستخدم الباحثان المنهج التجريبي، اعتماداً على النماذج التجريبية "التصاميم التجريبية"، والاستبيان لجمع البيانات، وتمثل مجتمع الدراسة بالمجتمع الأمريكي، وكانت عينة الدراسة بواقع 755 أمريكياً فوق سن 18 عاماً، ولم يُشر الباحثان إلى النظرية المستخدمة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

أ. أدت قراءة الموضوعات المعتمدة على صحافة الحلول إلى زيادة معرفة الجمهور بهذه الموضوعات وشعورهم بالفاعلية.

ب. تقوي قراءة موضوعات صحافة الحلول الروابط بين الجمهور والمؤسسات الإخبارية.

ت. تحفز موضوعات صحافة الحلول الجمهور على التفاعل مع المشكلات المثارة، وتجعله أكثر استعداداً للشروع في التفاعل الإيجابي مقارنة بقراءة القصة التقليدية.

الثاني: دراسات تتناول صحافة الحلول في المواقع الإلكترونية:

22- دراسة أنور (2019)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية، ورصد تصورات المحررين الصحفيين حول صحافة الحلول، وأهميتها، وتأثيرها، ومستقبلها من وجهة نظر الصحفيين، وتأثير نهج الحلول على جمهور وسائل الإعلام. وتتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح، وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون ومسح أساليب الممارسة، ومسح جمهور وسائل الإعلام، أما أدوات الدراسة فقد استخدمت الباحثة ثلاث أدوات لجمع المعلومات وهي: أداة تحليل المضمون، والمقابلة المعمقة، ومجموعات النقاش المركزة، وتمثل مجتمع الدراسة في المواقع الإلكترونية الإخبارية المصرية، والمحررين الصحفيين، والشباب الجامعي، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في موقع "مصرأوي" الإخباري، في الفترة الزمنية الممتدة ما بين 1 يناير 2018 وحتى 31 ديسمبر 2018، أما عينة القائم بالاتصال فتمثلت في جميع المحررين الصحفيين في قسم القصص والتقارير الصحفية في موقع مصرأوي وعددهم (9) محررين، أما عينة جمهور وسائل الإعلام فتمثلت في الشباب

(1) أنور، محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور، دراسة تحليلية ميدانية.

الجامعي وعددهم (10) طلبة، واعتمدت الدراسة على نظريتي المسؤولية الاجتماعية، وإدارة المزاج، إضافة إلى نموذج هرم التأثيرات لشوميكور، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

أ. حظيت المشكلات الاقتصادية التي تناولتها التقارير المعتمدة على صحافة الحلول، على المرتبة الأولى بنسبة 34.4%، تلاها مشكلات التعليم بنسبة 20.3%، ثم مشكلات الصحة بنسبة 18.8%، وجاءت المشكلات الدينية في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.6%.

ب. المحررون الصحفيون في موقع "مصرأوي" ينتجون تقارير وقصصاً قائمة على صحافة الحلول، دون أن تكون لهم معرفة سابقة في هذا النهج من الناحية النظرية.

ت. صحافة الحلول تعطي شعوراً بالتفاؤل وأثراً إيجابياً لدى القراء، وتزيد من رغبتهم في قراءة قصص مشابهة.

23- دراسة Walth, & Others (2019)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على السمات والخصائص المشتركة بين الصحافة الاستقصائية وصحافة الحلول، والتعرف على سمات صحافة الحلول الموجودة في الصحافة الاستقصائية، وسمات الصحافة الاستقصائية الموجودة في صحافة الحلول.

وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدم الباحثون الثلاثة المنهج المسحي وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، وبالتالي أداة الدراسة استمارة تحليل المضمون، أما مجتمعها فهو للموضوعات الصحفية الاستقصائية والموضوعات الصحفية المعتمدة على صحافة الحلول، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها 142 مادة بواقع (69 مادة استقصائية) تم جلبها من قاعدة بيانات الصحفيين الاستقصائيين (IRE) و(73 مادة قائمة على الحلول) تم جلبها من شبكة صحافة الحلول (SJN) على الانترنت، ولم يذكر الباحثون النظرية التي اعتمدوا عليها، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

أ. أشارت الدراسة إلى أن 95.8% من عينة الموضوعات الاستقصائية والحلول ضمت الخصائص الأساسية لنهج الاستقصاء والحلول وهي تحديد المشكلة، إذ تحددت المشكلة بشكل واضح في موضوعات الحلول بنسبة 97.3%، وفي الموضوعات الاستقصائية بنسبة 94.2%.

(1) Walth, And Others, A New Reporting Approach For Journalistic Impact: Bringing Together Investigative Reporting And Solutions Journalism, (177-189).

ب. أوضحت الدراسة أن 78.2% من موضوعات صحافة الحلول والاستقصاء، حددت السبب الرئيس للمشكلة، إذ تحددت أسباب المشكلة الرئيسية في صحافة الحلول بنسبة 75.3%، وتحددت أسباب المشكلة الرئيسية في موضوعات الاستقصاء بنسبة 81.2%.

ت. خصائص الصحافة الاستقصائية كانت موجودة في موضوعات صحافة الحلول، وينسب عالية؛ ولكنها متفاوتة من سمة إلى أخرى.

24- دراسة McIntyre & Lough (2019)⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على ما إذا كانت الصور المصاحبة للموضوعات الصحفية القائمة على صحافة الحلول تعكس الحلول أيضاً أم أنها تعد رسالة غير متوافقة مع النص.

وتتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، مستخدمة منهج المسح وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، واستخدم الباحثان استمارة تحليل المضمون، وتمثل مجتمع الدراسة في موضوعات صحافة الحلول، وطُبِّقَتْ على عينة قوامها 1241 مادة صحفية تعتمد على نهج الحلول منشورة على شبكة صحافة الحلول (SJN)، واستخدم الباحثان نظرية الاتصال البصري، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

أ. جاءت الصور المصاحبة للموضوعات التي تعكس حلاً في المقدمة بنسبة 63.5% ، بينما 35.6% من الصور المصاحبة للموضوعات لا تعكس الحل.

ب. أظهرت الدراسة أنه كلما ارتفع النداء العاطفي والعاطفة الإيجابية الموجودة في الصور ارتفع احتمال أن تعكس الصورة حلاً.

ت. تبين أن 35.4% من التعليقات المصاحبة للصورة (التعليقات التوضيحية) كانت تعكس الحل للمشكلة، بينما 22.1% من التعليقات لم تكن تعكس الحل، و24.5% من الصور لم تحمل أيّ تعليق على الصورة.

• موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

بعد استعراض الباحث لأهم الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع دراسته، يتضح أن هناك نقاط اتفاق ونقاط اختلاف، وذلك على النحو الآتي:

(1) Lough & McIntyre, Visualizing The Solution: An Analysis Of The Images That Accompany Solutions-Oriented News Stories, (pp583-599).

1. **هدف الدراسة:** تباينت الأهداف بين الدراسات السابقة، إذ هدف بعضها للتعرف على محددات صحافة الحلول، وأثرها على كلٍّ من القائم بالاتصال، وعلى الجمهور ووسائل الإعلام، وبيان أثر التمثيل لصحافة الحلول، ومدى مساهمتها في تعزيز الديمقراطية، وتأثير الصور المصاحبة لقصص صحافة الحلول على الجمهور، وقياس ثقة الجمهور الأمريكية بموضوعاتها، وهي بذلك تتباين في هدفها معها، بينما تقترب من بعض الدراسات الأخرى وخاصة دراسة أنور (2019)، علماً أنّ هدف هذه الدراسة هو التعرف على توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية.
2. **نوع البحث:** تتفق هذه الدراسة مع عددٍ من الدراسات في المحورين الأول والثاني بانتمائها للبحوث الوصفية مثل دراسة McIntyre & Lough (2021)، دراسة أنور (2019)، ودراسة Walth, & Others (2019)، ودراسة Ciftci (2019)، ودراسة Amiel & Powers (2019)، ودراسة McIntyre & Lough (2019)، ودراسة Curry & Wenzel, & Powers (2019)، ودراسة Lough & McIntyre (2018)، ودراسة Wenzel, & Others (2017)، ودراسة Abdenour & Others (2019)، بينما تختلف مع عددٍ من الدراسات الأخرى مثل دراسة Thier, & Others (2019)، ودراسة Furl & Giela (2017)، ودراسة Ruaro (2017)، ودراسة McGregor & Others (2016)، ودراسة McIntyre (2015) في استخدامها لأنواع أخرى من البحوث غير الوصفية.
3. **المنهج المستخدم:** تتفق هذه الدراسة مع بعض الدراسات السابقة في اعتمادها على منهج المسح مثل دراسة McIntyre & Lough (2021)، دراسة أنور (2019)، ودراسة Walth, & Others (2019)، ودراسة Ciftci (2019) ودراسة Amiel & Powers (2019)، ودراسة Curry & Powers (2019)، بينما تختلف مع بعض الدراسات الأخرى مثل دراسة Thier, & Others (2019)، ودراسة Wenzel, & Others (2019)، ودراسة Furl & Giela (2017)، ودراسة Sobel & McIntyre (2017)، ودراسة McIntyre (2015)، إذ استخدم بعضها المنهج التجريبي ومنهج التحليل الكيفي، بينما استخدمت هذه الدراسة إلى جانب منهج المسح منهج دراسة العلاقات المتبادلة.
4. **الأسلوب المستخدم:** اتفقت هذه الدراسة في استخدام أسلوب تحليل المضمون مع بعض الدراسات مثل دراسة أنور (2019)، ودراسة McIntyre & Lough (2019)، ودراسة Wenzel & Others (2019)، ودراسة Ciftci (2019)، ودراسة Walth, & Others (2019)، ودراسة Others (2017)، بينما تختلف مع الدراسات الأخرى مثل دراسة McIntyre &

Lough (2018) التي استخدمت أسلوب مسح أساليب الممارسة، ودراسة McIntyre (2017) التي استخدمت أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، بينما لم تستخدم أي من الدراسات السابقة أسلوب المقارنة المنهجية.

5. **أداة جمع البيانات:** تتشابه الدراسة مع عدد من الدراسات السابقة في استخدامها لاستمارة تحليل المضمون مثل دراسة أنور (2019)، ودراسة Walth, And Others (2019)، ودراسة Ciftci (2019)، ودراسة McIntyre & Lough (2019)، بينما تختلف مع دراسات أخرى مثل دراسة Urlbauer (2019)، ودراسة Curry & Powers (2019) اللتين استخدمتا أداة الاستبيان، ومثل دراسة Powers & Amiel (2019)، ودراسة Amiel (2017) اللتين استخدمتا أداة المقابلة المعمقة، ومثل دراسة Wenzel, And Others (2018)، ودراسة Thier (2016) اللتين استخدمتا أداة حلقات النقاش المركزة، ومثل دراسة Thier, And Others (2019)، ودراسة McIntyre (2015) اللتين استخدمتا أداة التصاميم التجريبية بسبب استخدام المنهج التجريبي.

6. **مجتمع الدراسة:** تختلف الدراسة عن جميع الدراسات السابقة في مجتمع الدراسة؛ إذ إنّ مجتمع الدراسة محصور في (المواقع الإخبارية الفلسطينية)، ولم تتطرق أي من الدراسات السابقة للمواقع الإخبارية الفلسطينية، واختلاف مجتمع الدراسة يتبعه اختلاف في عينة الدراسة.

7. **نظرية الدراسة:** تعتمد هذه الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات "الاجنزة"؛ بينما استخدمت الدراسات السابقة نظريات أخرى مثل دراسة Urlbauer (2019) التي اعتمدت نظرية الاستخدامات والإشباع، ودراسة Powers & Amiel (2019) التي اعتمدت نظريتي القائم بالاتصال، والنظرية المتجذرة أو النظرية المجذرة (GT)، ودراسة McIntyre & Lough (2019) التي اعتمدت نظرية الاتصال البصري، ودراسة Thier, And Others (2019) التي اعتمدت على "نظرية النقل" القائمة على فكرة اندماج القارئ مع القصة التي يتعرض لها، ودراسة Curry & Powers (2019) التي اعتمدت على نظرية حارس البوابة "القائم بالاتصال"، ودراسة Abdenour, And Others (2019) التي اعتمدت على نظرية الثقة في وسائل الإعلام وفق نموذج ماتياس كوهرينج ويورغ ماتيس.

ومن خلال العرض السابق، يتضح أن هذه الدراسة تمتاز بالجدة والحدثة من حيث موضوعها: "توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات

المجتمعية - دراسة تحليلية مقارنة"، ومن حيث اهتمامها بصحافة الحلول وهو منهج جديد لم يحظَ إلا باهتمام دراسة عربية واحدة - حسب علم الباحث - وهي دراسة أنور (2019)، التي تختلف عنها في مادتها ومجتمعها وعينتها.

• حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في مجالات مختلفة، وذلك على النحو الآتي:

1. عمّقت الدراسات السابقة إحساس الباحث بأهمية موضوع الدراسة، ما ساهم في تحديد أهدافها بأسلوب علمي سليم ودقيق ورصين.
2. أسهمت الدراسات السابقة في تحديد نوع البحث، والمناهج، والأساليب، والأدوات المناسبة لجمع البيانات المطلوبة.
3. حدّد الباحث من خلالها النظريات التي تستند إليها الدراسة، وكيفية توظيفها بالدراسة.
4. استفاد الباحث من الدراسات السابقة في إعداد الإطار المعرفي للدراسة، وذلك في ظل ندرة المراجع التي تتناول صحافة الحلول.
5. استفاد الباحث في تصميم استمارة تحليل المضمون وإعداد الفئات، وتعريفها، وتحديد وحدات التحليل، وأسلوب القياس.
6. ساهم الاطلاع على الدراسات السابقة بمناقشة نتائج الدراسة من خلال مقارنة نتائج دراسته بنتائجها.

ثانياً: الاستدلال على المشكلة:

لاحظ الباحث من خلال عمله مديراً ومحرراً ومراسلاً صحفياً في مواقع إخبارية إلكترونية عدة، وهي "موقع وكالة شمس نيوز الإخبارية"، و"موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية"، و"موقع النهضة نيوز"، و"موقع دار الحياة"، و"موقع اقتصادي جداً"، ومعداً لتقارير مرئية في شركة "الواحة للإنتاج الإعلامي"، ومديراً في "التجمع الإعلامي الفلسطيني"، أنّ هناك تبايناً ملحوظاً في اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية في نهج "صحافة الحلول"، والمشاكل المجتمعية التي تناولتها، ومدى استخدام صحافة الحلول في معالجتها، وللوقوف على أبعاد المشكلة وتحديدها بدقة، قام الباحث بدراسة استكشافية تحليلية على المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، وقد قسّم الباحث الدراسة الاستكشافية إلى مرحلتين:

○ المرحلة الأولى:

تضمنت المرحلة الأولى الاطلاع على مجتمع المواقع الفلسطينية الإخبارية من خلال موقع "أليكسا Alexa" المتخصص في إحصاء وترتيب مواقع الإنترنت، وقد بلغ عددها حوالي 71 موقعاً، مثل⁽¹⁾:

"وكالة صفا للأخبار"، وموقع "وكالة فلسطين اليوم الإخبارية"، و"وكالة الرأي الحكومة"، و"وكالة سما الإخبارية"، و"وكالة فلسطين الآن"، و"وكالة قدس نت"، و"وكالة شمس نيوز"، و"وكالة سوا"، و"وكالة عالم نيوز الإخبارية"، و"وكالة خبر الفلسطينية للصحافة"، و"وكالة الحقيقة للأخبار"، و"موقع كابيتانو الرياضي"، و"موقع الرسالة نت"، و"موقع شبكة نوى"، و"موقع النجاح الإخباري"، و"موقع الترا فلسطين"، موقع "شهاب للأخبار"، وموقع "صحيفة فلسطين"، موقع "صحيفة الاستقلال"، وموقع "وطن للأخبار" الخ.

• **تبين للباحث من مسح المواقع المذكورة أن عدداً كبيراً منها لا يصلح للدراسة، لأسباب عديدة، أهمها:**

1. توقف أو عدم تحديث مواقعها مثل "موقع السلام"، و"حياد الإخبارية"، و"إعلان الإخبارية"، و"بيت المقدس للأخبار"، و"زاد نيوز الإخبارية"، و"الرواسي الإخبارية"، و"الحقيقة للأخبار"، و"دنيا العرب".

2. ارتبط عددٌ منها بالإذاعات، أو الصحف، أو التلفزيونات الفلسطينية، فهي عبارة عن نسخة إلكترونية طبق الأصل عن محتوى الإذاعة، أو الصحيفة، أو التلفزيون، أي لا تنشر سوى ما يصدر عن الإذاعة، والتلفزيون، والصحيفة، مثل موقع تلفزيون نابلس، وموقع صحيفة الاستقلال، موقع صحيفة الاقتصادية.

3. استبعاد المواقع التي يصعب الحصول على أرشيفها، لأسباب تقنية مثل: "موقع هنا فلسطين"، و"موقع أسوار برس الإخبارية".

في ضوء ما تقدم تبقى (أربعة عشر موقعاً إلكترونياً فلسطينياً) ذات متابعة جماهيرية كبيرة في المناطق الفلسطينية؛ وفقاً لما تؤكد إحصائيات موقع "أليكسا Alexa"، وعليه قام الباحث بعمل مسح لها للتعرف على مدى اهتمامها بالموضوعات الصحفية القائمة على نهج الحلول⁽²⁾، وقد تبين ما يأتي:

(1) مرفق في الملاحق ثبت بالمواقع الإخبارية الفلسطينية التي ظهرت على موقع إيكسا في تاريخ 1 يناير 2020.

(2) أجرى الباحث المسح في الفترة الواقعة ما بين 2020/1/1 – 2020/2/29.

• أن وكالة وطن للأخبار هي الوكالة الأكثر اهتماماً بمواد صحافة الطول، إذ جاءت في المرتبة الأولى بواقع 14 تكراراً بنسبة 22.2%، تلاها موقع فلسطين اليوم الإخباري بواقع 9 تكرارات بنسبة 14.2%، تلاه موقع صفا الإخباري بواقع 8 تكرارات بنسبة 12.6%، وشبكة نوى بواقع 6 تكرارات بنسبة 9.5%، تلاه موقع الرسالة نت والنجاح الإخباري في نفس المرتبة بواقع 5 تكرارات بنسبة 7.9%، تلاهما موقعاً دنيا الوطن وموقع الحدث بواقع 4 تكرارات بنسبة 6.3%، تلاهما موقع فلسطين الآن بواقع 3 تكرارات بنسبة 4.7%، تلاه موقع الترا فلسطين بواقع تكرارين اثنين بنسبة 3.1%، بينما جاء موقع راية اف ام، وسوا، ووفاء، بمرتبة متدنية بواقع واحد تكرر لكل موقع بنسبة 1.5%، بينما لم يحصل موقع زمن برس على أي تكرار.

○ المرحلة الثانية:

في ضوء نتائج "المرحلة الأولى" اختار الباحث أكثر مواقع الدراسة اهتماماً بصحافة الطول، وهي: "موقع وطن للأخبار"، و"موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية"، و"موقع وكالة صفا للأخبار"، وأجرى عليها دراسة استكشافية⁽¹⁾، وكانت نتائج الدراسة على النحو الآتي:

1. بلغت موضوعات صحافة الطول في مواقع الدراسة الثلاثة (55) تكراراً صحفياً عالجت مشكلات مجتمعية، كان نصيب وكالة فلسطين اليوم الإخبارية (21) مادة صحفية، بنسبة (38.2%)، تلاها وكالة الصحافة الفلسطينية (صفا) إذ حصلت على (19) تكراراً، بنسبة (34.5%)، تلاها وكالة وطن للأخبار (15) تكراراً بنسبة (27.3%).

2. استحوذت المشاكل الصحية على النصيب الأكبر من موضوعات صحافة الطول، بواقع (28) تكراراً بنسبة (50.9%)، تلاها المشاكل الاقتصادية بواقع (10) تكرارات بنسبة (18.2%)، تلتها المشاكل الاجتماعية بواقع (7) تكرارات بنسبة (12.7%)، والتعليمية بواقع (6) تكرارات بنسبة (10.9%)، فيما جاءت "أخرى" بواقع (4) مشكلات بنسبة (7.3%)، فيما لم تبرز مشكلات ثقافية أو دينية أو عسكرية أو أمنية.

3. التقرير الصحفي أكثر الفنون الصحفية استخداماً مع موضوعات صحافة الطول بواقع (47) تقريراً بنسبة (85.4%)، تلاه الحديث الصحفي بواقع (7) أحاديث صحفية بنسبة

(1) أجريت الدراسة الاستكشافية على المواقع الثلاثة بأسلوب المسح الشامل لموضوعات صحافة الطول في شهر مارس 2020 (أي لمدة 31 يوماً).

- (12.7%)، وجاء المقال بواقع مادة واحدة بنسبة (1.8%)، ولم تستخدم المواقع الثلاثة التحقيق الصحفي في موضوعات صحافة الحلول.
4. جاءت (51) مادة من موضوعات صحافة الحلول بنسبة (92.7%) واضحة الفكرة، بينما كانت (4) مواد بنسبة (7.3%) غير واضحة الفكرة.
5. جاءت مصادر الحلول المطروحة للمشكلات المجتمعية في مواقع الدراسة الثلاثة من مواطنين عاديين بواقع (31) موضوعاً بنسبة (56.4%)، تلتها فئة خبراء ومختصين بواقع (15) موضوعاً بنسبة (27.3%)، ومؤسسات بواقع (6) بنسبة (10.9%)، وأخرى بواقع (3) بنسبة (5.4%).
6. حازت المصادر الإعلامية الذاتية للمشكلات المجتمعية لصحافة الحلول في المواقع الثلاثة على (43) تكراراً بنسبة (78.2%)، بينما جاءت المصادر الخارجية بواقع (7) تكرارات بنسبة (12.7%) ومجهولة المصدر (4) تكرارات بنسبة (7.3%)، وأخرى تكراراً واحداً بنسبة (1.8%).
7. استعرضت صحافة الحلول أسباب المشكلات المجتمعية بواقع (44) تكراراً أي ما نسبته (80%)، بينما (11) تكراراً بنسبة (20%) لم تتناول أسباب المشكلة.
8. جاءت أنواع الحلول على النحو الآتي: الحلول من فئة الحل الصحي المطروح (25) حلاً صحفياً بنسبة (45.4%)، تلتها الحلول الاقتصادية بواقع (13) حلاً بنسبة (23.6%)، تلتها الحلول التعليمية بواقع (9) حلول بنسبة (16.4%)، تلتها الحلول التقنية بواقع (5) حلول بنسبة (9.1%)، وجاءت أخرى بواقع (2) تكرارات بنسبة (3.6%)، فيما جاءت الحلول السياسية بالمرتبة قبل الأخيرة بواقع (1) فقط بنسبة (1.8%)، ولم تظهر حلول لموضوعات عسكرية وأمنية ودينية.
9. استعرضت المشكلات المجتمعية حلولاً قابلة للتطبيق بواقع (51) بنسبة 92.7%، بينما جاءت (4) حلول بنسبة (7.3%) لا يمكن تطبيقها في واقع بيئة المشكلة المجتمعية، لأسباب عديدة.
10. ركزت المواقع الثلاثة في تناولها للمشكلات المجتمعية على الحل بواقع (45) مادة صحفية، أي ما نسبته (81.8%) بينما أثنت (10) مادة صحفية على الحل بنسبة (18.2%) وهو ما يُعدُّ خروجاً عن محددات صحافة الحلول التي تركز على الحلول أكثر من الثناء، وهذا لا يعني أنها ليست قائمة على نهج الحلول، لكنها غير ملتزمة بالمحددات.

11. استخدمت صحافة الحلول مع المشكلات المجتمعية أسلوب الإقناع المنطقي بواقع (29) ما نسبته (52.7%)، تلاها الجمع بين الأسلوبين العاطفي والمنطقي بواقع (19) تكراراً بنسبة (34.5%)، تلاها استخدام الأسلوب العاطفي بواقع (7) موضوعات حلول بنسبة (12.7%).

12. الوسائط المستخدمة في تدعيم المشكلات المجتمعية التي تناولتها صحافة الحلول كانت من نصيب فئة الصور بواقع (42) صورة بنسبة (76.4%) وفيديو بواقع (11) مادة مدعمة بالفيديو بنسبة (20%)، بينما هناك تكراران بنسبة (3.6%) كانا خاليين من الوسائط التدميمية.

ثالثاً: مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في التعرف على مدى توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية، وذلك من خلال التعرف على مدى اهتمام مواقع الدراسة بها، ورصد أنواع المشكلات المجتمعية التي ركزت عليها، ومصادرها الأولية والإعلامية، ونطاقها الجغرافي، وأنواع الحلول التي تطرحها، ومصادرها، ومدى وضوح الحلول المطروحة، وملائمتها للتطبيق، ومواطن التركيز في السرد التحريري، وأساليب الإقناع المستخدمة معها، والأشكال الصحفية المستخدمة في عرضها، وأنواع عناوينها، وصورها وتعليقاتها، ومدى ارتباطها بحل المشكلة، وعناصر التدعيم التي استخدمت معها، وأوجه الشبه والاختلاف بينها في توظيف صحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية.

رابعاً: أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من اعتبارات عدة، أهمها:

1. حداثة موضوع الدراسة في الدراسات العالمية، وندرته في الدراسات العربية، وعدم وجوده في الدراسات الفلسطينية - حسب علم الباحث-، إضافة إلى حاجة المكتبة الإعلامية العالمية والعربية والفلسطينية لموضوع الدراسة.
2. تقدم الدراسة رؤية متكاملة وعميقة عن صحافة الحلول من خلال دراسة تحليلية مقارنة لهذا النوع من الصحافة في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، وهو ما سيعود بالنفع على الباحثين والأكاديميين والقائمين بالاتصال.
3. تبصير المحررين الصحفيين بصفة عامة والعاملين في المواقع الإلكترونية على وجه الخصوص بالأدوار التي يمكن أن تؤديها صحافة الحلول، ومن ثم الوقوف على محدداتها ومصادرها وأنواع مشكلاتها وحلولها.

4. تقدم مقترحات لإدارات الصحف والمواقع الإلكترونية تسهم في تفعيل صحافة الحلول، إضافة إلى أنها تبصر القائمين بالاتصال بأوجه الضعف والقوة فيها.
5. تقديم رؤية لعمل صحافة الحلول تعود بالنفع على المجتمع على جميع الأصعدة، وفي مقدمتها معرفة مشكلات صحافة الحلول، ونوعية الحلول المطروحة لها، ومدى قابليتها للتنفيذ.

خامساً: أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على كيفية "توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية" وينبثق عن الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية، تتمثل في الأهداف الآتية:

أ. أهداف خاصة بموضوعات صحافة الحلول:

1. الكشف عن أنواع المشكلات المجتمعية في صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية، ومصادرها الأولية والإعلامية، ونطاقها الجغرافي.
2. التعرف على أنواع حلول المشكلات المجتمعية التي تتضمنها موضوعات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية ومصادرها ووظائفها.
3. التعرف على مدى وضوح الحلول المقترحة للمشكلات المجتمعية في موضوعات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية، ومدى ملائمتها لبيئة المشكلة.
4. التعرف على موطن التركيز في أسلوب السرد التحريري إن كان على المشكلة أو الحل أو الشخص في المواقع الإخبارية الفلسطينية، وأساليب الإقناع المستخدمة معها.
5. التعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع الإخبارية الفلسطينية في توظيف صحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية وموضوعاتها.

ب. أهداف خاصة بشكل موضوعات صحافة الحلول:

1. التعرف على مدى اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية بنهج صحافة الحلول الموجه نحو معالجة المشكلات المجتمعية.
2. معرفة الأشكال الصحفية المستخدمة في عرض المشكلات المجتمعية التي تتناولها صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية، وأنواع عناوينها ومدى ارتباطها بالمشكلة.

3. الكشف عن الصور المصاحبة للمشكلات المجتمعية التي تتناولها صحافة الحلول والتعليقات المرافقة لها، ومدى ارتباطها بحل المشكلة في المواقع الإخبارية الفلسطينية، ومعرفة عناصر التدعيم التي استخدمتها في عرضها.

4. التعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع الإخبارية الفلسطينية في توظيف صحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

يتمثل التساؤل الرئيس الآتي: "ما مدى توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية؟" وينبثق عن التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية، تتمثل في التساؤلات الآتية:

أ. تساؤلات تتعلق بموضوعات صحافة الحلول (فئة ماذا قيل):

1. ما أنواع المشكلات المجتمعية التي تعالجها موضوعات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية الإلكترونية؟
2. ما المصادر الإعلامية للمشكلات المجتمعية التي تعالجها صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
3. ما النطاق الجغرافي للمشكلات المجتمعية في موضوعات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
4. ما أنواع حلول المشكلات المجتمعية المتضمنة في موضوعات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
5. ما الوظائف التي تؤديها موضوعات المشكلات المجتمعية في صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
6. ما مصادر الحلول المقترحة للمشكلات المجتمعية في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
7. ما مدى وضوح الحلول المقترحة للمشكلات المجتمعية في موضوعات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
8. ما مدى ملائمة الحلول المقترحة لبيئة المشكلة في موضوعات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟

9. ما مواطن التركيز في السرد التحريري في مواد الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
10. ما أساليب الإقناع التي تستخدمها صحافة الحلول مع حلول المشكلات المجتمعية في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
11. ما أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع الإخبارية الفلسطينية في توظيف صحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية؟

ب. تساؤلات تتعلق بشكل موضوعات صحافة الحلول (فئة كيف قيل):

1. ما مدى اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية بنهج صحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية؟
2. ما الأشكال الصحفية المستخدمة في عرض المشكلات المجتمعية التي تتناولها صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
3. ما أنواع عناوين المشكلات المجتمعية التي تتناولها صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية؟ وما مدى ارتباطها بحل المشكلة؟
4. هل تعكس الصور المصاحبة للمشكلات المجتمعية التي تتناولها صحافة الحلول والتعليقات المرافقة لها حلاً للمشكلة؟
5. ما عناصر التدعيم التي استخدمتها المواقع الإخبارية الفلسطينية مع المشكلات المجتمعية التي تتناولها صحافة الحلول؟
6. ما أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع الإخبارية الفلسطينية في توظيف صحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية.

سابعاً: الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على نظرية أساسية، وهي:

• **نظرية ترتيب الأولويات:**

تعود أصول نظرية ترتيب الأولويات "وضع الأجندة" إلى الباحث والصحفي الأمريكي والتر ليبمان (Walter Lippmann)، من خلال كتابه الرأي العام الذي أصدره عام 1922، وطورت النظرية على يد الباحثين الإعلاميين فكومبس، وشو، وهما من الرواد الأوائل في اختبار فروض الأجندة، وتعد هذه النظرية من نظريات التأثير غير المباشر على استخدامات

الجمهور لوسائل الإعلام، ومدى اعتماد الفرد على هذه الوسائل العلاقة التفاعلية بين وسائل الاتصال والمجتمع، وقد أفادوا بوجود علاقة إيجابية بين ما تؤكد وسائل الإعلام في رسائلها، وبين ما يراه الجمهور مهماً، أي أن دور وسائل الإعلام يسهم في ترتيب الأولويات عند الجمهور، ومن ثم فإن وسائل الإعلام تقوم بمهمة تعليمية⁽¹⁾.

ونظرية ترتيب الأولويات "وضع الأجندة" هي إعادة صياغة للأحداث المحيطة بقلب جديد، ويتم ترتيب تلك الأحداث في الوسيلة الإعلامية بما يتناسب مع السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية، بهدف إقناع الجمهور وتغيير اتجاهه بما يتوافق مع التوجهات الأيديولوجية لتلك الوسيلة⁽²⁾.

كما أن نظرية ترتيب الأولويات جاءت إحياءاً لنموذج التأثير، إذ تشير إلى أن وسائل الاتصال لديها القدرة على توجيه انتباه الجمهور نحو قضايا بعينها، وتأخذ هذه النظرية موقفاً وسطاً بين النظريات التي تدعى التأثير القوي والمباشر للاتصال، وتلك التي تؤمن بالتأثير المحدود للاتصال، كما أنها حولت اهتمام الباحثين من التساؤل عن كيفية تفكير الجمهور في قضايا معينة، إلى التساؤل عن دور الاتصال في ترتيب أولويات الجمهور للقضايا المطروحة⁽³⁾.

وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات، والمشكلات التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها، ومحتواها وهذه الموضوعات عادة تثير اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي تطرحها وسائل الإعلام⁽⁴⁾.

• سمات نظرية ترتيب الأولويات "وضع الأجندة":

إن أهم ما يميز النظرية العلمية هو قدرتها المستمرة على توليد تساؤلات بحثية جديدة بالبحث واستكشاف مجالات وطرق بحثية جديدة، ومن هذا المنطلق تميزت نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) بثلاث سمات، وهي⁽⁵⁾:

- (1) كامل، الاتصال الجماهيري والإعلام (ص 148)
- (2) مكاي والسيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة. (ص 346).
- (3) العبد، والعبد. نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية (ص 328 - 329).
- (4) المزاهرة، نظريات الاتصال (ص 328-329).
- (5) حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام (ص 181).

1. النمو المستمر والمنتظم للدراسات التطبيقية في مجال وضع الأجندة منذ أن بدأ الاهتمام بها وحتى اليوم.
2. قدرتها على تحقيق التكامل بين عدد من المجالات البحثية الفرعية للاتصال الجماهيري تحت مظلة وضع الأجندة.
3. قدرتها على توليد قضايا بحثية وأساليب منهجية جديدة تتنوع بتنوع المواقف والمتغيرات الاتصالية.

وتعد هذه النظرية تحولاً في مسار الدراسات الإعلامية، وعلى الرغم من أنها ذات منظور فردي في دراسة تأثيرات وسائل الإعلام، إلا أنها استطاعت أن تتطرق إلى جوانب جديدة في مجال بحوث التأثير، ومن أبرزها⁽¹⁾:

1. دراسة علاقة الأفراد وطريقة تعاملهم مع البيئة المحيطة بهم، حيث تبين صعوبة تعامل الأفراد مع البيئة مباشرة؛ نظراً لاتساعها وتنوعها وشدة تعقيدها، وتؤدي وسائل الإعلام الدور الأكبر في إعادة تقديم هذه البيئة بصورة مبسطة، وذلك باختيار بعض المشكلات والتركيز عليها، مما يؤدي إلى إدراك الجمهور لأهمية هذه المشكلات وترتيبها بما يتناسب وطريقة تقديمها في وسائل الإعلام.
2. أثبتت هذه النظرية وجود درجة عالية من الاتساق بين قائمة أولويات وسائل الإعلام من ناحية، وقائمة أولويات الجمهور من ناحية أخرى.
3. درست هذه النظرية اتجاه العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور.

وقد حدد ماكومبس وشو MC Combs, Show العوامل التي تؤثر في وضع الأجندة على مستوى الفرد وعلى مستوى وسائل الاتصال⁽²⁾:

- **فعلى مستوى الفرد:** هناك حاجة الفرد إلى التوجه السياسي والتكيف مع الظروف المحيطة، معدل المناقشات الشخصية، مستوى التعرض لوسائل الاتصال ثم اتجاهات الفرد المسبقة.
- **وعلى مستوى وسائل الاتصال:** هناك طبيعة النظام السياسي، طبيعة المشكلات المطروحة، مستوى تغطية وسائل الاتصال ثم نوع هذه الوسائل.

(1) فهمي، الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون (ص 224 - 226).

(2) إسماعيل. مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (ص 271).

وَوَظَّفَ الباحث هذه النظرية للتعرف على أجندة مواقع الدراسة، من خلال الكشف عن أولويات اهتمامها بصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية، والتعرف على أنواع المشكلات والحلول ومصادرها، ونطاقها الجغرافي، ومواطن التركيز في سردها التحريري، وعناصر التدعيم مع موضوعات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الفلسطينية وغيرها، وذلك للاستفادة منها في فهم ذلك الترتيب بشكل علمي رصين، وتقديم توصيات عند الحاجة تقيّد في ضبط الأجندة.

ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها وادواتها:

1- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف ما، أو مجموعة من الأحداث؛ بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها، إضافة إلى تقدير عدد مرات حدوث ظاهرة معينة، ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظواهر⁽¹⁾.

وتهدف هذه الدراسة إلى رصد وفهم كيفية توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية، وسيستخدم هذا النوع من البحوث لجمع بيانات ومعلومات عن مشكلة الدراسة وتحليلها للوصول إلى استنتاجات محددة تسهم في فهم كيفية توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية.

2- منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهجين اثنين، هما:

أ- منهج الدراسات المسحية:

يعد من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية؛ لكونه جهداً وعلمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث، ويستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها.⁽²⁾

(1) حسين. بحوث الإعلام. (ص131).

(2) عبد الحميد. بحوث الصحافة. (ص81).

وفي إطار منهج الدراسات المسحية استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون، للتعرف على مدى اهتمام مواقع الدراسة بالموضوعات الصحفية المعتمدة على صحافة الحلول، وأنواع مشكلاتها، ومصادرها، وأنواع الحلول المطروحة، ومدى التركيز على حل المشكلة، ومدى إمكانية أن يكون الحل المطروح قابلاً للتطبيق في بيئة عينة الدراسة وغيرها.

ب- منهج العلاقات المتبادلة:

ويهدف منهج العلاقات المتبادلة إلى دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها؛ بهدف التعرف على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة، والوصول إلى استنتاجات وخلصات لما يمكن علمه لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الاتجاه الإيجابي⁽¹⁾.

واستخدم الباحث في إطار المنهج المذكور، أسلوب المقارنة المنهجية، للوقوف على جوانب الاتفاق والاختلاف بين المواقع الإخبارية الفلسطينية في اهتمامها وتوظيفها لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية.

3- أدوات الدراسة:

نظراً لطبيعة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها استخدم الباحث استمارة تحليل المضمون، والمقابلة غير المقننة، وذلك لجمع البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة.

3.1 استمارة تحليل المضمون:

وهي تشتمل على مجموعة من الفئات التي هي "عبارة عن مجموعة من التصنيفات والفصائل يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه، وهدف التحليل، لكي يستخدمها في تصنيف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول وتم تقسيمها إلى نوعين ماذا قيل؟ وكيف قيل؟"⁽²⁾، والفئات نوعان، هما:

أ. فئات المضمون (ماذا قيل):

تركز هذه الفئة على ما يشتمل عليه المضمون من كلمات، وأفكار، ومعانٍ، واتجاهات، وقيم⁽³⁾، وعن طريق هذه الفئة يمكن الوقوف على محتوى مواد صحافة الحلول في مواقع الدراسة، وقد تم تقسيمها إلى الفئات الفرعية الآتية:

(1) حسين. بحوث الإعلام. (ص 147).

(2) حسين. تحليل المضمون. (ص 88).

(3) المرجع السابق، (ص 265).

1. فئة أنواع المشكلات المجتمعية: يقصد فيها الباحث جميع المشكلات التي تؤثر سلباً على المجتمع الفلسطيني، وتتصل بأفراده، وتنعكس بشكل مباشر عليه، وتشمل:
 - 1.1 السياسية: ويقصد بها المشكلات السياسية التي يعاني منها المجتمع الفلسطيني مثل الانقسام والخلافات السياسية، وضعف المؤسسات السياسية الفلسطينية، والانتخابات وغيرها.
 - 1.2 الاجتماعية: وهي المشكلات الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع الفلسطيني مثل التفكك الأسري والاجتماعي، والثأر، والطلاق، والانحراف الأخلاقي والقيمي وغيرها.
 - 1.3 الاقتصادية: ويقصد بها المشكلات الاقتصادية التي يعاني منها المجتمع الفلسطيني مثل الفقر، والبطالة، وانعدام الأمان الوظيفي وغيرها.
 - 1.4 الصحية والبيئية: وهي المشكلات الصحية والبيئية التي يعاني منها المجتمع الفلسطيني مثل ترهل الخدمات الصحية، وانتشار فيروس كورونا، والأخطاء الطبية، وغياب التخطيط الإستراتيجي البيئي والصحي والنظافة وغيرها.
 - 1.5 التقنية: ويقصد بها المشكلات التقنية التي يعاني منها المجتمع الفلسطيني مثل ضعف بنية قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وانقطاع التيار الكهربائي وترهل شبكاته، وعدم توفر أجهزة طبية تقنية مهمة وغيرها.
 - 1.6 العسكرية والأمنية: وهي المشكلات العسكرية والأمنية التي يعاني منها المجتمع الفلسطيني مثل قضية التخابر مع "إسرائيل"، وضعف إمكانيات المقاومة العسكرية، والتفوق الإسرائيلي من الناحية الأمنية والعسكرية، والعمليات العسكرية للمقاومة الفلسطينية، وفوضى السلاح وغيرها.
 - 1.7 الدينية: ويقصد بها المشكلات الدينية التي يعاني منها المجتمع الفلسطيني مثل التطرف، والانحراف الفكري، وتحريف النصوص الدينية وغيرها.
 - 1.8 التعليمية والثقافية: وهي المشكلات التي يعاني منها المجتمع الفلسطيني مثل التسرب المدرسي، ضعف الأنشطة اللامنهجية، واكتظاظ الفصول بالطلبة بسبب محدودية المدارس، ومشاكل المدرسين والطلبة، وضعف الثقافة العامة وغيرها.
 - 1.9 أخرى: خلاف ما سبق ذكره.

2. المصادر الإعلامية: وهي الفئة الخاصة بالكشف عن الشخص أو المجموعة أو جهة مصدر المعلومة: وتتمثل في الأشخاص، والصحف، ومحطات التلفزة والإذاعة، والكتب والأفلام، والوثائق وغيرها⁽¹⁾، وتنقسم إلى:

2.1 المصادر الداخلية: وهي تلك المصادر التي تعتمد فيها الصحيفة على هيئة تحريرها في الحصول على الأخبار أو الموضوعات مثل المندوب والمراسل، وهما⁽²⁾:

2.1.1 المراسل: المراسل هو مندوب الموقع الإلكتروني أو المؤسسة الإعلامية بصفة عامة خارج المدينة التي يتواجد فيها الموقع أو تعمل فيها المؤسسة الإعلامية⁽³⁾.

2.1.2 المندوب: هو الصحفي الذي تقوم الصحيفة بتسميته لتمثيلها في جهة ما أو قطاع أو وزارة لتزويدها بالأخبار، ويكون في نفس المدينة التي تصدر فيها الصحيفة أو الموقع الإلكتروني⁽⁴⁾.

2.2 المصادر الخارجية: هي المصادر التي تستقي منها الوسيلة الإعلامية الأخبار أو الموضوعات من غير هيئة تحريرها مثل، وكالات الأنباء، والصحف، والمجلات، والوثائق، وشبكات التواصل الاجتماعية⁽⁵⁾، وتنقسم إلى:

2.2.1 وكالات الأنباء العالمية: وهي وكالات تعمل من خلال شبكة واسعة من المندوبين والمراسلين المنتشرين في جميع أنحاء العالم، وهي بذلك توفر لوسائل الإعلام المختلفة كمية كبيرة من الأخبار العالمية ليس بإمكان أي وسيلة الحصول عليها بمصادرها الذاتية⁽⁶⁾، وهي أربع وكالات، مثل وكالة رويترز، وكالة أسوشيتد برس، ووكالة الصحافة الفرنسية، وكالة يونايتد برس انترناشيونال.

2.2.2 وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا): هي وكالة الأنباء الرسمية الفلسطينية وقد أنشئت في نيسان/ أبريل عام 1972.

(1) حسين، بحوث الإعلام (ص 267).

(2) عبد الحميد، علم الدين، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات (ص 61).

(3) شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية (ص 97).

(4) الدريملي، التحرير الصحفي (ص 61)

(5) النعيمي، مهند. ألف باء تاء.. صحافة (ص 78)

(6) أبو زايد، الخبر الصحفي، (ص 107)

2.2.3 **صحف ومجلات:** هي الموضوعات التي تنقلها مواقع الدراسة عن صحف ومجلات سواء محلية، أو عربية، أو إقليمية، أو دولية.

2.2.4 **المواقع الإلكترونية:** هي الموضوعات التي تنقلها مواقع الدراسة عن مواقع إلكترونية سواءً محلية أو عربية أو دولية.

2.2.5 **الفضائيات والإذاعات:** يقصد فيها الباحث الفضائيات المختلفة سواء محلية أو عربية أو دولية.

2.2.6 **شبكات التواصل الاجتماعي:** منظمة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركين بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية (1).

2.3 **فئة أكثر من مصدر:** وهي الموضوعات المنسوبة إلى أكثر من مصدر من المصادر السابقة.

2.4 **لم يذكر المصدر:** وهي الموضوعات التي تنشرها المواقع الإلكترونية دون نسبتها إلى مصادرها.

3. **فئة النطاق الجغرافي لموضوعات صحافة الحلول:** ويقصد بها النطاق الجغرافي لموضوعات صحافة الحلول، وقد تم تقسيمها إلى:

3.1 **المحافظات الشمالية:** تقسيم إداري من أراضي الدولة الفلسطينية، وتضم 11 محافظة، هي: القدس، رام الله، نابلس، قلقيلية، طولكرم، جنين، بيت لحم، الخليل، أريحا، ومساحتها 5.655 كم مربعاً، ويقطنها حوالي 3 مليون نسمة (2).

3.2 **المحافظات الجنوبية:** تقسيم إداري فلسطيني لخمس محافظات في قطاع غزة، هي (رفح، خان يونس، الوسطى، غزة، شمال القطاع) ومساحة المحافظات الجنوبية 360 كم مربعاً، يحدها من الشمال والشرق فلسطين المحتلة عام 1948 ومن الجنوب الغربي مصر، ويقطنها حوالي 2 مليون نسمة (3).

3.3 **الشمالية والجنوبية:** ويُقصدُ فيها كلٌّ من المحافظات الشمالية والجنوبية، وتوضع في حال كانت هناك قصة حلول موجهة إلى المحافظتين.

(1) راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، (ص 23).

(2) ويكيبيديا، الضفة الغربية، (موقع إلكتروني).

(3) المرجع السابق، قطاع غزة، (موقع إلكتروني).

4. فئة أنواع حلول المشكلات المجتمعية: وهي الفئة التي تبحث في أنواع حلول المشكلات المجتمعية التي تناولتها مواقع الدراسة، وهي كالاتي:

4.1 سياسية: يقصد فيها الباحث الحلول السياسية التي تضمنتها المادة الصحفية القائمة على الحل، التي تصلح أن تكون حلاً لمشكلة سياسية مجتمعية مثل المصالحة الفلسطينية.

4.2 اجتماعية: يقصد فيها الحلول الاجتماعية التي تضمنتها المادة الصحفية القائمة على الحل، وتصلح أن تكون حلاً لمشكلة مجتمعية مثل؛ الترابط الأسري والزواج والمساعدات الاجتماعية وغيرها.

4.3 اقتصادية: يقصد فيها الباحث الحلول الاقتصادية التي تضمنتها المادة الصحفية القائمة على الحل، وتصلح أن تكون حلاً لمشكلة اقتصادية، مثل: خفض نسب البطالة والفقر وغيرها.

4.4 صحية وبيئية: يقصد فيها الحلول الصحية والبيئية التي تضمنتها المادة الصحفية القائمة على الحل، وتصلح أن تكون حلاً للمشكلة المجتمعية مثل: تطوير مرافق وزارة الصحة، ونظافة الطرقات العامة وغيرها.

4.5 تقنية: يقصد فيها الحلول التقنية التي تضمنتها المادة الصحفية القائمة على الحل، وتصلح أن تكون حلاً للمشكلة المجتمعية مثل: تيسير التعليم عبر البرامج المختلفة، واستخدام الذكاء الاصطناعي وغيره.

4.6 عسكرية وأمنية: هي المواد العسكرية والأمنية التي تضمنتها المادة الصحفية القائمة على الحل، وتصلح أن تكون حلاً للمشكلة المجتمعية مثل: ملاحقة المتخابرين مع العدو، وحماية مقار المقاومة وغيره.

4.7 دينية: يقصد فيها الحلول الدينية التي تضمنتها المادة الصحفية القائمة على الحل، وتصلح أن تكون حلاً للمشكلة المجتمعية مثل: مشكلة تعليم الناس الدين الوسطي، ونبذ العنف والإرهاب وغيره.

4.8 تعليمية وثقافية: يقصد فيها الحلول التعليمية التي تضمنتها المادة الصحفية القائمة على الحل، وتصلح أن تكون حلاً للمشكلة المجتمعية مثل: ضعف ثقافة الجمهور وغيرها، وضبط المتسربين من المدارس، وتشجيع الطلبة على المشاركة في الأنشطة اللامنهجية.

4.9 أخرى: أي حلول أخرى خلاف ما سبق ذكره.

5. **فئة الوظائف:** يقصد فيها الباحث الدور الذي تؤديه المادة الصحفية القائمة على الحل، وهي تنقسم إلى⁽¹⁾:

5.1 **تقديم حل للمشكلة:** يقصد فيها الباحث مساهمة المادة الصحفية الفاعلة في تقديم حل للمشكلة المجتمعية ومدى ملائمتها للتطبيق، من خلال تقديم حلول واضحة ثبتت نجاعتها وملائمتها للتطبيق.

5.2 **كشف أوجه الخلل:** يقصد فيها تركيز السرد التحريري على أوجه الخلل والترهل الناتج عن فساد حقيقي أو ضعف الرؤى لحل المشكلات.

5.3 **تنمية المسؤولية المجتمعية:** يقصد فيها تعزيز المواطنة الفاعلة والمسؤولية المجتمعية عند أفراد المجتمع من خلال إشراكهم في الحل.

5.4 **إشاعة جو الإيجابية:** يقصد فيها المادة التي تبث جواً إيجابياً في المجتمع من خلال نشر الأخبار الإيجابية.

5.5 **المساءلة:** المادة التي تهدف لوضع المسؤولين وأصحاب القرار عند مسؤولياتهم في ظل تقديم حلٍ منطقي وواقعي يمكن تطبيقه.

5.6 **تعزيز الثقافة وتنمية المعرفة:** المادة الصحفية القائمة على الحل التي تؤدي دوراً في تعزيز الثقافة العامة وتنوير الرأي العام تجاه المشكلات والحلول المقترحة.

6. **فئة مصادر الحل في موضوعات الحل:** يقصد فيها مصادر الحل أو وجهته في المادة الصحفية المعتمدة على الحل، وتنقسم إلى:

6.1 **مصادر رسمية:** يقصد فيها الباحث المصادر ذات الصلة الرسمية مثل الحكومات، والرئاسة، والتشريعي، ومنظمة التحرير، والفصائل، والبلديات وغيرها.

6.2 **مؤسسات أهلية وشبه أهلية:** هي مؤسسات غير حكومية، وهي المؤسسات ذات الوظائف المتعددة، والأهداف الثقافية، والاجتماعية المتنوعة⁽²⁾.

6.3 **خبراء ومختصون:** يقصد فيها الأشخاص الذين لهم دراية بالقضية التي تعالجها مواد صحافة الحل من موقع الخبرة أو المسؤولية أو التجربة.

(1) ويكيبيديا، قطاع غزة، (موقع إلكتروني).

(2) المرجع السابق.

6.4 أكاديميون: هم المهتمون بالعلوم حسب منهج علمي دقيق، المنتمي إلى مؤسسة أكاديمية أو مركز بحثي أو لديه أبحاث وأوراق علمية عديدة منشورة في أبحاث محكمة.

6.5 مواطنون (عاديون): يقصد الباحث الأشخاص الذين يكونون مصدراً للحلول بصفتهم الشخصية بعيداً عن أي انتماء لمؤسسة حكومية أو أهلية أو حزب سياسي أو غيره.

6.6 أخرى: أي مصادر أخرى خلاف ما سبق ذكره.

7. فئة مدى وضوح الحلول: يقصد في تلك الفئة مدى وضوح الحلول المطروحة للمشكلات المجتمعية، وتنقسم إلى:

7.1 واضح: الحل واضح ويمكن فهمه من قبل القارئ بشكل سلس وسهل.

7.2 واضح إلى حد ما: أي يقترب الحل إلى الوضوح لكن يشوبه بعض الغموض، ويقع بين فئة غامض وواضح.

7.3 غامض: الحل غير واضح وغامض ويشوبه صعوبة في الفهم لدى القارئ.

8. ملائمة الحل لبيئة المشكلة: يقصد فيها الباحث مدى ملائمة الحل للتطبيق في بيئة المشكلة التي تستهدفها المادة الصحفية القائمة على الحلول⁽¹⁾، وتنقسم إلى:

8.1 ملائم: الحلول المتضمنة في المادة الصحفية مناسبة وملائمة للتطبيق في بيئة المشكلة التي تستهدفها المادة الصحفية القائمة على الحل⁽²⁾.

8.2 ملائم إلى حد ما: الحلول المتضمنة في المادة الصحفية ملائمة جزئياً للتطبيق في بيئة المشكلة، فهي تحتاج إلى مقومات لتصبح أكثر ملائمة لها للمادة الصحفية القائمة على الحل.

8.3 غير ملائم: الحلول المتضمنة في المادة الصحفية غير ملائمة للتطبيق في بيئة المشكلة التي تستهدفها المادة الصحفية القائمة على الحل⁽³⁾.

(1) Solutions Journalism Network (SJN) . What We Do. (Website).

(2) The Previous Reference.

(3) The Previous Reference

9. فئة التركيز في السرد التحريري: ويقصد فيها محور تركيز المحرر على الحل في السرد التحريري للمشكلة (1)، وتنقسم إلى:

9.1 ركز على حل المشكلة: ركز السرد التحريري على الحل المقترح للمشكلة المجتمعية وجعله محور المادة الصحفية.

9.2 ركز على المشكلة: ركز المحرر الصحفي في السرد التحريري على المشكلة، فيصفها، ويتعمق فيها، وجعلها محور حديثه، وسلط الضوء عليها أكثر من الحل.

9.3 ركز على الشخص صاحب الحل: ركز السرد التحريري على صاحب الحل، وجعله محور المادة الصحفية، فيظهره شخصاً ناجحاً، ويسلط الضوء عليه أكثر من الحل.

10. أساليب الإقناع المستخدم: وهي تشير إلى نوع الأسلوب المستخدم في إقناع القارئ بالحلول التي تتضمنها المادة الصحيحة، أو عرض وجهات النظر، على النحو الآتي:

10.1 منطقية: ويقصد فيها المادة الصحفية التي تخاطب العقل، معتمدة على الأدلة والبراهين، أو الأرقام والإحصاءات، أو المعلومات الصحيحة، أو عرض وجهات النظر المختلفة.

10.2 عاطفية: وهي الأساليب التي تخاطب العاطفة والوجدان، بحيث تعمل على تحفيز الأفراد لا شعورياً، بعيداً عن العقل والمنطق.

10.3 مختلطة: وهي الأساليب التي تتضمن أساليب عاطفية ومنطقية.

ب. فئات الشكل (كيف قيل؟): تُعنى هذه الفئة بالشكل، أو الطريقة التي تم تقديم المضمون بها إلى جمهور القراء (2)، وهي الفئات المتعلقة بتحليل الشكل الذي قدمت به صحف الدراسة موضوعات الحلول، ؛ بهدف التعرف إلى الأنماط الصحفية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في عرض موضوعات صحافة الحلول، ومعرفة مدى اهتمام الصحفيين بإبراز تلك الموضوعات عن طريق استخدام وسائل الإبراز والتفاعل المختلفة، وقسمت إلى فئات رئيسية وأخرى فرعية، على النحو الآتي:

(1) Solutions Journalism Network (SJN) . What We Do. (Website).

(2) حسين، بحوث الإعلام (ص 265).

1. **مدى الاهتمام:** ويقصد بها التعرف على مدى الاهتمام الذي توليه مواقع الدراسة بموضوعات صحافة الحلول، وذلك من خلال رصد عددها في الفترة الزمنية المحددة للدراسة، لتحديد درجة الاهتمام بها.

2. **فئة الفنون الصحفية:** هي الفنون الصحفية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في عرض موضوعات صحافة الحلول، واشتملت على مجموعة من الفئات الفرعية، هي:

2.1 **التقرير:** هو الفن الذي يقوم على المعلومات والمعارف حول الوقائع في سيرها وحركتها الديناميكية، ويقع ما بين الخبر والتحقيق، ولا يستوعب جميع الجوانب الرئيسية في الحدث، ويمكن أن يستوعب وصف الزمان، والمكان، والظروف المرتبطة بالحدث، ويسمح بإبراز الآراء الشخصية للمحرر (1).

2.2 **الحديث:** فن يقوم على الحوار بين الصحفي والشخصية أو عدة شخصيات؛ بهدف الحصول على أخبار أو معلومات جديدة، أو شرح وجهة نظر معينة، أو تصوير مواقف طريفة في حياة الشخصية (2).

2.3 **التحقيق:** فن يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والفكرية، التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق (3).

2.4 **المقال:** هو إنشاء متوسط الطول، يكتب نثراً عادة، ويعالج موضوعاً بعينه بطريقة بسيطة وموجزة على أن يلتزم الكاتب بحدود هذا الموضوع، ويكتب عنه من وجهة نظره هو (4).

3. فئة أنواع العناوين وارتباطها بالمشكلة:

3.1 **فئة أنواع العناوين:** هو عبارة موجزة تصاغ بجملة قصيرة توضع أعلى الخبر أو الموضوع، تدل على محتواه، وتحتاج صياغة العنوان إلى مهارة وخبرة، وموهبة وقدرة على استعمال الألفاظ (5)، وتنقسم من حيث موضوعاتها ومحتواها إلى الآتي:

(1) أبو زايد، فن الكتابة الصحفية (ص 135).

(2) الدلو، فن الحديث الصحفي وتطبيقاته العملية (ص 9)

(3) حجاب، مدخل للصحافة (ص 335).

(4) المرجع السابق (ص 335).

(5) الدلو، فن الحديث الصحفي وتطبيقاته العملية (ص 82)

- 3.1.1 **المُلخِص:** وهو العنوان الذي يقدم الإجابة على أبرز أدوات الاستفهام الدالة على الحدث، وهو في أغلب الأحوال الأداة ماذا، ثم الأداة مَنْ، وقد يضيف إليها أداة أخرى وربما أداة ثالثة وهي أين، أو متى، وهو يتمثل في العنوان الرئيس أكثر من غيره (1).
- 3.1.2 **الوصفي:** وهو العنوان الذي يركز على عنصر الوصف لبعض جوانب الأهمية في الموضوع، أو لبعض الوقائع أو التفاصيل المهمة المتصلة به، ويعتمد في ذلك على الكلمات القوية والعبارات التي تشد انتباه القراء، وهو في الغالب يجيب عن السؤال "ماذا"، وأيضاً "كيف، ولماذا" (2).
- 3.1.3 **التأكيدي:** يؤكد العنوان خبراً أو معلومة أو رأياً أو قضية بأسلوب خبري، وهو يتصل بالتقارير والقصص الإخبارية أكثر من الأخبار القصيرة الصغيرة (3).
- 3.1.4 **الموضِّح (المفسر):** ويقوم هذا النوع من العناوين بوظيفة الشرح والتفسير، وهي وظيفة إعلامية مهمة، تضاعف من أهمية مادته الإخبارية (4).
- 3.1.5 **التأثيري:** وهو الذي يؤدي دوراً في التأثير وليس مجرد الإخبار والتعريف والإحاطة (5).
- 3.1.6 **الإثارة:** وهو العنوان الذي يحاول كاتبه أن يكون ذكياً في طرحه بقدر الاستطاعة لجذب انتباه القارئ لباقي المقالة، وغالباً يتطلب قراءة المقالة لفهم هذا النوع من العناوين، ويعد هذا العنوان جذاباً للانتباه، ولا يشترط أن يكون مفسراً لقضية معينة (6).
- 3.1.7 **العنوان ذو العبارة القوية (المتفجر):** يُستخدَم هذا النوع من العناوين مع الأخبار الساخنة التي تأتي مع الأحداث الخاصة، ويأتي غالباً على شكل أحوال أو صيغة عبارات خطابية أو تصريحية أو بيانات أو رسائل مهمة، وتسمح بهذا الطابع الذي قد يأخذ أحياناً بعض القوالب والأساليب الإنشائية على عكس المفروض في الصياغة الإخبارية، ولكن قد يسمح الطرف نفسه أو تسمح المناسبة بذلك (7).

(1) أبو زائدة، العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية (ص 59).

(2) الدليمي، التحرير الصحفي (ص 113).

(3) المرجع السابق. (ص 113).

(4) المرجع نفسه. (ص 114).

(5) ناجي، الخبر الصحفي (ص 69).

(6) الدليمي، التحرير الصحفي (ص 114).

(7) المرجع السابق (ص 114).

3.1.8 أنواع أخرى: أي عناوين أخرى خلاف ما سبق ذكره.

3.2 فئة ارتباط العنوان بحل المشكلة: يقصد بها مدى ارتباط العنوان، أي هل يعكس حلاً أم لا؟، وتنقسم إلى:

3.2.1 يعكس حلاً: يعكس العنوان "الحل" الذي نتحدث عنه المادة الصحفية بشكل واضح.

3.2.2 لا يعكس حلاً: لا يعكس العنوان "الحل" الذي نتحدث عنه المادة الصحفية.

4. فئة الصورة المصاحبة للموضوع والتعليق المصاحب لها:

4.1 فئة الصورة المصاحبة للموضوع: ويقصد بها مدى عكس الصورة المرافقة للمادة الصحفية القائمة على الحل أو عدمه، وتنقسم إلى:

4.1.1.4.1.1 تعكس الحل: تعكس الصورة الصحفية حلاً للمشكلة المجتمعية الواردة في المادة الصحفية.

4.1.2.4.1.2 لا تعكس الحل: لا تعكس الصورة الصحفية حلاً للمشكلة المجتمعية الواردة في المادة الصحفية.

4.1.3.4.1.3 غير واضحة: الصورة غير واضحة إن كانت تعكس حلاً أم لا؟.

4.2 فئة التعليق على الصورة: ويقصد بها مدى ارتباط التعليق النصي على الصورة بالحل الذي تتضمنه المادة الصحفية القائمة على الحل، وتنقسم إلى:

4.2.1.4.2.1 مرتبط بالحل: التعليق مرتبط بالحل الذي تتضمنه الصورة.

4.2.2.4.2.2 غير مرتبط بالحل: التعليق غير مرتبط بالحل الذي تتضمنه الصورة.

4.2.3.4.2.3 دون تعليق: لا يوجد تعليق على الصورة.

5 فئة عناصر التدعيم: يقصد فيها العناصر التي تستخدمها مواقع الدراسة لتدعيم المادة الصحفية القائمة على الحل، وتنقسم إلى:

5.1 صور: يقصد فيها الصور المرافقة للمادة النصية، وهي أهم عناصر الإبراز المستخدمة في بناء الوحدات؛ لما لها من قدرات تأثيرية ومعانٍ مهمة للقراء⁽¹⁾.

(1) سكيك، دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية (ص 38).

5.2 **فيديو:** ويقصد بها إرفاق فيديو لتدعيم المادة الإعلامية المنشورة، وقد يكون مصاحباً للمادة، وقد يحتوي على المادة المكتوبة نفسها⁽¹⁾، أو تفاصيل أخرى غير المذكورة في النص.

5.3 **انفوجرافيك:** وهو فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم، يمكن فهمها واستيعابها بوضوح، وتشويق، وسهولة، ويسر⁽²⁾.

5.4 **رابط تشعبي أو النص الفائق:** عنصر في مستند أو وثيقة إلكترونية يقود إلى قسم آخر في نفس المستند، أو يقود إلى مستند آخر، أو إلى قسم معين في مستند آخر. وهذا يجلب المعلومة المشار إليها للمستخدم عندما يختار المستخدم هذا العنصر التصفح⁽³⁾.

5.5 **دون عناصر تدعيمية:** أي عدم مرافقة المادة الصحفية القائمة على الحلول لأي من العناصر التدعيمية.

5.6 **أخرى:** أي عناصر أخرى خلاف ما سبق ذكره.

3.2: المقابلة غير المقننة:

وهي المقابلة التي تتم دون إعداد مسبق للأسئلة بطريقة دقيقة وتفصيلية، وتترك فيها الحرية للمبحوث في الاسترسال في عرض خبراته وآرائه وافكاره ووجهات نظره⁽⁴⁾، ووظف الباحث المقابلة لجمع المعلومات، ولمناقشة النتائج، والتعليق عليها، ولإثراء الجانب المعرفي من خلال مقابلة خبراء في الإعلام.

تاسعاً: مجتمع الدراسة وعينتها:

1. مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في المواقع الإخبارية الفلسطينية، وهي وفقاً لموقع "أليكسا Alexa" المتخصص في إحصائيات وترتيب مواقع الإنترنت (71) موقعاً إلكترونياً سبق الإشارة إليها في الدراسة الاستكشافية.

2. عينة الدراسة:

(1) الشربيني، صحافة الأطفال الإلكترونية (ص 26).

(2) الدلو، الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية (ص 9).

(3) Brusilovski And, Other, Hypermedia, And Virtual Reality (P28).

(4) حسين. بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ (ص 123).

2.1 عينة المصادر:

اختار الباحث ثلاثة مواقع إلكترونية للدراسة، هي: موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية، وموقع وكالة الصحافة الفلسطينية (صفا)، وموقع وكالة وطن للأخبار.

مبررات اختيار عينة الدراسة:

- 1) كونها الأكثر اهتماماً بالمشكلات التي تعتمد على صحافة الحلول، وفقاً لما جاء في الدراسة الاستكشافية.
- 2) سهولة البحث في أرشيفها، وهو ما يضمن دراسة وتحليل موضوعات صحافة الحلول في عينة الدراسة.
- 3) اختلاف مواقع عمل المواقع الإلكترونية، حيث يقع مقر وكالتي "صفا"، و"فلسطين اليوم" في غزة، ويقع مقر "وكالة وطن للأخبار" في الضفة الغربية.

التعريف بمواقع الدراسة:

أ. موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية:

تأسس موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية في أواخر العام 2003، ويواكب موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية الحدث من خلال تقديم التقارير والتحليلات المكتوبة والمصورة، ويحدث أخباره بشكلٍ دوريٍّ على مدار الساعة، ويركز تغطيته على المشكلات المجتمعية (سياسية، اقتصادية، تقنية، ميدانية، اجتماعية، نفسية، أمنية.. إلخ)، ويعمل فيها 14 محرراً و3 مراسلين صحفيين، ويحظى الموقع بمتوسط زيارات يومي حوالي 30 ألف زيارة⁽¹⁾.

ب. موقع وكالة الصحافة الفلسطينية (صفا):

هي مؤسسة إعلامية فلسطينية مستقلة انطلقت في التاسع من تموز / يوليو 2009م، وتعد من أهم وكالات الأنباء الفلسطينية العاملة على تغطية الخبر الفلسطيني وتطوراته في كافة محافظات فلسطين، وتتخذ وكالة صفا التي تحمل شعار (فلسطين بين يديك) من مدينة غزة مقراً لها، وتعتمد على فريق عمل مكون من 13 محرراً صحفياً، و7 مراسلين صحفيين ومصوراً

(1) المصري، مدير وكالة فلسطين اليوم الإخبارية، قابله: محمد السيقلي (25 نوفمبر 2020).

صحفياً، وتحدث أخبارها بشكلٍ دوريٍّ على مدار الساعة، وتهتم بالمشكلات المجتمعية المختلفة⁽¹⁾.

ت. موقع وطن للأخبار:

موقع إخباري مستقل تأسس في بداية العام 2009، ويسعى لتقديم إعلام وطني ديموقراطي، وهو جزء من منظومة إعلامية تتكون من "تلفزيون وطن، مركز وطن للإعلام، وطن للإنتاج التلفزيوني"، يهتم بكل ما يرتبط بالقضية الفلسطينية من مستجدات وتطورات، سياسية واقتصادية وحقوقية وثقافية ورياضية، إضافة إلى الاهتمام بالقضايا المرتبطة بالثوابت الفلسطينية كالأجئين، وحق العودة، والأسرى، والقدس، ومقاومة الجدار، ويضم الموقع الإلكتروني (8) محررين و(21) مراسلاً من ذوي الكفاءة المهنية، ويحظى الموقع بمتوسط زيارات يومي حوالي 60 ألف زيارة⁽²⁾.

2.2 عينة الدراسة الزمنية:

حدد الباحث الفترة الزمنية الواقعة ما بين 1 يناير 2020 وحتى 30 أبريل 2020 بواقع أربعة شهور، مستخدماً "أسلوب الحصر الشامل"، ويرجع اختيار هذه الفترة لحدوثها، وكونها تتزامن مع انتشار فيروس كورونا "كوفيد_19"، الأمر الذي دفع الصحفيين للبحث عن حلول له عبر أسلوب صحافة الحلول.

عاشراً: وحدات التحليل والقياس:

1. وحدات التحليل:

أ. وحدة الموضوع أو الفكرة: هي عبارة عن جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل⁽³⁾، وهي هنا المشكلات المجتمعية المختلفة السياسية والاقتصادية والدينية والاجتماعية وغيرها التي تتصل بالمجتمع الفلسطيني وتقوم على صحافة الحلول.

ب. الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية: وهي الوحدة الإعلامية المتكاملة التي يقوم الباحث بتحليلها، التي يستخدمها منتج المادة الإعلامية لتقديم هذه المادة إلى جمهور القراء، أو

(1) أبو هين، مدير موقع وكالة الصحافة الفلسطينية (صفا) قابله: محمد السبقلي (25 نوفمبر 2020)

(2) إبراهيم، محرر صحفي في موقع وطن للأخبار، قابله: محمد السبقلي (25 نوفمبر 2020).

(3) حسين، بحوث الإعلام (ص 262).

المستمعين، أو المشاهدين⁽¹⁾، واعتمد الباحث التقارير والأحاديث والتحقيق والمقال بأنواعه كبنية للتحليل.

2. أسلوب العد والقياس:

استخدم الباحث معيار التكرار كأسلوبٍ للعد، كي يتمكن من خلاله إعادة بناء المحتوى في شكل أرقام وأعداد تساعد على الوصول إلى نتائج كمية تسهم في التفسير وتحقيق أهداف الدراسة⁽²⁾، وقد استخدم الباحث أسلوب التكرار للتعرف على كيفية توظيف المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية، ومدى اهتمامها بها.

الحادي عشر: إجراءات الصدق والثبات:

1. إجراءات الصدق:

يُقصد بالصدق في التحليل "صلاحية الأسلوب أو التأكد أنّ الأداة المستخدمة للقياس تقيس فعلاً ما هو مُرادُّ قياسه، ومن ثمَّ ارتفاع مستوى الثقة بالنتائج، بحيث يمكن الانتقال منها إلى التقييم".⁽³⁾ ولتحقيق ذلك قام الباحث بالآتي:

أ- تصميم استمارة تحليل المضمون وفق فئاتٍ محددة، بما يحقق أهداف الدراسة، ويجب عن تساؤلاتها.

ب- تعريف فئات تحليل المضمون تعريفاً إجرائياً واضحاً، من خلال الاستعانة بالمراجع العلمية الرصينة أو تعريفها من وجهة نظر الباحث بأسلوبٍ علميٍّ، بحيث لا يثير التعريف التضارب أو التداخل.

ت- عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المُحكِّمين والمُختصِّين في مجال الإعلام⁽⁴⁾، شملت ثمانية من أساتذة الإعلام وخبرائه في فلسطين، والأردن، والعراق، وقد أبدوا ملاحظاتٍ قيِّمة تمَّ الاستفادة منها في تعديل الأداة بما ينسجم مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

(1) المرجع السابق (ص 260).

(2) عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام (ص 181).

(3) المشهداني، مناهج البحث الإعلامي (152).

(4) انظر: الملحق رقم (2).

ث- إجراء اختبار قبلي Pre-Test لاستمارة تحليل المضمون على عينة محدودة من مواد صحافة الحلول، وبناءً عليها تمّ تعديل بعض الفئات بالإضافة أو الحذف.

ج- تحديد أسلوب القياس الذي تمّ من خلاله تحويل تحليل المضمون إلى وحدات كميّة، مع الحرص أن تكون الاستنتاجات متناسبة مع المعطيات المطلوبة.

2. إجراءات الثبات:

يُعبّر اختبار الثبات عن ثبات أداة جمع المعلومات؛ للتأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظواهر بدرجة عالية من الدقّة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع المعلومات، سواء من نفس المبحوثين أو من مبحوثين آخرين أو أجراها الباحث نفسه أو باحثون آخرون⁽¹⁾.

واستخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار؛ للتأكد من مدى صحة نتائج الدراسة وثباتها عن طريق إعادة تحليل عينة عشوائية لبعض أعداد مواقع الدراسة للتأكد من مدى مطابقة النتائج.

واختار الباحث أن يقوم بنفسه بإعادة تحليل المضمون لعينة جزئية من العينة الأصلية، بلغ قوامها (15) وبنسبة (11.8%) من العينة الأصلية، وتم اختيار هذه الأعداد بطريقة العينة العشوائية البسيطة.

وبحسب الثبات بين المرزبين بأكثر من طريقة من أشهرها **طريقة هولستي**، الذي يقيس الثبات في تحليل البيانات في ضوء نسب الاتفاق بين المرزبين⁽²⁾، ويتم ذلك باستخدام المعادلة التالية:

$$\text{ثبات هولستي} = \frac{2ت}{2ن + 1ن}$$

حيث إنّ:

ت: هي عدد الوحدات المتفق عليها

1ن: عدد القضايا في التحليل الأول

2ن: عدد القضايا في إعادة التحليل

(1) حسين، بحوث الإعلام (ص 309 - 310).

(2) زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية (ص 159).

وبعد ذلك قام الباحث بمقارنة نتائج التحليلين، وكانت النتائج كالتالي:

أولاً: موقع فلسطين اليوم:

أنواع المشكلات المجتمعية: وصل عدد موضوعات المشكلات المجتمعية في الأعداد التي خضعت للدراسة (15) موضوعاً موزعة كالاتي: المشكلات الصحية (5 تكرارات)، المشكلات الاقتصادية (3 تكرارات)، والمشكلات التعليمية والثقافية، والمشكلات الاجتماعية حصلت كل واحدةٍ منهما على تكرارين، بينما حصلت المشكلات السياسية، والمشكلات الأخرى، والمشكلات العسكرية والأمنية كل واحدة منهم على تكرارٍ واحدٍ فقط، بينما لم تحظ المشكلات الدينية ولا المشكلات التقنية على أيّ تكرارات.

وفي الإعادة بلغ عدد موضوعات المشكلات المجتمعية في الأعداد التي خضعت للدراسة (15) موضوعاً موزعة كالاتي: المشكلات الصحية (4 تكرارات)، والمشكلات الاجتماعية والمشكلات الاقتصادية حصلت كل واحدةٍ منهما على (3 تكرارات)، بينما حصلت المشكلات التعليمية والثقافية على تكرارين، بينما حصلت المشكلات السياسية، والمشكلات الأخرى، والمشكلات العسكرية والأمنية على تكرارٍ واحدٍ فقط، ولم تحظ المشكلات الدينية ولا المشكلات التقنية على أيّ تكرارات.

وهذا يعني وجود فرق في التحليلين في المشكلات الصحية 5-4=1

ووجود فروق في المشكلات الاجتماعية 3-2=1

وبهذا تبين أن موضوعات المشكلات المجتمعية المتفق عليها تساوي 13 موضوعاً، وبالتعويض في المعادلة الإحصائية الخاصة بمعامل التوافق المذكور تبين التالي:

$$\frac{13 \times 2}{15 + 13} = \frac{26}{28} = 92.9\%$$

وباتباع نفس الأسلوب مع باقي الفئات كانت نتائج معامل الثبات كالاتي:

– نسبة توافق المصادر الإعلامية 92.4%.

– نسبة توافق النطاق الجغرافي 96%.

– نسبة توافق حلول المشكلات المجتمعية 94.1%.

– نسبة توافق الوظائف 100%.

- نسبة توافق مصادر الحل 100%.
- نسبة توافق وضوح الحلول 95.5%.
- نسبة توافق ملائمة الحل لبيئة المشكلة 99.2%.
- نسبة توافق تركيز السرد التحريري 94.5%.
- نسبة توافق أساليب الإقناع 95.3%.
- نسبة توافق الفنون الصحفية 95%.
- نسبة توافق أنواع العناوين وارتباطها بالحل 99.5%.
- نسبة توافق الصورة المصاحبة للموضوع والتعليق عليها 100%.
- نسبة توافق عناصر التدعيم 100%.

وبهذا يكون معامل الثبات في موقع "فلسطين اليوم":

$$\frac{92.9 + 92.4 + 96 + 94.1 + 100 + 100 + 95.5 + 99.2 + 94.5 + 95.3 + 95 + 99.5 + 100 + 100}{14} = 96.7\%$$

14

ثانياً: موقع "صفا":

باتّباع نفس الأسلوب والخطوات المتّبعة في موقع "فلسطين اليوم" مع موقع "صفا" كانت نتائج معامل الثبات لفئات التحليل المختلفة كالتالي:

- نسبة توافق المشكلات المجتمعية 94.8%.
- نسبة توافق المصادر الإعلامية 95.5%.
- نسبة توافق النطاق الجغرافي 93%.
- نسبة توافق حلول المشكلات المجتمعية 97.8%.
- نسبة توافق الوظائف 98.3%.
- نسبة توافق مصادر الحل 100%.
- نسبة توافق وضوح الحلول 98.5%.
- نسبة توافق ملائمة الحل لبيئة المشكلة 96.8%.

- نسبة توافق تركيز السرد التحريري 93.1%.
 - نسبة توافق أساليب الإقناع 96.1%.
 - نسبة توافق الفنون الصحفية 96.4%.
 - نسبة توافق أنواع العناوين وارتباطها بالحلّ 97.3%.
 - نسبة توافق الصورة المصاحبة للموضوع والتعليق عليها 100%.
 - نسبة توافق عناصر التدعيم 100%.
- وبهذا يكون معامل الثبات في موقع "صفا":**

$$\frac{94.8+95.5+93+97.8+98.3+100+98.5+96.8+93.1+96.1+96.4+97.3+100+100}{14} = 96.9\%$$

14

ثالثاً: موقع وطن للأخبار:

- باتّباع نفس الأسلوب والخطوات المتّبعة في موقع "فلسطين اليوم" مع موقع "وطن للأخبار" كانت نتائج معامل الثبات لفئات التحليل المختلفة كالتالي:
- نسبة توافق المشكلات المجتمعية 91.5%.
 - نسبة توافق المصادر الإعلامية 94.7%.
 - نسبة توافق النطاق الجغرافي 97.8%.
 - نسبة توافق حلول المشكلات المجتمعية 97.4%.
 - نسبة توافق الوظائف 100%.
 - نسبة توافق مصادر الحل 98.3%.
 - نسبة توافق وضوح الحلول 97.5%.
 - نسبة توافق ملائمة الحلّ لبيئة المشكلة 98.6%.
 - نسبة توافق تركيز السرد التحريري 94%.
 - نسبة توافق أساليب الإقناع 96.7%.
 - نسبة توافق الفنون الصحفية 98%.

- نسبة توافق أنواع العناوين وارتباطها بالحلّ 98.5%.
 - نسبة توافق الصورة المصاحبة للموضوع والتعليق عليها 100%.
 - نسبة توافق عناصر التدعيم 98.7%.
- وبهذا يكون معامل الثبات في موقع "صفا":

$$\frac{91.5+94.7+97.8+97.4+100+98.3+97.5+98.6+94+96.7+98+98.5+100+98.7}{14} = 98.7\%$$

وبهذا يكون معامل الثبات في مواقع الدراسة:

$$\frac{96.7+96.9+98.7}{14} = 98.7\%$$

أي أنّ نسبة الاتفاق بلغت (98.7%) وهي نسبة مرتفعة في البحوث الإعلامية.

الثاني عشر: مفاهيم الدراسة:

1. توظيف:

يقصد الباحث بالتوظيف، أي استخدام المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية التي يعاني منها المجتمع الفلسطيني.

2. المواقع الإخبارية الفلسطينية:

هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط تُنشر فيها الأخبار والمقالات والفنون الصحفية كافة عبر شبكة الإنترنت على نحو دوري، باستخدام تقنيات عرض النصوص والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل القارئ من خلال شاشة الحاسوب⁽¹⁾، ويقصد بها هنا المواقع الإخبارية الفلسطينية في مناطق السلطة الفلسطينية (الضفة وغزة) المرخصة وغير المرخصة، وأجرى الباحث دراسته على ثلاثة منها وهي: "موقع وطن للأخبار"، و"موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية"، و"موقع وكالة صفا للأخبار".

(1) الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية (ص 218).

3. صحافة الحلول:

يعرف الباحث صحافة الحلول إجرائياً بأنها "منهج تجديدي وأسلوب جديد يُطبَّق تقنيات علم النفس الإيجابي على التقارير الصحفية، ويهدف لإشراك القراء من خلال خلق قصص إخبارية هادفة، تعمل على طرح حلول للمشاكل المتعددة سواء أكانت مجتمعية، سياسية، اقتصادية إلخ، ولا تكتفي (صحافة الحلول) بعرض المشكلة فحسب أو عرض آراء نظرية للحل، بل تضم قصص حلول في بيئة مشابهة لبيئة المشكلة".

4. المشكلات المجتمعية:

يعرفها الباحث إجرائياً على أنها جميع المشكلات التي تؤثر سلباً على المجتمع الفلسطيني، وتتصل بأفراده، وتنعكس بشكل مباشر عليه، وتشمل المشكلات السياسية، والاقتصادية، والفنية، والرياضية، والتعليمية، والاجتماعية، والصحية، والأمنية.. إلخ، وغالباً ما تهم شريحة واسعة من الناس في المجتمع.

الثالث عشر: تقسيم الدراسة:

قسّم الباحث الدراسة إلى مقدمة وثلاثة فصول، وذلك على النحو الآتي:

الفصل الأول: وهو بعنوان الإطار العام للدراسة، ويتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة، وهي: أهم الدراسات السابقة، والاستدلال على المشكلة، ومشكلة الدراسة، وأهميتها، وأهدافها، وتساولاتها، والإطار النظري للدراسة، ونوع الدراسة ومنهجها، وأداتها، وفئات التحليل، ومجتمع الدراسة، وعينتها، ووحدات التحليل وأسلوب القياس، وإجراءات الصدق والثبات، والمفاهيم الأساسية للدراسة، وتقسيم الدراسة، **والفصل الثاني:** وهو بعنوان صحافة الحلول والمشكلات المجتمعية، وينقسم إلى ثلاثة مباحث: **المبحث الأول** يتناول صحافة الحلول من حيث مفهومها، ونشأتها، وتطورها، وأهميتها، **والمبحث الثاني** يتناول منطلقات صحافة الحلول، **والمبحث الثالث** ويتناول خصائص صحافة الحلول، ومحدداتها، ووظائفها، **والفصل الثالث** يتناول سمات محتوى وشكل توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية ومناقشتها، وجاء في مبحثين: **المبحث الأول:** سمات محتوى توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية ومناقشتها، **والمبحث الثاني:** سمات شكل توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية ومناقشتها، ثم خاتمة تشتمل على أهم نتائج الدراسة والتوصيات، وقائمة المراجع وملاحق الدراسة.

الفصل الثاني

صحافةُ الحُلُولِ وَالْمُشْكِلَاتِ الْمُجْتَمَعِيَّةِ

الفصل الثاني صحافة الحلول والمشكلات المجتمعية

يتناول الباحث هنا صحافة الحلول، من حيث المفهوم، والنشأة، والتطور، وأهمية هذا النوع من الصحافة، كما ويتناول الخصائص التي تميز صحافة الحلول عن غيرها من الاتجاهات الصحفية، ومحدداتها، إلى جانب استعراض أبرز الوظائف التي تؤديها، كما يتطرق الباحث إلى فلسفة هذا النوع من الصحافة، وقد جاء الفصل الثاني في ثلاثة مباحث على النحو الآتي:

المبحث الأول: صحافة الحلول: المفهوم، والنشأة، والتطور، والأهمية.

المبحث الثاني: منطلقات صحافة الحلول.

المبحث الثالث: صحافة الحلول: الخصائص، والمحددات، والوظائف.

المبحث الأول

صحافة الحلول: المفهوم والنشأة والتطور والأهمية

مع ظهور تيارات حديثة وأخرى تجديدية برز أسلوب إعلامي جديد، نتيجة التغييرات في الملكية الإعلامية ونوعية المضمون الإعلامي، وهو صحافة الحلول Solutions Journalism، التي انبثقت فكرتها بشكلها الحالي، بعد أن تطور في أوروبا نظام مماثل يسمى "الصحافة البناءة" Constructive Journalism، واجتهد مختصون على وضع تعريفٍ لصحافة الحلول، والبحث عن نشأتها، وتطورها، ويتناول الباحث في هذا المبحث؛ مفهوم صحافة الحلول، ونشأة هذا النوع من الصحافة وتطوره، إلى جانب رصد ملامحه في البيئة العربية.

أولاً: مفهوم صحافة الحلول:

إنّ تقديم تعريف محدد جامعٍ لصحافة الحلول Solutions Journalism أمر ليس هيناً، ولا يوجد اتفاق بين الباحثين على وضع مفهوم محدد⁽¹⁾، لأسبابٍ عديدة منها أن هذا النوع من الصحافة يأتي ضمن التيارات الصحفية الجديدة، التي لم يتم بلورة معالمها بشكلٍ دقيقٍ، وهو ما انعكس على وضع مفهوم محددٍ لصحافة الحلول، إلى جانب أنّ الدراسات وأواق العمل وكتاب المقال الذين تطرقوا لصحافة الحلول، لم يتطرقوا كثيراً لمفهومها.

ويستعرض الباحث في السطور القادمة عدداً من تعريفات صحافة الحلول؛ في محاولة لإيجاد نقاط جامعة بين الباحثين على مفهومها:

الصحفية الفرنسية والمختصة في صحافة الحلول سالومي باغونت Salome Bagont تُعرّف صحافة الحلول بأنها "نهجٌ جديدٌ للتعاطي مع المشكلات المجتمعية التي يمكن تجاوز طرحها المُجرد، إلى التفكير في إيجاد حلول لها، وهي وسيلة جديدة يمكن من خلالها إعادة طرح الموضوعات بإيجابية أكبر لصالح حلّها"⁽²⁾.

ويرى الصحفي الأمريكي دافيد بورنستاين David Bornstein مؤسس شبكة صحافة الحلول (SJN) "أنها تقارير دقيقة تبحث عن حلول للمشاكل الاجتماعية من خلال طرح قصص واقعية"⁽³⁾.

(1) Sabadan. Is Solutions Journalism A Solution? (Website).

(2) باغونت، التغطية الإخبارية بمنهج صحافة الحلول. (ندوة علمية).

(3) Bornstein. Solutions Journalism Summit 2018. (Scientific Conference).

وتعرفها الباحثة كلويه لافالو Chloe Lavalو بأنها "صحافة تختلف عن الصحافة التقليدية، إذ لا تكتفي بتقديم المشكلة بصورة مجردة ومحايدة في القضايا المجتمعية، ولكن تتبعها دائماً بمشاركة القراء والتفاعل معهم لوضع الحلول وضرب الأمثلة التي تساعد على الحد منها، وتكون مثبتة بأدلة، وهي نهج أكثر صدقاً وأكثر اكتمالاً للعديد من القضايا، ما يساعد على خلق المزيد من المواطنة الفعالة"⁽¹⁾.

وتعرفها الصحفية الأمريكية المختصة في صحافة الحلول هولوي وايز Holly Wise أنها "نهجٌ لتقارير الأخبار التي تركز على الردود والمشاركة في القضايا المجتمعية من خلال شرح قصص الحلول المستندة على أدلة موثوق بها، وتطرح في كل تقرير كيف؟ ولماذا؟ وهل يصلح تطبيقها في بعض المناطق"⁽²⁾.

وتعرفها شبكة صحافة الحلول (SJN) الأمريكية تعرف صحافة الحلول Solutions Journalism على أنها "تقارير دقيقة عن كيفية استجابة الناس للمشاكل المجتمعية، مما يساهم في تقديم نظرة أكثر اكتمالاً إلى الأشخاص حول هذه القضايا، وهو أمرٌ يساهم ويساعد في حل المشاكل المجتمعية"⁽³⁾.

كما وتعرفها ليزا ويلين Liz Willen أنها التقارير الصحفية التي تركز على الفعالية والأثر والحل من خلال الأدلة والنتائج المتاحة، ولا تكتفي بعرض وجهات النظر والنوايا الحسنة مثل التقارير التقليدية"⁽⁴⁾.

أليكس كوري Alex Curry أستاذ الإعلام المشارك في جامعة تكساس في الولايات المتحدة الأمريكية يعرف صحافة الحلول على أنها "تقارير إخبارية تركز على الاستجابات الناشئة للمشاكل المجتمعية، وهي تلك التقارير التي لا تركز فقط على معاناة الناس، لكن أيضاً تركز على الحلول من خلال عرض القصص التي تعزز الحلول في المجتمعات، ويتناقض ذلك النهج مع القصص التقليدية التي تركز فقط على المشاكل"⁽⁵⁾.

ويعرفها كلٌّ من الباحث جيمي لويزو Jimmy Luizo، وساني لي واتسون Sunny Lee Watson، ووليام ر. واتسون And William R. Watson أنها الصحافة التي تركز

(1) لافالو. التغطية الإخبارية بمنهج صحافة الحلول. (ندوة علمية).

(2) Freedomforum. Solutions Journalism. [Audio Podcast].

(3) Solutions Journalism Network. Solutions Journalism. (Website).

(4) Liz Willen : "Solutions journalism". (Youtube).

(5) Curry and others, Solutions Journalism & News Engagement. (website)

على الحل وتشجع القراء والمشاهدين على المشاركة في إحداث تغيير إيجابي، ولا تركز على المشكلة بالطريقة التقليدية دون المساهمة في حلّ تم اختباره"⁽¹⁾.

كما، وتعرفها نيكول دهمان Nicole Dahmen أستاذ مشارك في كلية الاتصال بجامعة أوريغون وجينيفير مديري "أنها النهج القائم على الإبلاغ عن القصص المستندة إلى الحلول التي تشجع القراء والمشاهدين على المشاركة في إحداث تغيير إيجابي، ولا تركز على تسليط الأضواء على المشكلة فقط، وإنما تحاول طرح الحل من خلال تجارب ناجحة في بيئات مشابهة"⁽²⁾.

وتعرفها كارين ماكينتير Karen McIntyre أستاذة مساعد في الإعلام والثقافة بجامعة فرجينيا كومولث "أنها نهج يركز على الحلول، بدلاً من الدوران في فلك القصص والتقارير والأخبار السلبية وقضايا الصراع دون طرح حل واضح، ويهدف هذا النهج لإعطاء قصص أكثر واقعية عن العالم، وتضع الحل أمام القارئ عن طريق تقديم حلول منطقية أثبتت نجاعتها"⁽³⁾.

وتعرفها شبكة "مرسلو الأمل" الفرنسية المختصة بالصحافة البناءة وصحافة الحلول: "أنها الصحافة التي تسعى إلى تحليل ونشر المعرفة الخاصة بالمبادرات التي تقدم استجابات ملموسة وقابلة للتكرار للمشاكل المجتمعية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية"⁽⁴⁾.

وتعرف الكاتبة جزيل جرين Giselle Green رئيسة مؤسسة الأصوات البناءة "صحافة الحلول بأنها هي المعنى المماثل للصحافة البناءة Constructive Journalism ويتمثل هذا النهج في التقارير التي تقدم مقترحات خيارات حلول أثبتت فعاليتها ونجاحها للمشكلة المطروحة، وتطبق تلك التقارير الموجهة نحو الحلول أدبيات ومبادئ علم النفس الإيجابي لتحدي خطاب السلبية في الأخبار"⁽⁵⁾.

-
- (1) Loizzo. And Others, Examining Instructor And Learner Experiences And Attitude Change In A Journalism For Social Change (P394).
 - (2) Dahmen. 'Solutions Journalism' May Move Audiences More Than Jarring Images. (Website).
 - (3) Journalism Practice. Solution Journalism And Participation. [Audio Podcast].
 - (4) Wikipedia .Solutions Journalism, (Website).
 - (5) Green, The Express Guide To Constructive Journalism. (Website).

- وما سبق يتضح أن التعريفات السابقة تركز على عدة نقاط، هي:
 - أن صحافة الحلول لا تكتفي بتقديم المشكلة بصورة مجردة ومحايدة في القضايا المجتمعية، بل تتجاوزها إلى عرض حلول للمشاكل التي تواجه أي مجتمع أو مجتمعات عدة.
 - أكدت بعض التعريفات أن صحافة الحلول نهج جديد، بينما البعض الآخر قال "إنها تقارير صحفية غير تقليدية، ولم تُشر إلى أنها نهج قائم بذاته".
 - بعض التعريفات قصرت معالجة صحافة الحلول لمشكلات محددة، بينما البعض الآخر وسع نطاقها لتشمل جميع المشاكل التي يعاني منها الناس من بينها السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والتقنية، والأمنية، والدينية.. إلخ.
 - ركزت كثير من التعريفات على أن صحافة الحلول لا تكتفي بعرض وجهات النظر والنوايا الحسنة مثل التقارير التقليدية، بل تركز على ضرب أمثلة ونماذج واقعية لقصص حلول أثبتت نجاعتها.
 - لا تقتصر صحافة الحلول وفق كثير من التعريفات على استعراض آراء مختصين وخبراء ومسؤولين لحل المشكلة، بل تجلب قصصاً وحلولاً عملية واقعية من خلال عملٍ جادٍ ودقيق ونتائج بحثٍ ووفق محددات واضحة منها فحص نجاعة الحل وإمكانية تطبيقه.
 - تركز تقارير صحافة الحلول على "الفاعلية"، و"الحل"، و"الأثر" ولا تركز على مقدمي حلّ المشكلة بحد ذاتها، إذ تهدف للوصول إلى حلّ للمشكلة وتقديمه للقارئ والمسؤول، ووضع الجميع عند مسؤولياتهم.
 - بعض التعريفات سلّطت الضوء على أنّ هذا النوع من الصحافة يعزز المواطنة الفاعلة في المجتمعات، إذ تنمي المبادرات المستدامة، والشعور بالهوية، وتعزز الانتماء، وترفع نسبة المعرفة والوعي في قضايا المجتمع المحلي.
 - ينطلق مفهوم صحافة الحلول في بعض التعريفات من منظور فلسفي وفهم حقيقي لعلم النفس الإيجابي ومفهوم الصحافة البناءة، وبث الأمل من خلال التركيز على الحلول بدلاً من بث السلبية بالتركيز على المشاكل، ومن مبادئ وأدبيات نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تقوم على رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال بما يعود بالنفع على المجتمع مثل: اقتراح حلول ممكنة لبعض المشكلات.

ومن جملة التعريفات السابقة يرى الباحث أنّ صحافة الحلول هي: "منهج تجديدي وأسلوب جديد يُطبّق مفهوم علم النفس الإيجابي على التقارير الصحفية، ويهدف لإشراك القراء من خلال خلق قصص إخبارية هادفة، تعمل على طرح حلول لكافة المشاكل التي يعاني منها المجتمع، وهي لا تكتفي بعرض المشكلة فحسب أو عرض آراء نظرية للحل، بل تطرح إلى جانب المشكلة حلولاً واقعية وقصص حلول لبيئة مشابهة، مع الاستمرار في مراعاة الوظائف الصحفية الأساسية".

وقد شبه المختصون الإعلاميون نهج صحافة الحلول بأنواع أخرى من الصحافة فذكروا أنها تقع ضمن فئة مماثلة تسمى الصحافة البناءة، التي «تنطوي على تطبيق آليات علم النفس الإيجابي للعمل الصحفي، في محاولة لخلق قصص أكثر إنتاجية وجاذبية مع الاحتفاظ بالوظائف الأساسية للصحافة»، وكذلك تتشابه مع صحافة السلام، والصحافة المدنية، والسرد التصالحي، وصحافة الدعوة؛ فصحافة السلام هي التي تشجع مبادرات السلام مقابل ما هو متصور من التحيز الإعلامي تجاه العنف، والصحافة المدنية التي تشجع المشاركة الديمقراطية من خلال إعطاء الصحفيين علاقة مباشرة مع المواطنين، والسرد التصالحي الذي يشجع على تغطية عملية الاستعادة والترميم بعد فترة طويلة من المآسي ذات التأثير الكبير، وبالتالي فهي تشترك مع هذه الأنواع في هدف مشترك هو تحسين المجتمع⁽¹⁾.

ثانياً: صحافة الحلول: النشأة والتطور:

اختلف المختصون والباحثون على نشأة وتطور "صحافة الحلول"؛ نظراً للاختلاف الحاصل في التعريف والوظيفة والفلسفة، إذ يرى بعض الباحثين أنّ هذا النوع من الصحافة يمثل الوظيفة التقليدية للصحافة، فيرجعون نشأة صحافة الحلول إلى نشأة الصحافة على اعتبار أنّ وظيفة الصحافة الانخراط في المسؤولية الاجتماعية وتقديم حلول للمشكلات المجتمعية، بينما يرى آخرون أنّ "صحافة الحلول" أحد التيارات الصحفية الحديثة والتجديدية، كون الصحافة بوظيفتها التقليدية تركز على المشكلات، بينما يركز هذا النوع الحديث من وجهة نظرهم على وضع حلول لتلك المشكلات، بينما يرى آخرون أنّ فلسفة صحافة الحلول تقوم على تطبيق استخدام آليات علم النفس الإيجابي، عبر بث حلول واقعية لحل المشكلات المجتمعية، بمعنى أنّ هذا النوع من الصحافة مرتبط بنشوء وتطوير مفهوم علم النفس الإيجابي.

(1) اللبان، مداخل مبتكرة لتطوير المحتوى الصحفي (موقع إلكتروني).

ويرى بعض الباحثين أن بداية ظهور صحافة الحلول كتيار حديث كان عام 1998، عندما ركز صحفيون أمريكيون على ما يفعله الأفراد والمؤسسات لمعالجة المشاكل المجتمعية، وقدموا من خلال موادهم الصحفية حلولاً لحل القضايا والمشاكل العالقة التي يعاني منها مجتمعهم، جاء ذلك في الوقت الذي انتقد فيه جمهور وسائل الإعلام والصحفيون الافتراضات الحاكمة للصحافة التقليدية، التي تقوم على الاعتقاد بأن دور الصحافة يقتصر على الكشف عن الأخطاء ووصف المشكلة، وأنّ التدخل في وضع الحلول يتناقض مع المهنية الصحفية، وهو ما أدى لظهور تيار "صحافة الحلول" لاعتقاد مؤطري أنّ هذا النهج من وظائف الصحافة الأساسية، ويناظر بها تقديم حلول ناجعة، لما تعاني منه المجتمعات من مشاكل، منطلقين من نظرية المسؤولية الاجتماعية، ومن أجديات علم النفس الإيجابي⁽¹⁾.

ووثق الباحث بينيش Peniche ظهور أول مقالة تتطرق لصحافة الحلول عام 1998 في مجلة كولومبيا Columbia Journalism Review، حيث دعت تلك المقالة إلى الإبلاغ عن الجهود الناجحة في حل المشكلات المجتمعية⁽²⁾.

بعد ذلك بفترة وجيزة تم ذكر صحافة الحلول في منحة دراسية منشورة، عندما اقترح ديفيز Davies (1999) ممارسة هذا النوع من التقارير على نطاق واسع وبث الأمل في نفوس الناس، على الرغم من عدم إنكاره قيمة الأخبار السلبية التقليدية، وشهدت تلك المرحلة بعض قصص الحلول والانتقال من الفشل إلى حلول منطقية⁽³⁾.

وبعد مقال ديفيس عام (1999) لم يتم ذكر صحافة الحلول كممارسة متميزة في الأدبيات الأكاديمية حتى وقت قريب، وشهد العقد الماضي ارتفاع عدد المقالات الأكاديمية المنشورة حول هذا الموضوع، ويرجع ذلك جزئياً إلى إطلاق شبكة صحافة الحلول في عام 2013 وهي مؤسسة أمريكية مستقلة تشجع الصحفيين على ممارسة هذا النوع من الصحافة⁽⁴⁾.

وذكر بينيش Peniche أن مصطلح "صحافة الحلول" استُخدم لأول مرة من قبل بعض الصحفيين الأمريكيين منذ التسعينيات، وتحدثت تلك المقالة عن نوع جديد من الصحافة أطلقت عليه اسم "صحافة الحلول"، مشيراً في مقالته إلى أنها ليست المرة الأولى التي يكتب فيها

(1) ويكيبيديا، صحافة الحلول (موسوعة إلكترونية).

(2) Benesch, The Rise Of Solutions Journalism. Columbia Journalism Review, (P36).

(3) Davies, Journalism, Corporatism, Democracy. (P62).

(4) McIntyre & Lough, Toward A Clearer Conceptualization And Operationalization Of Solutions Journalism. (P3).

محررو الصحف عن الحلول، لكنها كانت من أوائل المرات التي كتبت فيها فكرة ومصطلح "صحافة الحلول"، وعرفها الكاتب في مقاله حينها بأنها "التقارير الصحفية التي يمكن أن تقدم حلاً للمشكلات المجتمعية"⁽¹⁾.

وفي تسعينيات القرن العشرين وجه العديد من الصحفيين انتقادات لإذاعة الصحافة التقليدية لإفراطها الملحوظ في السلبية، وتركيزها على المشكلات ووصفها دون الالتفات إلى تقديم رؤى وقصص قادرة على حل تلك المعضلات، وهو ما أكسب هذا اتجاه ونهج "صحافة الحلول" بعض الزخم في الولايات المتحدة في التسعينيات، واتجه قلة من الصحفيين لإشراك القراء في الخطاب العام من أجل تشجيع المشاركة النشطة في العملية الديمقراطية وتحفيزهم على التغيير من خلال عرض قصص نجاح ونماذج ناجحة يمكن أن تكون حلاً لمشاكلهم⁽²⁾، وأخذ عملها يزداد حتى وصلت 170 غرفة أخبار في الولايات المتحدة جميعها تعمل بنظام صحافة الحلول⁽³⁾.

وارتبطت فكرة صحافة الحلول بأساليب صحفية مماثلة تمارس خارج الولايات المتحدة، بما في ذلك الصحافة البناءة، التي نشأت في الدنمارك، وما يطلق عليه صحافة الأمل في فرنسا⁽⁴⁾.

وعلى الرغم من تبني عددٍ من غرف الأخبار في الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول الأوروبية، إلا أن بعض القصص لاقت نجاحاً وتقبلاً من الجمهور، استطاعت أن تقدم بعض الحلول لبعض المشكلات من خلال عرض بعض النماذج في بيئات مشابهة، لكن تلك التجارب الصحفية كانت قليلة، ولم يكن لها تبين واضح من المؤسسات الإعلامية، وقد كان بعض الصحفيين يمارسونها دون ان يكونوا على علمٍ بصحافة الحلول، إذ لم يكن المفهوم - آنذاك - قد تبلور بشكله الحالي.

في عام 2003 أنشأت منظمة مراسلون وهي منظمة فرنسية غير حكومية، شبكة سُمّيت (مراسلو الأمل) وهي شبكة تضم صحفيين وإعلاميين يرغبون في "ترويج الأخبار القائمة على الحلول في وسائل الإعلام"، أطلقت رسمياً في اليونسكو عام 2004 جوائز (مراسلون)، وأخذت المنظمة على عاتقها الترويج لمصطلح ونهج صحافة الحلول، وعملت مع مؤسسات إعلامية

(1)Mcintyre & Lough, Toward A Clearer Conceptualization And Operationalization Of Solutions Journalism. (P37).

(2) The Previous Reference. (P3).

(3) كتاب، صحافة الحلول.. ضد الإثارة (موقع الكتروني).

(4) Wikipedia .Solutions Journalism, (Website).

عديدة من خلال المبادرات وورش العمل، وتمكنت تلك المؤسسات من إنجاز العديد من القصص القائمة على منهجية صحافة الحلول، مثل صحيفة *Libération* و *Ouest-France* والبرامج التلفزيونية مثل TF1 (1).

وفي نفس العام 2003 أسس الصحفي الكندي ديفيد بيرز David Beers موقعاً باسم *The Tye* والذي تضمن قسماً خاصاً مستقلاً بذاته يُعنى بـ"صحافة الحلول"، وفي العام 2006 أنشأ موقع *Tye* زمالات مع مؤسسات تُعنى بصحافة الحلول، وعكف على جمع تمويلٍ ماليٍّ من القراء لتمويل مشاريع الصحفيين المستقلين، وعليه اختارت لجنة مستقلة المستلمين وواصل البرنامج عمله حتى عام 2013. (2)

وفي عام 2009 أنشأت الصحفية الكندية ميشيل هور مؤسسة *Tye Solutions* وهي مؤسسة كندية (غير ربحية)، وساهمت في إنتاج الكثير من التقارير القائمة على صحافة الحلول، وقد درّبت كثيراً من الصحفيين في مجال صحافة الحلول (3).

وفي بداية عام 2010 أطلق *Robert Costanza* و *David Orr* و *Ida Kubiszewski* مجلة *Solutions* الإلكترونية (PDF) يرافقها إصدار مجلة مطبوعة (غير ربحية) مخصصة لعرض الأفكار لحل المشكلات البيئية والاجتماعية والاقتصادية المتكاملة في العالم، ووضعت المجلة شرطاً للتعامل مع التقارير الصحفية الخاصة بالحلول، وهو أن يتم توصيف المشكلة بأقل من ثلث التقرير، على أن يكون الثلثين الآخرين لصالح عرض الحلول (4).

ومع زيادة القراء بشكل مطردٍ على هذا النوع من التقارير شكلت *Solutions* شراكة مع منظمات في جميع أنحاء العالم، بما في ذلك *Org.350*، و *Club Of Rome*، ومؤسسة *David Suzuki*، والمركز الوطني لتوافق السياسات (*NPCC*)، ووكالة حماية البيئة الأمريكية (*EPA*)، و *Seventh* الجيل، وشركة مركز ستوكهولم للقدرة على التكيف، ومجلس المستقبل العالمي، وغيرها الكثير (5).

وفي عام 2010 أنشأ كل من الصحفيين الأمريكيين ديفيد بورنستاين وتينا روزنبرغ عموداً ثابتاً حمل اسم "الإصلاحات" في قسم مقالات وآراء في صحيفة نيويورك تايمز

(1) Reporters D'espoirs. Le Journalisme De Solutions. Website

(2) Vara. Survival Strategies For Local Journalism. (The New York Times Website)

(3) Wikipedia. Solutions Journalism, (Website).

(4) The Solutions Journal. About. (Website).

(5) The Previous Reference.

الأمريكية، ومقال "الإصلاحات" هو عبارة عن مقال أسبوعي يتم الإبلاغ من خلاله عن بعض الحلول للمشاكل الاجتماعية الملحة، وكانت استجابة القارئ لمقال "الإصلاحات" كبيرة، وهو ما دفع كلاً من: بورنشتاين Bornstein وروزنبرغ Rosenberg، مع الصحافية كورتي مارتين Courtney Martin، للمشاركة في تأسيس شبكة Solutions Journalism Network، وهي منظمة مستقلة لا تهدف للربح وتتمثل مهمتها في جعل حلول الصحافة جزءاً من الممارسة السائدة في الأخبار (1).

وزاد الاهتمام بـ"صحافة الحلول" بشكل متزايد من قبل الصحف الكبرى التي كرسّت أعمدة كاملة للصحافة التي تركز على الحلول (كما في The Guardian's Half Full Sections - Huffpost's Impact - The New York Times) (2).

وفي الآونة الأخيرة، بدأت هيئة الإذاعة البريطانية بي بي سي BBC مساعيها الخاصة لتقديم تقارير أكثر اتجاهاً نحو الحلول؛ لأن الفكرة الأساسية لـ"بي بي سي" هي سعيها لتقديم تقارير أكثر اتجاهاً نحو الحلول، ورسم صورة كاملة عن المشكلة وحلولها (3).

وجذبت صحافة الحلول كثيراً من المختصين وهو ما ساهم في تطورها، إذ رأى كثير من الصحفيين فيها أنها حركة إصلاح صحفي هدفها الأساسي هو إلهام الصحفيين للإبلاغ عن الحلول الممكنة للمشكلات المجتمعية، بدلاً من الاكتفاء بالإشارة إلى المشكلات المجتمعية، وبالتالي تمثل صحافة الحلول إعادة توجيه أساسية لماهية الصحافة، فبدلاً من تصور الصحافة كوسيلة لاستكشاف المشكلات، فإنه يتصور الصحافة كوسيلة لاستكشاف الحلول (4).

ولا بد من الإشارة إلى أنّ ذبوع صحافة الحلول في كثير من غرف التحرير في الولايات المتحدة وأوروبا يعود إلى تشكيل أجسام متخصصة في هذا النوع من الصحافة، مثل مؤسسة الاتحادات الفرنسية Reporters D Espoirs، وشبكة Spark News وشبكة Solution Journalism Network (SJN) (5).

(1) Solutions Journalism Network. What We Do. (Website).

(2) Ruaro. Engaging Audiences Through Solutions Journalism: Effects On Mood, Behaviour And Attitude Toward The Newspaper (P3)

(3) Kasriel . Introducing A New Tool For News: Solutions-Focused Journalism (Bbc Website)

(4) Haas, Genres Of Journalism: Solutions Journalism, (P.4).

وفي أوروبا انبثقت فكرة صحافة الحلول بشكلها الحالي بعد أن تطور في أوروبا نظام مماثل يسمى "الصحافة البناءة" Constructive Journalism التي تهدف إلى استمرار أسلوب الصحافة الغربي المعروف، ويضيف هذا الأسلوب بُعداً جديداً كان غائباً عن الممارسة الصحافية التي كانت موسومة بطغيان الطابع السلبي، ويتمثل هذا البعد في اقتراح خيارات حلول للمشكلة المطروحة، وما هي النتائج المترتبة عن تلك الحلول من حيث الجانب المالي أو الاجتماعي، أو تأثيره على العادات والتقاليد المتعارف عليها⁽¹⁾.

ويرى مدير عام شبكة الإعلام المجتمعي داوود كُتاب "أنَّ الثورة الرقمية خلقت فجوة كبيرة في المنظومة الإعلامية بين كبريات المؤسسات الإعلامية ومجموعة كبيرة من المنصات الإعلامية، فهي من ناحية وفّرت لأي شخص إمكانية أن يصبح ناشراً، مما أدى إلى ظهور كمّ كبير جداً من المنصات الإعلامية التي تغتفر غالبيتها إلى المهنية الإعلامية، وفي صراع البقاء الذي فرضته الثورة الرقمية، شغل إعلام الإثارة دوراً أكبر لأسباب كثيرة، لعل أبرزها غياب المحرر المهني، والتسابق حول الأخبار السريعة. وفي هذا المضمار، أصبح ضرورياً تجاوز هذا الإعلام، والعمل في مجال تكاملي يشمل عدم الاكتفاء بالكشف عن الحقائق، وإنما هناك ضرورة لتوفير خيارات لحلول منطقية للمشكلة، مع أهمية توضيح آثار تلك الحلول من كافة الزوايا"⁽²⁾.

ولاحقاً أصبحت صحافة الحلول ضمن منهاج العديد من كليات الإعلام، ومنها جامعة "تمبل" في مدينة فيلادلفيا الأمريكية، حيث أسس رئيس تحرير صحيفة "سياتل تايمز" الأمريكية ديفد بوردمان الذي أصبح عميداً لكلية الإعلام في الجامعة، منهج صحافة الحلول ودمج التدريس النظري مع تطبيق عملي بالتعاون مع الصحف والمؤسسات المحلية ومع مؤسسات مجتمع مدني محلية⁽³⁾.

ويرى الباحث أنَّ تطور صحافة الحلول على الصعيد النظري والتطبيقي يأخذ منحاً تصاعدياً، مع الإشارة إلى أنَّ المؤسسات المتخصصة بصحافة الحلول كانت هي العامل الأبرز في تطور هذا النوع من الصحافة، إذ إنَّ تلك المؤسسات وضعت مناهج علمية، ونفذت مئات الدورات التدريبية والمؤتمرات العلمية، وأنجزت الكثير من الدراسات المتخصصة، وهو ما ساهم

(1) كُتاب، صحافة الحلول.. ضد الإثارة (موقع إلكتروني).

(2) المرجع السابق.

(3) المرجع نفسه.

في تطور صحافة الحلول، في كثير من دول العالم، خاصة الدول التي تنشط فيها المؤسسات التي تُعنى بصحافة الحلول مثل أوروبا، والولايات المتحدة، وكندا.

▪ أسباب نشوء وتطور صحافة الحلول:

يذكر **ديفيد بورنشتاين David Bornstein** الرئيس التنفيذي والمؤسس المشارك لشبكة صحافة الحلول أن هناك ثلاثة أسباب وراء نمو وذيوع مفهوم صحافة الحلول وتطوره في نهاية التسعينيات، وهي⁽¹⁾:

1. انتشار رواد الأعمال الاجتماعيين والمؤسسات التي ترغب في التصدي لكثير من المشكلات المجتمعية.
2. انفجار المعلومات عبر الإنترنت، وهو ما وفّر بدائل للأخبار السلبية لوسائل الإعلام، فأصبح من السهل على الصحفي الحصول على بعض الحلول للمشكلات المجتمعية، ونشرها.
3. رغبة الصحفيين في نشر الأخبار الإيجابية والمشاركة المجتمعية في وضع حلول لكثير من المشكلات المجتمعية.

▪ صحافة الحلول في الصحافة العربية:

لم تهتم الصحافة العربية كثيراً بصحافة الحلول، في الوقت الذي اهتمت فيه المدرسة الغربية والأمريكية بهذا النوع من الصحافة، إذ إنّه لا توجد أي مؤسسات أو مُلتقيات أو غرف تحرير تُعنى بهذا النوع من النهج، سوى بعض المشاريع الممولة أوروبياً، وهي غير كافية لإيصال فكرة صحافة الحلول إليها.

وخلال مسح التراث العلمي الخاص بصحافة الحلول في الوطن العربي نجد أنّ ما قيل في هذا النهج لا يتعدى كونه مقالات رأي محدودة وجهوداً مبعثرة، تتحدث عن الإطار العام لصحافة الحلول، ولم تُعص في التفاصيل مثل المنهجية، والآلية، وطريقة الكتابة وغيرها.

وتمثلت الجهود المبذولة لإدخال صحافة الحلول إلى الصحافة العربية بعقد شبكة الإعلام المجتمعية ورشة عمل شارك فيها قرابة 60 صحفياً وإعلامياً أردنياً، ناقش فيها

(1) Annie E. Casey Foundation the Rise And Role Of Solutions Journalism In Addressing Social Problems. [Audio Podcast].

المشاركون كيفية إدخال مبدأ صحافة الحلول المجتمعية في عملهم، وكان هناك تجاوب في الورشة التي عقدت يوم 23 أكتوبر/تشرين الأول 2019 في العاصمة الأردنية عمان⁽¹⁾.

وفي الإطار ذاته عقدَ مركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت بالتعاون مع الوكالة الفرنسية لتطوير الاعلام CFI دورة عن صحافة الحلول في الضفة الغربية وقطاع غزة، وأعلنَ خلالها عن إطلاق المنتدى الأول لصحافة الحلول في فلسطين⁽²⁾، إلا أن انطلاقته كانت خافتة، إذ لم يظهر له أي نشاط أكاديمي أو عمل على أرض الواقع.

وأما الجهد الأكاديمي والنظري للتعريف بصحافة الحلول في المنطقة العربية وفلسطين فقد كان متواضعاً، إذا لا يوجد -على حد علم الباحث- أي جهود أكاديمية سوى دراسة علمية بعنوان "محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القوائم بالاتصال والجمهور"، التي اقتصرَت على الجانب التحليلي، مع وضع إطار معرفي بسيط عن مفهوم صحافة الحلول ونشأتها.

وعلى الجانب الآخر، لا يوجد أي مساق -على حد علم الباحث- متخصص بصحافة الحلول في أقسام الصحافة والإعلام بالجماعات الفلسطينية سوى حلقة نقاش مقررة ضمن مساق التحرير الصحفي في برنامج الدراسات العليا في الجامعة الإسلامية في فلسطين، كما غابت صحافة الحلول عن الدورات التدريبية في المؤسسات والمراكز الصحفية التي تُعنى بالتدريب الإعلامي، إلا من دورتين عقدهما مركز بيرزيت لتطوير الإعلام في غزة والضفة الغربية بالتعاون مع الوكالة الفرنسية لتطوير الاعلام (CFI)، وركزت على أساسيات صحافة الحلول.

وبالنظر إلى ضعف اهتمام الإعلام العربي وأكاديميات الصحافة العربية، تتزايد الحاجة في البيئة الإعلامية العربية عامة والفلسطينية خاصة؛ لبحث هذا النوع من الصحافة والاهتمام به سواء من حيث المضمون أو دراسة تأثيراته على القوائم بالاتصال والجمهور، لاسيما في ظل وجود مشاكل مجتمعية كثيرة بحاجة إلى حلول ناجعة.

ويرى الباحث أن ضعف الاهتمام بصحافة الحلول من قبل الإعلام العربي بصفة عامة، يرجع إلى أمرين اثنين، هما:

(1) كتاب، صحافة الحلول.. ضد الإثارة (موقع إلكتروني).

(2) وفا. إطلاق المنتدى الأول لصحافة الحلول في فلسطين (موقع إلكتروني).

1. عدم وجود اهتمام من قبل أكاديميات الصحافة العربية بصحافة الحلول من جميع النواحي، وغياب التدريب الإعلامي في هذا المجال من قبل مؤسسات الإعلام، والمؤسسات ذات العلاقة.

2. غياب المؤسسات المتخصصة بصحافة الحلول في المنطقة العربية؛ وهو ما أضعف الاهتمام بهذا النوع من الصحافة، مع الإشارة إلى أنّ صحافة الحلول في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية تطورت مع وجود المؤسسات المتخصصة والتي تُعنى بصحافة الحلول، إذ إن تلك المؤسسات من شأنها توفير التدريبات اللازمة عن صحافة الحلول، والبحوث العلمية عن هذا النوع من الصحافة.

ثالثاً: أهمية صحافة الحلول:

لا شك أنّ تطور وسائل الإعلام ومضامينها أحدث تطوراً كبيراً في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكّل عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصراعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها،⁽¹⁾ كما أنّ صحافة الحلول تعطي بُعداً جديداً كان غائباً عن الممارسة الصحافية التي كانت موسومة بطغيان الطابع السلبي والتركيز على المشكلات دون وضع حلول، ويتمثل هذا البعد في اقتراح حلول للمشكلة المطروحة، وما هي النتائج المترتبة عن تلك الحلول من حيث الجانب المالي أو الاجتماعي، أو تأثيره على العادات والتقاليد المتعارف عليها،⁽²⁾ لذلك تنعكس أهمية صحافة الحلول على المجتمعات وعلى الوسائل الإعلامية على حدٍ سواء، وتكمن أهمية صحافة الحلول بالآتي:

1. صحافة الحلول تعالج وتتجاوز مع المشكلات المجتمعية بطريقة تتجنب طرحها على أنها يائسة ولا أمل فيها، إذ تطرح مبادرات وأنشطة لحل تلك المشكلات، ويصبح لدى أفراد المجتمع قناعة بأن المشكلات المجتمعية يمكن معالجتها بالفعل، وبالتالي يشعر الجمهور أنه أكثر قوة، مما يساعد في تشجيعه ليكون أكثر نشاطاً وأكثر انخراطاً في مجتمعه⁽³⁾.

(1) حسن، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية (ص ص 478 - 476).

(2) كُتاب، صحافة الحلول.. ضد الإثارة (موقع الكتروني).

(3) Delphine, Engaging Audiences Through Solutions Journalism: Effects On Mood, Behaviour And Attitude Toward The Newspaper (P 11).

2. صحافة الحلول تعزز المواطنة الفاعلة والمسؤولية المجتمعية في المجتمعات، من خلال انخراط أفراد المجتمع بالمشاركة في الحل⁽¹⁾.
3. تعزز صحافة الحلول المشاعر الإيجابية في المجتمع، إذ إن صحافة الحلول أصلها الإيجابية لا الصراع الذي هو أساس "الإعلام الصادم" الذي يتضمن تفاصيل مزعجة، غير أن صحافة الحلول تثير لدى القراء والمجتمع مشاعر إيجابية أكثر من "الإعلام الصادم"⁽²⁾.
4. صحافة الحلول ترفع الحصيلة المعرفية والثقافية لدى أفراد المجتمع خاصة القراء تجاه المشكلات المجتمعية وآليات الحلول المطروحة⁽³⁾.
5. صحافة الحلول تقدم مقترحات واقعية وعملية إلى صناع القرار تساعدهم على حل المشكلات المجتمعية، كما أنها تضعهم أمام مسؤولياتهم تجاه المجتمع⁽⁴⁾.
6. صحافة الحلول تعزز المصداقية والثقة بين وسائل الإعلام والجمهور، كون صحافة الحلول تطرح حلولاً منطقية وواقعية للمشاكل المجتمعية المختلفة⁽⁵⁾.
7. تُعد صحافة الحلول فرصة لإعادة الزخم إلى الصحافة المطبوعة في ظل تراجع معدلات القراءة، وهي حل مثالي لانخفاض قراءة الصحف الورقية، كون هذا النوع من الصحافة يرتبط بمعالجة قضايا ومشكلات مجتمعية مرتبطة بالقارئ⁽⁶⁾.
8. تساعد صحافة الحلول كليات ومعاهد الصحافة على إعادة تنشيط المناهج الدراسية لتناسب الصناعة المتغيرة في عالم الإعلام⁽⁷⁾.

(1) بطراوي، قابله، محمد السيقلي (21 ديسمبر 2020).

(2) McIntyre, & Sobel, Motivating News Audiences: Shock Them Or Provide Them With Solutions? (P39).

(3) Urbauer, Data Visualizations: Investigating Their Effects On The Perception Of Solutions Journalism.(P25).

(4) بطراوي، قابله، محمد السيقلي (21 ديسمبر 2020).

(5) Delphine, Engaging Audiences Through Solutions Journalism: Effects On Mood, Behaviour And Attitude Toward The Newspaper (P 13).

(6) Amiel & Powers, A Trojan Horse For Marketing? Solutions Journalism In The French Regional Press. (P234).

(7) أنور. محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور. (ص 20).

9. تزيد صحافة الحلول من دور الصحافة والقائم بالاتصال بالمسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع، وهو ما ينعكس عليها إيجاباً على جميع الأصعدة⁽¹⁾.

وبالنظر إلى الأهمية الكبيرة لصحافة الحلول سواء التي تعود على المجتمع بشكل مباشر مثل حل المشكلات، وتعزيز المسؤولية المجتمعية، والمشاركة الفاعلة من قبل المجتمع نحو الحل، أو الأهمية التي تعود على الإعلام بصفة عامة من خلال تعزيز ثقة الناس فيه، يرى الباحث أنّ الأهمية الكبيرة لهذا النوع من الصحافة تحتم على كليات ومعاهد الصحافة، والمؤسسات الإعلامية المختصة بالتدريب والتطوير، ووسائل الإعلام المختلفة الاهتمام بصحافة الحلول، من ناحية التأصيل العلمي، والتطبيق العملي.

(1) بطراوي، قابله، محمد السقلي (21 ديسمبر 2020).

المبحث الثاني منطلقات صحافة الحلول

يتناول الباحث في هذا المبحث فلسفة صحافة الحلول التي تقوم على مبدئين أساسيين، هما نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تحتم على الصحفي القيام بوظائف محددة تجاه المجتمع، إلى جانب "علم النفس الإيجابي"، الذي يهدف إلى إشاعة جوٍّ من الإيجابية داخل المجتمع.

فلسفة صحافة الحلول:

خلص خبراء إعلاميون في كل من أوروبا وأميركا إلى أنّ الأهداف التي تنطلق منها صحافة الحلول تقوم على مبدئين أساسيين، الأول نظرية "المسؤولية الاجتماعية" التي تحتم على الصحفي القيام بوظائف محددة، والتزامات معينة تجاه مجتمعه، والمبدأ الثاني هو تطبيق "علم النفس الإيجابي"، الذي يهدف إلى إشاعة الإيجابية داخل المجتمع من خلال بث الأخبار التي تقدم حلولاً واقعية ومنطقية للمشاكل المجتمعية⁽¹⁾، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بصحافة الحلول:

أ- تعريف نظرية المسؤولية الاجتماعية:

يمكن تعريفُ نظرية "المسؤولية الاجتماعية" في مجال الإعلام والصحافة، بأنها: "مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف المجالات؛ سواء المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتعليمية، بحيث يتوفر في معالجتها وموادها القيم المهنية، كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، في جوٍّ من الحرية الحقيقية التي تجعلها مسؤولة أمام القانون والمجتمع"⁽²⁾.

ويعرف آخرون نظرية "المسؤولية الاجتماعية" في إطار الصحافة والإعلام، على أنها: "الاهتمام بالصالح العام أو الاهتمام بحاجات المجتمع، والعمل على سعادته عبر اتصاف الصحافة بسداد الرأي، والدقة، والعدل، ومراعاة النواحي الأخلاقية والقيم، وبذلك تؤدي الصحافة دوراً مهماً في تطوير ورقي ورفاهية المجتمع"⁽³⁾.

(1) McIntyre & Lough. Toward a clearer conceptualization and operationalization of solutions journalism. Journalism, (P4).

(2) حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة (ص 17).

(3) حجاب، المعجم الإعلامي (ص 488).

ويتضح للباحث من خلال التعريفين السابقين للمسؤولية الاجتماعية في إطار الصحافة والإعلام، أن نظرية مفهوم المسؤولية الاجتماعية الإعلامية يقوم على مبدأ واضح وغير معقد يتمثل في التزام الصحافة بالقيم المهنية المتعارف عليها كالدقة، والموضوعية، والأمانة، ومراعاة، وثقافة المجتمع ومعتقداته، إلى جانب قيامها بالعديد من الوظائف المتصلة بتلبية حاجات المجتمع على جميع المستويات، مثل المستوى السياسي، والتعليمي، والتثقيفي، والاقتصادي، والنفسي، والاجتماعي.. الخ.

ومن المنطلق ذاته يرى الباحث أنّ صحافة الحلول تقوم في فلسفتها على نظرية وأدبيات المسؤولية الاجتماعية، إذ إنّ صحافة الحلول تركز إلى النظرية من ناحية الانخراط في المسؤولية الاجتماعية عبر تقديم الحلول للتغلب على المشكلات المجتمعية بجميع مستوياتها، وبذلك تكون صحافة الحلول قد قدمت خدمة جليلة للمجتمع، كما أنّ صحافة الحلول تزيد من المشاركة الفاعلة من قبل الصحفي داخل الأوساط المجتمعية، بما يعزز دوره كعنصر فاعل ومسؤول.

ب- عناصر المسؤولية الاجتماعية:

تنقسم عناصر المسؤولية الاجتماعية في إطار الصحافة والإعلام إلى ثلاثة عناصر رئيسية، على النحو الآتي⁽¹⁾:

• الاهتمام

ويقصد به الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد أو الصحفي ارتباطاً يخالطه الحرص على استمرار تقدمها وتماسكها وبلوغ أهدافها.

• الفهم

ويتضمن شقين: الأول، فهم الجماعة في حالتها الراهنة وفهم قيمها ونظمها وعاداتها وتاريخها وفهم العوامل المحيطة بها وكذلك فهم تاريخها بما يمكن من فهم حاضرها واستقراء مستقبلها، والشق الثاني، فهم المغزى من الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الفرد وفهم نتائجها وعواقبها.

• المشاركة

وتعني تقبل الأفراد للأدوار الاجتماعية التي يقومون بها في إطار مجتمعاتهم بعيداً عن الصراعات.

(1) عثمان، مقياس المسؤولية الاجتماعية (ص 16).

من خلال ما تقدم يمكن القول: إن عناصر نظرية المسؤولية المجتمعية هي نفسها المبادئ التي تستند عليها صحافة الحلول من الناحية الفلسفية في إطار خدمة المجتمع، إذ إن صحافة الحلول وبما تقدمه من حلول للمشكلات المجتمعية المختلفة تدل على (الاهتمام) أي الارتباط العاطفي بالجماعة من قبل الصحفي أو المؤسسة التي تهتم بهذا النوع من الصحافة، وتشبي أن هذا الارتباط مقرون بالحرص على استمرار تقدم المجتمع، وصولاً لبلوغ أهدافه النبيلة، كما أن صحافة الحلول تعزز حالة (الفهم) من ناحية إيضاح المشكلات والتحديات التي تواجه المجتمع وأفق الحل، وتعزز من (المشاركة) والتي تعني أن يشارك الصحفي بشكلٍ فعالٍ داخل مجتمع من خلال تقديم حلول ناجعة للمشكلات المختلفة.

ج- مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية:

- ترتكز نظرية المسؤولية الاجتماعية في إطار الصحافة والإعلام على جملة من المبادئ التي تعبر عنها، التي وضعها مؤطرو ومنظرو نظرية المسؤولية الاجتماعية، وهي كالآتي⁽¹⁾:
- مطلوب من الصحافة والإعلام بوسائلها المختلفة أن تسهم في التزامات معينة تجاه المجتمع.
 - يمكن لوسائل الإعلام أن تعمل وفق المنطق المجتمعي، وأن تقوم بالالتزامات الملقاة على عاتقها عبر احترام المعايير المهنية لنقل المعلومات كالدقة والاتزان والموضوعية وغيرها على اعتبار أنها أداة بناء لا هدم.
 - على وسائل الإعلام أن تبادر وتعمل على تنظيم نفسها، بما يخدم المجتمع.
 - يتوجب على وسائل الإعلام أن تتجنب نشر ما يشجع على الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية.
 - على الصحافة أن تحترم التعددية وأن تعكس حرية تنوع الآراء، وأن تحترم حق الرد.
 - من حق المجتمع على الصحافة أن تلتزم بأداء الوظائف المنوطة بها وأن تحافظ على المعايير المهنية خلال أدائها لوظائفها.
- وإلى جانب المبادئ الأساسية التي تقوم عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية، هناك مبادئ تفصيلية، منها⁽²⁾:

(1) ماكفيل، الإعلام الدولي: النظريات والاتجاهات والملكية (ص 117).

(2) مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي (ص 143).

- ممارسة النقد البناء، على قاعدة أن الصحافة أداة بناء وليست أداة هدم.
- نشر أهداف المجتمع وقيمه وثقافته.
- العمل على نشر أهداف المجتمع وخططه التربوية والتعليمية والثقافية والاقتصادية.
- العمل على ضمان احترام حقوق الفرد الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية.
- وضع المعلومات أمام المواطنين وعدم إخفائها إلا لأغراض أمن المجتمع والدولة.
- إعطاء الفرد حقه في الحصول على المعلومات وعدم التستر عليها وعدم تزويده بمعلومات كاذبة أو منقوصة.

يشير الباحث إلى أن هناك تقاطعاً كبيراً بين نظرية المسؤولية الاجتماعية وصحافة الحلول من ناحية المبادئ العامة، لاسيما أن محددات صحافة الحلول تنص بشكل واضح على ضرورة أن تمارس دوراً فعالاً في المجتمع على قاعدة أن الصحافة أداة بناء، كما أن صحافة الحلول تقوم بالالتزامات الملقاة على عاتقها من خلال حل المشكلات المجتمعية المختلفة التي تواجه المجتمع، ومجرد طرح الصحفي لحلٍ منطقي لتلك المشكلات يكون قد طبق أدبيات ومبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية.

د- مستويات المسؤولية الاجتماعية:

عمل العلماء المنظرون لنظرية المسؤولية الاجتماعية على الغوص في أعماق الظاهرة الاتصالية لمعرفة وتحديد مستويات المسؤولية الاجتماعية بطريقة توضحها، وتضمن توفير إمكانيات موائمتها وظروف العمل الصحفي، وقد حدد العلماء ثلاثة مستويات للمسؤولية الاجتماعية للإعلاميين، وهي⁽¹⁾:

1. **مسؤوليات على مستوى الوظائف:** تؤدي الصحافة وظائف أساسية في المجتمع، وهي:
 - **الوظيفة السياسية:** وتتمثل بإعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى، وتسمى الوظيفة أيضاً بالرقابية.
 - **الوظيفة التعليمية:** تتمثل في إتاحة الفرصة لعرض الأفكار والآراء لمناقشتها وتشمل القضايا التربوية والتعليمية مع تسليط الضوء على المنظومة التعليمية وكشف السلبيات.

(1) مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي (ص 167).

– **الوظيفة التثقيفية:** وضمن هذه الوظيفة يفترض أن تهتم الصحافة بالموروث الثقافي والاجتماعي والتقاليد والتراث الأصيل، ومحاربة الفساد الأخلاقي والعادات الدخيلة على المجتمع.

– **الوظيفة الاقتصادية:** تتضمن تعريف الناس بالسلع والخدمات ومتابعة التطورات الاقتصادية وتفسيرها وتوضيح مسبباتها ونتائجها.

2. **مسؤوليات على مستوى المعايير:** يمكن تلخيص المعايير المهنية للصحافة والإعلام في خمس دوائر متداخلة، على النحو الآتي:

– الدائرة الأولى تتضمن المعايير المهنية وممارسات الأفراد الأخلاقية.

– الدائرة الثانية وتتضمن معايير الوسيلة وسياستها.

– الدائرة الثالثة وهي تضم معايير المهنة التي تنظم العمل الصحفي أي ميثاق الشرف.

– الدائرة الرابعة المعايير التي تفرضها قوانين الحكومات والأنظمة.

– الدائرة الخامسة فتتضمن الحدود التي يسمح بها الناس كالتقاليد (1).

3. **المسؤوليات على مستوى القيم المهنية:** وتشمل قيم ومعايير العمل الصحفي بشكل عام، وعلى نحو خاص تشمل جميع ما يتعلق بالمواد الإخبارية، ونشر المعلومات والحقائق، مثل: احترام الخصوصية، وتجنب خداع المصادر، ومعايير كتابة الأخبار، والدقة، والموضوعية، والشمول، والتوازن (2).

ويرى الباحث أن مستويات نظرية المسؤولية الاجتماعية هي ذاتها مستويات صحافة الحلول، فعلى مستوى مسؤوليات الوظائف، فإن لصحافة الحلول وظائف أساسية في المجتمع، مثل: الوظيفة السياسية من خلال الضغط على أصحاب القرار للوقوف عند مسؤولياتهم تجاه المشكلة المجتمعية، والوظيفة التعليمية من خلال تقديم حلولٍ يمكن تطبيقها من قبل أفراد المجتمع، والوظيفة الاقتصادية من خلال وضع حلول اقتصادية تعالج مشاكل معينة.. وهكذا.

وبالنسبة للمسؤوليات على مستوى المعايير فإن الباحث يرى أنّ صحافة الحلول هي جزء من الصحافة العامة التي يجب أن تلتزم بمواثيق الشرف وأخلاقيات النشر بما يخدم المجتمع،

(1) حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة (ص 67).

(2) المرجع السابق (ص 68).

وعلى صعيد المسؤوليات على مستوى القيم المهنية فصحافة الحلول تضع ضمن محدداتها قيم ومعايير العمل الصحفي بشكل عام، وترتكز على الدقة والموضوعية والمعالجة المتوازنة.

ه أقسام المسؤولية الاجتماعية:

تقسم المسؤولية الاجتماعية للإعلاميين إلى ثلاثة أقسام، هي⁽¹⁾:

1. مسؤولية وجوبية:

يقصد بها تلك المسؤولية التي تحددها الحكومة والأنظمة السياسية للصحافة عبر تحديد جملة الأفعال التي يحظر القيام بها كالقذف والقذف.

2. مسؤولية تعاقدية:

يقصد بها المسؤولية التي تربط الصحافة بالمجتمع، فالمجتمع يمنح الصحافة الحق في العمل على فرض أنها ستسد حاجة أفراده للمعلومات والحقائق والآراء.

3. مسؤولية ذاتية:

وهي التي يلزم الصحفي نفسه بها بمحض إرادته في إطار إيمانه بمبادئ محددة وقناعاته بأن عمله كصحفي هو رسالة نبيلة أكثر من كونه مجرد عمل.

كذلك يمكن تقسيم المسؤولية الاجتماعية للإعلاميين، على النحو الآتي⁽²⁾:

1. مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع العام:

تتحقق عبر إتاحة المعلومات والعمل على عدم إلحاق الضرر بالآخرين.

2. مسؤولية الإعلامي تجاه مجتمعه المحلي:

تتحقق عبر نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع وما يتوقعه المجتمع من الأفراد من مثل وقيم وأداء الرسالة الصحفية بطريقة لا تقلل من ثقة الجمهور بالصحافة.

3. مسؤولية الإعلامي تجاه نفسه:

تتحقق عبر أداء الرسالة بأقصى قدر من الأمانة والصدق والمسؤولية وبما يتواءم ومصصلحة المجتمع.

(1) حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة (ص 62).

(2) مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي. (ص 168).

ويعتقد الباحث أن أقسام المسؤولية الاجتماعية للإعلاميين تتوافق تماماً مع فلسفة صحافة الحلول، إذ إنَّ الصحفي أو المؤسسة الإعلامية التي تمارس صحافة الحلول، يكون قد أدى المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع العام وذلك عبر إتاحة المعلومات، ويكون قد التزم بالمسؤولية تجاه مجتمعه المحلي عبر نشر ما يتوقعه المجتمع منه بطريقة تعزز ثقة الجمهور بالصحافة، وبذلك يكون التزم بالمسؤولية تجاه نفسه كإعلامي وصحفي، عبر أداء الرسالة بأقصى قدر من الأمانة والصدق والمسؤولية وبما يواءم ويخدم مصلحة المجتمع.

ثانياً: علم النفس الإيجابي وعلاقته بصحافة الحلول:

تقع "صحافة الحلول" وفق مؤطريها وباحثين آخرين في علوم الصحافة ضمن ما يسمى بـ"الصحافة البناءة"، التي تنضوي على تطبيق ميكانيزمات "علم النفس الإيجابي" للعمل الإخباري؛ في محاولة لخلق قصص أكثر إنتاجية وجاذبية مع الاحتفاظ بالوظائف الأساسية للصحافة⁽¹⁾.

و"صحافة الحلول" مبنية في أساسها وفلسفتها وأبعادها على مبادئ وأسس "علم النفس الإيجابي"، الذي يهدف إلى إشراك المجتمع في تحسين أوضاعه بشكلٍ عامٍ؛ وصولاً إلى حالةٍ من الازدهار في جميع المجالات، الأمر الذي يتطلب من الصحفيين أن يؤدوا دوراً أكثر نشاطاً في سياق المساهمة في وضع الحلول للمشكلات المجتمعية⁽²⁾، وعلى هذا المبدأ يمكن القول إن صحافة الحلول تتطابق في أهدافها ورؤيتها مع أهداف ومبادئ علم النفس الإيجابي.

وعلم "النفس الإيجابي" هو تيار حديث في علم النفس يُقدّم منظوراً جديداً إلى قضايا الإنسان النفسية والوجودية، ويركز على دراسة أوجه النماء والاقترار والفضائل التي تمكن الأفراد والجماعات أن تتطلق وتحقق إمكاناتها، وهو بذلك يشكل المنظور الموازن لعلم النفس العيادي الذي يركز على الأسباب المرضية⁽³⁾.

وعلم النفس الإيجابي هو مدخل وبوابة لاستعادة التوازن وتصحيح المسار، ومنهج في التنمية والوقاية والعلاج، وله جذور وروابط مع المدرسة الإنسانية التي تؤمن بقوة الإنسان ورفي ذاته مثل ماسلو Maslow الذي تحدث عن دافعية تحقيق الذات لدى الإنسان، وكارك روجرز Kark Rogers الذي ارتقى بنظرة علم النفس للإنسان وقدراته، وماكيلاند McClelland في

(1) McIntyre. Constructive journalism: The effects of positive emotions and solution information in news stories. (P9).

(2) The previous reference. (P12)

(3) حجازي. قراءات في علم النفس الإيجابي. (ص 19).

تناوله لدافعية الإنجاز، ثم مادي Mady وسوزان كوبازا Susan Copaza في تناولهما للصلاية النفسية، وباندورا في نظرية فاعلية الذات⁽¹⁾.

ودعا مارتن سيلجمان Martin Selman موجّه ومؤسس علم النفس الإيجابي، إبان توليه رئيس الرابطة الأمريكية لعلماء النفس عام 1998 علماء النفس للبحث عن القوى الإيجابية لدى البشر كبديل عن البحث في الجوانب السلبية أو المضطربة في الشخصية الإنسانية⁽²⁾.

ويعرفه أستاذ علم النفس جبر محمد جبر "أنه العلم الذي يدرس جوانب القوة في شخصية الإنسان لتعيّنه على مواجهة الضغوط وحل المشكلات وتحقيق الوجود الأفضل"⁽³⁾.

كما، ويعرفه أستاذ علم النفس مجدي عبد الله بأن "السعي العلمي لأكثر الوسائل الواعدة بحياة مفعمة بالصحة والاكتفاء، في مقابل "علم النفس السلبي" ويراد بالإيجابي والسلبي هنا طبيعة أو ماهية المتغيرات النفسية المدروسة"⁽⁴⁾.

ويرى الباحث أن تعريفات علم النفس الإيجابي تقترب تماماً من تعريفات ومبادئ وفلسفة صحافة الحلول التي تركز على الإيجابية والحل أكثر من السلبية والمشكلة، كما يتقاطع التعريف مع صحافة الحلول في البحث الجاد والحديث عن حل المشكلات المجتمعية، واستحضار النماذج الإيجابية وأوجه الحل، كما يشترك علم النفس الإيجابي مع صحافة الحلول بالهدف المتمثل في سعي كليهما لتحقيق الازدهار في المجتمع، من خلال حل مشكلاته المجتمعية المختلفة.

وفكرة علم النفس الإيجابي جاءت لمواجهة التركيز على الجوانب السلبية مثل المشكلات وغيرها، تقول كلٌّ من رايت Wright ولوبيز Lopez "إن الناس يميلون عادة إلى إبراز السلبيات أكثر من الإيجابيات، والتوقف عند السلبيات أكثر من الإيجابيات، وتغليب الأحكام السلبية أكثر من الإيجابية عن تقويم وضعية ما، أو شخص ما أو جماعة ما، هناك تحيز باتجاه السلبي مما يؤدي إلى الطمس التلقائي للإيجابيات التي يتعين البناء عليها في إطلاق

(1) يونس، نمو ما بعد الصدمة، (ص 100-101).

(2) Shorey, Hal S., et al. "Hope and personal growth initiative: A comparison of positive, future-oriented constructs." *Personality and Individual Differences* (P 1918).

(3) جبر. علم النفس الإيجابي. (ص 42).

(4) عبد الله. مقدمة في علم النفس الإيجابي (ص 318).

عملية النماء وإيجاد الحلول للمشكلات، هناك تحيز باتجاه السلبي الذي يمثل مشكلة أو معوقات يفرض ذاته على مجال الانتباه والاهتمام⁽¹⁾.

وتنتشر هذه الظاهرة عربياً لدرجة أنها أصبحت تشكل متن الخطابات السائدة في السياسة كما في شؤون الحياة العامة، على الصعد الفردية والجماعية والمجتمعية، ويؤدي ذلك إلى التغافل عن الإيجابيات وأوجه الاقتدار والفرص التي وحدها تمكن من إيجاد الحلول وانطلاق التقدم وقيام عملية النماء⁽²⁾.

ويرى الباحث أن نشأة علم النفس الإيجابي تشبه إلى حد كبير دوافع نشأة صحافة الحلول، إذ أن صحافة الحلول وعلم النفس الإيجابي انطلقا لمواجهة التركيز السلبي ووصف المشكلة بدلاً من طرح الحلول والتركيز على الجوانب الإيجابية.

وعلم النفس الإيجابي يعرف أيضاً بـ"السيكولوجية الإيجابية"، وعلم اقتدار الإنسان، وعلم مكانم القوة وعلم السعادة، وعلم القوى الإنسانية، وعقدت له مؤتمرات وصار له هيئات باسمه مثل رابطة وجمعية دولية لعلم النفس الإيجابي (IPPA)، والشبكة الأوروبية لعلم النفس الإيجابي (ENPP)، وأعدت تحت مظلته وباسمه آلاف الأبحاث الحديثة⁽³⁾.

وتستخدم صحافة الحلول ميكانيزمات علم النفس الإيجابي مثل بث الأخبار الإيجابية، ومشاركة المجتمع في وضع الحلول، وخلق نوع من الأمل لدى الجمهور بحل المشكلة⁽⁴⁾.

وهنا لا بد من الإشارة إلى أنّ القصص الموجهة نحو الحلول تشجع القراء على الانخراط مع مجتمعهم ومع المجتمع ككل بدلاً من التقارير الإخبارية السلبية البحتة، لذلك تسمى صحافة الحلول، الصحافة البناءة، لكونها تساهم في علاج المشكلات من خلال اقتراح حلول منطقية⁽⁵⁾.

وصحافة الحلول أو ما تعرف بالصحافة البناءة تبتعد عن التحيز السلبي في الأخبار، بناءً على أفكار وتقنيات علم النفس الإيجابي، إذ تركز القصص الإخبارية البناءة على الحلول وتبث المشاعر الإيجابية في المواد الصحفية القائمة على الحل، وتهدف صحافة الحلول القائمة على مفهوم علم النفس الإيجابي لتعزيز اهتمام الجمهور بالأخبار، وبالتالي تنشيطهم وإلهامهم

(1) حجازي، إطلاق طاقات الحياة - قراءات في علم النفس الإيجابي. (ص 20).

(2) المرجع السابق، (ص 20 - 21).

(3) يونس، مفهوم علم النفس الإيجابي Positive Psychology. (موقع إلكتروني)

(4) Pettit. What is Constructive Journalism (and Why Do We Need It)? (website).

(5) The previous reference.

للسلوك الاجتماعي الإيجابي، وتتطابق المواد الصحفية القائمة على نهج صحافة الحلول مع وظيفة المسؤولية الاجتماعية للصحافة⁽¹⁾.

ويشير الباحث في هذا الإطار إلى أن صحافة الحلول تتطابق في أهدافها ورؤيتها مع أهداف ومبادئ علم النفس الإيجابي، إذ تتشارك كل من صحافة الحلول وعلم النفس الإيجابي في إشاعة وبث جو إيجابي في المجتمع من خلال نشر المواد الصحفية التي تشكل نافذة أمل أمام المجتمع في حل مشكلاتهم المجتمعية المختلفة.

• أهداف علم النفس الإيجابي:

تلتقي بعض أهدافه ومنطلقاته الفلسفية والفكرية مع صحافة الحلول فهو يهدف إلى ما يأتي⁽²⁾:

1. البحث عن حلول للمشكلات بصفة عامة ويركز على الأوجه الإيجابية بدلاً من التركيز على السلبيات.
2. يعزز الصحة النفسية على مستوى الأفراد أو المجتمعات، ويغرس فيهم مبادئ وأفكاراً إيجابية كالتفاؤل، والقناعة، والرضا.
3. الاهتمام بالجانب العاطفي والمعرفي لدى الأفراد، ويتضمن كيفية قيام الفرد بربط الأحداث مع ردود الأفعال، بما يعود بالنفع على الأفراد ومحيطهم الاجتماعي.
4. مساعدة الأفراد على صقل قدراتهم وتحقيق الإنجازات على مختلف الأصعدة، إلى جانب تجاوز المشكلات.
5. تعليم الفئات المستهدفة الاستثمار الأمثل للمشاعر ووضعها في مكانها الصحيح والعمل على تنميتها.
6. البحث في وسائل بناء النفس البشرية بكل فئات المجتمع صغاراً وكباراً وتنميتهم على جميع المستويات الذهنية والسلوكية.
7. معالجة الأعراض الصحية جنباً إلى جنب معالجة الأعراض النفسية، حتى يخرج الفرد من محنته وقد تخطى جميع الأسباب التي تعود به إلى حالته الأولى.

(1) Nölleke, Constructive Journalism. The International Encyclopedia of Journalism Studies (P 1).

(2) النجم، علم النفس الإيجابي نحو رؤية فكرية مبتكرة ومنهجية متوازنة. (موقع إلكتروني).

8. البحث في مبادئ تحقق أفضل نتائج في الأداء الوظيفي للعاملين والموظفين في الشركات والقطاعات المختلفة.

يرى الباحث أن أبرز المبادئ التي تتقاطع بين علم النفس الإيجابي وصحافة الحلول، هي:

1. تشتركان في الأهداف والرؤية القائمة على فكرة إشاعة الأجواء الإيجابية من خلال نشر المواد الصحفية التي تدعو إلى التفاؤل والأمل.

2. المواد الصحفية الموجهة نحو الحلول هي أحد العوامل التي تشجع القراء على الانخراط في خدمة مجتمعهم؛ بدلاً من التقارير الإخبارية السلبية البحتة التي تركز على المشكلات، وأفضل وسيلة لتشجيع القراء على القيام بدور مسؤول تجاه المجتمع تكون من خلال مواد صحفية تطرح حلولاً واضحة وقابلة للتطبيق.

3. صحافة الحلول وعلم النفس الإيجابي يركزان على إصلاح الخلل في أداء الفرد والمجتمع، ويهدفان للتركيز على الإيجابية بدلاً من الانشغال بالتركيز على السلبيات.

4. يشترك علم النفس الإيجابي مع صحافة الحلول من ناحية سعيهما لتحقيق الازدهار في المجتمع، من خلال حل مشكلاته المجتمعية المختلفة التي تواجهه.

ومما سبق في هذا المبحث، فإن الباحث يرى أن فلسفة صحافة الحلول تقوم على مبدئين أساسيين، الأول منها "نظرية المسؤولية الاجتماعية" التي تحتم على الكاتب الصحفي الالتزام بسلسلة من المعايير والمحددات تجاه مجتمعه، والثاني "علم النفس الإيجابي"، الذي يهدف لإشاعة أجواءٍ من الإيجابية والتركيز على مواطن الإيجابية بدلاً من مواطن السلبية، وهي أهداف تلتقي تماماً مع صحافة الحلول التي تهدف لخدمة المجتمع في جميع المشكلات المجتمعية.

المبحث الثالث

صحافة الحلول: الخصائص والمحددات والوظائف

يتناول هذا المبحث صحافة الحلول من ناحية الخصائص التي تميزها عن غيرها من الاتجاهات الحديثة والتجديدية، إلى جانب محددات وأسس وقواعد كتابة صحافة الحلول، والوظائف التي تؤديها في المجتمع.

أولاً: خصائص صحافة الحلول:

تتميز صحافة الحلول بعدة خصائص تميزها عن باقي الاتجاهات الحديثة والتجديدية، وأجمع كثيرون من مؤطري صحافة الحلول على الخصائص الآتية⁽¹⁾:

1. لا بد أن تكون الحلول المتناولة في القصة في سياق المشكلة المجتمعية، وتسعى لمعالجتها وليست بعيدة عنها، إذ إنَّ من صميم صحافة الحلول هو الاقتراب من المشكلات المجتمعية والسعي لحلها.
2. تتناول صحافة الحلول موضوعاً معيناً وتقدم معلومات مفيدة بشأنه؛ مثلها مثل الصحافة التقليدية، وتتضمن بعض الشخصيات التي تواجه عدداً من التحديات، كما تتناول خبراتهم ونجاحهم وفشلهم، مع مراعاة أن تكون مرتبطة بوضع حلول للمشكلات المجتمعية التي يعاني منها المجتمع ككل، وأن تمثل تلك القصة طوق نجاة للمجتمع من المشكلة التي يعاني منها.
3. صحافة الحلول تدور حول فكرة ما، يتم تحديد أبعادها للعمل على تدعيمها حيثما أمكن من خلال حجة قوية، وفيما يتعلق بالأفكار الناشئة ربما يكون الدليل الوحيد المشاهدين الموثوق بهم، فيعد هذا مفتاح تسلسل القصة أو التقرير.
4. من أفضل المجالات التي تسعى صحافة الحلول لتناولها المجال الاجتماعي، مع مراعاة أن كل استجابة وحل يتضمن محاذير وقيوداً ومخاطر، وأن صحافة الحلول الفعالة هي التي لا يشوبها الخلل في تناول الموضوعات، لذلك لا بد من استعراض حالات قصص ناجحة لتخطي المشكلات المجتمعية.

(1) Bansal and Rosenberg, Reporting on solutions internationally: A toolkit by the Solutions Journalism Network and Pulitzer Center.(P 6-7).

5. صحافة الحلول لم تتبنّ نماذج أو أفكاراً بعينها، ولكن يسعى الصحفيون من خلالها إلى البحث والتقيب عن الحلول الممكنة عبر تحليل الأفكار واتخاذ الأساليب الملائمة لكل موقف، فهي ليست مدفوعة بأجندة ما أو اتجاه محدد.

6. هناك فرق واضح بين صحافة الحلول وبين الأخبار السارة "Good News"، حيث تميل القصص السارة إلى الاحتفالات والأفعال والموضوعات الملهمة، أما صحافة الحلول فهي تتعلق بأفكار تسعى من خلالها إلى جعل الأفراد يواصلون العمل، ومتابعة الآثار المترتبة على ذلك.

ويرى الباحث أنّ هناك فروقات واضحة بين الصحافة التقليدية وصحافة الحلول تتمثل في تركيزها على حل المشكلة أكثر من التركيز على الأسباب أو المشكلة ذاتها، وتتمحور الفروقات في الآليات والأساليب المتبعة، كذلك هناك بعض الخصائص المشتركة بين الصحافة التقليدية وصحافة الحلول، مثل معالجتها لقضايا مجتمعية مهمة تمس أكبر عددٍ من الناس.

ثانياً: محددات ومعايير صحافة الحلول:

رغم وجود تعريفاتٍ عديدةٍ لصحافة الحلول وفكرتها، إلا أنّ عدداً قليلاً من مؤطري صحافة الحلول هم من أخذوا على عاتقهم وضع محددات ومعايير لهذا النوع من الصحافة، ويعد وضع محددات ومعايير واضحة المعالم لصحافة الحلول أمراً مهماً، وذلك للتفريق بينها وبين الصحافة التقليدية، كما يسهل على المبتدئين والمحترفين كتابة قصص قائمة على نهج صحافة الحلول⁽¹⁾.

ويشترط مؤطرو صحافة الحلول أن تلتزم المادة الصحفية القائمة على الحلول بمعايير محددة واجبّ توافرها في القصة، التي تميزها عن غيرها من أنواع الصحافة الحديثة والتجديدية، وترى شبكة صحافة الحلول (SJN) أنّ القصة الصحفية القائمة على نهج الحلول يجب ان تتضمن عشرة معايير ومحددات، هي⁽²⁾:

1. يجب أن تشرح القصة أسباب المشكلة الاجتماعية.
2. يجب أن تصف القصة الرد على هذه المشكلة.
3. يجب أن تتضمن القصة تفاصيل حول كيفية تنفيذ هذه الاستجابة.

(1) McIntyre & Lough. Toward a clearer conceptualization and operationalization of solutions journalism. Journalism, (P5).

(2) Solutions Journalism Network (SJN) . What We Do. (website).

4. يجب أن تكون عملية حل المشكلات مركزية في السرد.
5. يجب أن تقدم القصة أدلة على النتائج المرتبطة بالاستجابة.
6. يجب أن تشرح القصة حدود الاستجابة.
7. يجب أن تنقل القصة درساً قابلاً للتعليم حتى يسهل تطبيقه.
8. أن يكون الحل واقعياً.
9. تتضمن القصة مصادر لديها خبرة في موضوع المشكلة المجتمعية.
10. تركز القصة على الحل وليس على الفرد.

ويرى أعضاء شبكة "مراسلو الأمل" الفرنسية المختصة بالصحافة البناءة وصحافة الحلول أنّ التقارير القائمة على نهج صحافة الحلول يجب أن تتضمن خمس محددات أساسية، هي⁽¹⁾:

1. **السياق:** شرح المشكلة وأسبابها:
يعني شرح المشكلة المجتمعية التي يعاني منها المجتمع، مع ضرورة شرح الأسباب التي أدت للمشكلة، وذلك لوضع القارئ في سياق المشكلة والحل، ما يساهم في فهم أوسع للمشكلة وتحدياتها وأسبابها، وإمكانية الحل.
2. **مبادرة:** عرض استجابة للمشكلة:
وتعني استعراض قصص ناجحة للتغلب على المشكلة المجتمعية التي عانى منها المجتمع، وهنا لا بد من التأكد أنّ المبادرة يمكن تطبيقها في بيئة المشكلة، مع ضرورة التأكد من اختبار نتائج القصة، ومدى نجاعتها في إيجاد حل للمشكلة.
3. **عملية الحل:** سرد لعملية حل المشكلات "كيف فعلناها":
ويتم ذلك عند استعراض قصة حل ناجحة وناجحة في بيئة مشابهة مع إمكانية تطبيقها، إذ لا بدّ من إطلاع القارئ على الآليات، والحلول المستخدمة في حل المشكلة، والطريقة التي أوصلت الناس إلى حل المشكلة، مع ضرورة التركيز على "كيف فعلها غيرنا"، وذلك لتعليم الناس كيف يمكن حل المشكلة.

(1) Reportersdespoirs .Journalisme De Solutions : De Quoi Parle-T-On? (website).

4. التأثير: عرض النتائج الناتجة عن الاستجابة حتى الآن:

بعد أن نشرح سياق المشكلة والأسباب التي أدت لحدوثها، والتداعيات التي لحقت في المجتمع، وبعد أن نكون قدّمنا مبادرة ناجحة أثبتت نجاحها، وبعد سرد تفاصيل المبادرة ووضعها أمام القارئ، ينبغي عرض النتائج الناتجة عن الاستجابة، وأبعاد التأثير الذي حققه الحل.

5. نظرة نقدية: عرض وشرح حدود الاستجابة:

يجب على الكاتب الصحفي أن يشرح ويستعرض حدود الاستجابة للمشكلة المجتمعية، مع ضرورة أن يتبنى نظرة نقدية يوضح من خلالها حدود وإمكانية حل المشكلة، إذ إن ذلك من شأنه أن يعزز ثقة القارئ بالمادة، كما يضع الجهات المعنية والمسؤولة عن توفير الحل أمام مسؤولياتهم.

ويرى الباحث من خلال سرد محددات صحافة الحلول المختلفة التي وضعها مؤسسو شبكة صحافة الحلول (SJN)، وأعضاء شبكة "مراسلو الأمل" الفرنسية وجود تقاطع كبير بين المحددات، وتوافق تام على محددات عدة، أبرزها، ضرورة وضع الحل، وأن يكون الحل قابلاً للتطبيق، وأن يكون الحل مستوحى من بيئة مشابهة للبيئة التي فيها المشكلة، وأن يحوي الحل أدلة واضحة على نجاحه.

ثالثاً: وظائف صحافة الحلول:

تتمحور الوظائف الأساسية للصحافة الحديثة والتجديدية حول وظائف محددة نابذة من الوظائف العامة للصحافة، إذ إن من وظائف الصحافة الحديثة والتجديدية التي من بينها صحافة الحلول، وظيفة المراقبة، والوصف، والتحديد، ويندرج تحت كل وظيفة من تلك الوظائف وظائف عدة⁽¹⁾، ويمكن القول إن وظائف صحافة الحلول، تتمثل في الآتي⁽²⁾:

(1) McIntyre, & Gyldensted, . Positive Psychology As A Theoretical Foundation For Constructive Journalism. Journalism Practice, (P4).

(2) بطراوي، قابله، محمد السيقلي (21 ديسمبر 2020).

1. المساهمة في حل المشكلات المجتمعية:

إنّ من أهم الوظائف لصحافة الحلول هي المساهمة الفاعلة في حل المشكلات المجتمعية، من خلال تقديم حلول واضحة ثبتت نجاعتها، وقابليتها للتطبيق، علماً أن صحافة الحلول تساهم بما تملكه من قوة تأثيرٍ عبر استعراضها الحلول الواقعية في حلٍ كثير من المشكلات المجتمعية، خاصة أنّها تمثل أحد العوامل الضاغطة لحل المشكلة المجتمعية.

2. كشف أوجه الخلل والترهل وتجاه قضية ما:

صحافة الحلول تتقاطع مع الصحافة الاستقصائية في أنها تكشف أوجه الخلل والترهل الناتج عن فسادٍ حقيقي أو ضعف الرؤى لحل المشكلات، ومن معاييرها الأساسية كشف المشكلة، وأسبابها، والجهات المنوط بها معالجة الخلل.

تعزيز المواطنة الفاعلة وتنمية المسؤولية المجتمعية: تعمل صحافة الحلول على تعزيز المواطنة الفاعلة والمسؤولية المجتمعية في المجتمعات، من خلال انخراط أفراد المجتمع بالمشاركة في الحل، إذ إنّ فكرة صحافة الحلول قائمة على مبدأ واضح وهو تعزيز المسؤولية المجتمعية سواء من القائم بالاتصال، أو عند أفراد المجتمع من خلال إشراكهم في الحلول.

3. إشاعة جو الإيجابية:

تؤدي صحافة الحلول دوراً مهماً في المجتمع من خلال بث الأخبار الإيجابية، لاسيما أنّ صحافة الحلول تركز على مبادئ علم النفس الإيجابي، حيث إنّ إخبار الناس بأنّ هناك حلاً واقعياً لمشكلات مجتمعية يعانون منها، وإنّ تلك الحلول أثبتت نجاعتها، يساهم في نشر الإيجابية داخل المجتمعات.

4. وضع أصحاب القرار أمام مسؤولياتهم:

غالباً ما يتحجج المسؤولون بأنّ حلّ مشكلةٍ ما صعب للغاية، وأنّ حل تلك المشاكل يكون أكبر من إمكانياتهم، ولكن صحافة الحلول تهدف لإيضاح أمرٍ مهمٍ بأنّ المشكلة يمكن حلها من خلال استعراض حلٍ واقعيّ أثبتت نجاعته، ويمكن تطبيقه في بيئة المشكلة، عندها تضع تلك المادة الصحفية المسؤولين عند حدود مسؤولياتهم.

5. تعزيز الثقافة والمعرفة العامة:

إن من بين وظائف صحافة الحلول أنها تؤدي دوراً مهماً في تعزيز الثقافة العامة في المجتمع، وتنمية المعرفة العامة تجاه المشاكل والحلول المقترحة، وكل ذلك يسهم إسهاماً كبيراً في إثراء المعرفة داخل المجتمع.

6. تعزيز الثقة بين الصحافة والمجتمع:

تعزز صحافة الحلول المصداقية والثقة بين وسائل الإعلام والجمهور، كون صحافة الحلول تطرح حلولاً منطقية وواقعية للمشاكل المجتمعية المختلفة، لاسيما أن الصحافة تواجه منذ عقود سبلاً من الاتهامات بشأن دورها في المجتمع والأثر الذي تتركه فيه.

ويرى الباحث أن صحافة الحلول تؤدي أدواراً مهمة في المجتمع من خلال طرح الحلول للمشكلات المجتمعية المختلفة، إذ إن وظائفها في المجتمع يفوق الصحافة التقليدية، وهي تسهم إسهاماً ملحوظاً في تعزيز حلول المشاكل المجتمعية، وتزيد من انخراط الصحفيين في المسؤولية المجتمعية، وهو ما يعزز دور الصحافة في المجتمع بصورة أفضل، إلى جانب ذلك فإن صحافة الحلول تؤدي الوظائف التقليدية للصحافة مثل الإعلام، والإخبار، والتثقيف.. إلخ، وذلك وفق نتائج الدراسات السابقة التي استعرضها الباحث، وآراء الخبراء في مجال الإعلام والصحافة.

الفصل الثالث

سماتُ محتوى وشكلِ توظيفِ المواقعِ
الإخباريَّةِ الفلسطينيَّةِ لصحافةِ الحُلُولِ في
مُعالجةِ المُشكلاتِ المُجتمعيَّةِ ومناقشتها

الفصل الثالث

سمات محتوى وشكل توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية ومناقشتها

يتناول هذا الفصل نتائج الدراسة التحليلية لمواقع الدراسة الثلاثة: فلسطين اليوم، صفا، وطن للأبناء، وينقسم إلى مبحثين، حيث تناول المبحث الأول سمات محتوى توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية ومناقشتها، مبيناً أنواعها ومصادرها وفئاتها، بينما تناول المبحث الثاني سمات شكل توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية ومناقشتها، مبيناً الفنون الصحفية المستخدمة وفئات العناوين وارتباطها بحل المشكلة، وفئات الصورة المصاحبة للموضوع، وفئة عناصر التدعيم، وقد تم تقسيم الفصل على النحو الآتي:

المبحث الأول: سمات محتوى توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية ومناقشتها.

المبحث الثاني: سمات شكل توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية ومناقشتها.

المبحث الأول

سمات محتوى توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية

لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية ومناقشتها

يتناول هذا المبحث نتائج الدراسة التحليلية لفئات المحتوى، التي استهدفت التعرف على أنواع المشكلات المجتمعية، وفئة المصادر الإعلامية، والنطاق الجغرافي، وأنواع حلول المشكلات المجتمعية، وفئة الوظائف، ومصادر الحل، ووضوحه، وملائمته لبيئة المشكلة، وفئة تركيز السرد التحريري، وأساليب الإقناع.

أولاً: أنواع المشكلات المجتمعية لصحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.1) تكرارات ونسب أنواع المشكلات المجتمعية لصحافة الحلول في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (3.1): يوضح أنواع المشكلات المجتمعية لصحافة الحلول

الموقع								أنوع المشكلات المجتمعية
الاتجاه العام		وطن للأبناء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
37.8	48	38.2	13	33.3	13	40.7	22	صحية وبيئية
18.9	24	17.6	6	15.4	6	22.2	12	اقتصادية
14.2	18	5.9	2	25.6	10	11.1	6	تعليمية وثقافية
9.4	12	20.6	7	7.7	3	3.7	2	سياسية
9.4	12	11.8	4	5.1	2	11.1	6	اجتماعية
3.1	4	2.9	1	5.1	2	1.9	1	دينية
3.1	4	2.9	1	2.6	1	3.7	2	أخرى
2.4	3	0.0	0	2.6	1	3.7	2	عسكرية وأمنية
1.6	2	0.0	0	2.6	1	1.9	1	تقنية
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

حظيت المُشكلات "الصحية والبيئية" كأحدى أنواع المشكلات المجتمعية على المرتبة الأولى بنسبة (37.8%) بواقع (48) تكراراً، ويرجح الباحث تقدم فئة المشكلات "الصحية والبيئية"؛ لتزامن "العينة الزمنية" مع تفشي فيروس كورونا في غالبية دول العالم، ومن ضمنها الأراضي الفلسطينية، إذ تجاوز عدد مصابي كورونا حول العالم وقتئذ مليونين و333 ألفاً، وتوفي منهم أكثر من 74 ألفاً⁽¹⁾، وفي الأراضي الفلسطينية توفي حوالي 4 مصابين، وتجاوز عدد الإصابات 431 إصابة موزعة على النحو الآتي: 307 في الضفة الغربية، و13 في قطاع غزة، و111 في القدس المحتلة، وتعافى من هؤلاء 71 حالة⁽²⁾.

ويرى الباحث أنّ موضوعات صحافة الحلول ترتبط بالمشكلات المجتمعية في فلسطين، إذ إن العلاقة بينهما "علاقة طردية"؛ إذ تزيد الكتابة في مشكلة معينة مع انتشار المشكلة وزيادة تأثيرها في المجتمع، وهو ما لوحظ على المشكلات "الصحية والبيئية" التي زادت الكتابة عنها؛ بسبب بداية تفشي الفيروس وانتشاره في المحافظات الجنوبية والشمالية، وتركه أثراً كبيراً على قطاعات المجتمع المختلفة.

مع الإشارة إلى أن المشكلات "الصحية" اختلفت في ترتيبها مع دراسة أنور (2019)⁽³⁾، إذ جاءت الأخيرة في المرتبة الثالثة بنسبة (18.8%)، وجاءت "البيئية" في المرتبة الخامسة بنسبة (7.5%)، ولعل ارتباط الكتابة عن المشكلات مرتبط -كما أوضحنا آنفاً- بالمشكلة وتأثيراتها في المجتمع؛ وبذلك نستطيع القول إن المشكلات المجتمعية تختلف من مكان إلى آخر، ومن زمانٍ إلى آخر.

وجاءت المشكلات "الاقتصادية" في المرتبة الثانية بنسبة (18.9%) بواقع (24) تكراراً، ما يشير إلى وجود العديد من المشكلات "الاقتصادية" التي يعاني منها المجتمع الفلسطيني، مثل البطالة، والفقر، وانخفاض معدلات الأجور، وتلك النتيجة لم تكن بعيدة عمّا رصدته دراسة

(1) إحصاء كورونا، تحديثات الإصابة بفيروس كورونا حول العالم (موقع إلكتروني).

(2) الصحة الفلسطينية، إصابات جديدة بكورونا في فلسطين، (موقع وزارة الصحة على الإنترنت).

(3) أنور، محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور (ص23).

أنور (2019)⁽¹⁾؛ إذ جاءت المشكلات "الاقتصادية" فيها بالمرتبة الأولى بنسبة (34.4%)، وقد يرتبط ذلك بسبب سوء الأوضاع الاقتصادية في مصر⁽²⁾.

ويرجح الباحث أن يكون تقدم "المشكلات الاقتصادية" على علاقة مع "المشكلات الصحية"، إذ إن تفشي فيروس كورونا مثلاً ترك آثاراً سلبية على الاقتصاد الفلسطيني؛ وفق ما يشير البنك الدولي⁽³⁾.

واحتلت المشكلات "التعليمية والثقافية" المرتبة الثالثة بنسبة (14.2%) بواقع (18) تكراراً، وهي نتيجة متقدمة من بين تسع فئات للمشكلات المجتمعية، ويرجح الباحث ارتفاع المشكلات "التعليمية والثقافية" للتأثيرات التي تركتها جائحة كورونا على المنظومة التعليمية، إذ واجه الفلسطينيون مشكلات عديدة تتعلق بالتعليم والثقافة بسبب الجائحة، نظراً لفرض كثير من القيود لحد من انتشار فيروس كورونا، مثل: تعطيل الدراسة في المرافق الحكومية والأهلية، ومشكلة عدم تمكن كثير من الطلبة من مواكبة دروسهم عن بُعد، نظراً لانعدام شبكة الإنترنت، وعدم وجود أجهزة حاسوب كافية⁽⁴⁾.

وتساوت المشكلات "السياسية والاجتماعية" إذ احتلتا المرتبة الرابعة بنسبة (9.4%) بواقع (12) تكراراً، ومجيء "المشكلات السياسية" في المرتبة الرابعة يشير إلى اهتمام مواقع الدراسة الثلاثة في القضايا السياسية مثل الانقسام والخلافات السياسية، وضعف المؤسسات السياسية الفلسطينية، والانتخابات وغيرها، عازياً النشاط السياسي وما يتخلله من مشكلات في الأراضي الفلسطينية، لسببين هما؛ أولاً عدم وجود حالة استقرار داخلي بسبب الصراع مع الاحتلال الإسرائيلي، وبسبب التجاذبات الفلسطينية الداخلية بين الأطراف السياسية.

ورغم أهمية القضايا السياسية إلا أن بعض الدراسات كدراسة أنور (2019) لم تدرجها ضمن فئة المشكلات، بخلاف دراسات أوروبية منها: دراسة (2017) Sobel & McIntyre التي هدفت للتعرف على تصورات الصحفيين في روندا تجاه دورهم في تعزيز المصالحة

(1) أنور، محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور (ص23).

(2) شبكة الجزيرة، "وزير سابق يشرح.. لهذه الأسباب ينهار الاقتصاد المصري" (موقع إلكتروني).

(3) البنك الدولي، الاقتصاد الفلسطيني يعاني وجائحة فيروس كورونا تكبده الخسائر (الموقع الإلكتروني).

(4) الأناضول، فلسطين.. تحديات جديّة تواجه التعليم مع استمرار "كورونا" (وكالة أنباء تركيا).

الداخلية⁽¹⁾، وأيضاً دراسة Ciftci (2019) التي هدفت إلى التعرف على مدى إسهام صحافة الحلول في تعزيز الديمقراطية والشفافية والمساءلة والمشاركة السياسية لدى الصوماليين⁽²⁾.

ومساواة فئة "المشكلات الاجتماعية" مع سابقتها "السياسية" في المرتبة الرابعة يشير إلى اهتمام المواقع الثلاثة في القضايا الاجتماعية، ومحاولة إيجاد حلول لها، خاصة أنّ المجتمع الفلسطيني يعاني من مشكلات عدة؛ مثل: "التفكك الأسري والاجتماعي، والانحراف الأخلاقي والقيمي وغيرها، وتساوت "المشكلات الاجتماعية" في المرتبة الرابعة مع دراسة أنور (2019) بنسبة (12.5%).

وجاءت المشكلات "الدينية" والمشكلات "الأخرى" في المرتبة الخامسة بنسبة (3.1%) بواقع (4) تكرارات، وهي نسبة قريبة مع المشكلات "الدينية" في دراسة أنور (2019)⁽³⁾، إذ وصلت نسبة المشكلات "الدينية" فيها إلى (1.6%)، ما يشير إلى عدم التطرق كثيراً إلى "المشكلات الدينية" في المجتمع المصري والفلسطيني رغم أهميتها كونها تتعلق بقضايا مهمة مثل التطرف الديني، وضعف الوازع الديني، وغيرها.

وجاءت فئة "أخرى" بنسبة (3.1%)، وهذا يعني أن هناك موضوعات يثيرها الإعلاميون عبر نهج صحافة الحلول، مثل: المشكلات الفنية، والسلوكية، والنفسية، والمتعلقة بالفئات الخاصة مثل الأسرى، وذوي الاحتياجات الخاصة.

ويرجح الباحث ضعف معالجة المشكلات "الدينية" في المواقع الثلاثة إلى عوامل عدة منها، طغيان المشكلات الصحية والبيئية، والاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية، على باقي المشكلات، كما يلعب غياب المختصين في كتابة الموضوعات الدينية، وعدم وجود أقسام دينية في تلك المواقع، واختزال الموضوعات الدينية في الجانب الخبري مثل إحياء ليلة القدر، ومواعيد ومواقيت الأعياد والصلوات، دوراً مهماً في غياب الموضوعات والمشكلات الدينية في وسائل الإعلام الفلسطينية.

(1) McIntyre & Sobel, Reconstructing Rwanda: How Rwandan Reporters Use Constructive Journalism To Promote Peace. (P2126).

(2) Ciftci, The Application Of Solutions Journalism: Strategic Communications And Public Affairs Group In Somalia. (p1).

(3) أنور، محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور (ص24).

وينبغي هنا الإشارة إلى أن موضوعات الصحافة الدينية غالباً تكون موجودة في وسائل إعلامية متخصصة، إذ لا تولي الوسائل الإعلامية أهمية كبيرة لها؛ كما أنها تعتمد على النمطية والتقليدية، وانتشارها محدود، كون الجمهور الفلسطيني يهتم بالصحافة السياسية أكثر من غيرها، بسبب الأحداث الميدانية اليومية التي يسببها الاحتلال الإسرائيلي، إلى جانب عدم وجود صحفيين متخصصين في الصحافة الدينية⁽¹⁾.

وحصلت المشكلات "العسكرية والأمنية" على المرتبة السادسة بنسبة (2.4%) بواقع (3) تكرارات، وهي نسبة ضعيفة نظراً لأن الأراضي الفلسطينية تقع تحت الاحتلال الإسرائيلي، الذي شق حروباً أمنية وعسكرية على الشعب الفلسطيني، وهو ما ولد مشكلات من هذا النوع، بالتالي يقتضي تناولها مثل: مشكلة قضية التخابر مع الاحتلال الإسرائيلي، وضعف إمكانيات المقاومة العسكرية، والتفوق "الإسرائيلي" من الناحية الأمنية والعسكرية.

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

حظيت المشكلات "الصحية والبيئية" كأحدى أنواع المشكلات المجتمعية على المرتبة الأولى بنسبة (40.7%) بواقع (22) تكراراً ومن أمثلتها "شاب غزّي بيدع في توعية المواطنين من خطر كورونا بطريقته الخاصة!"⁽²⁾، ومثلها أيضاً "معلمة تطلق مبادرة صحي تاج راسي للتوعية بأهمية تغذية الأطفال"⁽³⁾، ومثلها الكثير من التقارير التي تركز على ترهل الخدمات الصحية، وأزمة انتشار فيروس كورونا، والأخطاء الطبية، وغياب التخطيط الإستراتيجي البيئي والصحي والنظافة وغيرها، تلتها "المشكلات الاقتصادية" في المرتبة الثانية بنسبة (22.2%) بواقع (12) تكراراً ومن أمثلتها "باص الدفا.. وجبات طعام تجلب السعادة لقلوب الفقراء"⁽⁴⁾، وهو تقرير يعالج مشكلة الفقر المدقع لدى الفئات الهشة اقتصادياً.

وتساوت "المشكلات التعليمية والثقافية" و"المشكلات الاجتماعية" في المرتبة الثالثة بنسبة (11.1%) بواقع (6) تكرارات ومن أمثلة المشكلات "التعليمية والثقافية" تقرير "لمواجهة

(1) أبو كويك، واقع الصحافة الدينية في الصحف الفلسطينية اليومية (ص 96).

(2) موقع فلسطين اليوم، "شاب غزّي بيدع في توعية المواطنين من خطر كورونا بطريقته الخاصة" (موقع إلكتروني).

(3) المرجع السابق، "معلمة تُطلق مبادرة صحي تاج راسي للتوعية بأهمية تغذية الأطفال" (موقع إلكتروني)

(4) المرجع السابق، "باص الدفا.. وجبات طعام تجلب السعادة لقلوب الفقراء" (موقع إلكتروني)

كورونا.. شركة في غزة تطلق مبادرة لدعم التعليم عن بعد⁽¹⁾، أما "الاجتماعية" فمثل "في غزة: بيت العزاء ليوم واحد وبدون تمر"⁽²⁾، وهو تقرير يسلط الضوء على مشكلة العادات والتقاليد التي تتقل كاهل الناس.

كما، وتساوت المشكلات "السياسية" والمشكلات "الأخرى" والمشكلات "العسكرية والأمنية" في المرتبة الرابعة بنسبة (3.7%) بواقع تكرارين لكل نوع، ومن أمثلة السياسية "في جبل العرمة ... المقاومة بالدم والمبادرات التنموية"⁽³⁾، إذ سلط الضوء على الحقوق السياسية التي ينتهكها الاحتلال الإسرائيلي، ومثل المشكلات "العسكرية والأمنية" ما عالجه تقرير بعنوان "صواريخ سرايا القدس: تطور نوعي يضع قادة الاحتلال في مأزق"⁽⁴⁾، ومن أمثلة مشاكل "أخرى" تقرير "متحف القرارة.. تراث أصيل وحضارات مختلفة يوثقها شبانٌ غزيون"⁽⁵⁾؛ إذ سلط الضوء على ضعف الاهتمام في التراث والآثار في قطاع غزة وعلاج ذلك.

كما تساوت المشكلات "الدينية" والمشكلات "التقنية" في المرتبة الخامسة بنسبة (1.9%) بواقع تكرار، أما دينياً فمثل "الغزيون يؤدون الصلاة بطمأنينة بعد تعقيم ملائكة الرحمة"⁽⁶⁾، ومثل المشكلات التقنية "ممر تعقيم.. مهندسو غزة يبدعون بطريقة فريدة لمواجهة كورونا"⁽⁷⁾، وهو تقرير يركز على فكرة نقص التقنيات في مواجهة فيروس كورونا، ومحاولة ابتكار أساليب تقنية لمواجهة الجائحة.

2.2 موقع صفا:

تصدرت المشكلات "الصحية والبيئية" كأحدى أنواع المشكلات المجتمعية على المرتبة الأولى بنسبة (33.3%) بواقع (13) تكراراً مثل "مهندسان بغزة يبتكران جهازاً للتنفس الاصطناعي"⁽⁸⁾، الذي يتطرق لنقص أجهزة التنفس الاصطناعي في ظل ارتفاع أعداد المرضى الذين يعانون من مشاكل التنفس على إثر الإصابة بفيروس كورونا.

(1) موقع فلسطين اليوم، "لمواجهة كورونا.. شركة في غزة تطلق مبادرة لدعم التعليم عن بعد" (موقع إلكتروني).

(2) المرجع السابق، "في غزة: بيت العزاء ليوم واحد وبدون تمر" (موقع إلكتروني).

(3) المرجع نفسه، "في جبل العرمة ... المقاومة بالدم والمبادرات التنموية" (موقع إلكتروني).

(4) المرجع نفسه، صواريخ سرايا القدس: تطور نوعي يضع قادة الاحتلال في مأزق (موقع إلكتروني).

(5) المرجع نفسه، "متحف القرارة.. تراث أصيل وحضارات مختلفة يوثقها شبانٌ غزيون" (موقع إلكتروني).

(6) المرجع نفسه، الغزيون يؤدون الصلاة بطمأنينة بعد تعقيم ملائكة الرحمة (موقع إلكتروني).

(7) المرجع نفسه، "ممر تعقيم.. مهندسو غزة يبدعون بطريقة فريدة لمواجهة كورونا" (موقع إلكتروني).

(8) الشاعر، مهندسان بغزة يبتكران جهازاً للتنفس الاصطناعي (موقع صفا).

وجاءت المشكلات "التعليمية والثقافية" في المرتبة الثانية بنسبة (25.6%) بواقع (10) تكرارات، ومن أمثلتها "خذ بيدي لأستمع باللغة الإنجليزية.. مبادرة مدرسية لإتقانها"⁽¹⁾، ثم المشكلات الاقتصادية في المرتبة الثالثة بنسبة (15.4%) بواقع (6) تكرارات مثل "تكية حي الأمل تطعم 2000 أسرة بخان يونس"⁽²⁾، وجاءت المشكلات السياسية في المرتبة الرابعة بنسبة (7.7) بواقع (3) تكرارات ومن أمثلتها "الفصائل الفلسطينية تشدد على مبادرة السنوار للأسرى"⁽³⁾.

وتساوت المشكلات "الاجتماعية" والمشكلات "الدينية" في المرتبة الخامسة بنسبة (5.1%) بواقع تكرارين، مثل تقرير "العونة تتجلى بمبادرات طوعية لمواجهة كورونا"⁽⁴⁾، وهو تقرير اجتماعي يعيد إلى الأذهان العادات المجتمعية النبيلة التي تقوم على التكافل الاجتماعي، ومشكلات "دينية" مثل "تحفيظ القرآن عبر حلقات افتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي"⁽⁵⁾، وهو يعالج مشكلة تتعلق بحفظ القرآن الكريم التي تضررت بفعل تعليق العمل في مراكز تحفيظ القرآن الكريم داخل المساجد بسبب جائحة كورونا.

وتساوت أيضاً المشكلات "العسكرية والأمنية" والمشكلات "التقنية" في المرتبة السادسة، والمشكلات "العسكرية" مثل "الأمن الداخلي" يكشف تفاصيل تُنشر لأول مرة عن عملاء للاحتلال بغزة"⁽⁶⁾، وهو تقرير يعالج مشكلة العمالة مع الاحتلال الإسرائيلي، و"التقنية" مثل "إطلاق مشروع تجريبي لتركيب عدادات ذكية للمياه شمال غزة"⁽⁷⁾، والمشكلات "الأخرى" في المرتبة السادسة بنسبة (2.6%) بواقع تكرار واحد فقط مثل "خان يونس.. زوجان يعيدان الحياة لقطع أثرية تالفة"⁽⁸⁾، ومشكلات "الأسرى" مثل تقرير "حل التمثيل التنظيمي" .. أسمى أدوات المواجهة على إدارة سجون الاحتلال"⁽⁹⁾.

(1) صفا، خذ بيدي لأستمع باللغة الإنجليزية.. مبادرة مدرسية لإتقانها (موقع إلكتروني).

(2) صفا، تكية حي الأمل تطعم 2000 أسرة في خان يونس (موقع إلكتروني).

(3) المرجع السابق، "الفصائل الفلسطينية تشدد على مبادرة السنوار للأسرى".

(4) المرجع نفسه، العونة تتجلى بمبادرات طوعية لمواجهة كورونا. (موقع إلكتروني).

(5) مطر، تحفيظ القرآن عبر حلقات افتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (موقع صفا الإلكتروني).

(6) صفا، "الأمن الداخلي" يكشف تفاصيل تُنشر لأول مرة عن عملاء للاحتلال بغزة (موقع إلكتروني).

(7) مطر، إطلاق مشروع تجريبي لتركيب عدادات ذكية للمياه شمال غزة (موقع صفا الإلكتروني).

(8) الشاعر، خان يونس.. زوجان يعيدان الحياة لقطع أثرية تالفة، ومشكلات الأسرى (موقع إلكتروني).

(9) صفا، "حل التمثيل التنظيمي" .. أسمى أدوات المواجهة على إدارة سجون الاحتلال"، (موقع إلكتروني).

2.3 موقع وطن للأنباء :

حصلت المشكلات الصحية والبيئية كإحدى أنواع المشكلات المجتمعية على المرتبة الأولى بنسبة (38.2%) بواقع (13) تكراراً مثل "غزي بيتكر برنامجاً للكشف عن فيروس كورونا.. كبديل للفحوصات المخبرية!"⁽¹⁾، إذ يركز التقرير الضوء على مشكلة الإصابة بفيروس كورونا، وتلتها المشكلات "السياسية" في المرتبة الثانية بنسبة (20.6%) بواقع (7) تكرارات ومن أمثلتها "نشر قائمة الشركات العاملة في المستوطنات فرصة لتصعيد حركة المقاطعة ومكافحة نظام الأبرتهايد"⁽²⁾.

وجاءت المشكلات "الاقتصادية" في المرتبة الثالثة بنسبة (17.6%) بواقع (6) تكرارات ومن أمثلتها "أسواق البالة مقصد الفقراء في غزة!"⁽³⁾، وجاءت المشكلات "الاجتماعية" في المرتبة الرابعة بنسبة (11.8) بواقع (4) تكرارات منها "لمة صبايا" حلم فتاة من غزة.. تحقق!"⁽⁴⁾، إذ يسلط الضوء على كثير من العادات والتقاليد التي تقيد من حركة المرأة في المجتمع، ثم جاءت المشكلات "التعليمية والثقافية" في المرتبة الخامسة بنسبة (5.9%) بواقع تكرارين فقط ومن أمثلتها "المعلمة الخضري تبذع في التعليم الإلكتروني وتلقى تشجيعاً كبيراً من الطلبة والأهالي في غزة"⁽⁵⁾، وتساوت المشكلات "الدينية" والمشكلات "الأخرى" في المرتبة السادسة بنسبة (2.9%) بواقع تكرارٍ واحدٍ، فمثلاً المشكلات الدينية مثل "التطرف الديني.. نماذج وحلول"⁽⁶⁾ وأخرى مثل "الأسير وليد دقة يرزق بطفلته الأولى (ميلاد) رغم قيود الاحتلال"⁽⁷⁾، إذ ركز التقرير على مشكلة حرمان الأسرى من الإنجاب بسبب الاعتقال، في حين لم تحظ المشكلات العسكرية والأمنية والمشكلات التقنية بأي تكرار.

(1) الشنباري، غزي بيتكر برنامجاً للكشف عن فيروس كورونا.. كبديل للفحوصات المخبرية (موقع إلكتروني).
(2) وطن للأنباء، نشر قائمة الشركات العاملة في المستوطنات فرصة لتصعيد حركة المقاطعة ومكافحة نظام الأبرتهايد.

(3) عاشور، أسواق البالة مقصد الفقراء في غزة!"، (موقع إلكتروني).
(4) المغاري، لمة صبايا" حلم فتاة من غزة.. تحقق (موقع إلكتروني).
(5) عاشور، المعلمة الخضري تبذع في التعليم الإلكتروني وتلقى تشجيعاً كبيراً من الطلبة والأهالي في غزة (موقع إلكتروني).
(6) وطن للأنباء، التطرف الديني.. نماذج وحلول (موقع إلكتروني).
(7) وطن للأنباء، الأسير وليد دقة يرزق بطفلته الأولى (ميلاد) رغم قيود الاحتلال (موقع إلكتروني)

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

اتفقت مواقع الدراسة الثلاثة في المشكلات "الصحية والبيئية" كإحدى أنواع المشكلات المجتمعية حيث جاءت في المرتبة الأولى، واتفق موقع "صفا" و"وطن" للأبناء في المشكلات الاقتصادية فجاءت في المرتبة الثالثة، فيما اختلف موقع "فلسطين اليوم" في المشكلات الاقتصادية حيث جاء في المرتبة الثانية، كما اختلفت مواقع الدراسة الثلاثة في المشكلات التعليمية والثقافية حيث جاءت في موقع "فلسطين اليوم" في المرتبة الثالثة، بينما جاءت في موقع صفا في المرتبة الثانية، وجاءت في موقع "وطن للأبناء" في المرتبة الخامسة.

ويعزو الباحث اتفاق المواقع الثلاثة في المشكلات الصحية والبيئية التي جاءت في المرتبة الأولى -لما ذكره آنفاً- لتفشي فيروس كورونا في المحافظات الفلسطينية الشمالية والجنوبية، ورغبة الصحفيين في تقديم الحلول المجتمعية، في سياق استشارهم للمسؤولية المجتمعية.

ويرى الباحث أن سبب تقدم المشكلات الاقتصادية، إذ جاءت في المرتبة الثانية في موقعي "فلسطين اليوم" و"وطن للأبناء"، وفي المرتبة الثالثة في موقع "صفا" إلى صعوبة الأوضاع الاقتصادية في قطاع غزة، لاسيما وأن جائحة كورونا تركت آثاراً سلبية على الاقتصاد الفلسطيني؛ وفق ما يشير البنك الدولي⁽¹⁾، إلى جانب وجود مراسلين مختصين في الشأن الاقتصادي، وهو ما شجع الفريق على كتابة موضوعات لحل المشكلات الاقتصادية.

ويعتقد الباحث ان اختلاف مواقع الدراسة الثلاثة في المشكلات التعليمية والثقافية حيث جاءت في موقع "فلسطين اليوم" في المرتبة الثالثة، بينما جاءت في موقع صفا في المرتبة الثانية، وجاءت في موقع وطن للأبناء في المرتبة الخامسة، يرجع إلى اختلاف المشكلات بين المحافظات الجنوبية والشمالية، إذ زاد التركيز على المحافظات الجنوبية بسبب عدم وجود بنية تقنية قادرة على التعامل مع المشكلات التعليمية، وهو ما زاد من التركيز على تلك المشكلات.

ثانياً: المصادر الإعلامية للمشكلات المجتمعية لصحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.2) تكرارات ونسب المصادر الإعلامية للمشكلات المجتمعية لصحافة الحلول في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

(1) البنك الدولي، الاقتصاد الفلسطيني يعاني وجائحة فيروس كورونا تكبده الخسائر (موقع إلكتروني).

جدول (3.2): يوضح المصادر الإعلامية للمشكلات المجتمعية لصحافة الحلول
في مواقع الدراسة

الموقع								المصادر الإعلامية	
الاتجاه العام		وطن للأبناء		صفا		فلسطين اليوم			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
55.9	71	55.9	19	61.5	24	51.9	28	مراسل	مصادر داخلية
2.4	3	5.9	2	0.0	0	1.9	1	مندوب	
58.3	74	61.8	21	61.5	24	53.7	29	المجموع	
14.2	18	14.7	5	5.1	2	20.4	11	مواقع إلكترونية	مصادر خارجية
7.1	9	5.9	2	5.1	2	9.3	5	صحف ومجلات	
4.7	6	2.9	1	7.7	3	3.7	2	وكالات الأنباء العالمية	
4.7	6	5.9	2	2.6	1	5.6	3	وكالة الأنباء الفلسطينية وفا	
3.1	4	2.9	1	2.6	1	3.7	2	فضائيات وإذاعات	
3.1	4	0.0	0	5.1	2	3.7	2	شبكات التواصل الاجتماعي	
37.0	47	32.4	11	28.2	11	46.3	25	المجموع	
1.6	2	2.9	1	2.6	1	0.0	0	أكثر من مصدر	
3.1	4	2.9	1	7.7	3	0.0	0	لم يذكر المصدر	
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع	

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

احتلت المصادر الداخلية على المرتبة الأولى بنسبة (58.3%) بواقع (74) تكراراً، تلتها المصادر الخارجية في المرتبة الثانية بنسبة (37%) بواقع (47) تكراراً. ويمكن الاستنتاج من النتائج أعلاه حرص المواقع الثلاثة على إنتاج موادٍ حصرية تتعلق بصحافة الحلول، مستندة في ذلك على هيئة تحريرها من المندوبين والمراسلين. ورَجَّح الباحث أن يكون السبب في اعتماد المواقع على مصادرها الداخلية لحرصها على الاستفادة من مزايا إنتاج المواد الخاصة والحصرية، لإدراك هيئة التحرير أن أي وسيلة إعلامية تتميز عن الأخرى بذلك الجانب، وبما تقدمه من موادٍ حصرية، بدلاً من النقل عن المصادر الخارجية العامة.

وجاءت فئة "عدم ذكر المصدر" في المرتبة الثالثة بنسبة (3.1%) بواقع (4) تكرارات، وعلى الرغم من أنّ التكرارات بسيطة مقارنة مع الموضوعات التي يذكر مصدرها، إلا أنّ الباحث يرى أنّ نقل الموضوعات القائمة على الحلول دون مصدر يزعزع من ثقة المتلقي في الوسيلة، وثقة القارئ في الحلول المقدمة.

ويستشف الباحث من التكرارات الضئيلة لفئة "عدم ذكر المصدر" حرص هيئة التحرير في الوكالة على ذكر المصدر، ما يشي بالترام المواقع الثلاثة في المعايير المهنية المتبعة لدى النقل من المصادر الخارجية.

حصلت فئة "أكثر من مصدر" على المرتبة الرابعة وهي الأخيرة بنسبة (1.6%) بواقع تكرارين، وهي الموضوعات المنسوبة إلى أكثر من مصدر من المصادر السابقة.

أما بالنسبة للمصادر الداخلية فقد جاء المراسل في المرتبة الأولى بنسبة (55.9%) بواقع (71) تكراراً، بينما جاء المندوب في المرتبة الثانية بنسبة (2.4%) بواقع (3) تكرارات، وهذا يعني أنّ "المراسل الصحفي" يمثل الركيزة الأساسية في إنتاج الموضوعات الصحفية القائمة على الحلول.

أما بالنسبة للمصادر الخارجية فقد جاءت المواقع الإلكترونية في المرتبة الأولى بنسبة (14.2%) بواقع (18) تكراراً، تلتها الصحف والمجلات في المرتبة الثانية بنسبة (7.1%) بواقع (9) تكرارات. وتساوت في المرتبة الثالثة "وكالات الأنباء العالمية" و"وكالة الأنباء الفلسطينية" (وفا) بنسبة (4.7%) بواقع (6) تكرارات، وتساوت في المرتبة الرابعة "الفضائيات والإذاعات" و"شبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة (3.1%) بواقع (4) تكرارات، وهذا يعني تنوع النقل عن المصادر الخارجية في المواقع الثلاثة.

ويعزو عضو الهيئة التحريرية في موقع "فلسطين اليوم" مطر الزق "تقدم النقل عن المواقع الإلكترونية عن غيرها من "المصادر الخارجية" إلى سهولته؛ إذ إن الإذاعات، والفضائيات، تتطلب جهداً أكبر عند النقل، وهي تحتاج إلى أقسام استماع، فيما تتطلب الموضوعات المنشورة في الصحف والمجلات وغير الموجودة على مواقعها الإلكترونية جهداً في تفرغ المحتوى النصي، وهو أمر صعب في ظل محدودية الكادر، داخل موقع فلسطين اليوم"⁽¹⁾.

(1) الزق، قابله، محمد السيفلي، مقابلة شخصية (2021 مايو 20).

ويرجع الباحث ضعف نقل المواقع الإلكترونية الفلسطينية لموضوعات صحافة الحلول عن وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا) إلى اتسام تغطيتها بالطابع الخبري، الذي غالباً ما يتصل بأنشطة الحكومة، وهو ما لا يتوافق مع محددات صحافة الحلول.

أما ضعف نقل المواقع الإلكترونية الفلسطينية لموضوعات صحافة الحلول عن وكالات الأنباء العالمية؛ فهو يرجع لعدم معالجتها للمشكلات المجتمعية الفلسطينية، أو عدم ملائمة حلولها المطروحة للبيئة في المحافظات الجنوبية أو الشمالية.

وينبغي الإشارة إلى أنّ الدراسات السابقة التي رصدها الباحث لم تتطرق إلى المصادر الإعلامية لموضوعات صحافة الحلول، على الرغم من أهمية البحث في تلك المصادر لبيان جوانب القوة لتعزيزها، وبيان أوجه الضعف لإصلاحها.

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

حظيت "المصادر الداخلية" على المرتبة الأولى بنسبة (53.7%) بواقع (29) تكراراً، تلتها "المصادر الخارجية" في المرتبة الثانية بنسبة (46.3%) بواقع (25) تكراراً، في حين لم يحظَ أكثر من مصدر وعدم ذكر المصدر بأي تكرار.

أما بالنسبة للمصادر الداخلية فقد جاء المراسل في المرتبة الأولى بنسبة (51.9%) بواقع (28) تكراراً، بينما جاء المندوب في المرتبة الثانية بنسبة (1.9%) بواقع تكرار واحد.

أما بالنسبة للمصادر الخارجية فقد جاءت المواقع الإلكترونية في المرتبة الأولى بنسبة (20.4%) بواقع (11) تكراراً، تلتها الصحف والمجلات في المرتبة الثانية بنسبة (9.3%) بواقع (5) تكرارات، وجاء في المرتبة الثالثة وكالة الأنباء الفلسطينية وفا بنسبة (5.6%) بواقع (3) تكرارات، وتساوت في المرتبة الرابعة وكالات الأنباء العالمية والفضائيات والإذاعات وشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (3.7%) بواقع تكرارين.

2.2 موقع صفا:

جاءت "المصادر الداخلية" بالمرتبة الأولى بنسبة (61.5%) بواقع (24) تكراراً، تلتها "المصادر الخارجية" في المرتبة الثانية بنسبة (28.2%) بواقع (11) تكراراً، ثم عدم ذكر المصدر في المرتبة الثالثة بنسبة (7.7%) بواقع (3) تكرارات، في حين جاء أكثر من مصدر في المرتبة الرابعة بنسبة (2.6%) بواقع تكرار واحد فقط.

أما بالنسبة للمصادر الداخلية فقد حظي المراسل على جميع التكرارات بواقع (24)، وبنسبة (61.5%)، أما بالنسبة للمصادر الخارجية فقد جاءت وكالات الأنباء العالمية في المرتبة الأولى بنسبة (7.7%) بواقع (3) تكرارات، وتساوت في المرتبة الثانية الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (5.1%) بواقع تكرارين، وتساوت في المرتبة الثالثة وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا) والفضائيات والإذاعات بنسبة (2.6%) بواقع تكرارٍ واحدٍ.

2.3 موقع وطن للأنباء :

جاءت "المصادر الداخلية" المرتبة الأولى بنسبة (61.8%) بواقع (21) تكراراً، تلتها "المصادر الخارجية" في المرتبة الثانية بنسبة (32.4%) بواقع (11) تكراراً، وتساوى أكثر من مصدر وعدم ذكر المصدر في المرتبة الثالثة بنسبة (2.9%) بواقع تكرارٍ واحدٍ.

أما بالنسبة للمصادر الداخلية فقد جاء المراسل في المرتبة الأولى بنسبة (55.9%) بواقع (19) تكراراً، بينما جاء المندوب في المرتبة الثانية بنسبة (5.9%) بواقع (2) تكرارٍ.

أما بالنسبة للمصادر الخارجية فقد جاءت المواقع الإلكترونية في المرتبة الأولى بنسبة (14.7%) بواقع (5) تكرارات، وتساوت في المرتبة الثانية وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا) والصحف والمجلات بنسبة (5.9%) بواقع تكرارين فقط، وتساوت في المرتبة الثالثة وكالات الأنباء العالمية والفضائيات والإذاعات بنسبة (2.9%) بواقع تكرارٍ واحدٍ، في حين لم تحظ شبكات التواصل الاجتماعي بأي تكرارٍ.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

انفتحت مواقع الدراسة الثلاثة في المصادر الداخلية حيث جاءت في المرتبة الأولى، ما يعني أن المواقع الثلاثة تعتمد في إنتاج المواد القائمة على الحلول على هيئة تحريرها، وهو ما يكسبها مزايا إنتاج مواد خاصة وحصريّة، كما يستشف الباحث من اعتماد المواقع على "المصادر الداخلية" مدى اهتمامها بصحافة الحلول، كونها تكلف مراسليها ومندوبيها بإنتاج مواد من هذا النوع.

وتشير نتائج الجدول السابق أن موقع "فلسطين اليوم" هو أضعف مواقع الدراسة في "المصادر الداخلية"، إذ حظيت "المصادر الداخلية" بنسبة (53.7%) بواقع (29) تكراراً، بينما في موقع "صفا" بنسبة (61.5%) بواقع (24) تكراراً، وفي موقع وطن للأنباء بنسبة (61.8%)

بواقع (21) تكراراً، ما يعني أنّ "فلسطين اليوم" يعتمد بشكلٍ كبيرٍ على المصادر الخارجية، وهي ما تشكل حوالي نصف عينة الدراسة.

واتفقت المواقع الثلاثة في "المصادر الخارجية" حيث جاءت في المرتبة الثانية، إذ نقلت مواقع الدراسة مواداً لصحافة حلول من وكالة أنباء عالمية، ووكالة الأنباء الفلسطينية (وفا)، وصحف ومجلات، ومواقع إلكترونية، وفضائيات وإذاعات، وشبكات تواصل اجتماعي، ويلحظ الباحث تنوع النقل في المواقع الثلاثة من المصادر الخارجية، مع الإشارة إلى أنّ موقع "فلسطين اليوم" كان الأعلى في النقل عن "المصادر الخارجية" بنسبة (46.3%) بواقع (25) تكراراً، وتوسط موقع "وطن للأخبار" المواقع الثلاثة في النقل عن "المصادر الخارجية" بنسبة (32.4%) بواقع (11) تكراراً، وكان موقع "صفا" الأقل اعتماداً على "المصادر الخارجية" في المرتبة الثانية بنسبة (28.2%) بواقع (11) تكراراً.

كما اتفق موقع "فلسطين اليوم" و"وطن للأخبار" في "المواقع الإلكترونية" كإحدى المصادر الخارجية في المرتبة الأولى، إذ جاء فلسطين اليوم بنسبة (20.4%) بواقع (11) تكراراً، وجاء موقع "وطن للأخبار" في المرتبة الثانية بنسبة (14.7%) بواقع (5) تكرارات، وحصل موقع "صفا" على نسبة (5.1) بواقع تكرارين فقط.

وتفاوت "عدم ذكر المصدر" بين مواقع الدراسة، إذ لا يوجد في "فلسطين اليوم" أي تكرار، بينما في موقع "صفا" بنسبة (7.7%) بواقع (3) تكرارات، وفي موقع وطن بنسبة (2.9%) بواقع تكرارٍ واحدٍ، ورغم قلة هذه النسبة إلا أن الباحث يرى أنها تزعم من ثقة المتلقي في الوسيلة، وفي التقرير وفحواه، وهو ما يشير إلى المهنية العالية لدى المحررين في المواقع الثلاثة، وتحريهم الدقة في النقل، وحرصهم على ذكر المصدر.

ولم يحصل موقع فلسطين في "أكثر من مصدر" على أي تكرارٍ، بينما حصل موقع وطن على ما نسبته بواقع تكرار بنسبة (2.9%) بواقع تكرارٍ واحد، وحصل موقع "صفا" على نسبة (2.6%) بواقع تكرارٍ واحد فقط.

ثالثاً: النطاق الجغرافي للمشكلات المجتمعية لصحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.3) تكرارات ونسب النطاق الجغرافي للمشكلات المجتمعية لصحافة الحلول، وذلك على النحو الآتي:

جدول (3.3): يوضح النطاق الجغرافي للمشكلات المجتمعية لصحافة الحلول

الموقع								النطاق الجغرافي
الاتجاه العام		وطن للأبناء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
52.0	66	26.5	9	61.5	24	61.1	33	المحافظات الجنوبية
24.4	31	23.5	8	23.1	9	25.9	14	المحافظات الجنوبية والشمالية
23.6	30	50.0	17	15.4	6	13.0	7	المحافظات الشمالية
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

حازت المحافظات الجنوبية على المرتبة الأولى بنسبة (52%) بواقع (66) تكراراً، تلتها المحافظات الجنوبية والشمالية في المرتبة الثانية بنسبة (24.4%) بواقع (31) تكراراً، ثم جاءت المحافظات الشمالية في المرتبة الثالثة بنسبة (23.6%) بواقع (30) تكراراً.

ويعزو الباحث حصول "المحافظات الجنوبية" على المرتبة الأولى على صعيد النطاق الجغرافي كون موقعان من مواقع الدراسة الثلاثة يقعان في المحافظات الجنوبية، وهو ما قد يتيح لهما اهتماماً أكبر بمشكلات تلك المحافظات، والترجيح السابق يؤكد تركيز "موقع وطن للأبناء" الذي مقره المحافظات الشمالية على المشكلات المجتمعية في تلك المحافظات، وهذا يعني وجود ارتباط بين النطاق الجغرافي ومقر المؤسسة الصحفية.

ويشير الباحث إلى وجود ارتباط بين الاهتمام بتغطية قضايا في مناطق محددة وموقع المؤسسة الإعلامية، لاسيما "أن عنصر القرب/ المكاني Nearest واحد من أبرز عناصر الخبر الصحفي التي تحدد صلاحية الخبر وتدفع الجمهور للتفاعل معه"⁽¹⁾.

وتتفق تلك النتيجة مع دراسة أنور (2019) إذ حظيت القاهرة والإسكندرية بتغطية موضوعات صحافة الحلول بنسبة (86.4%)، مع الإشارة إلى أن تلك النتيجة تدعم ما ذهب إليه الباحث بشأن ارتباط التغطية بالنطاق الجغرافي الذي توجد فيه المؤسسة الإعلامية.

(1) معوض، الخبر في وسائل الإعلام (ص11).

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

حظيت "المحافظات الجنوبية" على المرتبة الأولى بنسبة (61.1%) بواقع (33) تكراراً مثل " في غزة.. تقنية جديدة تنقذ مربي المواشي من غلاء أسعار الأعلاف"⁽¹⁾، إذ ركز التقرير السابق على مشكلة غلاء أسعار الأعلاف في قطاع غزة، تلتها "المحافظات الجنوبية والشمالية" في المرتبة الثانية بنسبة (25.9%) بواقع (14) تكراراً، ومن أمثلتها المشكلات المجتمعية التي تجمع بين "المحافظات الجنوبية والشمالية" تقرير "ضفيرة شعر.. تحارب السرطان في فلسطين!"⁽²⁾ وهو تقرير يعالج مشكلة شريحة واسعة في المحافظتين الشمالية والجنوبية ثم المحافظات الشمالية في المرتبة الثالثة بنسبة (13%) بواقع (7) تكرارات، ومن أمثلتها "في جبل العرمة .. المقاومة بالدم والمبادرات التنموية"⁽³⁾، وهي مشكلة تتركز في المحافظات الشمالية أكثر من المحافظات الجنوبية.

2.2 موقع صفا:

جاءت المحافظات الجنوبية في المرتبة الأولى بنسبة (61.5%) بواقع (24) تكراراً ومن أمثلتها "في رفح.. تكية نسوية لإعانة المتضررين من كورونا"⁽⁴⁾، تلتها المحافظات الجنوبية والشمالية في المرتبة الثانية بنسبة (23.1%) بواقع (9) تكرارات مثل "ثانوية اون لاين.. إطلاق برنامج تعليمي لطلبة التوجيهي"⁽⁵⁾، ثم المحافظات الشمالية في المرتبة الثالثة بنسبة (15.4%) بواقع (6) تكرارات " إطلاق مشروع "مبادرة تحسين سبل العيش لتعزيز فرص التوظيف جنوب الضفة"⁽⁶⁾.

2.3 موقع وطن للأبناء:

حظيت المحافظات الشمالية على المرتبة الأولى بنسبة (50%) بواقع (17) تكراراً مثل "صنع سيارة سباق في غزة بإمكانات متواضعة"⁽⁷⁾، إذ تركزت المشكلة في قطاع غزة بسبب

(1) فلسطين اليوم، في غزة.. تقنية جديدة تنقذ مربي المواشي من غلاء أسعار الأعلاف (موقع إلكتروني).

(2) السيقلي، "ضفيرة شعر.. تحارب السرطان في فلسطين!" (موقع إلكتروني).

(3) فلسطين اليوم، في جبل العرمة .. المقاومة بالدم والمبادرات التنموية (موقع إلكتروني).

(4) الشاعر، في رفح.. تكية نسوية لإعانة المتضررين من كورونا (موقع إلكتروني).

(5) صفا، ثانوية اون لاين.. إطلاق برنامج تعليمي لطلبة التوجيهي (موقع إلكتروني).

(6) المرجع السابق، "مبادرة تحسين سبل العيش لتعزيز فرص التوظيف جنوب الضفة" (موقع إلكتروني).

(7) وطن للأبناء، "صنع سيارة سباق في غزة بإمكانات متواضعة" (موقع إلكتروني).

الحصار الإسرائيلي، وعدم إدخال سيارات رياضية، تلتها المحافظات الجنوبية في المرتبة الثانية بنسبة (26.5%) بواقع (9) تكرارات مثل " بقعة أمل .. أطباء يقدمون الخدمات للمرضى مجاناً وفي بيوتهم في الخليل"⁽¹⁾، إذ سلط التقرير الضوء على مشكلة عدم مقدرة المرضى للوصول إلى المستشفيات العامة في الخليل بسبب كورونا، ثم جاءت "المحافظات الجنوبية والشمالية" في المرتبة الثالثة بنسبة (23.5%) بواقع (8) تكرارات مثل "تمارا حداد تكتب لوطن: آليات التحول من البلديات التقليدية الى الإلكترونية وأثرها على التنمية المحلية"⁽²⁾، وهو تقرير يستهدف مشكلة الخدمات التقليدية في البلديات في كلا المحافظتين.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

اتفق موقع "فلسطين اليوم" وموقع "صفا" في النطاق الجغرافي، حيث جاءت المحافظات الجنوبية في المرتبة الأولى، وجاءت المحافظات الجنوبية والشمالية في المرتبة الثانية والشمالية في المرتبة الثالثة، بينما جاءت المحافظات الشمالية في موقع "وطن للأخبار" بالمرتبة الأولى والجنوبية في المرتبة الثانية، والمحافظات الجنوبية والشمالية في المرتبة الثالثة.

ويشير مدير موقع "فلسطين اليوم" الإخبارية صالح المصري إلى محدودية عدد مراسلي الموقع في المحافظات الشمالية⁽³⁾، والحال نفسه لدى موقع "صفا"، وفق ما أكده ياسر أبو هين مدير الموقع⁽⁴⁾، كما يتمركز محررو ومراسلو موقع وطن للأخبار في المحافظات الشمالية أكثر من المحافظات الجنوبية كما يذكر إبراهيم محمود أحد الصحفيين العاملين في الموقع⁽⁵⁾، وهو ما يستدعي تعزيز المواقع الإعلامية الثلاثة لتواجدهم في المحافظات التي يجدون فيها ضعفاً من ناحية تغطيتهم الصحفية.

رابعاً: أنواع حلول المشكلات المجتمعية لصحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.4) تكرارات ونسب أنواع حلول المشكلات المجتمعية، وذلك على النحو الآتي:

- (1) جرادات، "بقعة أمل .. أطباء يقدمون الخدمات للمرضى مجاناً وفي بيوتهم في الخليل" (موقع وطن للأخبار).
- (2) حداد، "آليات التحول من البلديات التقليدية الى الإلكترونية وأثرها على التنمية المحلية (موقع وطن).
- (3) المصري، مدير موقع فلسطين اليوم الإخباري، قابله: محمد السيقلي (1 يناير 2021).
- (4) أبو هين، مدير موقع وكالة الصحافة الفلسطينية (صفا) قابله: محمد السيقلي (25 نوفمبر 2020).
- (5) إبراهيم، محرر صحفي في موقع وطن للأخبار، قابله: محمد السيقلي (25 نوفمبر 2020).

جدول (3.4): يوضح أنواع حلول المشكلات المجتمعية

الموقع								أنواع حلول المشكلات المجتمعية
الاتجاه العام		وطن للأبناء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
20.5	26	20.6	7	17.9	7	22.2	12	اجتماعية
20.5	26	14.7	5	20.5	8	24.1	13	تقنية
15.7	20	11.8	4	15.4	6	18.5	10	تعليمية وثقافية
12.6	16	20.6	7	12.8	5	7.4	4	اقتصادية
12.6	16	11.8	4	17.9	7	9.3	5	صحية وبيئية
11.0	14	17.6	6	7.7	3	9.3	5	أخرى
4.7	6	2.9	1	7.7	3	3.7	2	سياسية
1.6	2	0.0	0	0.0	0	3.7	2	عسكرية وأمنية
0.8	1	0.0	0	0.0	0	1.9	1	دينية
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

تساوت الحلول "الاجتماعية" و"التقنية" كإحدى أنواع حلول المشكلات المجتمعية في المرتبة الأولى بنسبة (20.5%) بواقع (26) تكراراً، بينما جاءت في المرتبة الثالثة الحلول "التعليمية والثقافية" بنسبة (15.7%) بواقع (20) تكراراً، وتساوت في المرتبة الرابعة الحلول "الاقتصادية" و"الصحية والبيئية" بنسبة (12.6%) بواقع (16) تكراراً، وجاء في المرتبة الخامسة الحلول "الأخرى" بنسبة (11%) بواقع (14) تكراراً، وفي المرتبة السادسة الحلول "السياسية" بنسبة (4.7%) بواقع (6) تكرارات، وجاء في المرتبة السابعة الحلول "العسكرية والأمنية" بنسبة (1.6%) بواقع (2) تكرارين فقط، ثم في المرتبة الثامنة الحلول الدينية بنسبة (0.8%) بواقع تكرار واحد.

ويُرجع الباحث تصدر الحلول "التقنية" في المرتبة الأولى إلى العلاقة مع فئة المشكلات الصحية والبيئية كإحدى أنواع المشكلات، إذ إن وجود مشكلات "صحية" متعلقة بفيروس كورونا أوجد حلولاً تقنية في محاولة لمواجهة الفيروس، فمثلاً أدى نقشي فيروس كورونا لاجتراح

حلول تقنية تتعلق بآلات التعقيم، وأدوات الحماية الشخصية، وتطوير تقنيات لفحص الإصابة بالفيروس وهكذا.

ويعزو الباحث تصدر الحلول "الاجتماعية" في المرتبة الأولى إلى العلاقة مع فئة المشكلات "الاقتصادية"، إذ إن تدهور الأوضاع الاقتصادية مثل: ارتفاع معدلات الفقر والبطالة، تطلبت حلولاً "اجتماعية" مثل: التضامن، والتكافل الاجتماعي، ومساعدة الغير، والتأخي، وهكذا.

ويتضح من النتائج أعلاه، يرى الباحث أنّ التناقض بين "الحلول" و"المشكلات" منطقي، إذ تفرض الأخيرة حلولاً بعينها دون الأخرى قد تكون ليس من فصيلتها، بمعنى أن هناك مشكلة "صحية" قد تتطلب في أحيان كثيرة حلاً تقنياً، أو تثقيفياً، وقد يكون هناك مشكلة "اقتصادية" يكون حلها اقتصادياً، أو اجتماعياً وهكذا، وهنا نلاحظ في الجدول رقم (3.1) أن "المشكلات الصحية" جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (37.8%) بواقع (48) تكراراً، بينما جاءت الحلول "الصحية والبيئية" بالمرتبة الخامسة بنسبة (12.6%) بواقع (14) تكراراً بمعنى أنّ كثيراً من المشكلات الصحية كانت تعالج بحلول غير صحية، مثل الحلول "التقنية" التي جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (20.5%) بواقع (26) تكراراً.

وتتفق دراسة Ciftci (2019) إلى ما ذهب إليه الباحث إذ تشير الدراسة إلى أنّ الحلول "التعليمية والتثقيفية" عبر إنتاجات مرئية ساهمت في تعزيز "المشاركة السياسية" لدى الصوماليين في انتخابات عام 2016⁽¹⁾، بمعنى أنّ حلاً تثقيفياً ينفذ مع مشكلة "سياسية"، وليس بالضرورة أن يكون الحل مطابقاً لفئة المشكلة.

ويرجع الباحث مجيء الحلول "التعليمية والثقافية" في المرتبة الثالثة بنسبة (15.7%) بواقع (20) تكراراً إلى تأثير العملية التعليمية بتقني فيروس كورونا، إذ تعطلت الدراسة في الجامعات، والمدارس، ورياض الأطفال وغيرها، فتطلب الأمر وضع حلول "تعليمية وثقافية"، لعلاج المشكلات آنفة الذكر، والمشاركة في التوعية والتثقيف من الفيروس الذي أثر على جميع مناحي الحياة.

وتساوت الحلول "الصحية والبيئية" مع سابقتها في المرتبة الخامسة، نظراً لتقني فيروس كورونا، وارتفاع معدلات المشكلات "الصحية والبيئية" كما اتضح في جدول المشكلات المجتمعية، وهو ما تطلب تدخلاً من قبل مصادر الحلول؛ لوضع حلول صحية وبيئية مناسبة.

(1) Ciftci, The Application Of Solutions Journalism: Strategic Communications And Public Affairs Group In Somalia. (P1).

ويرى الباحث أن مجيء الحلول "الأخرى" في المرتبة السادسة بنسبة (11%) بواقع (14) تكراراً، ان هناك حلولاً غير السابقة، فمثلاً كانت هناك حلول تتعلق بالفن، والتراث، وذوي الاحتياجات الخاصة وغيرها، وتشير تلك النتيجة إلى تنوع الحلول التي تركز عليها مواقع الدراسة الثلاثة.

وأرجع الباحث مجيء الحلول "السياسية" في المرتبة السابعة بنسبة (4.7%) بواقع (6) تكرارات؛ للتأثيرات الكبيرة التي تركتها المشكلات "الصحية"، والاقتصادية، و"التعليمية والثقافية" في الأراضي الفلسطينية، وهو ما تتطلب حلولاً غير الحلول "السياسية".

ويرى الباحث أن تأخر الحلول "العسكرية والأمنية" إلى المرتبة الثامنة بنسبة (1.6%) بواقع تكرارين فقط يشي بإهمالٍ في التعاطي مع القضايا المهمة، واقتصار التغطية الصحفية في اتجاه معين مثل المشكلات "الصحية" على حساب مشكلات مهمة مثل "الأمنية والعسكرية"، خاصة أن الأراضي الفلسطينية من المناطق النشطة عسكرياً وأمنياً بحكم الصراع مع الاحتلال الإسرائيلي.

وعن تراجع الحلول "الدينية" إلى المرتبة التاسعة وهي الأخيرة بنسبة (0.8%) بواقع تكرار واحد، يذكر مطر الزق عضو الهيئة التحريرية في موقع "فلسطين اليوم" أن عدم جلب حلول دينية يتعلق بفلسفة الموقع القائم على الاهتمامات السياسية، والاقتصادية، مشيراً إلى أن المشكلات التي تزامنت مع "العينة الزمنية" تمحورت في المشكلات الصحية والاقتصادية، ولم يكن ذلك يتطلب حلولاً دينية والتي تتوافق مع المشكلات الدينية مثل ضعف الوازع الديني والأخلاقي وغيرها⁽¹⁾.

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

جاءت "الحلول التقنية" كأحد أنواع حلول المشكلات المجتمعية بالمرتبة الأولى بنسبة (24.1%) بواقع (13) تكراراً، منها "فتاة من غزة تبتكر قبة ذكية لخدمة ذوي الإعاقة ومرضى السرطان"⁽²⁾، وهو حل تقني يخدم الأشخاص ذوي الإعاقة صيفاً وشتاءً، والعديد من الفئات المستهدفة لا سيما مرضى السرطان والمصابين في الحروب، تلتها الحلول "الاجتماعية" في

(1) الزق، قابله، محمد السقلي، مقابلة شخصية (2021 مايو 20).

(2) فلسطين اليوم، "فتاة من غزة تبتكر "قبة ذكية" لخدمة ذوي الإعاقة ومرضى السرطان" (موقع إلكتروني).

المرتبة الثانية بنسبة (22.2%) بواقع (12) تكراراً مثل " قبور الفقراء .. مبادرة إنسانية من إحدى العائلات الغزية"⁽¹⁾، وهو حل اجتماعي يقوم على التضامن الاجتماعي.

جاءت الحلول "التعليمية والثقافية" في المرتبة الثالثة بنسبة (18.5%) بواقع (10) تكرارات مثل "فريق غيث.. شباب يواجه (فيروس كورونا) بالعلم والتوعية"⁽²⁾، وهو فريق يهدف لتقديم النصح والإرشاد عبر مطويات ورقية توعوية للوقاية من فيروس كورونا.

وتساوت في المرتبة الرابعة الحلول "الصحية والبيئية" والحلول "الأخرى" بنسبة (9.3%) بواقع (5) تكرارات والصحية والبيئية مثل "ابتكار جهاز يبعث الأمل لمصابي الحبل الشوكي"⁽³⁾، فيما جاءت أخرى مثل "تقرير متحف القرارة.. تراث أصيل وحضارات مختلفة يوثقها شبانٌ غزيون"⁽⁴⁾، وهو حل إبداعي يهدف لجمع القطع الأثرية والفنية القديمة من العائلات الفلسطينية، ووضعها في المتحف ليكون أول متحف في جنوب قطاع غزة يتم إنشاؤه بجهود شبابية وبإمكانيات بسيطة، لتوثيق التاريخ والهوية الفلسطينية والحضارات.

وجاء في المرتبة الخامسة الحلول الاقتصادية بنسبة (7.4%) بواقع (4) تكرارات "الأقفاص البحرية" .. مشروع تدريبي إنتاجي لاستزراع السمك في غزة"⁽⁵⁾، ويهدف المشروع لإنتاج كميات أكبر من الأسماك، وبالتالي سيساهم في انخفاض أسعار الأسماك في الأسواق لتكون في متناول جميع أفراد المجتمع.

تساوت في المرتبة السادسة الحلول "السياسية" و"العسكرية والأمنية" بنسبة (3.7%) بواقع تكرارين فقط، ومثل الحلول السياسية تقرير "جبل العرمة ... المقاومة بالدم والمبادرات التنموية"⁽⁶⁾، بينما عسكرية وأمنية مثل "صواريخ سرايا القدس: تطور نوعي يضع قادة الاحتلال في مأزق"⁽⁷⁾، وهو حل يوضح أن سرايا القدس تمتلك أسلحة دقيقة من ناحية التفجير والتدمير والمدى، يصل مداها إلى ما بعد مدينة "نتانيا" المحتلة، وهو أحد الحلول الممكنة في سياق الصراع مع الاحتلال.

(1) الزق، "قبور الفقراء .. مبادرة إنسانية من إحدى العائلات الغزية" (موقع فلسطين اليوم إلكتروني).

(2) فلسطين اليوم، فريق غيث.. شباب يواجه (فيروس كورونا) بالعلم والتوعية". (موقع إلكتروني).

(3) المرجع السابق، ابتكار جهاز يبعث الأمل لمصابي الحبل الشوكي. (موقع إلكتروني).

(4) المرجع نفسه، "تقرير متحف القرارة.. تراث أصيل وحضارات مختلفة يوثقها شبانٌ غزيون".

(5) المرجع نفسه، "الأقفاص البحرية" .. مشروع تدريبي إنتاجي لاستزراع السمك في غزة" (موقع إلكتروني).

(6) المرجع نفسه، جبل العرمة ... المقاومة بالدم والمبادرات التنموية (موقع إلكتروني)

(7) المرجع نفسه، "صواريخ سرايا القدس: تطور نوعي يضع قادة الاحتلال في مأزق". (موقع إلكتروني)

وجاء في المرتبة السابعة الحلول "الدينية" بنسبة (1.9%) بواقع تكرار واحد وهو تقرير فريد لموقع "فلسطين اليوم" بعنوان "في غزة: بيت العزاء ليوم واحد وبدون تمر"⁽¹⁾، إذ ركز التقرير على الحل "الديني" لمشكلة الأعباء المالية على أهالي المتوفى، مستحضراً كاتب التقرير النص الديني، لإقناع الناس بالحل.

2.2 موقع صفا:

حظيت الحلول التقنية كإحدى أنواع حلول المشكلات المجتمعية على المرتبة الأولى بنسبة (20.5%) بواقع (8) تكرارات مثل "كيف أصبح الذكاء الاصطناعي أداة رئيسية لمواجهة جائحة كورونا"⁽²⁾، وهو تقرير يسلط الضوء على نجاح العديد من التقنيات والتطبيقات البرمجية مثل مراقبة النشاط والدوائر الاجتماعية للمصابين بفيروس كورونا.

وتساوت الحلول "الاجتماعية" و"الصحية والبيئية" في المرتبة الثانية بنسبة (17.9%) بواقع (7) تكرارات، ف"الاجتماعية" مثل "كن عوناً لأخيك.. مبادرة شبابية لإغاثة فقراء القدس"⁽³⁾، إذ يحث الحل على التضامن والتكافل الاجتماعي، والحلول "الصحية والبيئية" مثل "فريق نسوي بخان يونس لتجهيز الوصفات الرمضانية.. السلامة أولاً"⁽⁴⁾، إذ يراعي ذلك الفريق تدابير السلامة حفاظاً على الصحة العامة.

وجاءت الحلول "التعليمية والثقافية" في المرتبة الثالثة بنسبة (15.4%) بواقع (6) تكرارات مثل تقرير "طلبة جامعيون ينفذون حملة للتعريف بمخاطر كورونا في القطاع"، وجاء في المرتبة الرابعة الحلول "الاقتصادية" بنسبة (12.8%) بواقع (5) تكرارات، مثل "إطلاق مشروع مبادرة تحسين سبل العيش لتعزيز فرص التوظيف جنوب الضفة"⁽⁵⁾، وتساوت في المرتبة الخامسة الحلول "السياسية" والحلول "الأخرى" بنسبة (7.7%) بواقع (3) تكرارات، فمثل الحلول "السياسية" تقرير "الفصائل تشدد على مبادرة السنوار لحل قضية الأسرى"⁽⁶⁾ وهي عبارة عن مبادرة سياسية تهدف لمقايضة الاحتلال الإفراج عن الأسرى مقابل الإفصاح عن معلومات تتعلق بالأسرى الإسرائيليين الذين تحتجزهم المقاومة، أما "أخرى" فمثل فهي مثل "خان يونس..

(1) فلسطين اليوم، في غزة: بيت العزاء ليوم واحد وبدون تمر. (موقع إلكتروني)

(2) صفا، كيف أصبح الذكاء الاصطناعي أداة رئيسية لمواجهة جائحة كورونا (موقع إلكتروني).

(3) المرجع السابق، كن عوناً لأخيك.. مبادرة شبابية لإغاثة فقراء القدس. (موقع إلكتروني).

(4) الشاعر، "فريق نسوي بخان يونس لتجهيز الوصفات الرمضانية.. السلامة أولاً" (موقع صفا الإلكتروني).

(5) صفا، إطلاق مشروع مبادرة تحسين سبل العيش لتعزيز فرص التوظيف جنوب الضفة"، (موقع إلكتروني).

(6) المرجع السابق، الفصائل تشدد على مبادرة السنوار لحل قضية الأسرى. (موقع إلكتروني).

زوجان يعيدان الحياة لقطع أثرية تالفة⁽¹⁾، إذ إنها حلول إبداعية للحفاظ على اللقى والقطع الأثرية، في حين لم تحظ الحلول العسكرية والأمنية والدينية بأي تكرار.

2.3 موقع وطن للأبناء :

تساوت الحلول "الاجتماعية" و"الاقتصادية" كإحدى أنواع حلول المشكلات المجتمعية في المرتبة الأولى بنسبة (20.6%) بواقع (7) تكرارات، فمثل الحلول "الاجتماعية" تقرير "بقعة أمل .. أطباء يقدمون الخدمات للمرضى مجاناً في بيوتهم"⁽²⁾ وهو حل يتعلق بالتكافل والتضامن الاجتماعي، ويهدف لتعزيز المسؤولية المجتمعية بين شرائح المجتمع، أما الحلول الاقتصادية فمثل "في غزة.. عريس يوزع طروداً غذائية للفقراء بتكاليف زواجه"⁽³⁾، إذ إن توزيع تلك المبالغ المالية على شكل طرود يخفف من وطأة الأوضاع الاقتصادية السيئة عند الفئات الهشة اقتصادياً، خاصة إذ ما تم تعميم النموذج السابق.

وجاءت الحلول الأخرى في المرتبة الثانية بنسبة (17.6%) بواقع (6) تكرارات مثل "ومدرّبة من الأردن تدعو متابعيها لعيش مغامرة الولوج إلى الذات من خلال رياضة "التأمل"⁽⁴⁾، ثم جاءت الحلول التقنية في المرتبة الثالثة بنسبة (14.7%) بواقع (5) تكرارات مثل "غزي يبتكر برنامجاً للكشف عن فيروس كورونا.. كبديل للفحوصات المخبرية!"⁽⁵⁾، إذ يمكن من خلال تلك البرمجية التقنية التنبؤ بالإصابة بفيروس كورونا.

وتساوت الحلول "التعليمية والثقافية" والحلول "الصحية والبيئية" في المرتبة الرابعة بنسبة (11.8%) بواقع (4) تكرارات، أما الحلول "التعليمية" فمثل تقرير "المعلمة الخضري تبذل في التعليم الإلكتروني وتلقى تشجيعاً كبيراً من الطلبة والأهالي في غزة"⁽⁶⁾، والصحية والبيئية مثل "جرين ماركت تطبيق فلسطيني يخفف أثر النفايات على البيئة"⁽⁷⁾، فيما جاءت الحلول

-
- (1) الشاعر، "خان يونس.. زوجان يعيدان الحياة لقطع أثرية تالفة" (موقع إلكتروني).
 - (2) جردات، بقعة أمل .. أطباء يقدمون الخدمات للمرضى مجاناً في بيوتهم (موقع إلكتروني).
 - (3) عاشور، في غزة.. عريس يوزع طروداً غذائية للفقراء بتكاليف زواجه (موقع إلكتروني).
 - (4) عطاالله، ومدرّبة من الأردن تدعو متابعيها لعيش مغامرة الولوج إلى الذات من خلال رياضة "التأمل" (موقع إلكتروني).
 - (5) الشنباري، غزي يبتكر برنامجاً للكشف عن فيروس كورونا.. كبديل للفحوصات المخبرية (موقع إلكتروني).
 - (6) عاشور، المعلمة الخضري تبذل في التعليم الإلكتروني وتلقى تشجيعاً كبيراً من الطلبة والأهالي في غزة (وطن للأبناء).
 - (7) كيلة، "جرين ماركت" تطبيق فلسطيني يخفف أثر النفايات على البيئة (موقع وطن للأبناء).

"السياسية" في المرتبة الخامسة بنسبة (2.9%) بواقع تكرار واحد ومثال ذلك هو تقرير "قرار حكومي.. الخضار والعصائر والفواكه والمشروبات الإسرائيلية محرمة على الأسواق الفلسطينية"⁽¹⁾، في حين لم تحظ الحلول "العسكرية والأمنية" و"الدينية" بأي تكرار.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

اتفق موقع "فلسطين اليوم" و"موقع صفا" في الحلول التقنية حيث جاءت في المرتبة الأولى، والأمر هنا ارتبط بارتفاع المشكلات "الصحية والبيئية" المتعلقة بجائحة كورونا، التي تطلبت حلولاً تقنية لمواجهة الفيروس.

كما، واتفق موقع "فلسطين اليوم" و"صفا" في الحلول الاجتماعية؛ إذ جاءت في المرتبة الثانية، فيما اختلف موقع "وطن للأنباء" فجاءت "الحلول الاجتماعية" في المرتبة الأولى، ويرجع الباحث الأمر لتدهور الأوضاع الاقتصادية على واقع تفشي فيروس كورونا في المحافظات الفلسطينية، وهو ما تطلب حلولاً اجتماعية مثل: التضامن، ومساعدة الغير وهكذا.

واتفق موقع "فلسطين اليوم" وموقع "صفا" في الحلول التعليمية والثقافية حيث جاءت في المرتبة الثالثة، فيما اختلف موقع "وطن للأنباء" حيث جاءت الحلول التعليمية والثقافية في المرتبة الرابعة من أصل تسعة.

ويرى الباحث أن تقدم المواقع الثلاثة في الحلول التعليمية والثقافية يتعلق بالتأثيرات التي لحقت المنظومة التعليمية بسبب جائحة كورونا، ومحاولة إيجاد حلول لها، ومساهمة كثير من المواطنين في مبادرات توعوية وتنقيفية لمواجهة فيروس كورونا.

ويعتقد الباحث في ضوء النتائج السابقة أن هناك ارتباطاً كبيراً بين المشكلات وحلولها، مع الإشارة إلى أن المشكلات قد تكون من فئة والحلول من فئة أخرى، فمثلاً المشكلة "الصحية والبيئية" قد يكون حلها تقنياً، والمشكلة "الاقتصادية" قد يكون حلها اجتماعياً.

خامساً: الوظائف التي تؤديها موضوعات صحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.5) تكرارات ونسب الوظائف التي تؤديها موضوعات صحافة الحلول، وذلك على النحو الآتي:

(1) وطن للأنباء، قرار حكومي.. الخضار والعصائر والفواكه والمشروبات الإسرائيلية محرمة على الأسواق الفلسطينية (موقع إلكتروني).

جدول (3.5): يوضح الوظائف التي تؤديها موضوعات صحافة الحلول

الموقع								الوظائف
الاتجاه العام		وطن للأنباء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
53.9	110	52.8	28	43.8	32	64.1	50	تقديم حل المشكلة
15.7	32	17.0	9	16.4	12	14.1	11	تعزيز الثقافة تنمية المعارف
12.7	26	15.1	8	16.4	12	7.7	6	إشاعة جو الإيجابية
10.8	22	5.7	3	16.4	12	9.0	7	تنمية المسؤولية المجتمعية
6.9	12	9.4	5	7.0	5	5.1	4	كشف أوجه الخلل
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	المساءلة
100.0	202	100.0	53	100.0	71	100.0	78	المجموع⁽¹⁾

يتبين من دراسة نتائج الجدول السابق ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

حازت وظيفة "حل المشكلة" على المرتبة الأولى بنسبة (53.9%) بواقع (110) تكرارات، تلاه "تعزيز الثقافة" في المرتبة الثانية بنسبة (15.7%) بواقع (32) تكراراً، ثم "إشاعة الإيجابية" في المرتبة الثالثة بنسبة (12.7%) بواقع (26) تكراراً، وجاء في المرتبة الرابعة "تنمية المسؤولية المجتمعية" بنسبة (10.8%) بواقع (22) تكراراً، وفي المرتبة الخامسة جاء كشف الخلل بنسبة (6.9%)، بواقع (12) تكراراً، في حين لم تحظ "المساءلة" بأي تكرارات.

اتفقت وظيفة "حل المشكلة" في المرتبة الأولى مع دراسة Powers & Curry (2019)⁽²⁾، ويبدو الأمر منطقياً من وجهة نظر الباحث؛ كون "حل المشكلة" إحدى أهم وظائف ومحددات صحافة الحلول التي تشترط أن تقدم موضوعاتها حلولاً واضحة أثبتت نجاعتها، وقابليتها للتطبيق، ومن دون توافر هذه الوظيفة قد لا يصلح أن نطلق عليها مادة صحافة حلول⁽³⁾.

(1) زاد عدد التكرارات عن عدد الموضوعات؛ نظراً لأن بعض الموضوعات لها أكثر من وظيفة.

(2) Power & Curry, No Quick Fix: How Journalists Assess The Impact And Define The Boundaries Of Solutions Journalism. (P 2237)

(3) بطراوي، قابله، محمد السيقلي (21 ديسمبر 2020).

ويرى الباحث في مجيء وظيفة "تعزيز الثقافة" في المرتبة الثانية أمراً يتناسب مع معايير ووظائف صحافة الحلول التي من بين أهدافها ووظائفها تعزيز الثقافة المجتمعية نحو المشكلات، وهو ما تؤكدته دراسة Hammonds & Curry (2014) التي جاء في واحدة من نتائجها أن قراءة الموضوعات المعتمدة على صحافة الحلول يؤدي إلى زيادة معرفة الجمهور بهذه الموضوعات⁽¹⁾.

ويعتقد الباحث أن وظيفة "تعزيز الثقافة" جاءت في المرتبة الثانية لكون "المشكلات الصحية والبيئية" كانت غامضة بعض الشيء؛ مثل أزمة فيروس كورونا الصحية، وهو ما تطلب تعزيز الثقافة العامة، وتنوير الرأي العام تجاه المشكلات والحلول المقترحة، أكثر مما لو كانت المشكلات وحلولها معلومة لدى القارئ.

وجاءت فئة "إشاعة الإيجابية" في المرتبة الثالثة كون مواد صحافة الحلول تركز على محددات علم النفس الإيجابي، إذ يطلق عليها "الصحافة الإيجابية"؛ لكونها تركز على الحل ولا تكتفي باستعراض المشاكل بشكلها المجرد⁽²⁾؛ فكانت المواد التي احتوت على تلك الوظيفة تخبر الناس بأن هناك حلاً واقعياً لمشكلات مجتمعية يعانون منها، وأن تلك الحلول أثبتت نجاعتها، وهو ما يساهم في نشر الإيجابية داخل المجتمعات، ويتلاقى ذلك مع نتائج كثير من الدراسات السابقة، منها دراسة Manzanares & Others (2018)⁽³⁾، دراسة McIntyre & Sobel (2017)⁽⁴⁾، ودراسة McIntyre (2015)⁽⁵⁾، ويرى الباحث أن هناك مشكلات تطلبت وضع حلول مع استخدام "إشاعة الإيجابية" في ظل الإحباط العام تجاه بعض المشكلات.

ويرى الباحث أن مجيء فئة "تنمية المسؤولية الاجتماعية" في المرتبة الرابعة يعزز فكرة أن صحافة الحلول تؤدي دوراً مهماً في تعزيز "المسؤولية المجتمعية" سواء عند القائم بالاتصال،

-
- (1) Curry, & Hammonds, The Power Of Solutions Journalism . (P 2)
 - (2) Green, The Express Guide To Constructive Journalism. (Website).
 - (3) Manzanares, And Others, Solutions In The Shadows: The Effects Of Photo And Text Congruency In Solutions Journalism News Stories, (P11 - 12).
 - (4) McIntyre & Sobel, Reconstructing Rwanda: How Rwandan Reporters Use Constructive Journalism To Promote Peace. (P17).
 - (5) Macintyre, Structural Journalism: Effects Of Positive Emotions And Solution Information In News Stories. Phd Thesis Dissertation.(P79)

أو عند أفراد المجتمع من خلال إشراكهم في الحلول، وفق ما جاء في دراسة McIntyre & Sobel (2017)⁽¹⁾.

وأرجع الباحث غياب وظيفة "المساءلة"، إلى التحقيقات الصحفية عن أشكال المواد الصحفية المستخدمة في موضوعات صحافة الحلول وهو ما سيتضح لاحقاً، وتعد التحقيقات من أبرز الأشكال التي تُفعل وظيفة "المساءلة"، كذلك فإن حضور أو غياب وظيفة المساءلة مرتبط ارتباطاً وثيقاً في مؤشر الحرية في أي بلد من البلدان.

ولم تحظ وظيفة "المساءلة" على أي تكرارات رغم أهميتها؛ كونها تضع المسؤولين عند حدود مسؤولياتهم، وهو ما تؤكدته دراسة Ciftci (2019) التي كشفت أن صحافة الحلول تؤدي دوراً مهماً في تحقيق الديمقراطية والشفافية و"المساءلة" والمشاركة السياسية لدى الصوماليين⁽²⁾.

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

حظي حل المشكلة على المرتبة الأولى بنسبة (64.1%) بواقع (50) تكراراً مثل تقرير "الجائحة أم الاختراع" .. مهندسون فلسطينيون يتمكنون من ابتكار نظام عزل صحي متنقل⁽³⁾، تلاه تعزيز الثقافة في المرتبة الثانية بنسبة (14.1%) بواقع (11) تكراراً ومن أمثلتها " فريق غيث .. شباب يواجه فيروس كورونا" بالعلم والتوعية⁽⁴⁾، ثم تنمية المسؤولية المجتمعية في المرتبة الثالثة بنسبة (9%) بواقع (7) تكرارات ومن أمثلتها "لواجهة كورونا .. شركة في غزة تطلق مبادرة لدعم التعليم عن بعد"⁽⁵⁾.

وجاء في المرتبة الرابعة "اشاعة الإيجابية" بنسبة (7.7%) بواقع (6) تكرارات مثل تقرير "باص الدفا .. وجبات طعام تجلب السعادة لقلوب الفقراء"⁽⁶⁾، وفي المرتبة الخامسة جاء "كشف الخلل" بنسبة (5.1%)، بواقع (4) تكرارات منها تقرير "مبادرات شخصية لموظفي غزة

(1) McIntyre, & Sobel, M. Motivating News Audiences: Shock Them Or Provide Them With Solutions. (P39).

(2) Ciftci, The Application Of Solutions Journalism: Strategic Communications And Public Affairs Group In Somalia. (P8).

(3) فلسطين اليوم، "مهندسون فلسطينيون يتمكنون من ابتكار نظام عزل صحي متنقل" (موقع إلكتروني).

(4) المرجع السابق، "فريق غيث .. شباب يواجه فيروس كورونا" بالعلم والتوعية"، (موقع إلكتروني).

(5) المرجع نفسه، " لواجهة كورونا .. شركة في غزة تطلق مبادرة لدعم التعليم عن بعد. (موقع إلكتروني)

(6) المرجع نفسه،، باص الدفا .. وجبات طعام تجلب السعادة لقلوب الفقراء. (موقع إلكتروني).

تُعري أزماتهم.. فمن المسؤول..؟⁽¹⁾، في حين لم تحظ "المساءلة" على أي تكرار، مع الإشارة إلى أن هناك مواداً حصلت على أكثر من وظيفة مثل "ضفيرة شعر.. تحارب السرطان في فلسطين!"⁽²⁾؛ إذ ضمت تلك المادة وظيفة "حل المشكلة"، ووظيفة "إشاعة الإيجابية" في المجتمع.

2.2 موقع صفا:

حظي حل المشكلة على المرتبة الأولى بنسبة (43.8%) بواقع (32) تكراراً مثل "في جنين.. شركة تنتج غرفة تعقيم آلية لمجابهة كورونا"⁽³⁾، وتساوت فئة تعزيز الثقافة وفئة "إشاعة الإيجابية" وفئة تنمية "المسؤولية الاجتماعية" في المرتبة الثانية بنسبة (16.4%) بواقع (12) تكراراً، ومثل وظيفة "تعزيز الثقافة" تقرير "طلبة جامعيون ينفذون حملة للتعريف بمخاطر كورونا في القطاع"⁽⁴⁾، ووظيفة "إشاعة الإيجابية" مثل تقرير "كن عوناً لأخيك".. مبادرة شبابية لإغاثة فقراء القدس"⁽⁵⁾، أما وظيفة "تنمية المسؤولية المجتمعية" مثل "العونة تتجلى بمبادرات طوعية لمواجهة كورونا"⁽⁶⁾، وجاء في المرتبة الثالثة كشف الخل بنسبة (7%) بواقع (4) تكرارات مثل تقرير "التعليم في زمن كورونا.. محاولات لردم الفجوة بين النظامي والإلكتروني"⁽⁷⁾، في حين لم تحظ المساءلة على أي تكرارات، مع الإشارة إلى أن هناك مواداً حصلت على أكثر من وظيفة مثل تقرير "العونة تتجلى بمبادرات طوعية لمواجهة كورونا" الذي أدى وظيفة "حل المشكلة"، و"تنمية المسؤولية الاجتماعية"، و"إشاعة الإيجابية".

2.3 موقع وطن للأنباء:

حصلت "حل المشكلة" على المرتبة الأولى بنسبة (52.8%) بواقع (28) تكراراً مثل "غزي يبتكر برنامجاً للكشف عن فيروس كورونا.. كبديل للفحوصات المخبرية!"⁽⁸⁾، تلاه "تعزيز الثقافة" في المرتبة الثانية بنسبة (17%) بواقع (9) تكرارات ومن أمثلتها تقرير "المعلمة

(1) فلسطين اليوم، مبادرات شخصية لموظفي غزة تُعري أزماتهم.. فمن المسؤول..؟. (موقع إلكتروني).

(2) السيقلي، "ضفيرة شعر.. تحارب السرطان في فلسطين!" (موقع إلكتروني).

(3) صفا، "في جنين.. شركة تنتج غرفة تعقيم آلية لمجابهة كورونا" (موقع إلكتروني).

(4) الشاعر، طلبة جامعيون ينفذون حملة للتعريف بمخاطر "كورونا" في القطاع، (موقع إلكتروني).

(5) صفا، "كن عوناً لأخيك".. مبادرة شبابية لإغاثة فقراء القدس" (موقع إلكتروني).

(6) المرجع السابق، "العونة تتجلى بمبادرات طوعية لمواجهة كورونا". (موقع إلكتروني).

(7) المرجع نفسه، "التعليم في زمن كورونا.. محاولات لردم الفجوة بين النظامي والإلكتروني". (موقع إلكتروني).

(8) الشنباري، غزي يبتكر برنامجاً للكشف عن فيروس كورونا.. كبديل للفحوصات المخبرية! (موقع إلكتروني).

الخضري تبذع في التعليم الإلكتروني وتلقى تشجيعاً كبيراً من الطلبة والأهالي في غزة⁽¹⁾، ثم "إشاعة الإيجابية" في المرتبة الثالثة بنسبة (15.1%) بواقع (8) تكرارات مثل تقرير "إيمان.. كفاءة تكسر العقبات وتبذع في عملها"⁽²⁾.

وجاء في المرتبة الرابعة كشف الخل بنسبة (9.4%) بواقع (5) تكرارات مثل "مبادرة نحن نريد فلسطين هكذا.. نشطاء يوزعون خريطة فلسطين كاملة في نابلس"⁽³⁾، وفي المرتبة الخامسة جاء "تنمية المسؤولية المجتمعية" بنسبة (5.7%)، بواقع (3) تكرارات مثل "مبادرة لتجنيد متطوعين من طلبة التخصصات الطبية لدعم جهود مواجهة كورونا"⁽⁴⁾، في حين لم تحظ المساءلة على أي تكرار، مع الإشارة إلى أن هناك مواداً حصلت على أكثر من وظيفة مثل "بقعة أمل .. أطباء يقدمون الخدمات للمرضى مجاناً وفي بيوتهم في الخليل"⁽⁵⁾، إذ ضمت تلك المادة وظيفة "تعزيز المسؤولية المجتمعية"، ووظيفة "إشاعة الإيجابية" في المجتمع.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

اتفقت مواقع الدراسة الثلاثة في "حل المشكلة" حيث جاءت في المرتبة الأولى، بينما جاء "تعزيز الثقافة" في المرتبة الثانية، و"إشاعة الإيجابية" في المرتبة الثالثة، واتفق موقع "فلسطين اليوم" و"صفا" في "كشف الخل" حيث جاء في المرتبة الخامسة، فيما اختلف موقع "وطن للأبناء" حيث جاء كشف الخل في المرتبة الرابعة.

وحصلت حل المشكلة في موضوعات صحافة الحلول في موقع "فلسطين اليوم" على المرتبة الأولى بنسبة (64.1%) بواقع (50) تكراراً، بينما كانت النسبة في موقع وطن (52.8%) بواقع (28) تكراراً، وفي موقع صفا بنسبة (43.8%)، بواقع (23) تكراراً.

ويعتقد الباحث أن اتفاق مواقع الدراسة الثلاثة على وظيفة "حل المشكلة" التي جاءت في المرتبة الأولى، يحاكي منطق وفلسفة صحافة الحلول التي تهدف في الدرجة الأولى لحل

(1) عاشور، "المعلمة الخضري تبذع في التعليم الإلكتروني وتلقى تشجيعاً كبيراً من الطلبة والأهالي في غزة" (موقع إلكتروني).

(2) شاهين، "إيمان.. كفاءة تكسر العقبات وتبذع في عملها". (موقع إلكتروني).

(3) وطن للأبناء، "مبادرة نحن نريد فلسطين هكذا.. نشطاء يوزعون خريطة فلسطين كاملة في نابلس" (موقع إلكتروني).

(4) المرجع السابق، مبادرة لتجنيد متطوعين من طلبة التخصصات الطبية لدعم جهود مواجهة كورونا (موقع إلكتروني).

(5) جرادات، "بقعة أمل .. أطباء يقدمون الخدمات للمرضى مجاناً وفي بيوتهم في الخليل" (موقع إلكتروني).

المشكلات، وهو يطابق تماماً ما ذهبت إليه دراسة Powers & Curry (2019) التي تشير في واحدة من نتائجها إلى أن صحافة الحلول تهدف في المضمار الأول لحل المشكلات المجتمعية⁽¹⁾.

وتعتبر وظيفة "حل المشكلة" إحدى أهم الوظائف التي تؤديها صحافة الحلول؛ كونها تهدف للمساهمة الفاعلة في حل "المشكلات المجتمعية"، من خلال تقديم حلول واضحة ثبتت نجاعتها، وقابليتها للتطبيق، ومن دون توافر هذه الوظيفة قد لا يصلح أن نطلق عليها مادة صحافة حلول⁽²⁾.

وحلت وظيفة "تعزيز الثقافة" بالمرتبة الثانية بنسبة (15.7%) بواقع (32) تكراراً، وجاءت في فلسطين اليوم بنسبة (14.1%) بواقع (50) تكراراً، وفي صفا كانت النسبة (16.4%) بواقع (12) تكراراً، وفي وطن للأبناء بنسبة (17%) بواقع (9) تكرارات.

ويؤكد الباحث أن مجيء فئة "تعزيز الثقافة" في المرتبة الثانية يتماشى مع معايير ووظائف صحافة الحلول التي من بين أهدافها ووظائفها تعزيز الثقافة المجتمعية نحو المشكلات، وهو ما تؤكدته دراسة Hammonds & Curry (2014) التي تشير في واحدة من نتائجها أن قراءة الموضوعات المعتمدة على صحافة الحلول يؤدي إلى زيادة معرفة الجمهور بهذه الموضوعات وشعورهم بالفاعلية⁽³⁾.

وجاءت فئة "إشاعة الإيجابية" في المرتبة الثالثة في المواقع الثلاثة، إذ حصلت في "فلسطين اليوم" على نسبة (7.7%) بواقع (6) تكرارات، بينما في "صفا" كانت أعلى إذ وصلت لنسبة (16.4%) بواقع (12) تكراراً، وفي موقع "وطن للأبناء" كانت النسبة أعلى من الموقعين السابقين إذ جاءت بنسبة (15.1%) بواقع (8) تكرارات.

ومجيء فئة "إشاعة الإيجابية" بالمرتبة الثالثة يرجع لكون مواد صحافة الحلول تركز على محددات علم النفس الإيجابي، ويطلق عليها الصحافة الإيجابية لكونها تركز على الحل ولا تكتفي باستعراض المشاكل بشكلها المجرد⁽⁴⁾.

(1) Power & Curry, No Quick Fix: How Journalists Assess The Impact And Define The Boundaries Of Solutions Journalism. (P13)

(2) بطراوي، قابله، محمد السيقلي (21 ديسمبر 2020).

(3) Curry, & Hammonds, The Power Of Solutions Journalism. (P14).

(4) Green, The Express Guide To Constructive Journalism. (Website).

ويرى الباحث في حصول موقع "فلسطين اليوم" و"صفا" على المرتبة الخامسة في وظيفة "كشف الخلل" وموقع وطن للأبناء في المرتبة الرابعة خلافاً واضحاً؛ لعدم التزامها الكبير بالمعايير الدقيقة لصحافة الحلول؛ لأن "كشف الخلل" وأوجه الترهل الناتج عن فسادٍ حقيقي أو ضعف الرؤى لحل المشكلات أحد الوظائف المهمة في صحافة الحلول والتي تشترك فيها مع الصحافة الاستقصائية⁽¹⁾.

وكشفت النتائج أن وظيفة "المساءلة" لم تحصل على أي تكرارٍ في المواقع الثلاثة وهو ما يراه الباحث تغييراً لأهم وظائف صحافة الحلول، كون وظيفة "المساءلة" تضع المسؤولين عند حدود مسؤولياتهم، لاسيما أن غالبية المسؤولين يتحججون بأن حلَّ مشكلةٍ ما صعب للغاية، وأنَّ حلها أكبر من إمكانياتهم، وهو ما جاءت صحافة الحلول لتنفيه من خلال استعراض حلٍ واقعي أثبت نجاعته⁽²⁾.

سادساً: مصادر الحل في موضوعات صحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.6) تكرارات ونسب مصادر الحل في موضوعات صحافة الحلول، وذلك على النحو الآتي:

جدول (3.6): يوضح مصادر الحل في موضوعات صحافة الحلول

الموقع								مصادر الحل
الاتجاه العام		وطن للأبناء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
46.5	59	50.0	17	35.9	14	51.9	28	مواطنون (عاديون)
18.1	23	17.6	6	20.5	8	16.7	9	مؤسسات أهلية
17.3	22	17.6	6	10.3	4	22.2	12	خبراء ومختصون
15.7	20	14.7	5	28.2	11	7.4	4	مصادر رسمية
2.4	3	0.0	0	5.1	2	1.9	1	أكاديميون
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	أخرى
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

(1) بطراوي، قابله، محمد السقلي (21 ديسمبر 2020).

(2) المرجع السابق.

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

حازت فئة "المواطنون" كأحدى مصادر الحل على المرتبة الأولى بنسبة (46.5%) بواقع (59) تكراراً، وهو الترتيب ذاته في دراسة أنور (2019) إذا حصلت فئة "المواطنون" على ما نسبته (95.3%) بواقع 61 تكراراً، ما يعني تقدم "المواطنون" على غيرهم من المصادر في طرح الحلول.

ويعتقد الباحث أن ثمة عوامل موضوعية لتقدم "المواطنون" في الحل عن غيرهم من المصادر، أولها: ضعف الحواضن والمؤسسات الأهلية التي تتبنى أفكارهم والحلول المطروحة؛ فيضطر "المواطنون" لإنجاز الحل بصفته الشخصية، ثانيها: وجود تقصير من قبل المصادر الرسمية في وضع الحلول الناجعة، وثالثاً: رغبة "المواطنون" بأن ينسب الحل الذي يقدمه لمشكلة ما إلى نفسه؛ بعيداً عن أي جهة قد تنسبه لذاتها، رابعاً: استشعار المواطن بالمسؤولية تجاه مجتمعه؛ كونه المتضرر الأول من المشاكل الحاصلة.

وجاءت المؤسسات الأهلية في المرتبة الثانية بنسبة (18.1%) بواقع (23) تكراراً، ويعتقد الباحث أن مجيئها في تلك المرتبة، يدل على فعالية المنظمات الأهلية الفلسطينية، ودورها الفعال في وضع حلول للمشكلات المجتمعية المختلفة، مع الإشارة إلى أن هناك مؤسسات تختص في رصد المشكلات، وتقديم حلول لها، غير أنها في غالبية الأمر تتمحور في القضايا الإنسانية والاقتصادية، وتبتعد تمام البعد عن المشكلات السياسية والأمنية والعسكرية، كون غالبية تلك المؤسسات تتلقى تمويلاً مشروطاً؛ يتعلق برصد قضايا محددة.

وحظي "الخبراء والمختصون" في المرتبة الثالثة بنسبة (17.3%) بواقع (22) تكراراً، وتختلف مع دراسة أنور (2019) ⁽¹⁾ بفارق كبير؛ إذ جاء "الخبراء والمختصون" بنسبة (1.6%)، ما يدل انخراط الخبراء والمختصين أكثر في حل المشكلات الاجتماعية من نظرائهم في جمهورية مصر العربية.

(1) أنور، محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور (ص 30).

ويعزو الباحث البون الواسع في نسبة "الخبراء" بين الدراسة الحالية ودراسة أنور (2019)⁽¹⁾، إلى ارتفاع معدلات المشكلات الصحية في فلسطين، وهي مشكلات تتطلب في أغلب الأحيان تدخل خبراء ومختصين في تلك المجالات.

تراجعت "المصادر الرسمية" إلى المرتبة الرابعة بنسبة (15.7%) بواقع (20) تكراراً، و"الأكاديميون" في المرتبة الخامسة بنسبة (2.4%) بواقع (3) تكرارات، في حين لم تحظ مصادر الحل الأخرى على أي تكرار.

ويفهم من النتيجة السابقة أن "المصادر الرسمية" لا تسهم في تقديم الحلول للمشكلات المجتمعية، رغم تحملها للجزء الأكبر من المسؤولية، وامتلاكها الكثير من مقومات الحل، والموارد، والعوامل، والتجارب المعنية في هذا المجال.

وتراجع دور "الأكاديميين" إلى المرتبة قبل الأخيرة بنسبة (2.4%) بواقع (3) تكرارات، يتفق مع دراسة أنور (2019)⁽²⁾، وتقترب نسب الدراستين مع بعضهما، ما يشي بتراجع دورهم في تقديم حلول سواء في فلسطين أو مصر، وفق ما جاء في نتائج الدراستين.

وأرجع الباحث تراجع دور "الأكاديميين" لعدم استثمار الجهات الرسمية والأهلية لدورهم، وتبني أفكارهم، وتفعيل حلولهم، وعدم وجود حواضن علمية وعملية توفر لهم الإمكانيات اللازمة لتفعيل تلك الحلول.

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

جاءت فئة "المواطنون" كأحدى مصادر الحل على المرتبة الأولى بنسبة (51.9%) بواقع (28) تكراراً مثل تقرير "شاب غزّي يبدع في توعية المواطنين من خطر كورونا بطريقته الخاصة!"⁽³⁾، إذ يمزج الشاب ما بين مجاله في التمريض وموهبته في الرسم والنحت على الخشب لتوعية الناس من مخاطر فيروس كورونا، ثم في المرتبة الثانية "الخبراء والمختصون"

(1) أنور، محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور (ص30)

(2) المرجع السابق (ص30).

(3) فلسطين اليوم، "شاب غزّي يبدع في توعية المواطنين من خطر كورونا بطريقته الخاصة!" (موقع إلكتروني).

بنسبة (22.2%) بواقع (12) تكراراً ومن أمثله ذلك تقرير "أثبت نجاعته في إيطاليا.. مبرمج غزي يبتكر برنامجاً لتشخيص الإصابة بفيروس كورونا"⁽¹⁾ وهو شاب خبير ومختص في علوم البرمجيات والخوارزميات المحوسبة.

حصلت "المؤسسات الأهلية" على المرتبة الثالثة بنسبة (16.7%) بواقع (9) تكرارات ومن أمثلة ذلك "برنامج أهل الخير يساعد سبعينياً وبناته الخمس ويعيد بناء منزلهم بالكامل"⁽²⁾، وهو برنامج تشرف عليه إذاعة صوت القدس، وفي المرتبة الرابعة جاءت المصادر الرسمية بنسبة (7.4%) بواقع (4) تكرارات مثل "الأقفاص البحرية".. مشروع إنتاجي لاستزراع السمك في غزة"⁽³⁾، وتشرف عليه وزارة الزراعة في قطاع غزة، وجاء الأكاديميون في المرتبة الخامسة بنسبة (1.9%) بواقع تكرار واحد وهي "صناعة كمادة ذكية يمكنها اكتشاف فيروس كورونا"⁽⁴⁾، وأشرف على صناعة تلك الكمادة مجموعة من العلماء في جامعة ليستر البريطانية، في حين لم تحظ مصادر الحل الأخرى على أي تكرار.

2.2 موقع صفا:

حظي "المواطنون" كإحدى مصادر الحل على المرتبة الأولى بنسبة (35.9%) بواقع (14) تكراراً مثل "أسرة فلسطينية تستثمر الحجر المنزلي في صناعة فوانيس رمضان"⁽⁵⁾، ثم في المرتبة الثانية "المصادر الرسمية" بنسبة (28.2%) بواقع (11) تكراراً مثل "إطلاق مشروع تجريبي لتركيب عدادات ذكية للمياه شمال غزة"⁽⁶⁾ والمشروع من تنفيذ بلدية بيت لاهيا التي هي واحدة من الهيئات المحلية التابعة لوزارة الحكم المحلي في غزة.

(1) فلسطين اليوم، أثبت نجاعته في إيطاليا.. مبرمج يبتكر برنامجاً لتشخيص الإصابة بفيروس كورونا. بالكامل (موقع إلكتروني).

(2) المرجع السابق، "برنامج أهل الخير يساعد سبعينياً وبناته الخمس ويعيد بناء منزلهم بالكامل". (موقع إلكتروني).

(3) المرجع نفسه، "الأقفاص البحرية".. مشروع إنتاجي لاستزراع السمك في غزة.

(4) المرجع نفسه، "صناعة كمادة ذكية يمكنها اكتشاف فيروس كورونا".

(5) الشاعر، أسرة فلسطينية تستثمر الحجر المنزلي في صناعة فوانيس رمضان (موقع إلكتروني).

(6) مطر، مشروع تجريبي لتركيب عدادات ذكية للمياه شمال غزة (موقع صفا الإلكتروني).

وجاء في المرتبة الثالثة المؤسسات الأهلية بنسبة (20.5%) بواقع (8) تكرارات "خبز وماء.. إطلاق مبادرة للمناطق المهمشة في خانينوس"⁽¹⁾، والجهة المنفذة لتلك المبادرة التي تمثل حلاً لكثير من الناس هي جمعية إعمار للتنمية والتأهيل، وفي المرتبة الرابعة جاء "الخبراء والمختصون" بنسبة (10.3%) بواقع (4) تكرارات مثل "ممر آمن.. ابتكار بغزة لتعقيم الأفراد والأغذية"⁽²⁾، والذي دشنته مجموعة من المهندسين والفنيين في غزة، وجاء "الأكاديميون" في المرتبة الخامسة بنسبة (5.1%) بواقع تكرارين فقط مثل "طلبة جامعيون ينفذون حملة للتعريف بمخاطر كورونا في القطاع"⁽³⁾، ونفذ الحل التوعوي والتثقيفي العشرات من طلبة كلية العلوم الطبية التطبيقية في جامعة الأزهر في قطاع غزة، في حين لم تحظ مصادر الحل الأخرى على أي تكرار.

2.3 موقع وطن للأبناء:

حظي "المواطنون" كأحدى مصادر الحل على المرتبة الأولى بنسبة (50%) بواقع (17) تكراراً مثل "عائلة العويوي تبادر لتعقيم المركبات في مدينة الخليل للوقاية من فيروس كورونا"⁽⁴⁾، وتساوت "المؤسسات الأهلية" و"الخبراء والمختصون" في المرتبة الثانية بنسبة (17.6%) بواقع (6) تكرارات؛ فمثلاً الحلول التي كانت مصدرها "المؤسسات الأهلية" مثل "هاكثون المرأة.. مسابقة للرياديين وأصحاب العقول المبتكرة"⁽⁵⁾، إذ نفذتها مؤسسة الحاضنة الفلسطينية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (بيكتي)، أما المثال على فئة "الخبراء والمختصون" فهو تقرير "مهندس مزارع يطلق أول مشروع للأكواخ الحديثة في فلسطين"⁽⁶⁾.

وجاءت في المرتبة الثالثة "المصادر الرسمية" بنسبة (14.7%) بواقع (5) تكرارات مثل "إطلاق العناقيد الصناعية الزراعية العمرانية في سلفيت"⁽⁷⁾؛ الذي أطلقته محافظة سلفيت، في حين لم يحظ "الأكاديميون" ومصادر الحل "الأخرى" على أي تكرار.

(1) صفا، خبز وماء.. إطلاق مبادرة للمناطق المهمشة في خانينوس، (موقع إلكتروني).

(2) مطر، "ممر آمن.. ابتكار بغزة لتعقيم الأفراد والأغذية" (موقع إلكتروني).

(3) الشاعر، طلبة جامعيون ينفذون حملة للتعريف بمخاطر كورونا في القطاع (موقع إلكتروني).

(4) جرادات، عائلة العويوي تبادر لتعقيم المركبات في مدينة الخليل للوقاية من فيروس كورونا (موقع إلكتروني).

(5) وطن للأبناء، طلبة جامعيون ينفذون حملة للتعريف بمخاطر كورونا في القطاع (موقع إلكتروني).

(6) جرادات، أول مشروع للأكواخ الحديثة في فلسطين (موقع إلكتروني).

(7) وطن للأبناء، "إطلاق العناقيد الصناعية الزراعية العمرانية في سلفيت" (موقع إلكتروني).

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

اتفقت مواقع الدراسة الثلاثة في الاعتماد على فئة "المواطنون" كأحد مصادر الحل، واتفق موقع "فلسطين اليوم" و"وطن للأخبار" في الاعتماد على فئة "المؤسسات الأهلية" كأحد مصادر الحل" حيث جاءت في المرتبة الثانية، فيما اختلف موقع "صفا" حيث جاءت فئة "المؤسسات الأهلية" في المرتبة الثالثة، وجاءت فئة "المصادر الرسمية" في المرتبة الرابعة، كما اتفقت مواقع الدراسة في مجيء فئة "الأكاديميون" كأحد مصادر الحل، حيث جاءت في المرتبة الخامسة.

يرى الباحث أنّ تصدُر فئة "المواطنون" مصادر الحل يظهر مشاركتهم الفاعلة في وضع حلولٍ للمشكلات المجتمعية التي يعاني منها مجتمعهم، وهي إشارة إلى أن صحافة الحلول تعمل على تعزيز المواطنة الفاعلة والمسؤولية المجتمعية في المجتمعات، من خلال انخراط أفراد المجتمع بالمشاركة في الحل.

واتفق موقع "فلسطين اليوم" و"وطن للأخبار" في المؤسسات الأهلية كأحدى مصادر الحل حيث جاءت في المرتبة الثانية، فيما اختلف "صفا" حيث جاءت "المؤسسات الأهلية" في المرتبة الثالثة، وجاءت المصادر الرسمية في المرتبة الثانية، أما في الاتجاه العام فقد حصلت المصادر الرسمية على الفئة الرابعة، ما يعني أن "المصادر الرسمية" لا تسهم في تقديم الحلول للمشكلات المجتمعية رغم تحملها للجزء الأكبر من المسؤولية تجاه المشكلات المجتمعية وتوافر الإمكانيات المادية والبشرية لإنجاز حلول ناجعة.

واتفقت مواقع الدراسة في فئة "الأكاديميون" كأحد مصادر الحل إذ جاءت في المرتبة الخامسة وهو ترتيب متدنٍ جداً، ما يعني أنّ "الأكاديميين" لا يشاركون غالباً في وضع الحلول المجتمعية للمشكلات، رغم أنه يقع على عاتقهم وضع حلولٍ ناجعة للمشكلات المجتمعية المستعصية.

سابعاً: وضوح الحل في موضوعات صحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.7) تكرارات ونسب وضوح الحل في موضوعات صحافة الحلول في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (3.7): يوضح تكرارات ونسب الحل في موضوعات صحافة الحلول

الموقع								وضوح الحلول
الاتجاه العام		وطن للأبناء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
63.0	80	70.6	24	59.0	23	61.1	33	واضح
23.6	30	20.6	7	25.6	10	24.1	13	واضح إلى حد ما
13.4	17	8.8	3	15.4	6	14.8	8	غامض
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

حظيت الحلول "الواضحة" على المرتبة الأولى بنسبة (63%) بواقع (80) تكراراً، وبذلك تتفق في المرتبة مع دراسة أنور (2019)⁽¹⁾، التي حازت على نسبة 100%، ومع دراسة Walth, & Others (2019)⁽²⁾، بنسبة (97.3%).

و"وضوح الحلول" المقدمة واحد من أهم محددات وشروط صحافة الحلول، إذ تقول كارين ماكينتير Karen McIntyre أستاذة الإعلام والثقافة في جامعة فرجينيا كومولث "إن صحافة الحلول نهج يركز على طرح حلول واضحة ومنطقية أثبتت نجاعتها"⁽³⁾، ما يعني أهمية الالتزام بتلك المحددات والمعايير لدى كتابة موضوعات الحلول.

وحازت "الحلول الواضحة إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة (23.6%) بواقع (30) تكراراً، ثم "الحلول الغامضة" في المرتبة الثالثة بنسبة (13.4%) بواقع (17) تكراراً.

رغم أن الحلول "الغامضة" جاءت في أدنى المستويات؛ إلا أنها تشكل نقطة ضعف كبيرة لدى مواقع الدراسة؛ نظراً لأن نسبتها حوالي (13.4%) بواقع (17) تكراراً من موضوعات

(1) أنور، محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور (ص 26).

(2) Walth, And Others, A New Reporting Approach For Journalistic Impact: Bringing Together Investigative Reporting And Solutions Journalism, (P185).

(3) Journalism Practice. Solution Journalism And Participation. Audio Podcast.

صحافة الحلول، وإذا ما أُضيف نصف فئة "وضوح الحل إلى حد ما" إلى هذه النسبة؛ لأن بعض القراء قد يفهمه أو قد لا يفهمه يزداد الأمر سوءاً.

ويوصي الإعلامي السعودي فهد الشميمري الصحفيين بسبعة أمورٍ يجب مراعاتها لتحقيق كفاية الرسالة الصحفية لتحقيق الإفهام، وهي: الإيجاز، والدقة، والموضوعية، والبساطة، والوضوح، والإيجابية، والتأكيد، مع إشارته إلى أن الالتزام بما سبق من معايير يضمن نسبة نجاح الرسالة الصحفية بشكلٍ أكبر، وفي حال عدم الالتزام بها أو الإخلال فيها فإنه كفاية الرسالة الصحفية تصبح مهددة ومعرضة للفشل أو النقص في مضمونها، ما يؤدي إلى سوء فهم المستقبل لها وعدم تحقيق الهدف المرجو⁽¹⁾.

ويعزو عضو هيئة التحرير في موقع "فلسطين اليوم" مطر الزق ارتفاع نسبة وتكرارات الحلول "الواضحة إلى حد ما" و"الغامضة" إلى عدم دراية وفهم القائم بالاتصال للمعايير الدقيقة والمحددات التي تقوم عليها صحافة الحلول من جهة، والضعف الأسلوبي في إيصال الحل إلى القراء⁽²⁾.

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

حظيت "الحلول الواضحة" على المرتبة الأولى بنسبة (61.1%) بواقع (33) تكراراً مثل "مزارعات صغيرات ينجحن في إنتاج الشعير داخل حاويات دون تربة"⁽³⁾، إذ احتوى التقرير على حلٍ واضحٍ لمشكلة ضعف إنتاج الشعير؛ وهو حل يمكن العائلات من إنتاج أعلاف خضراء دائمة على مدار العام، تلاها الحلول الواضحة إلى حد ما في المرتبة الثانية بنسبة (24.1%) بواقع (13) تكراراً مثل "مبادرات شخصية لموظفي غزة تُعري أزماتهم.. فمن المسؤول؟"⁽⁴⁾، إذ لم يكن الحل واضحاً تماماً كون المادة تطرقت للحديث عن المشكلة ولم تركز على الحل، ثم الحلول الغامضة في المرتبة الثالثة بنسبة (14.8%) بواقع (8) تكرارات مثل "لمواجهة كورونا.. شركة في غزة تطلق مبادرة لدعم التعليم عن بعد"⁽⁵⁾، إذ كان الحل غامضاً؛ فلم يتطرق التقرير

(1) الشميمري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟ (ص 204).

(2) الزق، قابله، محمد السيقلي، مقابلة شخصية (2021 مايو 20).

(3) فلسطين اليوم، مزارعات صغيرات ينجحن في إنتاج الشعير داخل حاويات دون تربة، (موقع إلكتروني).

(4) المرجع السابق، مثل "مبادرات شخصية لموظفي غزة تُعري أزماتهم.. فمن المسؤول؟". (موقع إلكتروني).

(5) المرجع نفسه، مثل "لمواجهة كورونا.. شركة في غزة تطلق مبادرة لدعم التعليم عن بعد". (موقع إلكتروني).

للآليات، والتقنيات، والبرمجيات التي يمكن استخدامها بشكل واضح في التعليم عن بعد، ولم يتطرق إلى كيفية التطبيق على نطاق واسع في ظل ترهل بنية الاتصالات والإنترنت.

2.2 موقع صفا:

جاءت "الحلول الواضحة" على المرتبة الأولى بنسبة (59%) بواقع (23) تكراراً مثل "ممر آمن.. ابتكار بغزة لتعقيم الأفراد والأغذية"⁽¹⁾، فجاء الحل واضحاً تماماً؛ والذي يتمثل في تطوير ممر إلكتروني ينصب على مداخل المشافي والفنادق والمساجد والمطاعم والمتاجر الكبيرة؛ من شأنه أن يعمّم الأفراد، بالإضافة لمشروع رديف يساعد في تعقيم المواد الغذائية، تلاها الحلول الواضحة إلى حد ما في المرتبة الثانية بنسبة (25.6%) بواقع (10) تكرارات مثل: "في خانيونس.. قوالب حلوى للتوعية بوباء كورونا"⁽²⁾، فلم يكن الحل واضحاً بالشكل المطلوب، لاحتوائه على مشاكل في الصياغة وضعف في إيصال فكرة الحل وإقناع القراء بها، ثم الحلول الغامضة في المرتبة الثالثة بنسبة (15.4%) بواقع (6) تكرارات مثل "بركة العنزيّة.. أثر عباسي يقاوم الاحتلال وحده في الرملة"⁽³⁾، إذ كان غامضاً إلى حد بعيد، ولم يكن الأمر واضحاً في كيفية استغلال تلك المناطق ضمن مسعى تثبيت الهوية الإسلامية في إطار الصراع مع الاحتلال الإسرائيلي، لكن ذلك لم ينزع منه صفة أن تلك المناطق قد تكون حلاً في تثبيت الهوية والرواية الفلسطينية.

2.3 موقع وطن للأبناء:

حصلت الحلول الواضحة على المرتبة الأولى بنسبة (70.6%) بواقع (24) تكراراً مثل "جرين ماركت.. تطبيق فلسطيني يخفف أثر النفايات على البيئة"⁽⁴⁾، إذ كان الحل واضحاً تماماً، وتمثل في أنه يمكن من خلال تطبيق "جرين ماركت" تسويق المنتجات المجددة، والمستخدم، والقابلة للتصليح، والمعاد تدويرها، بالإضافة إلى منتجات متعطلة أو جديدة، يتم بيعها مقابل ثمن رخيص عن طريق جهة معينة سواء كانت فرداً أو مجموعة.

(1) مطر، "ممر آمن.. ابتكار بغزة لتعقيم الأفراد والأغذية" (موقع صفا الإلكتروني).

(2) الشاعر، في خانيونس.. قوالب حلوى للتوعية بوباء كورونا (موقع صفا الإلكتروني).

(3) صفا، "بركة العنزيّة.. أثر عباسي يقاوم الاحتلال وحده في الرملة" (موقع صفا الإلكتروني).

(4) وطن للأبناء، "جرين ماركت.. تطبيق فلسطيني يخفف أثر النفايات على البيئة" (موقع إلكتروني).

وجاءت الحلول "الواضحة إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة (20.6%) بواقع (7) تكرارات مثل "متجر موسيقي يلحن نشاز الواقع بصورة عصرية"⁽¹⁾، فكان التقرير غامضاً إلى حدٍ ما؛ نظراً لعدم وضوح الحل ونجاعته، ثم جاءت الحلول الغامضة في المرتبة الثالثة بنسبة (8.8%) بواقع (3) تكرارات مثل "المرصد لحكومة اشتية: حماية مزارعي الخيار يفشل عقوبات وزير جيش الاحتلال بنيت"⁽²⁾، وجاء الحل غامضاً إلى حد ما، لعدم احتوائه على النتائج بشكل واضح، والنتائج هي أكثر ما يقنع القارئ بالحل، وما زاد من غموض الحل؛ هو أسلوب التحرير للكاتب، الذي وضعها في قالب سردي يشبه تماماً السرد المتعلق بأخبار العلاقات العامة، ما جعل الحل يبدو غامضاً.

3 أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

حظيت الحلول "الواضحة" على المرتبة الأولى في موقع "وطن للأبناء" بنسبة (70.6%) بواقع (24) تكراراً، بينما جاءت في موقع "فلسطين اليوم" بنسبة (61.1%) بواقع (33) تكراراً، وفي موقع وطن "صفا" بنسبة (59.0%) بواقع (23) تكراراً، وجاءت الحلول "الواضحة إلى حد ما" في المرتبة الثانية في الاتجاه العام، إذ جاءت في موقع "وطن للأبناء" بنسبة (20.6%) بواقع (7) تكرارات، وفي موقع "فلسطين اليوم" (24.1%) بواقع (13) تكرارات، وفي صفا بنسبة (25.6%) بواقع (6) تكرارات، فيما جاءت "الحلول الغامضة" في المرتبة الثالثة بنسبة (8.8%) بواقع (3) تكرارات في موقع وطن للأبناء، وفي فلسطين اليوم بنسبة (14.8%) بواقع (8) تكرارات، وفي صفا بنسبة (8.8%) بواقع (3) تكرارات.

ويتضح من تصدّر "الحلول الواضحة" في المرتبة الأولى أن المحررين الصحفيين يحرصون على صياغة الحل وجعله سلساً وسهلاً على الفهم، مع الإشارة إلى أنّ "وضوح الحل" واحد من المحددات المهمة للكتابة إلى موضوعات الحلول.

ويرى الباحث أن اتفاق المواقع الثلاثة في "الحلول الغامضة" في المرتبة الثالثة بنسبة (13.4%) بواقع (17) تكراراً يثير القلق تجاه الموضوعات القائمة على الحل؛ لغموضها وعدم وضوحها، ما يسبب صعوبة في الفهم لدى القارئ، وقد تمس بمعايير صحافة الحل، إذ تقول كارين ماكينتير Karen McIntyre أستاذة مساعد في الإعلام والثقافة بجامعة فرجينيا

(1) الشنباري، متجر موسيقي يلحن نشاز الواقع بصورة عصرية (موقع وطن الإلكتروني).

(2) وطن للأبناء، المرصد لحكومة اشتية: حماية مزارعي الخيار يفشل عقوبات وزير جيش الاحتلال بنيت (موقع إلكتروني).

كومولث في تعريفها لصحافة الحلول "أنها نهج يركزُ على تقديم حلولٍ منطقية وواضحة أثبتت إمكانية تطبيقها"⁽¹⁾.

ثامناً: ملائمة الحل لبيئة المشكلة في موضوعات صحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.8) تكرارات ونسب ملائمة الحل لبيئة المشكلة في موضوعات صحافة الحلول في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (3.8): يوضح ملائمة الحل لبيئة المشكلة في موضوعات صحافة الحلول

الموقع								ملائمة الحل لبيئة المشكلة
الاتجاه العام		وطن للأبناء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
58.3	74	58.8	20	69.2	27	50.0	27	ملائم
39.4	50	41.2	14	28.2	11	46.3	25	ملائم إلى حد ما
2.4	3	0.0	0	2.6	1	3.7	2	غير ملائم
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

تصدر "ملائمة الحل" لبيئة المشكلة على المرتبة الأولى بنسبة (58.3%) بواقع (74) تكراراً، تلاها "ملائمة الحل إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة (39.4%) بواقع (50) تكراراً، ثم عدم ملائمة الحل لبيئة المشكلة في المرتبة الثالثة بنسبة (2.4%) بواقع (3).

وتحت شبكة صحافة الحلول (SJN) الصحفيين على ضرورة الالتزام بمعايير صحافة الحلول، التي من بينها أن تكون الحلول قابلة للتطبيق في بيئة المشكلة، وأن يتميز الحل بالواقعية في تلك البيئة⁽²⁾.

ويتفق مجيء "ملائمة الحل" لبيئة المشكلة في المرتبة الأولى مع دراسة أنور (2019) في المرتبة مع اعتبار الفارق في النسبة التي وصلت إلى (96.8%)، وتشير النتيجة إلى التزام الصحفيين المصريين في مواقع الدراسة أكثر من الصحفيين الفلسطينيين بهذه السمة.

(1) Journalism Practice. Solution Journalism And Participation. Audio Podcast.

(2) Solutions Journalism Network (SJN) . What We Do. (website).

ويعتقد الباحث -وفق النتائج أعلاه- أن تصدر "ملائمة الحل" لبيئة المشكلة يعطي انطباعاً ومؤشراً مهنيّاً على مراعاة الكاتب الصحفي في المواقع الثلاثة لجلب حلول منطقية وواقعية غير تعجيزية في سياق حل المشكلة.

ويرى الباحث أن حصول فئة "ملائمة الحل إلى حد ما" على ما نسبته (39.4%) بواقع (50) تكراراً يثير القلق إزاء الحلول المقدمة للقراء، إذ إنها تشكل نسبة مرتفعة في مواقع الدراسة، وإذا ما أضفنا لها فئة "عدم ملائمة الحل" فيزداد الأمر سوءاً، وهو ما يتطلب أن يلتزم الصحفيون بالمعايير الدقيقة لصحافة الحلول والتي من أبرزها أن يكون الحل ملائماً لبيئة المشكلة.

ويتفق مجيء "عدم ملائمة الحل" لبيئة المشكلة في المرتبة الثالثة بنسبة (2.4%) بواقع (3) مع دراسة أنور بنسبة (3.2%)، مع إشارة الباحث أن ذلك لا يخرجها من كونها "صحافة حلول"، كون غالبية عناصر هذا النوع من الصحافة اكتملت في تلك الموضوعات، وتبقى أن يتوخى الكاتب باقي المعايير مثل أن يكون الطرح متوازناً، وقابلاً للتطبيق.

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

حظيت ملائمة الحل لبيئة المشكلة بشكل ملائم على المرتبة الأولى بنسبة (50%) بواقع (27) تكراراً من أمثلتها "مزارع من غزة ينجح في استخلاص سماد طبيعي 100%"⁽¹⁾ وهو حل يمكن تعميمه على جميع المناطق في قطاع غزة، لاسيما أن الحل أعطى نتائج إيجابية كبيرة في نفس المنطقة، تلاها "ملائمة الحل لبيئة المشكلة إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة (46.3%) بواقع (25) تكراراً مثل "نبته الصبار.. سرُّ عائلة غزّية للتغلب على البطالة"⁽²⁾، وهو ملائم للبيئة في بعض الجزئيات مثل مناسبة المناخ لهذا النوع من الأشتال، غير أن الحل المتمثل في زراعة الصبار، لا يمكن أن يكون ملائماً لإنهاء البطالة في القطاع، ولا يكون ملائماً لكثير من العائلات التي تفتقد للمساحة المطلوبة للزراعة.

(1) فلسطين اليوم، مزارع من غزة ينجح في استخلاص سماد طبيعي (موقع إلكتروني).

(2) المرجع السابق، "نبته الصبار.. سرُّ عائلة غزّية للتغلب على البطالة" (موقع إلكتروني).

وجاءت عدم "ملائمة الحل" لبيئة المشكلة في المرتبة الثالثة بنسبة (3.7%) بواقع تكرارين فقط "عملية محفوفة بالمخاطر.. زراعة رثتين لمريض مصاب بـ"كورونا" في الصين"⁽¹⁾؛ وهو حل غير ملائم لصعوبة الأوضاع الصحية في غزة، وزراعة رثتين تتطلب خبرات، ومعدات، وميزانيات ضخمة، لكن ذلك الحل يندرج ضمن الحلول؛ حال كان هناك خطط استراتيجية وفرق عمل قادرة على تطوير وتأهيل المنظومة الصحية؛ لمثل تلك العمليات الحساسة.

2.2 موقع صفا:

حظيت ملائمة الحل لبيئة المشكلة بشكل ملائم على المرتبة الأولى بنسبة (69.2%) بواقع (27) تكراراً مثل "مهندسان بغزة يبتكران جهازاً للتنفس الاصطناعي"⁽²⁾؛ لاسيما أن ذلك الابتكار كما هو موضح في التقرير حاز على إشادة من قبل الخبراء، مع إشارتهم إلى إمكانية تطبيقه في بيئة غزة، تلاها "ملائمة الحل لبيئة المشكلة إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة (28.2%) بواقع (11) تكراراً "إطلاق مشروع تجريبي لتركيب "عدادات ذكية" للمياه شمال غزة"⁽³⁾، وغير ملائم إلى حد ما بسبب التحديات التي يعاني منها قطاع غزة، وعدم قدرة الجهات المختصة على تركيب عدادات لجميع المنازل في القطاع؛ ثم جاء "عدم ملائمة الحل لبيئة المشكلة" في المرتبة الثالثة بنسبة (2.6%) بواقع تكرار واحد وهو "جامعة يابانية تستبدل الطلاب ببروبات في حفل التخرج بسبب كورونا"⁽⁴⁾؛ والحل يبدو صعباً؛ نظراً لعدم وجود بنية تكنولوجية متطورة في قطاع غزة؛ وهو ما يحول دون إدخال الروبوتات إلى مجالات عديدة.

2.3 موقع وطن للأنباء:

حظيت ملائمة الحل لبيئة المشكلة بشكل ملائم على المرتبة الأولى بنسبة (58.8%) بواقع (20) تكراراً مثل بقعة "أمل.. أطباء يقدمون الخدمات للمرضى مجاناً وفي بيوتهم في الخليل"⁽⁵⁾، تلاها ملائمة الحل لبيئة المشكلة إلى حد ما في المرتبة الثانية بنسبة (41.2%) بواقع (14) تكراراً من أمثلة ذلك "الأسير وليد دقة يرزق بطفلته الأولى ميلاد رغم قيود

(1) فلسطين اليوم، "عملية محفوفة بالمخاطر.. زراعة رثتين لمريض مصاب بـ"كورونا" في الصين. (موقع إلكتروني).

(2) الشاعر، مهندسان بغزة يبتكران جهازاً للتنفس الاصطناعي (موقع إلكتروني).

(3) مطر، إطلاق مشروع تجريبي لتركيب "عدادات ذكية" للمياه شمال غزة (موقع إلكتروني).

(4) صفا، "جامعة يابانية تستبدل الطلاب ببروبات في حفل التخرج بسبب كورونا" (موقع إلكتروني).

(5) جرادات، أمل.. أطباء يقدمون الخدمات للمرضى مجاناً وفي بيوتهم في الخليل (موقع إلكتروني)

الاحتلال⁽¹⁾، إذ إن تهريب نطف من داخل السجون عملية معقدة وصعبة للغاية؛ وغالباً تفشل بسبب الإجراءات الفنية الصعبة لنقل تلك النطف المهربة⁽²⁾؛ فيما لم يحظَ عدم ملائمة الحل لبيئة المشكلة بأي تكرار.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

اتفقت مواقع الدراسة الثلاثة في "ملائمة الحل" لبيئة المشكلة بشكل ملائم، حيث جاءت في المرتبة الأولى، كما اتفقت في "ملائمة الحل لبيئة المشكلة إلى حد ما" حيث جاءت في المرتبة الثانية، واتفقت في عدم ملائمة الحل لبيئة المشكلة حيث جاءت في المرتبة الثالثة.

ويرى الباحث أن اتفاق مواقع الدراسة في "ملائمة الحل" لبيئة المشكلة في المرتبة الأولى يعطي مؤشراً مهنياً على مراعاة معايير صحافة الحلول؛ غير أنها لا تعطي مؤشراً دقيقاً على فهم القائم بالاتصال في تلك المواقع للمعايير العلمية المحددة لصحافة الحلول، وما يؤكد ذلك هي اتفاقها "في ملائمة الحل لبيئة المشكلة إلى حد ما" حيث جاءت في المرتبة الثانية بنسبة تصل إلى حوالي 40% ما يعني أنّ هناك عدم فهم كامل لدى القائم بالاتصال لمعايير الكتابة الدقيقة لموضوعات صحافة الحلول.

وتشير شبكة صحافة الحلول (SJN) أنّ موضوعات صحافة الحلول يجب أن تتضمن معايير محددة من بينها أن تكون قابلة وملائمة للتطبيق في بيئة المشكلة⁽³⁾.

ويرى الباحث اتفاق المواقع في "عدم ملائمة الحل" لبيئة المشكلة بنسبة ضئيلة جداً لا يخرجها من كونها "صحافة حلول"، كون جميع العناصر اكتملت في تلك المواد، وتبقى أنّ يتوخى الكاتب احترازا مهمة في تلك المواد لدى طرح الحل، حتى يكون الطرح متوازناً، وقابلاً للتطبيق.

تاسعاً: تركيز السرد التحريري في موضوعات صحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.9) تكرارات ونسب تركيز ملائمة الحل لبيئة المشكلة في موضوعات صحافة الحلول في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

(1) وطن للأبناء، الأسير وليد دقة يرزق بطفلته الأولى "ميلاد" رغم قيود الاحتلال (موقع إلكتروني)

(2) فودة، "الرسالة" تكشف خبايا تهريب النطف من سجون الاحتلال (موقع الرسالة نت على الإنترنت).

(3) Solutions Journalism Network (SJN) . What We Do. (website).

جدول (3.9): يوضح تركيز السرد التحريري في موضوعات صحافة الحلول

الموقع								تركيز السرد التحريري
الاتجاه العام		وطن للأبناء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
65.4	83	61.8	21	74.4	29	61.1	33	ركز على حل المشكلة
17.3	22	11.8	4	17.9	7	20.4	11	ركز على المشكلة
17.3	22	26.5	9	7.7	3	18.5	10	ركز على الشخص صاحب الحل
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

حظي "التركيز على حل المشكلة" على المرتبة الأولى بنسبة (65.4%) بواقع (83) تكراراً، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة أنور (2019)⁽¹⁾ التي جاءت بنسبة (95.3%)، ويعزو الباحث تصدر تلك الفئة عن غيرها من الفئات؛ لكون "التركيز على الحل" واحد من المحددات المهمة في صحافة الحلول، إذ تذكر جيمي لويزو Jimmy Luizo "أن صحافة الحلول هي التي تركز على الحل، وليست تلك الموضوعات التي تركز على المشكلة بالطريقة التقليدية دون المساهمة في حلّ تم اختياره"⁽²⁾.

وتساوى في المرتبة الثانية "التركيز على المشكلة" و"التركيز على صاحب الحل" بنسبة (17.3%) بواقع (22) تكراراً، وتتفق فئة "التركيز على صاحب الحل" مع دراسة أنور (2019) بنسبة (4.7%)، مع الإشارة إلى أن النسبة مرتفعة في مواقع الدراسة، علماً أن تركيز السرد التحريري على "المشكلة" أو "صاحب الحل"، وجعله محور المادة الصحفية، فيظهره شخصاً ناجحاً، ويسلط الضوء عليه أكثر من الحل، يعد مخالفة لمحددات صحافة الحلول، التي تولي اهتماماً أكبر بالحل، ما يعني عدم دراية الصحفيين في المواقع الثلاثة بالمحددات الدقيقة لصحافة الحلول، وسيطرة النهج التقليدي الذي يستعرض "المشاكل" أكثر من الحل.

(1) أنور، محدّدات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور (ص 27).

(2) Loizzo. And Others, Examining Instructor And Learner Experiences And Attitude Change In A Journalism For Social Change (P3).

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

حظي التركيز على "حل المشكلة" على المرتبة الأولى بنسبة (61.4%) بواقع (33) تكراراً مثل: "الأقفاص البحرية" .. مشروع تدريبي إنتاجي لاستزراع السمك في غزة⁽¹⁾ إذ ركز التقرير على كيفية حل مشكلة سيطرة الاحتلال على البحر، وصعوبة الأوضاع الاقتصادية في غزة عبر مشروع الاستزراع السمكي، تلاه "التركيز على المشكلة" في المرتبة الثانية بنسبة (20.4%) بواقع (11) تكراراً مثل " مبادرات شخصية لموظفي غزة تُعري أزماتهم.. فمن المسؤول...؟"⁽²⁾، إذ ركز التقرير على مشكلة تأخر صرف الرواتب؛ دون التوسع والتركيز على الحل.

جاءت "فئة التركيز" على الشخص "صاحب الحل" في المرتبة الثالثة بنسبة (18.5%) بواقع (10) تكرارات مثل والتركيز على "صاحب الحل" مثل: "أم عمر" .. تُدير مطعماً بمفردها 18 ساعة عمل متواصلة يومياً⁽³⁾؛ إذ اقتربت القصة من الذاتية، واقتربت من القصص التي تروي سيرة ذاتية؛ أكثر من كونها تهدف إلى حل مشكلات المتعطلات عن العمل.

2.2 موقع صفا:

حظي التركيز على حل المشكلة على المرتبة الأولى بنسبة (74.4%) بواقع (29) تكراراً وذلك مثل: مادة "خان يونس.. زوجان يعيدان الحياة لقطع أثرية تالفة"⁽⁴⁾، إذ ركز التقرير السابق على الحل المتمثل في ترميم القطع الأثرية التالفة، ولم يركز كثيراً على صاحب الحل والمشكلة.

تلاه التركيز على المشكلة في المرتبة الثانية بنسبة (17.9%) بواقع (7) تكرارات مثل "كن عوناً لأخيك.. مبادرة شبابية لإغاثة فقراء القدس"⁽⁵⁾، إذ ركز التقرير على مشاكل الفقر التي يعانيها المقدسيون أكثر من الحديث عن الحملة والمبادرة وأهدافها، ثم جاء التركيز على الشخص صاحب الحل" في المرتبة الثالثة بنسبة (7.7%) بواقع (3) تكرارات مثل "شركة في

(1) فلسطين اليوم، "الأقفاص البحرية" .. مشروع تدريبي إنتاجي لاستزراع السمك في غزة (موقع إلكتروني).

(2) المرجع السابق، " مبادرات شخصية لموظفي غزة تُعري أزماتهم.. فمن المسؤول...؟". (موقع إلكتروني).

(3) المرجع نفسه، أم عمر" .. تُدير مطعماً بمفردها 18 ساعة عمل متواصلة".

(4) الشاعر، خان يونس.. زوجان يعيدان الحياة لقطع أثرية تالفة (موقع صفا الإلكتروني).

(5) صفا، "كن عوناً لأخيك.. مبادرة شبابية لإغاثة فقراء القدس" (موقع إلكتروني).

جنين تنتج غرفة تعقيم آلية لمجابهة "كورونا"⁽¹⁾، إذ ركز التقرير على الشركة التي صنعت التعقيم أكثر من التركيز على آليات الحل.

2.3 موقع وطن للأنباء :

حصلت التركيز على حل المشكلة على المرتبة الأولى بنسبة (61.8%) بواقع (21) تكراراً ومن أمثلة ذلك "جرين ماركت.. تطبيق فلسطيني يخفف أثر النفايات على البيئة"⁽²⁾؛ إذ ركز التقرير على حل المشكلة المتمثل في تطبيق جرين ماركت للتخلص من النفايات بطريقة ذكية، تلاه التركيز على الشخص "صاحب الحل" في المرتبة الثانية بنسبة (26.5%) بواقع (9) تكرارات ومن أمثلة ذلك "إيمان.. كيفية تكسر العقبات وتبدع في عملها"⁽³⁾، وركز الكاتب على حياة إيمان ومثابرتها أكثر من الحل الذي يهدف لدمج ذوي الاحتياجات الخاصة في سوق العمل، ثم التركيز على المشكلة في المرتبة الثالثة بنسبة (11.8%) بواقع (4) تكرارات ومن أمثلة ذلك حديث "أبو أحمد فؤاد: هناك إمكانية لإفشال صفقة القرن من خلال ما يتوفر من إمكانات لدى محور المقاومة"⁽⁴⁾، إذ تطرقت المادة بشكل بسيط إلى الحلول، بينما ركزت بشكل واسع للحديث عن صفقة القرن، وتبعاتها، ومخاطرها على القضية الفلسطينية.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

اتفقت مواقع الدراسة الثلاثة في التركيز على حل المشكلة حيث جاءت في المرتبة الأولى وهو ما يتوافق مع محددات صحافة الحلول التي تشدد على ضرورة التركيز على الحل⁽⁵⁾.

ويذكر اليكس كوري Alex Curry أستاذ الإعلام المشارك في جامعة تكساس في الولايات المتحدة الأمريكية في تعريفه لصحافة الحلول على أنها "تقارير إخبارية تركز على الاستجابات الناشئة للمشاكل المجتمعية، وهي تلك التقارير التي لا تركز فقط على معاناة

(1) صفا، شركة في جنين تنتج غرفة تعقيم آلية لمجابهة "كورونا".

(2) وطن للأنباء، جرين ماركت.. تطبيق فلسطيني يخفف أثر النفايات على البيئة" (موقع إلكتروني).

(3) شاهين، "إيمان.. كيفية تكسر العقبات وتبدع في عملها" (موقع إلكتروني).

(4) وطن للأنباء، أبو أحمد فؤاد: هناك إمكانية لإفشال صفقة القرن من خلال ما يتوفر من إمكانات لدى محور المقاومة (موقع إلكتروني).

(5) Reportersdespoirs .Journalisme De Solutions : De Quoi Parle-T-On? (website).

الناس، لكن أيضاً تركز على الحلول من خلال عرض القصص التي تعزز الحلول في المجتمعات، ويتناقض ذلك النهج مع القصص التقليدية التي تركز فقط على المشاكل⁽¹⁾.

كما اتفق موقع "فلسطين اليوم" و"صفا" على التركيز على المشكلة حيث جاء في المرتبة الثانية، فيما اختلف موقع "وطن للأبناء" حيث جاء التركيز على المشكلة في المرتبة الثالثة.

كما اتفق موقع "فلسطين اليوم" و"صفا" على التركيز على الشخص صاحب الحل حيث جاء في المرتبة الثالثة، فيما اختلف موقع "وطن للأبناء" حيث جاء التركيز على الشخص صاحب الحل في المرتبة الثانية، إذ ركزت على صاحب الحل فأظهرته أنه شخص ناجح، وريادي، ومبدع، وهي إحدى إشكاليات "صحافة الحلول"، لذا لا بُدَّ التفريق بين موضوعات "الحلول" التي أثبتت نجاعتها، وقصص "النجاح الشخصية".

عاشراً: أساليب الإقناع المستخدمة في موضوعات صحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.10) تكرارات ونسب أساليب الإقناع المستخدمة في موضوعات صحافة الحلول في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (3.10): يوضح أساليب الإقناع المستخدمة في موضوعات صحافة الحلول

الموقع								أساليب الإقناع
الاتجاه العام		وطن للأبناء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
73.2	93	70.6	24	76.9	30	72.2	39	منطقية
15.0	19	14.7	5	10.3	4	18.5	10	مختلطة
11.8	15	14.7	5	12.8	5	9.3	5	عاطفية
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

(1) Curry. Solutions Journalism And News. (P1).

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

حازت أساليب "الإقناع المنطقية" على المرتبة الأولى بنسبة (73.2%) بواقع (93) تكراراً، وتلتها الأساليب المختلطة في المرتبة الثانية بنسبة (15%) بواقع (19) تكراراً، ثم الأساليب العاطفية في المرتبة الثالثة بنسبة (11.8%) بواقع (15) تكراراً.

ويعزو الباحث اهتمام مواقع الدراسة في "الأساليب المنطقية" مثل مخاطبة العقل، والاعتماد على الأدلة والبراهين، أو الأرقام والإحصاءات، أو المعلومات الصحيحة، أو عرض وجهات النظر المختلفة، وتأخر "الأساليب العاطفية" التي تخاطب الوجدان؛ نظراً لطبيعة المشكلات المجتمعية التي تفرض أساليب معينة دون الأخرى، فمثلاً الموضوعات العلمية، والصحية، والبيئية، والتقنية، تتطلب استخدام الأساليب المنطقية، بينما يفضل استخدام الأساليب "العاطفية" مع المشكلات الاجتماعية مثل التضامن الاجتماعي وغيرها.

وجاء "الأسلوب المختلط" الذي يتضمن أساليب "عاطفية" و"منطقية" في المرتبة الثانية، ويعزو الباحث ذلك لمحاولة الصحفيين في المواقع الثلاثة استمالة القراء تجاه التمسك بالحلول، مع الإشارة إلى ما سبق ذكره، أن الموضوع نفسه هو ما يحتم استخدام أسلوب بعينه دون الآخر، أو الخلط بين الأسلوبين المنطقي والعاطفي.

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

حظيت أساليب "الإقناع المنطقية" على المرتبة الأولى بنسبة (72.2%) بواقع (39) تكراراً مثل فريق غيث.. شباب يواجه فيروس كورونا بالعلم والتوعية⁽¹⁾، التي أستخدم فيها الأرقام والمعلومات لتحقيق الإقناع والإفهام، تلتها "الأساليب المختلطة" في المرتبة الثانية بنسبة (18.5%) بواقع (10) تكرارات مثل "ضفيرة شعر".. تحارب السرطان في فلسطين!⁽²⁾، إذ زواج فيها الكاتب بين الأساليب العاطفية مثل الحديث عن التأثير مع المصابين بالسرطان، وشرح معاناتهم، والأساليب المنطقية للحديث عن التكلفة الاقتصادية لزراعة الشعر لمن يعانون من تساقط شعرهم نتيجة تعرضهم لعلاجات كيميائية، وجاءت "الأساليب العاطفية" في المرتبة الثالثة

(1) فلسطين اليوم، "إيمان.. كفيفة تكسر العقبات وتبدع في عملها" (موقع إلكتروني).

(2) السيقلي، "ضفيرة شعر".. تحارب السرطان في فلسطين! (موقع إلكتروني).

بنسبة (9.3%) بواقع (5) تكرارات مثل: "باص الدفا" .. وجبات طعام تجلب السعادة لقلوب الفقراء" (1)، إذ استخدمت في تلك المادة أكثر من أسلوب من الأساليب العاطفية، في محاولة للتأثير على القارئ.

2.2 موقع صفا:

حظيت أساليب الإقناع المنطقية على المرتبة الأولى بنسبة (76.9%) بواقع (30) تكراراً مثل في جنين .. شركة تنتج غرفة تعقيم آلية لمجابهة "كورونا" (2)، إذ استخدمت في تلك المادة المعلومات لإقناع القارئ في الحل، وجاءت "الأساليب العاطفية" في المرتبة الثانية بنسبة (12.8%) بواقع (5) تكرارات مثل: مادة كن عوناً لأخيك" .. مبادرة شبابية لإغاثة فقراء القدس (3)، إذ ركز الكاتب على الأسلوب العاطفي في هذا التقرير مثل معاناة المقدسيين من الفقر وهكذا، بينما أغفل الحديث عن أرقام وإحصائيات تتعلق بالفقر والبطالة في صفوف المقدسيين.

جاءت الأساليب المختلطة في المرتبة الثالثة بنسبة (10.3%) بواقع (4) تكرارات مثل "أسرة من رفح تتطوع لطهي الطعام للفقراء طوال شهر رمضان" (4)، واستخدم الكاتب هنا الأسلوب العاطفي مثل التركيز على معاناة الأسر الفقيرة في رفح ومعاناتها الإنسانية، واستخدم أيضاً الأسلوب المنطقي في الإقناع مثل الحديث عن بعض المعلومات والأرقام، التي تتعلق بالمبادرة.

2.3 موقع وطن للأنباء:

حظيت أساليب الإقناع المنطقية على المرتبة الأولى بنسبة (70.6%) بواقع (24) تكراراً مثل "مهندس مزارع يطلق أول مشروع للأكواخ الحديثة في فلسطين" (5)، وكان واضحاً التركيز في التقرير السابق الحديث عن المعلومات، والأرقام، ومحاولة الكاتب إقناع القارئ عبر استخدام الأساليب المنطقية، مع الإشارة إلى أن الموضوع؛ هو من فرض على القارئ استخدام الأساليب المنطقية.

(1) فلسطين اليوم، "باص الدفا" .. وجبات طعام تجلب السعادة لقلوب الفقراء". (موقع إلكتروني).

(2) صفا، في جنين .. شركة تنتج غرفة تعقيم آلية لمجابهة "كورونا" (موقع إلكتروني)

(3) المرجع السابق، مادة كن عوناً لأخيك" .. مبادرة شبابية لإغاثة فقراء القدس.

(4) الشاعر، "أسرة من رفح تتطوع لطهي الطعام للفقراء طوال شهر رمضان (موقع صفا الإلكتروني).

(5) جرادات، مهندس مزارع يطلق أول مشروع للأكواخ الحديثة في فلسطين (موقع وطن للأنباء).

وتساوت الأساليب المختلطة والأساليب العاطفية في المرتبة الثانية بنسبة (14.7%) بواقع (5) تكرارات، ومثل الأساليب المختلطة تقرير "بقعة أمل .. أطباء يقدمون الخدمات للمرضى مجاناً وفي بيوتهم في الخليل"⁽¹⁾، وهنا استخدم الأسلوب العاطفي مثل الحديث عن عدم قدرة الكثيرين من الوصول إلى المشافي، والمعاناة الإنسانية التي يشعرون فيها، واستخدم الأسلوب المنطقي مثل عدم قدرة المصابين الوصول إلى المستشفى لأسباب منطقية عديدة، و"الأساليب العاطفية" التي تساوت في المرتبة مع سابقتها مثل "إيمان .. كيفية تكسر العقبات وتبدع في عملها"⁽²⁾، إذ استخدم الكاتب الأسلوب العاطفي للتأثير في القراء.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

اتفقت مواقع الدراسة الثلاثة في أساليب الإقناع "المنطقية" حيث جاءت في المرتبة الأولى، كما اتفق موقع "فلسطين اليوم" و"وطن للأبناء" على أساليب الإقناع "المختلطة" حيث جاءت في المرتبة الثانية، فيما اختلف موقع "صفا" حيث جاءت أساليب الإقناع "المختلطة" في المرتبة الثالثة.

وأرجع الباحث اتفاق مواقع الدراسة الثلاثة في أساليب الإقناع "المنطقية" في المرتبة الأولى لاهتمام صحافة الحلول بالجانب العقلاني والمنطقي، التي تتطلب استخدام المعلومات، والأرقام، والأدلة، والبراهين، عند مخاطبة عقل المتلقي للتأثير فيه.

ويعزو الباحث مجيء الأسلوب "العاطفي" في المرتبة الثالثة؛ نظراً لقلّة المشكلات التي تتطلب التأثير في وجدان المتلقي، ومخاطبة حاجاته النفسية، والاجتماعية، وحواسه، إذ طغت المشكلات الصحية والتقنية والتعليمية التي تتطلب أساليب منطقية، بينما تراجعت المشكلات الاجتماعية، والنفسية التي تتطلب أسلوباً عاطفياً، فتراجع معها استخدام الأسلوب العاطفي.

وهنا يشير الباحث أن المشكلات والحلول هي التي تفرض على الصحفي استخدام أنواع محددة من الأساليب أو أكثر من نوع وفقاً لطبيعة المشكلة وإمكانات الصحفي وخبرته، فمثلاً: الحلول الصحية والتقنية غالباً ما تستخدم معها أساليب منطقية، أما الحلول الاجتماعية، والدينية، والنفسية، غالباً تستخدم معها الحلول العاطفية.

(1) وطن للأبناء، بقعة أمل .. أطباء يقدمون الخدمات للمرضى مجاناً وفي بيوتهم في الخليل (موقع إلكتروني).

(2) شاهين، إيمان .. كيفية تكسر العقبات وتبدع في عملها (موقع إلكتروني).

المبحث الثاني:

سمات شكل توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية

لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية ومناقشتها

يتناول هذا المبحث نتائج الدراسة التحليلية لفئات الشكل، التي استهدفت التعرف على الفنون الصحفية المستخدمة، وفئات العناوين، وارتباطها بحل المشكلة، وفئات الصورة المصاحبة للموضوع، والتعليق المصاحب لها، وفئة عناصر التدرج.

أولاً: مدى اهتمام مواقع الدراسة بنهج صحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية:

يوضح جدول رقم (3.11) مدى اهتمام مواقع الدراسة بنهج صحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (3.11): يوضح مدى اهتمام مواقع الدراسة بنهج صحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية

الصحيفة	ك	%
فلسطين اليوم	54	42.5
صفا	39	30.7
وطن للأبناء	34	26.8
المجموع	127	100.0

تبين من النتائج الموضحة في الجدول السابق أن عدد موضوعات المشكلات المجتمعية في موقع فلسطين اليوم بلغ (54) موضوعاً بنسبة (42.5%)، بينما بلغ عددها في موقع صفا (39) موضوعاً بنسبة (30.7%)، وفي موقع وطن للأبناء (34) موضوعاً بنسبة (26.8%)، بمتوسط موضوع واحد يومياً على مستوى مواقع الدراسة، وأقل من موضوع على مستوى كل موقع على انفراد.

ويرجع الباحث أسباب ضعف الاهتمام من قبل المواقع الثلاثة في "صحافة الحلول"، إلى الأسباب الآتية:

1. حداثة نهج "صحافة الحلول" الذي ينضوي على آليات، ومعايير، ومحددات تحكم موضوعاته، وغياب المعرفة الكافية للصحفيين الفلسطينيين في هذا النوع من الصحافة.

2. تركيز مواقع الدراسة على التغطية الخبرية أكثر من التغطية المتعلقة بـ"صحافة الحلول"، كون الأراضي الفلسطينية نشطة سياسياً، وميدانياً.
3. غياب المختصين في "صحافة الحلول" والأقسام المتخصصة داخل مواقع الدراسة، ترك أثراً سلبياً على التعاطي مع هذا النوع الجديد من الصحافة.
4. عدم اهتمام أكاديميات الصحافة العربية بصحافة الحلول من جميع النواحي، وغياب التدريب الإعلامي في هذا المجال من قبل مؤسسات الإعلام، والمؤسسات ذات العلاقة.
5. غياب المؤسسات المتخصصة بصحافة الحلول في المنطقة العربية؛ وهو ما أضعف الاهتمام بهذا النوع من الصحافة.

ويشير الجدول السابق، إلى اهتمام موقع "فلسطين اليوم" أكثر من موقع "صفا"، و"وطن للأنباء" في صحافة الحلول، مع الإشارة إلى أن الاهتمام بين موقعي "صفا" و"وطن للأنباء" متقارب فيما بينهما من ناحية العدد، ويرجع الباحث اهتمام "فلسطين اليوم" أكثر من غيره؛ لالتحاق بعض العاملين فيه ببرنامج الدراسات العليا في الجامعة الإسلامية في فلسطين، الذي يضم في واحد من مساقاته وهو مساق "التحرير الصحفي" حلقات نقاش تناقش صحافة الحلول بأبعاده البحثية والعملية.

ثانياً: الفنون الصحفية المستخدمة في موضوعات صحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.12) تكرارات ونسب الفنون الصحفية المستخدمة في موضوعات صحافة الحلول في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (3.12): الفنون الصحفية المستخدمة في موضوعات صحافة الحلول

الموقع								الفنون الصحفية
الاتجاه العام		وطن للأنباء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
73.2	93	61.8	21	84.6	33	72.2	39	تقرير
23.6	30	32.4	11	15.4	6	24.1	13	حديث
3.1	4	5.9	2	0.0	0	3.7	2	مقال
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	تحقيق
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

حظي "التقرير" على المرتبة الأولى بنسبة (73.2%) بواقع (93) تكراراً، تلاه "الحديث" في المرتبة الثانية بنسبة (23.6%) بواقع (30) تكراراً، ثم "المقال" في المرتبة الثالثة بنسبة (3.1%) بواقع (4) تكرارات، في حين لم يحظَ "التحقيق" بأي تكرار.

ويعزو الباحث تصدر "التقرير الصحفي" في المرتبة الأولى إلى "المزايا التي يوفرها" فن التقرير الصحفي" وهي ذاتها التي تتطلبها مواد صحافة الحلول"، إذ يمكن من خلال فن "التقرير" سرد المعلومات والمعارف والوقائع بطريقة ديناميكية، ويمكن أن يستوعب وصف الزمان، والمكان، والظروف المرتبطة بالحدث، ويسمح بإبراز الآراء الشخصية للمحرر⁽¹⁾.

ويرى الباحث أن حصول "الحديث" على المرتبة الثانية يرجع إلى رغبة الصحفيين، الحصول على أخبار أو معلومات جديدة، أو شرح وجهة نظر معينة تتعلق بالمشكلات المجتمعية وحلولها.

وأرجع الباحث قلة استخدام "المقال" الذي جاء في المرتبة الثالثة بعد "التقرير" و"الحديث" إلى عدم اهتمام بعض المواقع بالمقالات والآراء، وعدم وجود كتاب لها فيها، إلى جانب طغيان المقالات التحليلية التي تسلط الضوء على المشكلات السياسية والاقتصادية، وهي غالباً لكتاب هواة.

ويعزو الباحث غياب فن "التحقيق" المستخدم في موضوعات صحافة الحلول، نظراً لضعف الحريات العامة في الأراضي الفلسطينية، والوقت الطويل والجهد الذي يتطلبه إنجازها، ومحدودية طواقم التحرير في المؤسسات الصحفية، إلى جانب عدم دراية الصحفيين بإمكانية الدمج بين التحقيقات وصحافة الحلول، مع الإشارة إلى أهمية "التحقيقات" في هذا الجانب، كون التحقيقات تؤدي دوراً مهماً في الرقابة على الجهات الرسمية، ودفعها للتحرك أمام ضغط الرأي العام الذي تشكله وسائل الاتصال الجماهيري، إلى جانب المساءلة على عمل الحكومات، وهي كلها وظائف تؤديها صحافة الحلول.

(1) أبو زايد، فن الكتابة الصحفية (ص 135).

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

حظي "التقرير" على المرتبة الأولى بنسبة (72.2%) بواقع (39) تكراراً، تلاه الحديث في المرتبة الثانية بنسبة (24.1%) بواقع (13) تكراراً، ثم "المقال" في المرتبة الثالثة بنسبة (3.7%) بواقع تكرارين، في حين لم يحظَ التحقيق بأي تكرار.

2.2 موقع صفا:

جاء التقرير على المرتبة الأولى بنسبة (84.6%) بواقع (33) تكراراً، تلاه "الحديث" في المرتبة الثانية بنسبة (15.4%) بواقع (6) تكرارات، في حين لم يحظَ "المقال" و"التحقيق" بأي تكرار.

2.3 موقع وطن للأخبار:

حصل التقرير على المرتبة الأولى بنسبة (61.8%) بواقع (21) تكراراً، تلاه الحديث في المرتبة الثانية بنسبة (32.4%) بواقع (11) تكراراً، ثم "المقال" في المرتبة الثالثة بنسبة (5.9%) بواقع تكرارين، في حين لم يحظَ التحقيق بأي تكرار.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

جاء "التقرير الصحفي" في مقدمة الفنون الصحفية المستخدمة مع موضوعات صحافة الحلول في المواقع الثلاثة، غير أن موقع "صفا" الأعلى بينهما بنسبة (84.6%) بواقع (33) تكراراً، تلاه وطن بنسبة (72.2%) بواقع (39) تكراراً، تلاه موقع وطن للأخبار بنسبة (61.8%) بواقع (21) تكراراً، ولعل ذلك يرجع إلى أن موقع "صفا" لم يستخدم إلا فئتين هما التقرير والحديث الصحفي، في حين استخدمت المواقع الأخرى فن المقال الصحفي وبنسبة قليلة.

وعلى عكس السابق، كان موقع وطن للأخبار الأعلى في استخدام فن "الحديث الصحفي" بين المواقع الثلاثة بنسبة (32.4%) بواقع (11) تكراراً، تلاه فلسطين اليوم بواقع (24.1%) بواقع (13) تكراراً، تلاه موقع صفا بنسبة (15.4%) بواقع (6) تكرارات.

وجاء فن "المقال" الصحفي في المرتبة الثالثة بواقع (3.1%) بواقع (4) تكرارات، إذ حصل موقع وطن للأخبار على نسبة (5.9%) بواقع تكرارين، وحصل فلسطين اليوم على نسبة (3.7%) بواقع تكرارين، بينما لم يحظَ موقع صفا على أي تكرارات، مع الإشارة إلى أن موقع صفا لا يوجد فيه زاوية خاصة بالمقالات والآراء.

ولم يحصل فن التحقيق الصحفي على أي تكرارٍ في المواقع الثلاثة.
ثالثاً: أنواع عناوين موضوعات صحافة الحلول وارتباطها بالحل:

1. أنواع عناوين موضوعات صحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.13) تكرارات ونسب أنواع عناوين موضوعات صحافة الحلول في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (3.13): أنواع عناوين موضوعات صحافة الحلول

الموقع								أنواع العناوين
الاتجاه العام		وطن للأبناء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
39.4	50	41.2	14	33.3	13	42.6	23	الملخص
22.0	28	26.5	9	23.1	9	18.5	10	الوصفي
18.9	24	17.6	6	15.4	6	22.2	12	الموضح
10.2	13	8.8	3	15.4	6	7.4	4	التأكيدي
5.5	7	2.9	1	10.3	4	3.7	2	التأثيري
3.1	4	2.9	1	2.6	1	3.7	2	الإثارة
0.8	1	0.0	0	0.0	0	1.9	1	المتعجب
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	أخرى
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

حاز العنوان "الملخص" على المرتبة الأولى بنسبة (39.4%) بواقع (50) تكراراً، تلاه "العنوان الوصفي" في المرتبة الثانية بنسبة (22%) بواقع (28) تكراراً، وجاء في المرتبة الثالثة العنوان الموضح بنسبة (18.9%) بواقع (24) تكراراً، وجاء في المرتبة الرابعة العنوان التأكيدي بنسبة (10.2%) بواقع (13) تكراراً، ثم جاء في المرتبة الخامسة العنوان التأثيري بنسبة (5.5%) بواقع (7) تكرارات، أما في المرتبة السادسة الإثارة بنسبة (3.1%) بواقع (4) تكرارات،

بينما جاء في المرتبة السابعة العنوان المتفجر بنسبة (0.8%) بواقع تكرارٍ واحد، فيما لم تحظ أنواع العناوين الأخرى على أي تكرار.

والعنوان هو المدخل الرئيسي لموضوعات صحافة الحلول، وهو أول ما تقع عليه عين القارئ، ويعد عنصراً تيبوغرافياً مهماً يعمل على جذب انتباه القارئ لقراءة الموضوع، ولقد استخدمت مواقع الدراسة العنوان "الملخص"؛ نظراً لقدرته الإيجابية على أبرز أدوات الاستقهام الدالة على الحدث، وهو يتمثل في العنوان الرئيس أكثر من غيره (1).

وحاز العنوان الوصفي على المرتبة الثانية في مواقع الدراسة؛ نظراً لما لديه من قدرة على جذب انتباه القارئ وإثارة اهتمامه بموضوعات صحافة الحلول، فيما جاء "الموضح" في المرتبة الثالثة؛ كون هذا النوع من العناوين يقوم بوظيفة الشرح والتفسير، وهي وظيفة إعلامية مهمة ضمن مهام صحافة الحلول.

ويعزو الباحث تأخر "العنوان المتفجر" إلى الفئة الأخيرة بنسبة (0.8%) بواقع تكرارٍ واحد، كون هذا العنوان يستخدم مع الأخبار الساخنة التي تأتي مع الأحداث الخاصة، وغالباً تتسم موضوعات صحافة الحلول بالاتزان، والحكمة، والمنطقية في العرض، أكثر من الهجوم.

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

حظي العنوان "الملخص" على المرتبة الأولى بنسبة (42.6%) بواقع (23) تكراراً مثل عنوان تقرير "شاشة سينما المخيم تدخل الزقاق لترفيه الأطفال" (2)، تلاه العنوان الموضح في المرتبة الثانية بنسبة (22.2%) بواقع (12) تكراراً ومن أمثله "متحف القرارة.. تراث أصيل وحضارات مختلفة يوثقها شبان غزيون" (3)، ثم في المرتبة الثالثة العنوان الوصفي بنسبة (18.5%) بواقع (10) تكرارات مثل عنوان تقرير "مطعم استرالي يُسلم وجبات البيتزا والجمعة بطريقة مبدعة بعد الكورونا" (4).

(1) أبو زائدة، العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية (ص 59).

(2) فلسطين اليوم، شاشة سينما المخيم تدخل الزقاق لترفيه الأطفال (موقع إلكتروني).

(3) المرجع السابق، "متحف القرارة.. تراث أصيل وحضارات مختلفة يوثقها شبان غزيون" (موقع إلكتروني).

(4) المرجع نفسه، "مطعم استرالي يُسلم وجبات البيتزا والجمعة بطريقة مبدعة بعد الكورونا" (موقع إلكتروني).

جاء في المرتبة الرابعة العنوان "التأكيدي" بنسبة (7.4%) بواقع (4) تكرارات مثل "أثبت نجاعته في إيطاليا.. مبرمج غزي يبتكر برنامجًا لتشخيص الإصابة بفيروس كورونا"⁽¹⁾، وتساوى في المرتبة الخامسة العنوان "التأثيري" و"الإثارة" بنسبة (3.7%) بواقع تكرارين فقط، والتأثيري مثل عنوان "غزة وكورونا.. التزم بيتك وما تحتاجه سيصل إليك في منزلك!"⁽²⁾، أما عنوان الإثارة مثل "ضفيرة شعر.. تحارب السرطان في فلسطين!"⁽³⁾.

وجاء في المرتبة السادسة العنوان المتفجر بنسبة (1.9%) بواقع تكرار واحد وهو "مبادرات شخصية لموظفي غزة تُعري أزماتهم.. فمن المسؤول؟"⁽⁴⁾، في حين لم تحظ أنواع العناوين الأخرى على أي تكرار.

2.2 موقع صفا:

حظي "الملخص" كأحد أنواع العناوين على المرتبة الأولى بنسبة (33.3%) بواقع (13) تكراراً مثل عبر "مكبرات الصوت.. أوقاف غزة تبتث موعظة مسجلة وقت خطبة الجمعة غداً"⁽⁵⁾، تلاه العنوان "الوصفي" في المرتبة الثانية بنسبة (23.1%) بواقع (9) تكرارات منها "أسرة برفح تحوّل سطح منزلها لنادٍ لـ "الكاراتيه"⁽⁶⁾، وتساوى في المرتبة الثالثة العنوان "الموضح" و"التأكيدي" بنسبة (15.4%) بواقع (6) تكرارات، و"الموضح" مثل "إطلاق مشروع مبادرة تحسين سبل العيش لتعزيز فرص التوظيف جنوب الضفة"⁽⁷⁾، أما التأكيدي فمثل عنوان تقرير "بركة العنزيّة.. أثر عباسي يقاوم الاحتلال وحده في الرملة"⁽⁸⁾.

(1) فلسطين اليوم، أثبت نجاعته في إيطاليا.. مبرمج غزي يبتكر برنامجًا لتشخيص الإصابة بفيروس كورونا (موقع إلكتروني).

(2) فلسطين اليوم، "غزة وكورونا.. التزم بيتك وما تحتاجه سيصل إليك في منزلك!" (موقع إلكتروني).

(3) السيقلي، ضفيرة شعر.. تحارب السرطان في فلسطين. (موقع إلكتروني).

(4) المرجع السابق نفسه، مبادرات شخصية لموظفي غزة تُعري أزماتهم.. فمن المسؤول؟ (موقع إلكتروني).

(5) صفا، مكبرات الصوت.. أوقاف غزة تبتث موعظة مسجلة وقت خطبة الجمعة غداً (موقع إلكتروني).

(6) الشاعر، أسرة برفح تحوّل سطح منزلها لنادٍ لـ "الكاراتيه"، (موقع إلكتروني).

(7) صفا، مبادرة تحسين سبل العيش لتعزيز فرص التوظيف جنوب (موقع إلكتروني).

(8) المرجع السابق، "بركة العنزيّة.. أثر عباسي يقاوم الاحتلال وحده في الرملة" (موقع إلكتروني).

وجاء في المرتبة الرابعة العنوان التأثيري بنسبة (10.3%) بواقع (4) تكرارات مثل عنوان تقرير " طبيب بغزة يبادر لعلاج المرضى بمنزلهم وقايةً من كورونا"⁽¹⁾، وجاء في المرتبة الخامسة الاثارة بنسبة (2.6%) بواقع تكرار واحد وهو عنوان تقرير "في خانيونس.. قوالب حلوى للتوعية بوباء كورونا"⁽²⁾، في حين لم يحظَ العنوان المتفجر وأنواع العناوين الأخرى على أي تكرار .

2.3 موقع وطن للأنباء :

حظي العنوان "الملخص" كأحدى أنواع العناوين على المرتبة الأولى بنسبة (41.2%) بواقع (14) تكراراً ومن أمثله عنوان "أول مزرعة للفطر في غزة"⁽³⁾، تلاه العنوان الوصفي في المرتبة الثانية بنسبة (26.5%) بواقع (9) تكرارات مثل "في غزة.. عريس يوزع طروداً غذائية للفقراء بتكاليف زواجه"⁽⁴⁾، وجاء في المرتبة الثالثة العنوان الموضح بنسبة (17.6%) بواقع (6) تكرارات مثل "باحثون من جامعة القدس المفتوحة يصممون نموذجاً رياضياً محوسباً للتنبؤ بعدد الحالات المصابة بفيروس COVID-19 في فلسطين"⁽⁵⁾.

وجاء "العنوان التأكيدي" في المرتبة الرابعة بنسبة (8.8%) بواقع (3) تكرارات مثل عنوان "نشر قائمة الشركات العاملة في المستوطنات فرصة لتصعيد حركة المقاطعة ومكافحة نظام الأبرتهاید"⁽⁶⁾، وتساوى العنوان "التأثيري" و"الإثارة" في المرتبة الخامسة بنسبة (2.9%) بواقع تكرار واحد، وعنوان "الإثارة" مثل "بقعة أمل .. أطباء يقدمون الخدمات للمرضى مجاناً وفي بيوتهم في الخليل"⁽⁷⁾، و"التأثيري" مثل "لمة صبايا" حلم فتاة من غزة.. تحقق!⁽⁸⁾، في حين لم يحظَ العنوان المتفجر وأنواع العناوين الأخرى على أي تكرار .

(1) مطر، طبيب بغزة يبادر لعلاج المرضى بمنزلهم وقايةً من كورونا (موقع إلكتروني).

(2) الشاعر، تقرير "في خانيونس.. قوالب حلوى للتوعية بوباء كورونا" (موقع إلكتروني).

(3) المغاري، أول مزرعة للفطر في غزة (موقع إلكتروني).

(4) عاشور، "في غزة.. عريس يوزع طروداً غذائية للفقراء بتكاليف زواجه" (موقع إلكتروني).

(5) وطن للأنباء، باحثون من جامعة القدس المفتوحة يصممون نموذجاً رياضياً محوسباً للتنبؤ بعدد الحالات المصابة بفيروس COVID-19 في فلسطين (موقع إلكتروني).

(6) المرجع السابق، نشر قائمة الشركات العاملة في المستوطنات فرصة لتصعيد حركة المقاطعة ومكافحة نظام الأبرتهاید.

(7) جرادات، "بقعة أمل .. أطباء يقدمون الخدمات للمرضى مجاناً وفي بيوتهم في الخليل (موقع وطن للأنباء)

(8) المغاري، "لمة صبايا حلم فتاة من غزة.. تحقق!" (موقع إلكتروني).

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

اتفقت مواقع الدراسة الثلاثة في استخدام عنوان "الملخص" كواحد من أنواع العناوين؛ إذ جاء في المرتبة الأولى، كما اتفق موقع "صفا" و"وطن للأخبار" في "العنوان الوصفي" الذي جاء في المرتبة الثانية.

واختلف موقع "فلسطين اليوم" في "العنوان الوصفي" حيث جاء في المرتبة الثالثة، كما اتفق موقع "صفا" و"وطن للأخبار" في العنوان "الموضح" حيث جاء في المرتبة الثالثة، كما اختلف موقع "فلسطين اليوم" في العنوان "الموضح"؛ إذ جاء في المرتبة الثانية، كما اتفق موقع "فلسطين اليوم" و"وطن للأخبار" في العنوان "التأكيدي" حيث جاء في المرتبة الرابعة، فيما اختلف موقع "صفا" في العنوان "التأكيدي" إذ جاء في المرتبة الثالثة.

ويلاحظ أن العناوين الثلاثة الأولى "الملخص"، و"الوصفي"، و"الموضح" مثَّلت جُلَّ اهتمام مواقع الدراسة الثلاثة، إذ استخدمتها أكثر من غيرها مع موضوعات صحافة الحلول، ويرجع ذلك لسهولتها، وربما مناسبتها أكثر من غيرها لموضوعات صحافة الحلول.

4. ارتباط العنوان بحل المشكلة:

يوضح جدول رقم (3.14) الاتجاه العام لتكرارات ونسب ارتباط العنوان بحل المشكلة في مواقع الدراسة، وذلك على النحو التالي:

جدول (3.14): يوضح ارتباط العنوان بحل المشكلة

الموقع								ارتباط العنوان بحل المشكلة
الاتجاه العام		وطن للأخبار		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
76.4	97	85.3	29	74.4	29	72.2	39	يعكس الحل
23.6	30	14.7	5	25.6	10	27.8	15	لا يعكس الحل
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

حصلت العنوان الذي "يعكس الحل" على المرتبة الأولى بنسبة (76.4%) بواقع (97) تكراراً، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة أنور (2019) في المرتبة الأولى بنسبة (96.9%)⁽¹⁾، تلاه

(1) أنور، محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور (ص32).

العنوان الذي "لا يعكس الحل" في المرتبة الثانية بنسبة (23.6%) بواقع (30) تكراراً، ويتفق مع دراسة أنور (2019) في المرتبة الثانية بنسبة (3.1%)⁽¹⁾.

ويرى الباحث أن نسبة العناوين التي لا تعكس الحل في مواقع الدراسة مرتفعة إلى حد ما مقارنة بنتيجة دراسة أنور (2019)⁽²⁾ التي جاءت بنسبة (3.1%)، مرجعاً إياه لمحاولة الصحفيين استخدام عناوين غامضة؛ قد يكون في محاولة منهم لجلب أكبر عدد من القراء، خاصة أن المواقع الإلكترونية تتنافس فيما بينها على الزوار، كونها أحد المؤشرات المهمة لتقدم الموقع عن غيره، خاصة أن القارئ اليوم متعجل، وليس لديه الوقت الكافي لقراءة كامل الموضوع.

ويرى الباحث أن من مقومات العنوان الجيد أن يكون مرتبطاً بالحل دالاً عليه، كون انعكاس الحل في العنوان يشيع جواً من الإيجابية في نفوس القراء، ويكون أكثر إثارة، وجذباً للقراء، وأسهل للفهم من العنوان الذي لا يعكس الحل، خاصة أن القارئ اليوم متعجل، وليس لديه الوقت الكافي لقراءة كامل الموضوع.

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

حظي العنوان الذي يعكس الحل على المرتبة الأولى بنسبة (72.2%) بواقع (39) تكراراً، مثل عنوان تقرير "القفزات والكمامة هل تشكلان وقاية من فيروس كورونا؟"⁽³⁾، تلاه العنوان الذي لا يعكس الحل في المرتبة الثانية بنسبة (27.8%) بواقع (15) تكراراً، مثل عنوان تقرير "في غزة.. تقنية جديدة تنقذ مربي المواشي من غلاء أسعار الأعلاف"⁽⁴⁾.

2.2 موقع صفا:

حظي العنوان الذي يعكس الحل على المرتبة الأولى بنسبة (74.4%) بواقع (29) تكراراً، مثل عنوان مادة "بروترانسلايت".. منصة متكاملة للترجمة أون لاين 24 ساعة⁽⁵⁾،

(1) أنور، محددات صحافة الحول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور (ص32).

(2) المرجع السابق، (ص32).

(3) فلسطين اليوم، القفزات والكمامة هل تشكلان وقاية من فيروس كورونا (موقع إلكتروني).

(4) المرجع السابق، "في غزة.. تقنية جديدة تنقذ مربي المواشي من غلاء أسعار الأعلاف (موقع إلكتروني).

(5) صفا، بروترانسلايت.. منصة متكاملة للترجمة أون لاين 24 ساعة (موقع إلكتروني).

ويتضح من العنوان أنه يعكس الحل بشكل واضح، تلاه العنوان الذي لا يعكس الحل في المرتبة الثانية بنسبة (25.6%) بواقع (10) تكرارات، مثل عنوان مادة "الفصائل تشدد على مبادرة السنوار للأسرى"⁽¹⁾ إذ لم يعكس العنوان حلاً واضحاً، واحتوى فقط على موقف من قبل الفصائل.

2.3 موقع وطن للأنباء:

حظي العنوان الذي يعكس الحل على المرتبة الأولى بنسبة (85.3%) بواقع (29) تكراراً، في غزة.. عريس يوزع طروداً غذائية للفقراء بتكاليف زواجه⁽²⁾، إذ عكس العنوان السابق الحل الذي تضمنته المادة الصحفية، تلاه العنوان الذي لا يعكس الحل في المرتبة الثانية بنسبة (14.7%) بواقع (5) تكرارات، مثل عنوان "هاكثون المرأة.. مسابقة للرياديين وأصحاب العقول المبتكرة"⁽³⁾.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة

اتفقت مواقع الدراسة الثلاثة في العنوان "الذي يعكس الحل" حيث جاء في المرتبة الأولى، كما اتفقت في العنوان الذي "لا يعكس الحل" حيث جاء في المرتبة الثانية.

ويرى الباحث أن من مقومات العنوان الجيد لموضوعات "صحافة الحل" أن يكون مرتبطاً بالحل دالاً عليه، لأسباب عديدة منها أن العنوان الذي "يعكس الحل" بشكل مباشر يشيع جواً من الإيجابية في نفوس القراء، ويكون أكثر إثارة وجذباً للقارئ، وأسهل للفهم من العنوان الذي "لا يعكس الحل".

رابعاً: الصورة المصاحبة للموضوع والتعليق عليها:

1. الصورة المصاحبة لموضوعات صحافة الحل:

يوضح جدول رقم (3.15) تكرارات ونسب الصورة المصاحبة لموضوعات صحافة الحل في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

(1) صفا، الفصائل تشدد على مبادرة السنوار للأسرى.

(2) عاشور، في غزة.. عريس يوزع طروداً غذائية للفقراء بتكاليف زواجه (موقع إلكتروني).

(3) وطن للأنباء، هاكثون المرأة.. مسابقة للرياديين وأصحاب العقول المبتكرة.

جدول (3.15): يوضح الصورة المصاحبة للموضوع

الموقع								الصورة المصاحبة للموضوع
الاتجاه العام		وطن للأبناء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
52.8	67	44.1	15	61.5	24	51.9	28	تعكس الحل
27.6	35	35.3	12	20.5	8	27.8	15	لا تعكس الحل
19.7	25	20.6	7	17.9	7	20.4	11	غير واضحة
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

جاءت الصورة التي "تعكس الحل" في المرتبة الأولى بنسبة (52.8%) بواقع (67) تكراراً، تلتها الصورة التي "لا تعكس الحل" في المرتبة الثانية بنسبة (27.6%) بواقع (35) تكراراً، ثم جاءت في المرتبة الثالثة الصورة "غير الواضحة" بنسبة (19.7%) بواقع (25) تكراراً. وتتفق نتيجة الصورة التي "تعكس الحل" في المرتبة الأولى مع دراسة McIntyre & Lough (2019)⁽¹⁾، ودراسة أنور (2019)⁽²⁾، ويعتقد الباحث أن الاهتمام بالصورة الواضحة التي تعكس الحل يرجع إلى التأثيرات التي ستركها في نفس القارئ، وإمكانية إقناعه بالحل، ودفعه لقراءة الموضوع.

ويرى الباحث أنّ هناك ارتباطاً وثيقاً بين الصورة وانعكاس الحل، إذ تكتسب الصورة الواضحة التي تعكس الحل مصداقية وثقة أكبر بالحل والوسيلة الإعلامية، مما لو كانت الصورة غير واضحة أو غير مرتبطة بالحل، وتعمل على إثارة القارئ نحو الموضوع، وتجذبه إلى تصفح الموضوع، وتعطيه انطباعاً إيجابياً؛ وهو ما ذهبت إليه عديد الدراسات مثل دراسة

(1) Lough & McIntyre, Visualizing The Solution: An Analysis Of The Images That Accompany Solutions-Oriented News Stories, (p10).

(2) أنور، محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور (ص 33).

Thier & Others (2019) (1) التي أكدت أنّ صور الموضوعات التي تناولت الحلول تركت تأثيراً إيجابياً لدى الجمهور بشكل أكبر من صور الموضوعات التي لا تتناول حلولاً.

ويشير الباحث إلى التأثيرات السلبية التي تتركها الصورة التي "لا تعكس الحل"، إذ إن الصورة التي لا تعبر عن الحل تكون غالباً غير مرتبطة بالموضوع، ولا تكسب الموضوع الجاذبية المطلوبة، وتعطي دلالة للقارئ أن المادة غير مُعدّة جيداً، فلو كانت مُعدّة جيداً من جميع النواحي؛ لاستخدم المحرر الصورة الواقعية التي تعكس الحل كصورة رئيسية للموضوع.

وجاءت الصور "غير الواضحة" في المرتبة الثالثة، إذ كانت تستخدم المواقع صوراً تعبيرية غير واضحة، أو صوراً يصعب تحديدها إن كانت تعكس الحل أم لا؟، وهذه إشكالية لا تقل عن إشكالية الصورة التي لا تعكس الحل.

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

حظيت الصورة التي "تعكس الحل" على المرتبة الأولى بنسبة (51.9%) بواقع (28) تكراراً مثل صورة تقرير "ضفيرة شعر" .. تحارب السرطان في فلسطين! (2)، إذ احتوت الصورة على صفات طبيعية من إحدى المتبرعات، تلتها الصورة التي "لا تعكس الحل" في المرتبة الثانية بنسبة (27.8%) بواقع (15) تكراراً مثل "في جبل العرمة ... المقاومة بالدم والمبادرات التنموية" (3) إذ كانت لمنظر جمالي طبيعي لا يعكس الحل، ثم جاء في المرتبة الثالثة الصورة "غير الواضحة" بنسبة (20.4%) بواقع (11) تكراراً "مخيمات الضفة تدير معركتها لمواجهة كورونا بلجان تطوعية" (4)، إذ كانت عناصر غير واضحة، ولم تعبر عن الحل في أي من عناصرها.

2.2 موقع صفا:

حظيت الصورة التي "تعكس الحل" على المرتبة الأولى بنسبة (61.5%) بواقع (24) تكراراً مثل: " في جنين .. شركة تنتج غرفة تعقيم آلية لمواجهة كورونا" (5)، إذ احتوت الصورة

(1) Thier, And Others, Creating Engagement With Solutions Visuals: Testing The Effects Of Problem-Oriented Versus Solution-Oriented Photojournalism. (P5).

(2) السيقلي، ضفيرة شعر .. تحارب السرطان في فلسطين! (موقع فلسطين اليوم الإلكتروني).

(3) فلسطين اليوم، في جبل العرمة ... المقاومة بالدم والمبادرات التنموية (موقع إلكتروني).

(4) المرجع السابق، مخيمات الضفة تدير معركتها لمواجهة كورونا بلجان تطوعية. (موقع إلكتروني).

(5) صفا، في جنين .. شركة تنتج غرفة تعقيم آلية لمواجهة كورونا (موقع إلكتروني).

على عناصر لغرفة التعقيم المخصصة لمجابهة كورونا، تلتها الصورة التي "لا تعكس الحل" في المرتبة الثانية بنسبة (20.5%) بواقع (8) تكرارات مثل صورة تقرير "حلقات التحفيظ بغزة تستأنف نشاطاتها عبر "واتس آب"⁽¹⁾، إذ احتوت على صورة قديمة لا تعكس الحل، ثم في المرتبة الثالثة الصورة "غير الواضحة" بنسبة (17.9%) بواقع (7) تكرارات مثل "مبادرة لتجنيد متطوعين من طلبة التخصصات الطبية لدعم جهود مواجهة كورونا"⁽²⁾، لم يتضح من عناصر الصورة إن كانت تعكس الحل أم لا، وما زاد من عدم وضوحها، عدم وجود تعليق للصورة يشرح عناصرها.

2.3 موقع وطن للأبناء :

حظيت الصورة التي "تعكس الحل" على المرتبة الأولى بنسبة (44.1%) بواقع (15) تكراراً مثل صورة تقرير "صنع سيارة سباق في غزة بإمكانات متواضعة"⁽³⁾، إذ وضحت الصورة الحل المتمثل بصناعة سيارة بإمكانيات متواضعة، تلتها الصورة التي "لا تعكس الحل" في المرتبة الثانية بنسبة (35.3%) بواقع (12) تكراراً مثل صورة تقرير "إطلاق العناقيد الصناعية الزراعية العمرانية في سلفيت"⁽⁴⁾، إذ كانت الصورة الرئيسية للتقرير السابق عامة و"لا تعكس الحل"، ثم في المرتبة الثالثة الصورة "غير الواضحة" بنسبة (20.6%) بواقع (7) تكرارات مثل صورة تقرير "حماية مزارعي الخيار يفشل عقوبات وزير جيش الاحتلال بنيت"⁽⁵⁾، فكانت عناصر الصورة للتقرير السابق غير واضحة.

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

اتفقت مواقع الدراسة الثلاثة في ترتيب أولوياتها فيما يتصل بالصورة المصاحبة للموضوع، حيث جاءت الصورة التي "تعكس الحل" في المقدمة، ثم التي "لا تعكس الحل"، وأخيراً "غير الواضحة"، ورغم اتفاقها في ترتيب أولوياتها إلا أنها اختلفت في درجة اهتمامها بكل فئة، فمثلاً موقع صفا بالصورة التي تعكس الحل أكثر من الموقعين الآخرين.

-
- (1) مطر، حلقات التحفيظ بغزة تستأنف نشاطاتها (موقع إلكتروني).
 - (2) صفا، مبادرة لتجنيد متطوعين من طلبة التخصصات الطبية لدعم جهود مواجهة كورونا (موقع إلكتروني).
 - (3) وطن للأبناء، صنع سيارة سباق في غزة بإمكانات متواضعة (موقع إلكتروني).
 - (4) المرجع السابق، مبادرة لتجنيد متطوعين من طلبة التخصصات الطبية لدعم جهود مواجهة كورونا. (موقع إلكتروني).
 - (5) المرجع نفسه، حماية مزارعي الخيار يفشل عقوبات وزير جيش الاحتلال بنيت. (موقع إلكتروني).

واستخدمت المواقع الثلاثة صوراً غير واضحة مثل استخدام صور تعبيرية غير واضحة، أو صور يصعب تحديدها إن كانت تعكس الحل أم لا؟، ويرى الباحث في ذلك إشكالية لا تقل عن إشكالية الصور التي "لا تعكس الحل"، وقد يرجع ذلك لعدم توافر صور عن بعض الموضوعات، أو رغبة مصدر الحل في الاكتفاء بالنص، أو قلة عدد المصورين في المواقع الإلكترونية، أو ضعف الإمكانيات التقنية والمادية.

ويرى الباحث أن ارتباط الصورة بالحل يكسبها واقعية أكبر مما لو كانت الصورة غير واضحة أو غير مرتبطة بالحل، كذلك تثير الصورة التي تعبر عن الحل اهتمام القارئ، وفي أحيان كثيرة ستجذبه لتصفح المادة، وهو ما ذهبت إليه عديد الدراسات فمثلاً توصلت دراسة Thier & Others (2019) إلى نتائج مفادها⁽¹⁾:

أ. تركت صور الموضوعات التي تناولت الحلول تأثيراً إيجابياً لدى الجمهور بشكل أكبر من صور الموضوعات التي لا تتناول حلولاً.

ب. أعربَ المبحوثون الذين تعرضوا لصور الحلول عن قيامهم ببعض الأنشطة جراء التعرض لهذه الصور مثل قراءة المزيد من القصص حول القضية، ومشاركة القصة الخبرية، والتحدث مع آخرين حول القصة الخبرية، والتبرع من أجل معالجتها.

ت. توحدَ المبحوثون الذين تعرضوا لصور الحلول عقلياً وشعورياً مع الموضوعات التي أثارها تلك الموضوعات الصحفية.

4. التعليق المصاحب لصورة موضوع صحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.16) تكرارات ونسب التعليق المصاحب لصورة موضوع صحافة الحلول في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

(1) Thier, And Others, Creating Engagement With Solutions Visuals: Testing The Effects Of Problem-Oriented Versus Solution-Oriented Photojournalism. (P12 – 13).

جدول (3.16): التعليق المصاحب لصورة موضوع صحافة الحلول

الموقع								التعليق المصاحب للصورة
الاتجاه العام		وطن للأنباء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	مرتبط بالحل
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	غير مرتبط
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	لا يوجد تعليق
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

جاء "عدم وجود تعليق" على جميع الصور المرفقة لموضوعات صحافة الحلول وهذه النتيجة مغايرة تماماً لنتائج دراسة McIntyre & Lough (2019) إذ حازت "التعليقات التي تعكس الحل" على المرتبة الأولى بنسبة (35.4%)، بينما "لا تعكس الحل" جاءت بنسبة (22.1%) بينما ما نسبته (24.5%) من الصور لم تحمل أي تعليق على الصورة⁽¹⁾.

ويرى الصحفي في قناة الجزيرة عثمان كباشي أن إغفال "التعليق المصاحب للصورة" خلل كبير؛ كون التعليق المصاحب للصورة يزيد من عناصر الإفهام لدى القارئ، ومن الممكن أن يتضمن التعليق المصاحب للصورة المعلومة أو المعلومات التي يُراد إبرازها في المادة الصحفية، أو تتضمن توضيحاً للعناصر الموجودة في الصورة ما يزيد من حالة الإفهام والتبيان والتوضيح⁽²⁾.

وينصح الباحث القائمين على المواقع الثلاثة بضرورة الاهتمام في التعليق المصاحب للصورة، لما له من أهمية كبيرة في توضيح عناصر الصورة، أو إيصال معلومة مهمة تتعلق بالحل. كما أنّ وجود تعليق للصورة مهم لتحقيق الإيضاح؛ كون التعليق المصاحب للصورة يزيد من عناصر الإفهام لدى القارئ، مع ضرورة أنّ يتضمن التعليق المصاحب للصورة المعلومة أو المعلومات التي يُراد إبرازها في المادة الصحفية، أو توضيحاً للعناصر الموجودة في الصورة ما يزيد من حالة الإفهام والتبيان والتوضيح⁽³⁾.

(1) Lough & McIntyre, Visualizing The Solution: An Analysis Of The Images That Accompany Solutions-Oriented News Stories, (p9).

(2) كباشي، الصورة في صحافة الإنترنت (معهد الجزيرة للإعلام).

(3) المرجع السابق.

خامساً: عناصر التدعيم المستخدمة مع موضوعات صحافة الحلول:

يوضح جدول رقم (3.17) تكرارات ونسب عناصر التدعيم المستخدمة مع موضوعات صحافة الحلول، وذلك على النحو الآتي:

جدول (3.17): عناصر التدعيم المستخدمة مع موضوعات صحافة الحلول

الموقع								عناصر التدعيم
الاتجاه العام		وطن للأنباء		صفا		فلسطين اليوم		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
44.1	56	14.7	5	66.7	26	46.3	25	صور
19.7	25	47.1	16	7.7	3	11.1	6	فيديو
32.3	41	32.3	11	25.6	10	37.0	20	لا يوجد
3.1	4	2.9	1	0.0	0	5.6	3	رابط تشعبي
0.8	1	2.9	1	0.0	0	0.0	0	انفوجرافيك
0.0	0	0	0	0.0	0	0.0	0	أخرى
100.0	127	100.0	34	100.0	39	100.0	54	المجموع

باستعراض نتائج الجدول السابق يتضح ما يأتي:

1. الاتجاه العام لمواقع الدراسة:

تصدرت "الصورة" المرتبة الأولى بنسبة (44.1%) بواقع (56) تكراراً، تلاها "الفيديو" في المرتبة الثانية بنسبة (19.7%) بواقع (25) تكراراً، ثم في المرتبة الثالثة "عدم وجود عناصر" تدعيم بنسبة (31.5%) بواقع (40) تكراراً، وجاء في المرتبة الرابعة "الرابط التشعبي" بنسبة (3.1%) بواقع (4) تكرارات، وتساوى "الإنفوجرافيك" وعناصر التدعيم "الأخرى" في المرتبة الخامسة بنسبة (0.8%) بواقع تكرارٍ واحدٍ فقط.

ونجد أن المواقع الثلاثة اهتمت بالصور في المركز الأول، وذلك لأن الصورة تُعد من أهم الوسائط المتعدد في وسائل الإعلام بشكل عام، وفي المواقع الإلكترونية بشكل خاص، لكونها عنصر جمالي وتوضيحي مهم بخلاف دورها في جذب انتباه القراء، وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة أنور (2019) التي جاءت في المركز الأول بنسبة (100%).

كما، ويعزو الباحث اهتمام المواقع الثلاثة بـ"الصورة" كعنصر من عناصر التدعيم؛ لتوافرها على منصات مختلفة، وأقل جهداً، ونفقات من بعض العناصر التدعيمية مثل "الإنفوجرافيك"؛ الذي يحتاج إلى جهد أكبر في إنتاجه.

ويعتقد الباحث أن نيل "مقاطع الفيديو" على المرتبة الثانية يرجع إلى الجاذبية الكبيرة التي يحققها "الفيديو"، وإمكانية تناقل "الفيديو" من قبل القراء على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، إلى جانب أن الفيديو يوفر الكثير من التوضيح للحلول المقترحة.

ولم يحظَ فن "الإنفوجرافيك" باهتمام كبير من قبل المواقع الثلاثة في الموضوع القائمة على الحلول، رغم أهمية هذا الفن؛ كونه يحوّل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم، يمكن فهمها واستيعابها بوضوح، وتشويق، وسهولة، ويسر⁽¹⁾.

وينصح الباحث المواقع الثلاثة بضرورة إيلاء اهتمام أكبر في العناصر التدعيمية المختلفة؛ نظراً لأهمية تلك العناصر في الإيضاح، والإفهام، وتبسيط المعلومة، وجذب القارئ، لما للنص المجرد من جمود، لاسيما أن ما نسبته (31.5%) بواقع (40) تكراراً خلت من "عناصر التدعيم".

2. على مستوى كل موقع على انفراد:

2.1 موقع فلسطين اليوم:

حظيت الصور على المرتبة الأولى بنسبة (46.3%) بواقع (25) تكراراً، تلاها في المرتبة الثانية عدم وجود عناصر تدعيم بنسبة (37%) بواقع (20) تكراراً، ثم الفيديو في المرتبة الثالثة بنسبة (11.1%) بواقع (6) تكرارات، وجاء في المرتبة الرابعة الرابط الشعبي بنسبة (5.6%) بواقع (3) تكرارات، في حين لم يحظَ "الإنفوجرافيك" وعناصر التدعيم الأخرى على أي تكرار.

2.2 موقع صفا:

حظيت الصور على المرتبة الأولى بنسبة (66.7%) بواقع (26) تكراراً، تلاها في المرتبة الثانية عدم وجود عناصر تدعيم بنسبة (25.6%) بواقع (10) تكرارات، ثم الفيديو في المرتبة الثالثة بنسبة (7.7%) بواقع (3) تكرارات، في حين لم يحظَ "الرابط الشعبي" و"الإنفوجرافيك" و"عناصر التدعيم" الأخرى على أي تكرار.

(1) الدلو، الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية (ص 9).

2.3 موقع وطن للأخبار :

حظي الفيديو على المرتبة الأولى بنسبة (47.1%) بواقع (16) تكراراً، تلاه عدم وجود عناصر تدعيم في المرتبة الثانية بنسبة (29.4%) بواقع (10) تكرارات، ثم في المرتبة الثالثة الصور بنسبة (14.7%) بواقع (5) تكرارات، وتساوى الرابط التشعبي و"الإنفوجرافيك" و"عناصر التدعيم الأخرى" في المرتبة الرابعة بنسبة (2.9%) بواقع تكرارٍ واحدٍ فقط.

4. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:

اتفق موقع "فلسطين اليوم" و"صفا" في "الصور" حيث جاءت في المرتبة الأولى، فيما اختلف موقع وطن للأخبار في الصور حيث جاءت في المرتبة الثالثة.

ويعزو الباحث اهتمام "فلسطين اليوم" و"صفا" بـ"الصور" لأسباب ثلاثة، أولها توافر الصور على منصات ومحركات البحث المختلفة، ثانيها تعاقدتهما واشتراكهما مع وكالات بيع الصور مثل وكالة APA IMAGE وفق ما يتضح من مصدر الصور، وثالثاً أن جلب الصور وإضافتها أقل جهداً ونفقات من بعض العناصر التدميمية.

واتفق موقع "فلسطين اليوم" و"صفا" في الفيديو حيث جاء في المرتبة الثالثة، فيما اختلف موقع وطن للأخبار في الفيديو حيث جاء في المرتبة الأولى.

ويعزو الباحث اهتمام موقع "وطن للأخبار" في مقاطع الفيديو أكثر من الصور ومن العناصر التدميمية الأخرى؛ نظراً لأن موقع "وطن للأخبار" يتبع لـ"تلفزيون وطن" من الناحية الهيكلية، ما يعني أن هناك إمكانيات، وموارد متوفرة، تمكن فريق العمل في الموقع من الاستفادة من العناصر المرئية الخاصة بالقناة.

كما، اتفقت مواقع الدراسة الثلاثة في "عدم وجود" عناصر تدعيم حيث جاءت في المرتبة الثانية، ولابد من الإشارة هنا إلى أن خلو المادة الصحفية من العناصر التدميمية قد يضعف ثقة القارئ في المادة، وقد لا يتفهم المشكلة وحلها جيداً، ما يؤكد ضرورة استخدام عناصر التدعيم.

ولم يحظَ فن "الإنفوجرافيك" باهتمام كبير من قبل المواقع الثلاثة في الموضوعات القائمة على الحلول، على الرغم من أهميته في إيصال المعلومة وتبسيط فهمها.

خاتمة الدراسة

يستعرض الباحث خلاصة النتائج التي توصلت إليها الدراسة التحليلية المقارنة، وأهم التوصيات المقترحة التي يمكن أن تسهم في تعزيز دور صحافة الحلول في الصحافة الفلسطينية، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: أهم نتائج الدراسة التحليلية:

1. حظيت المشكلات "الصحية والبيئية" كأحدى أنواع المشكلات المجتمعية على المرتبة الأولى بنسبة (37.8%) بواقع (48) تكراراً، تلتها المشكلات "الاقتصادية" في المرتبة الثانية بنسبة (18.9%) بواقع (24) تكراراً.
2. حصلت المصادر الداخلية من فئة "المصادر الإعلامية" على المرتبة الأولى بنسبة (58.3%) بواقع (74) تكراراً، تلتها "المصادر الخارجية" في المرتبة الثانية بنسبة (37%) بواقع (47) تكراراً.
3. حلت "المحافظات الجنوبية" في المرتبة الأولى للنطاق الجغرافي بنسبة (52%) بواقع (66) تكراراً، تلتها "المحافظات الجنوبية والشمالية معاً" في المرتبة الثانية بنسبة (24.4%) بواقع (31) تكراراً، ثم "المحافظات الشمالية" في المرتبة الثالثة بنسبة (23.6%) بواقع (30) تكراراً.
4. تساوت الحلول "الاجتماعية" و"التقنية" كأحدى أنواع حلول المشكلات المجتمعية في المرتبة الأولى بنسبة (20.5%) بواقع (26) تكراراً، تلتها الحلول التعليمية والثقافية في المرتبة الثانية بنسبة (15.7%) بواقع (20) تكراراً.
5. حظي "حل المشكلة" على المرتبة الأولى بنسبة (53.9%) بواقع (110) تكرارات، تلاه تعزيز "الثقافة" في المرتبة الثانية بنسبة (15.7%) بواقع (32) تكراراً، ثم إشاعة الإيجابية في المرتبة الثالثة بنسبة (12.7%) بواقع (26) تكراراً.
6. حلت فئة "المواطنون" كأحدى مصادر في المرتبة الأولى بنسبة (46.5%) بواقع (59) تكراراً، ثم في المرتبة الثانية المؤسسات الأهلية بنسبة (18.1%) بواقع (23) تكراراً، وجاء في المرتبة الثالثة الخبراء والمختصون بنسبة (17.3%) بواقع (22) تكراراً.
7. حصلت الحلول الواضحة على المرتبة الأولى بنسبة (63%) بواقع (80) تكراراً، تلاها الحلول الواضحة إلى حد ما في المرتبة الثانية بنسبة (23.6%) بواقع (30) تكراراً.

8. جاءت "ملائمة الحل" لبيئة المشكلة بشكل ملائم في المرتبة الأولى بنسبة (58.3%) بواقع (74) تكراراً، تلاها ملائمة الحل لبيئة المشكلة إلى حد ما في المرتبة الثانية بنسبة (39.4%) بواقع (50) تكراراً.
9. حظي التركيز على "حل المشكلة" على المرتبة الأولى من وظائف الحلول بنسبة (65.4%) بواقع (83) تكراراً، وتساوى "التركيز على المشكلة" و"التركيز على الشخص" صاحب الحل في المرتبة الثانية بنسبة (17.3%) بواقع (22) تكراراً.
10. جاءت أساليب الإقناع المنطقية على المرتبة الأولى بنسبة (73.2%) بواقع (93) تكراراً، تلتها الأساليب المختلطة في المرتبة الثانية بنسبة (15%) بواقع (19) تكراراً.
11. حصل التقرير على المرتبة الأولى بنسبة (73.2%) بواقع (93) تكراراً، تلاه الحديث في المرتبة الثانية بنسبة (23.6%) بواقع (30) تكراراً.
12. تقدم موقع "فلسطين اليوم" في عدد المواد القائمة على الحل إذ بلغ (54) موضوعاً، وبنسبة (42.5%)، بينما بلغ عدد الموضوعات في موقع صفا (39) موضوعاً وبنسبة (30.7%)، في حين بلغ عدد الموضوعات في موقع وطن للأنباء (34) موضوعاً وبنسبة (26.8%).
13. حظي العنوان "الملخص" كأحدى أنواع العناوين على المرتبة الأولى بنسبة (39.4%) بواقع (50) تكراراً، تلاه العنوان "الوصفي" في المرتبة الثانية بنسبة (22%) بواقع (28) تكراراً، ثم في المرتبة الثالثة العنوان "الموضح" بنسبة (18.9%) بواقع (24) تكراراً، وجاء في المرتبة الرابعة العنوان "التأكيدي" بنسبة (10.2%) بواقع (13) تكراراً.
14. جاء العنوان الذي "يعكس الحل" على المرتبة الأولى بنسبة (76.4%) بواقع (97) تكراراً، تلاه العنوان الذي "لا يعكس الحل" في المرتبة الثانية بنسبة (23.6%) بواقع (30) تكراراً.
15. حظيت الصورة التي "تعكس الحل" على المرتبة الأولى بنسبة (52.8%) بواقع (67) تكراراً، تلتها الصورة التي "لا تعكس الحل" في المرتبة الثانية بنسبة (27.6%) بواقع (35) تكراراً.
16. غاب "التعليق المصاحب للصور" في موضوعات صحافة الحلول عن جميع عينات الدراسة الثلاثة بنسبة 100%.
17. حصلت "الصور" على المرتبة الأولى بين "العناصر التوعيمية" بنسبة (44.1%) بواقع (56) تكراراً كأكثر العناصر التوعيمية المستخدمة، تلاها "الفيديو" في المرتبة الثانية بنسبة (19.7%) بواقع (25) تكراراً، ثم في المرتبة الثالثة "عدم وجود عناصر توعيم" بنسبة (31.5%) بواقع (40) تكراراً.

ثانياً: توصيات الدراسة:

بناءً على نتائج الدراسة التحليلية المقارنة، والفهم العام للإطار المعرفي، والاطلاع الواسع على الدراسات السابقة المتعلقة بصحافة الحلول، يقدم الباحث عدداً من التوصيات، التي يمكن أن تطور وتسهم في إدخال أسلوب صحافة الحلول المجتمعية في غرف التحرير في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، ومن تلك التوصيات ما يلي:

1. ينبغي أن تولي المواقع الإخبارية الفلسطينية اهتماماً خاصاً بموضوعات صحافة الحلول، وذلك من خلال زيادة عددها، والالتزام بمعاييرها ومحدداتها، نظراً لأهمية هذا النوع من الصحافة، وأثره الإيجابي على المجتمع.
2. ضرورة الاهتمام بالمشكلات المجتمعية كافة مثل: الاجتماعية، والسياسية، والفكرية، والدينية، والأمنية، إلى جانب اهتمامها بالمشكلات الصحية، والاقتصادية، والتقنية.
3. يجب أن تهتم المواقع الإخبارية الفلسطينية أكثر بالمصادر الداخلية للمشكلات المجتمعية؛ كون هذا النوع من المصادر هو ما يميز أي وسيلة إعلامية عن الأخرى، مع الإشارة إلى أهمية التخلص من ظاهرة المصادر المجهّلة.
4. ينبغي أن يعزز موقع "فلسطين اليوم" و"وصفا" تواجدهما بشكل أكبر في المحافظات الشمالية من خلال زيادة أعداد المراسلين والمندوبين، حتى لا يقتصر التركيز على المشكلات المجتمعية في المحافظات الجنوبية التي يوجد فيها مقر الموقعين، وفي المقابل يعزز موقع "وطن للأنباء" لتواجد مراسليه ومندوبيه في المحافظات الجنوبية لنفس السبب.
5. التركيز على أكثر من وظيفة من وظائف صحافة الحلول في الموضوعات الصحفية، مثل إشاعة الإيجابية، وتعزيز الثقافة، وتنمية المسؤولية المجتمعية، وذلك لأثرها الكبير في المجتمع.
6. ضرورة أن تكون الحلول المجتمعية المطروحة في موضوعات صحافة الحلول واضحة تماماً، وخالية من التعقيد، بحيث يسهل على القارئ فهمها، واستيعابها.
7. الحرص على أن يكون الحل المتضمن في مادة صحافة الحلول ملائماً تماماً لبيئة المشكلة، وألا يكون افتراضياً، أو تعجيزياً، بل واقعياً يرتبط بشكل دقيق بالمشكلة.

8. الاهتمام ب"الخبراء والمختصين" كأحد مصادر حلول المشكلات المجتمعية؛ كونهم أصحاب دراية وتجربة بالقضية التي تعالجها مواد صحافة الحل، الأمر الذي يجعل الحلول أكثر نجاحاً وفاعلية.
9. ينبغي أن يركز المحرر على "الحل" في السرد التحريري عند إنجاز موضوعات صحافة الحل؛ وليس على المشكلة أو على الشخص صاحب الحل، باعتبار ذلك أحد المحددات المهمة لهذا النوع من الصحافة.
10. ضرورة "التنوع في العناوين" المستخدمة في موضوعات صحافة الحل، وأن ترتبط العناوين في حل المشكلة، خاصة أن من مقومات العنوان الجيد لموضوعات صحافة الحل أن يكون مرتبطاً بالحل ودالاً عليه.
11. ينبغي أن تهتم مواقع الدراسة الثلاثة في وضع التعليق المصاحب للصورة، لِمَا له من أهمية كبيرة في توضيح عناصر الصورة، مع ضرورة أن تعكس الصورة المصاحبة لموضوع صحافة الحل الحل بشكل واضح، لاسيما أن ارتباط الصورة بالحل يكسب الموضوع واقعية ويزيد من تأثيره.
12. زيادة استخدام المواقع الثلاثة للعناصر التوعيمية؛ مثل "الفيديو"، و"الإنفوجرافيك"، و"الروابط الشعبية"، نظراً لأهمية تلك العناصر في الإيضاح، والإفهام، وتبسيط المعلومة، وجذب القارئ.
13. تنظيم دورات تدريب وورش عمل مركزة للصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية الفلسطينية تتعلق بصحافة الحل، مع ضرورة حثهم على الالتزام بمحددات ومعايير هذا النوع من الصحافة.
14. دمج صحافة الحل ضمن مساقات أكاديمية في تخصصات الصحافة والإعلام في الجامعات الفلسطينية، لتعزيز صحافة الحل في الإعلام الفلسطيني.

المَصَادِرُ وَالْمَرَاجِعُ

المصادر والمراجع

• القرآن الكريم

أولاً: المراجع العربية:

إسماعيل، محمود. (2003م). *مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير*، ط1. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

أنور، رحاب. (2019م). محددات صحافة الحول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور، دراسة تحليلية ميدانية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة*، (67)، 213 - 245.

باغونت، سالومي. (25 يوليو 2018م). *مؤتمر التغطية الإخبارية بمنهج صحافة الحول التغطية الإخبارية بمنهج صحافة الحول*. رام الله: مركز تطوير الإعلام - جامعة بيرزيت وبالتعاون مع قناة فرنسا الدولية (CFI).

جبر، محمد جبر. (2013م). *علم النفس الإيجابي*. (ط 2). القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.

جرادات، ساري. (25 يناير 2020م). *مهندس مزارع يطلق أول مشروع للأكواخ الحديثة في فلسطين*. تاريخ الاطلاع: 20 مايو 2021. الموقع: <https://www.Wattan.Net/Ar/News/300303.Html>

جرادات، ساري. (29 مارس 2020م). *بقعة أمل .. أطباء يقدمون الخدمات للمرضى مجاناً وفي بيوتهم في الخليل*. تاريخ الاطلاع: 15 مايو 2021. الموقع: <https://www.Wattan.Net/Ar/News/305386.Html>

جرادات، ساري. (25 يناير 2020م). *أول مشروع للأكواخ الحديثة في فلسطين*. تاريخ الاطلاع: 16 مايو 2021. الموقع: <https://www.Wattan.Net/Ar/News/300303.Html>

جرادات، ساري. (26 أبريل 2020م). *عائلة العويوي تبادر لتعقيم المركبات في مدينة الخليل للوقاية من فيروس كورونا*. تاريخ الاطلاع: 17 مايو 2021. الموقع: <https://www.Wattan.Net/Ar/News/307559.Html>

حجازي، مصطفى. (2012م). *إطلاق طاقات الحياة: قراءات في علم النفس الإيجابي*. (د. ط). بيروت: التنوير للطباعة والنشر والتوزيع.

- حداد، تمارا (06 يناير 2020م). آليات التحول من البلديات التقليدية إلى الإلكترونية وأثرها على التنمية المحلية. تاريخ الاطلاع: 18 مايو 2021. الموقع: <https://www.wattan.net/Ar/News/298781.html>
- حسام الدين، محمد. (2003) المسؤولية الاجتماعية للصحافة. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- حجاب، محمد منير. (2004م). المعجم الإعلامي. ط1. القاهرة: دار الفجر.
- حسن، أشرف جلال. (2009م). أثر شبكات العلاقات الاجتماعية والتفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقبطية. جامعة القاهرة، مؤتمر كلية الإعلام بعنوان: الأسرة والإعلام وتحديات العصر.
- حسين. سمير. (1983م). تحليل المضمون. ط 1. القاهرة: عالم الكتب.
- حسين، سمير. (2006م) بحوث الإعلام. (د.ط.). القاهرة: عالم الكتب.
- حمادة، بسيوني. (2008م). دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. (ط1). القاهرة: عالم الكتب.
- الدليمي، عبدالرزاق. (2011م). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية. (ط1). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- الرجوب، عوض (6 سبتمبر 2020م). فلسطين.. تحديات جدية تواجه التعليم مع استمرار "كورونا". تاريخ الاطلاع: 27 يونيو 2021. الموقع: <https://cutt.us/cyupp>
- زغيب، شيماء. (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الزق، مطر. (18 فبراير 2020م). قبور الفقراء.. مبادرة إنسانية من إحدى العائلات الغزية. تاريخ الاطلاع 16 مارس 2021. الموقع: <https://paltoday.ps/Ar/Post/369427>
- السيقلي، محمد (16 يناير 2020م). "ضفيرة شعر".. تحارب السرطان في فلسطين!. تاريخ الاطلاع 14 يونيو 2021. الموقع: <https://paltoday.ps/Ar/Post/355133>
- الشاعر. هاني (14 مارس 2020م). طلبة جامعيون ينفذون حملة للتعريف بمخاطر "كورونا" في القطاع. تاريخ الاطلاع 17 مايو 2021. الموقع: <https://safa.news/P/278918>

الشاعر، هاني (10 أبريل 2020م). في رفح.. تكتية نسوية لإعانة المتضررين من كورونا. 16 فبراير 2021م. الموقع: <https://Safa.News/P/280894>

الشاعر، هاني (25 أبريل 2020م). أسرة من رفح تتطوع لطهي الطعام للفقراء طوال شهر رمضان. تاريخ الاطلاع 17 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/281933>

الشاعر، هاني. (31 مارس 2020م). في خانينوس.. قوالب حلوى للتوعية بوباء كورونا. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/280165>

الشاعر، هاني. (14 أبريل 2020م). فريق نسوي بخان يونس لتجهيز الوصفات الرمضانية.. السلامة أولاً. تاريخ الاطلاع. 16 يونيو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/281136>

الشاعر، هاني. (15 أبريل 2020م). أسرة فلسطينية تستثمر الحجر المنزلي في صناعة فوانيس رمضان. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/281221>

الشاعر، هاني. (02 أبريل 2020م). مهندسان بغزة بينكران جهازًا للتنفس الاصطناعي. تاريخ الاطلاع 19 مارس 2021م. الموقع: <https://Safa.News/P/280283>

الشاعر، هاني. (12 أبريل 2020م) أسرة برفح تحوّل سطح منزلها لنادٍ لـ "الكاراتيه". تاريخ الاطلاع 18 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/281032>

الشاعر، هاني. (24 ديسمبر 2019م). "خان يونس.. زوجان يعيدان الحياة لقطع أثرية تالفة. تاريخ الاطلاع. 26 يونيو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/273685>

شاهين، عماد (08 فبراير 2020م). إيمان.. كفيفة تكسر العقبات وتبدع في عملها. تاريخ الاطلاع 17 مايو 2021. الموقع: <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/301504.Html>

شبكة فلسطين الإخبارية. (2 يونيو 2020م). البنك الدولي: الاقتصاد الفلسطيني يعاني وجائحة فيروس كورونا تكبده الخسائر. تاريخ الاطلاع: <http://Pnn.Ps/News/515687>

الشميمري. فهد بن عبد الرحمن (2010). التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟. ط1. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

الشنباري، أحمد (14 أبريل 2020م). غزي بيتكر برنامجاً للكشف عن فيروس كورونا.. كبديل للفحوصات المخبرية. تاريخ الاطلاع 04 مايو 2021. الموقع <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/306635>

- الشنباري، أحمد (29 فبراير 2020م). متجر موسيقي يلحن نشاز الواقع بصورة عصرية. تاريخ الاطلاع 17 مايو 2021. الموقع: <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/303112.Html>
- الصحة الفلسطينية. (15 أبريل 2020م). إصابات جديدة بفيروس في فلسطين. تاريخ الاطلاع: 27 يونيو 2021. الموقع: [/Http://Site.Moh.Ps](http://Site.Moh.Ps)
- عاشور، أروى. (15 أبريل 2020م). المعلمة الخضري تبذل في التعليم الإلكتروني وتلقى تشجيعاً كبيراً من الطلبة والأهالي في غزة. تاريخ الاطلاع. 16 يونيو 2021. الموقع: <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/306721.Html>
- عاشور، أروى. (16 أبريل 2020م). في غزة.. عريس يوزع طروداً غذائية للفقراء بتكاليف زواجه. تاريخ الاطلاع 16 يونيو 2021. الموقع: <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/306789.Html>
- عاشور، أروى. (8 أبريل 2020م). أسواق البالة مقصد الفقراء في غزة!. تاريخ الاطلاع 15 مايو 2021. الموقع: <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/306203.Html>
- العبد، عاطف، العبد، نهى. (2011م). نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية. (د.ط). القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبدالحميد. محمد. (1997م). بحوث الصحافة. ط2. القاهرة: عالم الكتب.
- عبدالحميد، محمد. (2010م). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام: من المحتوى الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية. ط1. القاهرة: عالم الكتب.
- عبدالله، مجدي أحمد. (2003م). مقدمة في علم النفس الإيجابي. ط1. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- عثمان، سيد أحمد. (1973م). مقياس المسؤولية الاجتماعية. ط1. مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.
- عطاالله، هديل عوني. (11 فبراير 2020م). مدربة من الأردن تدعو متابعيها لعيش مغامرة الولوج إلى الذات من خلال رياضة التأمل. تاريخ الاطلاع. 16 يونيو 2020. الموقع: <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/301708.Html>
- فهمي، إمام. (1999م). الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. (6)، 38-14.

فودة، محمود. (01 ديسمبر 2018م). الرسالة" تكشف خبايا تهريب النفط من سجون الاحتلال. تاريخ الاطلاع 17 مايو 2021. الموقع: <https://Alresalah.Ws/Post/191848>

كامل، خورشيد مراد. (2011م). الاتصال الجماهيري والإعلام. (ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

كباشي، عثمان. (27 مارس 2016م). الصورة في صحافة الإنترنت (معهد الجزيرة للإعلام). تاريخ الاطلاع 22 يونيو 2021. الموقع: <https://Institute.Aljazeera.Net/Ar/Ajr/Article/250>

كتاب، داوود. (1 ديسمبر 2019م). صحافة الحلول.. ضد الإثارة. معهد الجزيرة للإعلام (موقع إلكتروني): تاريخ الاطلاع: 21 يناير 2020، رابط الموقع: <https://Institute.Aljazeera.Net/Ar/Ajr/Article/911>

أبو كويك، نداء. (2019م). واقع الصحافة الدينية في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

كيلة، آيرين. (10 فبراير 2020م). "جرين ماركت" تطبيق فلسطيني يخفف أثر النفائات على البيئة. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/301650.Html>

لافالو، كالوية. (25 يوليو 2018م). مؤتمر التغطية الإخبارية بمنهج صحافة الحلول التغطية الإخبارية بمنهج صحافة الحلول. رام الله: مركز تطوير الإعلام- جامعة بيرزيت وبالتعاون مع قناة فرنسا الدولية (CFI).

اللبان، شريف درويش. (03 أكتوبر 2019م). مداخل مبتكرة لتطوير المحتوى الصحفي. تاريخ الاطلاع 17 يناير 2020، الموقع: <https://Www.Albawabhnews.Com/3750077>

ماكفيل، توماس. (2005). الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية. (ط1). ترجمة: حسني محمد نصر وعبدالله الكندي، الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.

المزاهرة، منال. (2012م). نظريات الاتصال. (ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

مطر، فضل. (08 أبريل 2020م). ممر آمن.. ابتكار بغزة لتعقيم الأفراد والأغذية. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/Post/280738>

- مطر، فضل. (06 أبريل 2020م). *حلقات التحفيظ بغزة تستأنف نشاطاتها*. تاريخ الاطلاع 20 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/Post/280591>
- مطر، فضل. (06 أبريل 2020م). *تحفيظ القرآن عبر حلقات افتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي*. تاريخ الاطلاع. 18 أبريل 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/280591>
- مطر، فضل. (16 مايو 2021). *طبيب بغزة يبادر لعلاج المرضى بمنازلهم وقايةً من كورونا*. تاريخ الاطلاع 15 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/Post/281032>
- مطر، فضل. (18 فبراير 2020م). *إطلاق مشروع تجريبي لتركيب عدادات ذكية للمياه شمال غزة*. تاريخ الاطلاع. 14 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/277164>
- معوض. محمد. (1994م). *الخبر في وسائل الإعلام*. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.
- المغاري، أحمد (23 فبراير 2020م). *لمة صبايا" حلم فتاة من غزة.. تحقق!*. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/302661.Html>
- موقع فلسطين اليوم، (03 أبريل 2020م) *القفزات والكمامة هل تشكلان وقاية من فيروس كورونا*. تاريخ الاطلاع 15 مايو 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/372503>
- المغاري، أحمد (26 مارس 2020م) *أول مزرعة للفطر في غزة*. تاريخ الاطلاع 22 مايو 2021. الموقع: <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/305208.Html>
- المغاري، أحمد. (23 فبراير 2020م). *لمة صبايا" حلم فتاة من غزة.. تحقق*. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/302661.Html>
- مكاوي، حسن عماد. (2003م). *أخلاقيات العمل الإعلامي "دراسة مقارنة"*. ط3. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلي حسن. (2004م). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. (ط1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- موقع إحصاء كورونا. (2 مايو 2020م). *تحديثات الإصابة بفيروس كورونا حول العالم*. تاريخ الاطلاع: 27 يونيو 2021. الموقع: <https://Corona.Ps>
- موقع الجزيرة. (8 يونيو 2019م). *وزير سابق يشرح.. لهذه الأسباب ينهار الاقتصاد المصري*. تاريخ الاطلاع: 27 يونيو 2021. الموقع: <https://Cutt.Us/ZER8s>

موقع صفا (27 مارس 2020م). خبز وماء.. إطلاق مبادرة للمناطق المهمشة في خانيونس.

تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/279851>

موقع صفا. (07 مارس 2020م). تكية حي الأمل تطعم 2000 أسرة في خانيونس. تاريخ

الاطلاع 20 مارس 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/278414>

موقع صفا. (11 أبريل 2020م). في جنين.. شركة تنتج غرفة تعقيم آلية لمواجهة كورونا.

تاريخ الاطلاع 13 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/280931>

موقع صفا. (23 أبريل 2020م) كيف أصبح الذكاء الاصطناعي أداة رئيسية لمواجهة جائحة

كورونا. تاريخ الاطلاع 16 يونيو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/281802>

موقع صفا. (25 فبراير 2020م). إطلاق مشروع مبادرة تحسين سبل العيش لتعزيز فرص

التوظيف جنوب الضفة. تاريخ الاطلاع. 16 يونيو 2021. الموقع:

[/https://Safa.News/Post/277667](https://Safa.News/Post/277667)

موقع صفا. (31 مارس 2020م). مخيمات الضفة تدير معركتها لمواجهة كورونا بلجان

تطوعية. تاريخ الاطلاع 15 مايو 2021. الموقع: [https://Paltoday.Ps/Ar/](https://Paltoday.Ps/Ar/Post/372304)

[Post/372304](https://Paltoday.Ps/Ar/Post/372304)

موقع صفا. (04 مارس 2020م). خذ بيدي لأستمع باللغة الإنجليزية.. مبادرة مدرسية لإتقانها.

تاريخ الاطلاع 20 مارس 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/278210>

موقع صفا. (06 يناير 2020م). "حل التمثيل التنظيمي".. أقسى أدوات المواجهة على إدارة

سجون الاحتلال". تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/274405>

موقع صفا. (07 أبريل 2020م). جامعة يابانية تستبدل الطلاب بروبوتات في حفل التخرج

بسبب كورونا. تاريخ الاطلاع 17 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/280682>.

موقع صفا. (09 أبريل 2020م). مكبرات الصوت.. أوقاف غزة تبث موعظة مسجلة وقت

خطبة الجمعة غدًا. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع:

<https://Safa.News/Post/280806>

موقع صفا. (11 يناير 2020م). "بروترانسلايت".. منصة متكاملة للترجمة أون لاين 24

ساعة. تاريخ الاطلاع 17 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/274703>

موقع صفا. (12 مارس 2020م). التعليم في زمن كورونا.. محاولات لردم الفجوة بين النظامي والإلكتروني. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2020. الموقع: <https://Safa.News/P/278794>

موقع صفا. (16 أبريل 2020م). الفصائل الفلسطينية تشدد على مبادرة السنوار للأسرى. تاريخ الاطلاع 20 مارس 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/281304>

موقع صفا. (16 مارس 2020م). العونة تتجلى بمبادرات طوعية لمواجهة كورونا. تاريخ الاطلاع 15 مارس 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/279076>

موقع صفا. (16 مارس 2020م). ثانوية أون لاين.. إطلاق برنامج تعليمي لطلبة التوجيهي. تاريخ الاطلاع 16 فبراير 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/279045>

موقع صفا. (29 فبراير 2020م). الأمن الداخلي يكشف تفاصيل تُنشر لأول مرة عن عملاء للاحتلال بغزة. تاريخ الاطلاع. 11 أبريل 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/277929>

موقع صفا. (30 يناير 2020م). بركة العنزية.. أثر عباسي يقاوم الاحتلال وحده في الرملة. تاريخ الاطلاع 17 مايو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/275948>

موقع صفا. (30 مارس 2020م). كن عوناً لأخيك.. مبادرة شبابية لإغاثة فقراء القدس. تاريخ الاطلاع 26 يونيو 2021. الموقع: <https://Safa.News/P/280063>

موقع فلسطين اليوم. (03 مارس 2020م). صناعة كامامة نكية يمكنها اكتشاف فيروس كورونا. تاريخ الاطلاع 17 مايو 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/370374>

موقع فلسطين اليوم. (04 أبريل 2020م). مطعم إسترالي يُسلم وجبات البيتزا والجمعة بطريقة مبدعة بعد الكورونا. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/372535>

موقع فلسطين اليوم. (18 فبراير 2020م). مزارع من غزة ينجح في استخلاص سماد طبيعي. تاريخ الاطلاع. 15 مايو 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/369430>

موقع فلسطين اليوم. (20 يناير 2020م). أم عمر.. تُدير مطعماً بمفردها 18 ساعة عمل متواصلة. تاريخ الاطلاع 18 مايو 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/367500>

موقع فلسطين اليوم. (24 مارس 2020م). غزة وكورونا.. التزم بيتك وما تحتاجه سيصل إليك في منزلك!. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/371804>

موقع فلسطين اليوم. (02 مارس 2020م). معلمة تُطلق مبادرة صحي تاج راسي للتوعية بأهمية تغذية الأطفال. تاريخ الاطلاع: 17 مارس 2021. الموقع:

<https://Paltoday.Ps/Ar/Post/343382>

موقع فلسطين اليوم. (02يناير 2020م). مزارعات صغيرات ينجحن في إنتاج الشعير داخل حاويات دون تربة. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع:

<https://Paltoday.Ps/Ar/Post/366285>

موقع فلسطين اليوم. (04 أبريل 2020م). شاب غزّي يبدع في توعية المواطنين من خطر كورونا بطريقة الخاصة. تاريخ الإطلاع: 17 مارس 2021. الموقع:

<https://Paltoday.Ps/Ar/Post/372585>

موقع فلسطين اليوم. (05أبريل 2020م). الأقفاص البحرية.. مشروع تدريبي إنتاجي لاستزراع السمك في غزة. تاريخ الاطلاع 15 يونيو 2021م. الموقع:

<https://Paltoday.Ps/Ar/Post/372650>

موقع فلسطين اليوم. (07 أبريل 2020م). أثبت نجاعته في إيطاليا.. مبرمج يتكرر برنامجًا لتشخيص الإصابة بفيروس كورونا. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع:

<https://Paltoday.Ps/Ar/Post/372770>

موقع فلسطين اليوم. (08 يناير 2020م). ابتكار جهاز يبعث الأمل لمصابي الحبل الشوكي. تاريخ الاطلاع 15 يونيو 2021. الموقع:

<https://Paltoday.Ps/Ar/Post/366713>

موقع فلسطين اليوم. (08 أبريل 2020م). ممر تعقيم.. مهندسو غزة يبدعون بطريقة فريدة لمواجهة كورونا. تاريخ الاطلاع 19 مارس 2021. الموقع:

<https://Paltoday.Ps/Ar/Post/372813>

موقع فلسطين اليوم. (09 يناير 2020م). برنامج أهل الخير يساعد سبعينياً وبناته الخمس ويعيد بناء منزلهم بالكامل. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع:

<https://Paltoday.Ps/Ar/Post/366764>

موقع فلسطين اليوم. (11 أبريل 2020م). شركة في جنين تنتج غرفة تعقيم آلية لمجابهة "كورونا". تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع:

<https://Cutt.Us/9Q24C>

موقع فلسطين اليوم. (13 مارس 2020م). الغزيون يؤدون الصلاة بطمأنينة بعد تعقيم ملائكة الرحمة. تاريخ الاطلاع 19 مارس 2021. الموقع:

<https://Paltoday.Ps/Ar/Post/371052>

موقع فلسطين اليوم. (14 يناير 2020م). مبادرات شخصية لموظفي غزة تُعري أزماتهم.. فمن المسؤول..؟. تاريخ الاطلاع 15 مايو 2021. الموقع:

<https://Paltoday.Ps/Ar/Post/367080>

موقع فلسطين اليوم. (15 أبريل 2020م). مهندسون فلسطينيون يتمكنون من ابتكار نظام عزل صحي متنقل. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/373318>

موقع فلسطين اليوم. (16 فبراير 2020م) نبتة الصبار.. سرُّ عائلة غزّية للتغلب على البطالة. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/369304>

موقع فلسطين اليوم. (16 فبراير 2020م). في غزة.. تقنية جديدة تنقذ مربي المواشي من غلاء أسعار الأعلاف. تاريخ الإطلاع 15 أبريل 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/369299>

موقع فلسطين اليوم. (16 مارس 2020م). فريق غيث.. شباب يواجه (فيروس كورونا) بالعلم والتوعية. تاريخ الاطلاع 15 يونيو 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/371248>

موقع فلسطين اليوم. (27 يناير 2020م). شاشة سينما المخيم تدخل الزقاق لترفيه الأطفال. تاريخ الاطلاع. 18 مايو 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/367935>

موقع فلسطين اليوم. (27 يناير 2020م). فتاة من غزة تبتكر "قبعة نكية" لخدمة ذوي الإعاقة ومرضى السرطان. تاريخ الاطلاع. 12 فبراير 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/367921>

موقع فلسطين اليوم. (12 مارس 2020م). في جبل العرمة... المقاومة بالدم والمبادرات التنموية. تاريخ الاطلاع 17 مارس 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/371006>

موقع فلسطين اليوم. (13 يناير 2020م). متحف القرارة.. تراث أصيل وحضارات مختلفة يوثقها شبانٌ غزّيون. تاريخ الاطلاع 19 مارس 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/367025>

موقع فلسطين اليوم. (25 فبراير 2020م). صواريخ سرايا القدس: تطور نوعي يضع قادة الاحتلال في مأزق. تاريخ الاطلاع 19 مارس 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/343061>

موقع فلسطين اليوم. (26 يناير 2020م). في غزة: بيت العزاء ليوم واحد وبدون تمر. تاريخ الاطلاع 17 مارس 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/367838>

موقع فلسطين اليوم. (10 مارس 2020م). لمواجهة كورونا.. شركة في غزة تطلق مبادرة لدعم التعليم عن بعد". تاريخ الاطلاع 17 مارس 2021. الموقع: <https://Paltoday.Ps/Ar/Post/370812>

موقع فلسطين اليوم. (20 يناير 2020م). "باص الدفا" .. وجبات طعام تجلب السعادة لقلوب الفقراء. تاريخ الاطلاع: 17 مارس 2021. الموقع:

<https://Paltoday.Ps/Ar/Post/367464>

موقع فلسطين اليوم. (02 مارس 2020م). عملية محفوفة بالمخاطر.. زراعة ريتين لمريض مصاب بـ"كورونا" في الصين. تاريخ الاطلاع 17 يونيو 2021. الموقع:

<https://Paltoday.Ps/Ar/Post/370245>

موقع وطن. (12 فبراير 2020م). نشر قائمة الشركات العاملة في المستوطنات فرصة لتصعيد حركة المقاطعة ومكافحة نظام الأبرتهايد. تاريخ الاطلاع 22 مايو 2021. الموقع:

<https://Www.Wattan.Net/Ar/News/301851.Html>

موقع وطن للأنباء. (03 فبراير 2020م). الأسير وليد دقة يرزق بطفله الأولى "ميلاد" رغم قيود الاحتلال. تاريخ الاطلاع 13 يونيو 2021. الموقع:

<https://Www.Wattan.Net/Ar/News/301097>

موقع وطن للأنباء. (04 أبريل 2020م). باحثون من جامعة القدس المفتوحة يصممون نموذجاً رياضياً محوسباً للتنبؤ بعدد الحالات المصابة بفيروس COVID-19 في فلسطين. تاريخ

الاطلاع 12 مايو 2021. الموقع: <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/305845.Html>

موقع وطن للأنباء. (04 فبراير 2020م). المرصد لحكومة اشتهية: حماية مزارعي الخيار يفشل عقوبات وزير جيش الاحتلال بنيت. تاريخ الاطلاع 15 مايو 2021. الموقع:

<https://Cutt.Us/Axjq0>

موقع وطن للأنباء. (05 فبراير 2020م). مبادرة لتجنيد متطوعين من طلبة التخصصات الطبية لدعم جهود مواجهة كورونا. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع:

<https://Cutt.Us/Axjq0>

موقع وطن للأنباء. (12 فبراير 2020م) نشر قائمة الشركات العاملة في المستوطنات فرصة لتصعيد حركة المقاطعة ومكافحة نظام الأبرتهايد. تاريخ الاطلاع 21 مايو 2021.

الموقع: <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/301851.Html>

موقع وطن للأنباء. (14 مارس 2020م). التطرف الديني.. نماذج وحلول. تاريخ الاطلاع 17 مايو 2021. الموقع: <https://Www.Wattan.Net/Ar/News/306721.Html>

موقع وطن للأنباء. (14 يناير 2020م). إطلاق العناقيد الصناعية الزراعية العمرانية في سلفيت. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://www.wattan.net/Ar/News/299450.html>

موقع وطن للأنباء. (19 فبراير 2020م). أبو أحمد فؤاد: هناك إمكانية لإفشال صفقة القرن من خلال ما يتوفر من إمكانات لدى محور المقاومة. تاريخ الاطلاع 17 مايو 2021. الموقع: <https://www.wattan.net/Ar/News/302347.html>

موقع وطن للأنباء. (2 فبراير 2020م). "مبادرة نحن نريد فلسطين هكذا" .. نشطاء يوزعون خريطة فلسطين كاملة في نابلس. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://www.wattan.net/Ar/News/301030.html>

موقع وطن للأنباء. (21 يناير 2020م). هاكتون المرأة.. مسابقة للرياديين وأصحاب العقول المبتكرة. تاريخ الاطلاع 16 مايو 2021. الموقع: <https://www.wattan.net/Ar/News/300020.html>

موقع وطن للأنباء. (3 فبراير 2020م). قرار حكومي.. الخضار والعصائر والفواكه والمشروبات الإسرائيلية محرمة على الأسواق الفلسطينية. تاريخ الاطلاع 15 مايو 2021. الموقع: <https://www.wattan.net/Ar/News/301117.html>

النجم، زياد. (14 يناير 2019م). علم النفس الإيجابي نحو رؤية فكرية مبتكرة ومنهجية متوازنة. تاريخ الاطلاع 14 فبراير 2021. الموقع: <https://cutt.us/7XLMA>

وطن. (17 يناير 2020م). صنع سيارة سباق في غزة بإمكانيات متواضعة. تاريخ الاطلاع 23 مايو 2021. الموقع: <https://www.wattan.net/Ar/News/299687.html>

وكالة الانباء والمعلومات الفلسطينية - وفا. (25 يوليو 2018م). إطلاق المنتدى الأول لصحافة الحلول في فلسطين، تاريخ الاطلاع 17 فبراير 2021، الموقع: <https://cutt.us/vmwz2>

ويكيبيديا (19 ابريل 2019م). صحافة الحلول. تاريخ الاطلاع 15 فبراير 2021. الموقع: <https://cutt.us/qbewc>

يونس، إبراهيم. (01 مارس، 2016م) مفهوم علم النفس الإيجابي *Positive Psychology*. تاريخ الاطلاع 14 مارس 2021. الموقع: <https://cutt.us/etmmm>

يونس، إبراهيم. (2018م). نمو ما بعد الصدمة. (د.ط). القاهرة: مؤسسة يسطرون للطباعة والنشر.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Amiel, P., & Powers, M. (2019). A Trojan Horse For Marketing? Solutions Journalism In The French Regional Press. *European Journal Of Communication*, 34(3), 233-247.
- Amiel, Pauline (2017) , Le Journalisme De Solutions : Une Solution 'A La Crise De La Presse Locale? , *Communication*, 34, (2),.1-15
- Annie E. (28, Feb 2017) *Casey Foundationthe Rise And Role Of Solutions Journalism In Addressing Social Problems*. [Audio Podcast]. Date Of Viewing 17 MAY 2019, Website: [Https://Cutt.Us/Ls9ee](https://Cutt.Us/Ls9ee)
- Benesch, S. (1998). The Rise Of Solutions Journalism. *Columbia Journalism Review*, 36(6), 36-39.
- Bornstein, David.(25 June 2018) *Solutions Journalism Summit*. *European Journalism Centre*. Ville Lumière, Paris
- Ciftci, D. (2019). The Application Of Solutions Journalism: Strategic Communications And Public Affairs Group In Somalia. *Online Journal Of Communication And Media Technologies*, 9(3), E201914.
- Curry, A. L., & Hammonds, K. H. (2014). The Power Of Solutions Journalism. *Solutions Journalism Network*, (7), 287-301..
- Curry, A., Stroud, N. J., & Mcgregor, S. (2016). *Solutions Journalism And News Engagement*. Engaging News Project/Annette Strauss Institute For Civic Life At The University Of Texas Austin.
- Dahmen, N. S., Thier, K., & Walth, B. (2019). *Creating Engagement With Solutions Visuals: Testing The Effects Of Problem-Oriented Versus Solution-Oriented Photojournalism*. *Visual Communication* ,P.P: 1-18, Available At: [Https://Doi.Org/10.1177/1470357219838601](https://doi.org/10.1177/1470357219838601).
- Dahmen, Nicole (28 Jun 2021). *Solutions Journalism' May Move Audiences More Than Jarring Images*. . 28 Jun 2021. Website: [Https://Cutt.Us/Oixae](https://Cutt.Us/Oixae).
- Davies CL (1999) Journalism, Corporatism, Democracy. *Media International Australia Incorporating Culture And Policy* 90(1): 53–64.
- Freedom Forum. (8, MAY 2019). *Solutions Journalism Is Rigorous, Evidence-Based Reporting On The Responses To Social Problems* .Audio Podcast. Date Of Viewing 17 MAY 2019, Website: [Https://Cutt.Us/Xzxmi](https://Cutt.Us/Xzxmi) .
- Gielan, Michelle & Furl, Brent, (2017) *Solution-Focused Journalism Increases Meaning At Work, Team Pride And Job Satisfaction For News Professionals*, Institute For Applied Positive Research.

- Golasovska, K. (2020). Solution journalism in Czech Media. Diploma thesis (Mgr). Charles University, Faculty of Social Sciences. Czech Republic
- Green, Giselle. (20, May 2019) *The Express Guide To Constructive Journalism*. Date Of Viewing 17 Jan 2020, Website: <https://www.ncvo.org.uk/guide-to-constructive-journalism>
- Haas, Tanni, (2014). *Genres Of Journalism: Solutions Journalism*, U.S.A :The Open Professional School.
- Journalism Practice. (17 MAY 2019) .The J Word. Solution Journalism And Participation. [Audio Podcast]. Date Of Viewing JULY 13, 2020, Website: <https://cutt.us/kjsh9>
- Kasriel, Emily (30 Aug 2016) *Introducing A New Tool For News: Solutions-Focused Journalism*, Date Of Viewing 19 Mar 2021. Website: <https://cutt.us/00kbz> .
- Liz Willen. (2006). "*Solutions Journalism Is.*" (Solutions Journalism Network). (Date Of Viewing 17, MAY 2019). Website: <https://www.youtube.com/watch?v=Clcn5dInJ54>
- Loizzo, J., Watson, S. L., & Watson, W. R. (2018). Examining Instructor And Learner Experiences And Attitude Change In A Journalism For Social Change Massive Open Online Course: A Mixed-Methods Case Study. *Journalism & Mass Communication Educator*, 73(4), 392-409.
- Lough, K., & McIntyre, K. (2018). Journalists' Perceptions Of Solutions Journalism And Its Place In The Field. *ISOJ Journal*, 8(1), 33-52.
- Lough, K., & McIntyre, K. (2019). Visualizing The Solution: An Analysis Of The Images That Accompany Solutions-Oriented *News Stories*. *Journalism*, 20(4), 583-599.
- Lough, K., & McIntyre, K. (2021). Transitioning to Solutions Journalism: One Newsroom's Shift to Solutions-focused Reporting. *Journalism Studies*, 22(2), 193-208.
- Macintyre, K. (2015). *Structural Journalism: Effects Of Positive Emotions And Solution Information In News Stories*. *Phd Thesis Dissertation*, (Unpublished Phd Thesis), University Of North Carolina At Chapel Hill, United States Of America.
- Mcintyre, K. (2017). Solutions Journalism: The Effects Of Including Solution Information In News Stories About Social Problems. *Journalism Practice*, 13(1), 16-34.

- Mcintyre, K. E. (2015). *Constructive Journalism: The Effects Of Positive Emotions And Solution Information In News Stories* (Unpublished PhD Thesis). The University Of North Carolina At Chapel Hill).
- Mcintyre, K. E., & Lough, K. (2019). Toward A Clearer Conceptualization And Operationalization Of Solutions Journalism. *Journalism*, 22(6), 1558-1573.
- Mcintyre, K., & Gyldensted, C. (2018). Positive Psychology As A Theoretical Foundation For Constructive Journalism. *Journalism Practice*, 12(6), 662-678.
- Mcintyre, K., & Sobel, M. (2017). Motivating News Audiences: Shock Them Or Provide Them With Solutions? *Communication & Society*, 30(1), 39-56.
- Mcintyre, K., & Sobel, M. (2017). Reconstructing Rwanda: How Rwandan Reporters Use Constructive Journalism To Promote Peace. *Journalism Studies*, 19(14), 2126-2147.
- Mcintyre, K., Lough, K., & Manzanares, K. (2018). Solutions In The Shadows: The Effects Of Photo And Text Congruency In Solutions Journalism News Stories. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(4), 971-989.
- Nölleke, D. (2019). Onstructive Journalism. *The International Encyclopedia Of Journalism Studies*. (1), 341-345.
- Powers, E., & Curry, A. (2019). NO QUICK FIX: How Journalists Assess The Impact And Define The Boundaries Of Solutions Journalism. *Journalism Studies*, 20(15), 2237-2257.
- Reporters D'espoirs.(Nov 14, 2020) *Journalisme De Solutions : De Quoi Parle-T-On?*. Viewing 17 Jan 2021, Website: [Https://Cutt.Us/658Vz](https://Cutt.Us/658Vz).
- Reporters D'espoirs.(Nov 14, 2020) *Le Journalisme De Solutions*. Viewing 17 Jan 2021, Website: [Https://Reportersdespoirs.Org/Sojo/Definition/](https://Reportersdespoirs.Org/Sojo/Definition/)
- Ruaro, Delphine, (2017). *Engaging Audiences Through Solutions Journalism: Effects On Mood, Behaviour And Attitude Toward The Newspaper* ,The London School Of Economic And Political Science.
- Sabadan, Alex . (14, FEBRUARY, 2020). *Is Solutions Journalism A Solution?* Date Of Viewing. 28 Jun 2021. Website: [Https://Thefix.Media/2020/02/14/Solutions-Journalism/](https://Thefix.Media/2020/02/14/Solutions-Journalism/)
- Shorey, H. S., Little, T. D., Snyder, C. R., Kluck, B., & Robitschek, C. (2007). Hope And Personal Growth Initiative: A Comparison Of Positive, Future-Oriented Constructs. *Personality And Individual Differences*, Magazine Department Of Psychology, Texas Tech University, Lubbock, Texas 79409, US 43(7), 1917-1926.

- Solutions Journalism Network. (18 Oct 2014) Reporting On Solutions Internationally ,Journalism Network And Pulitzer Center. Washington, USA.
- Solutions Journalism Network.(14 Oct 2019), *What We Do*. Date Of Viewing 02 Jan 2021, Website: <https://Solutionsu.Solutionsjournalism.Org/Who-We-Are/Mission>
- The Solutions Journal (W.D) *About About Us*, Date Of Viewing 19 Mar 2021. Website: <https://Thesolutionsjournal.Com/About-Us/>
- Thier, K. (2016). Opportunities And Challenges For Initial Implementation Of Solutions Journalism Coursework. *Journalism & Mass Communication Educator*, 71(3), 329-343.
- Thier, K., Abdenour, J., Walth, B., & Dahmen, N. S. (2019). *A Narrative Solution: The Relationship Between Solutions Journalism, Narrative Transportation, And News Trust*. Journalism, 1464884919876369. University Of Oregon, USA
- Urlbauer ,Lisa (2019) *.Data Visualizations: Investigating Their Effects On The Perception Of Solutions Journalism* (Unpublished Master's Thesis), Graduate School Of Communication, University Of Amsterdam, Netherlands.
- Vara, Vauhini. (April 15, 2015) *Survival Strategies For Local Journalism*. Date Of Viewing 22 Jan 2021, Website: <https://Cutt.Us/t3Mqc>
- Walth, B., Dahmen, N. S., & Thier, K. (2019). A New Reporting Approach For Journalistic Impact: Bringing Together Investigative Reporting And Solutions Journalism. *Newspaper Research Journal*, 40(2), 177-189.
- Wenzel, A., Gerson, D., Moreno, E., Son, M., & Morrison Hawkins, B. (2017). Engaging Stigmatized Communities Through Solutions Journalism: *Residents Of South Los Angeles Respond*. *Journalism*, 19(5), 649-667.
- Wikipedia.(24 May 2018). *Solutions Journalism*, Date Of Viewing 17 Jan 2020, Website: https://En.Wikipedia.Org/Wiki/Solutions_Journalism

ثالثاً: المقابلات:

إبراهيم، محمود. محرر صحفي في موقع وطن للأخبار، قابله: محمد السيقلي (مقابلة هاتفية، 25 نوفمبر 2020).

أبو هين، ياسر. مدير موقع الصحافة الفلسطينية (صفا)، قابله: محمد السيقلي (مقابلة هاتفية، 25 نوفمبر 2020).

بطراوي، وليد. مستشار ومدرب في الإعلام والاتصال، قابله: محمد السيقلي (مقابلة شخصية: 21 ديسمبر 2020).

الزق، مطر. مدير العلاقات العامة وعضو الهيئة التحريرية في موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية، قابله: محمد السيقلي (مقابلة شخصية: 20 مايو 2021).

المصري، صالح. مدير موقع فلسطين اليوم الإخباري، قابله: محمد السيقلي (مقابلة هاتفية، 21 مايو 2021).

مَلاحِقُ الدِّراسَةِ

ملحق (1):

المواقع الإلكترونية الفلسطينية

تضمنت المرحلة الأولى الاطلاع على مجتمع المواقع الفلسطينية الإخبارية من خلال موقع "أليكسا Alexa" المتخصص في إحصائيات وترتيب مواقع الإنترنت، وقد بلغ عددها حوالي 71 موقعاً، وهي:

موقع "وكالة صفا للأخبار"، وموقع "وكالة فلسطين اليوم الإخبارية"، و"وكالة الرأي الحكومة"، و"وكالة سما الإخبارية"، و"وكالة فلسطين الآن"، و"وكالة قدس نت"، و"وكالة شمس نيوز"، و"وكالة سوا"، و"وكالة عالم نيوز الإخبارية"، و"وكالة خبر الفلسطينية للصحافة"، و"وكالة الحقيقة للأخبار"، و"موقع كابيتانو الرياضي"، و"موقع الرسالة نت"، و"موقع شبكة نوى"، وموقع النجاح الإخباري، وموقع الترا فلسطين، موقع "شهاب للأخبار"، وموقع "صحيفة فلسطين"، موقع "صحيفة الاستقلال"، و"وكالة فلسطين للإعلام"، و"وكالة بال ميديا الاقتصادية الفلسطينية الإخبارية"، و"وكالة السلام الإخبارية"، و"وكالة الاستقلال لأخبار النورس"، و"وكالة وطن"، و"وكالة الراية للأخبار"، و"وكالة إيلاف الإخبارية"، و"وكالة فلسطين 24 الإخبارية"، و"وكالة حياد الإخبارية"، و"وكالة بيت المقدس للأخبار"، و"وكالة زاد نيوز الإخبارية"، و"وكالة أسوار برس الإخبارية"، و"شبكة فلسطين الإخبارية"، و"وكالة ريادة الإعلامية"، و"وكالة الرواسي الإخبارية"، و"وكالة فلسطين برس"، و"بوسر نيوز"، و"ودار المستقبل للإعلام سما للأخبار"، و"وكالة قدس برس انترناشونال"، و"وكالة معاً الإخبارية"، و"وكالة القدس الآن الإخبارية"، و"جمعية الرياضية في فلسطين بال سبورتنج"، و"دنيا الوطن"، و"زمن برس"، و"شبكة قدس"، و"لقليبية الآن"، و"غزة الآن"، و"غزة بوست"، و"وكالة ميلاد الإخبارية"، و"هنا فلسطين"، و"دور الإخباري"، و"الوطن اليوم"، و"دنيا العرب"، و"رام الله نت"، و"شاشة نيوز"، و"الكاشف نيوز"، و"قراس برس"، و"زمن برس"، و"إخباريات"، و"أخبار فلسطين"، و"صوت فتح الإخباري"، و"الكوفية برس"، و"فتح اليوم"، و"صفد برس"، و"الحدث"، و"زاجل للإعلام"، و"البوصلة"، و"راديو بيت لحم 2000"، و"رام الله الإخباري"، و"تلفزيون نابلس"، و"موقع نابلس الإخباري"، موقع صحيفة الاقتصادية.

ملحق (2):
قائمة بأسماء المحكمين

- أسماء مُحكمي استمارة "تحليل المضمون" حسب الترتيب الهجائي، وهم على النحو الآتي:
1. د. أحمد الشقائي: أستاذ مُساعد في كلية الاعلام وتكنولوجيا المعلومات في جامعة فلسطين.
 2. د. أكرم الربيعي: أستاذ مُساعد ورئيس قسم الإعلام في كلية المستقبل الجامعة - العراق.
 3. أ. داود كُنَّاب: مدير شبكة الإعلام المجتمعي - الأردن.
 4. أ. د. طلعت عيسى: أستاذ الصحافة في قسم الصحافة والإعلام في الجامعة الإسلامية بغزة.
 5. أ. د. ماجد تزيان: أستاذ الصحافة في جامعة الأقصى بغزة.
 6. د. منال المزاهرة: أستاذ الصحافة المُشارك في كلية الإعلام في جامعة البترا - الأردن.
 7. أ. نبال ثوابته: مديرة مركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت - رام الله.
 8. أ. وليد بطراوي: مستشار ومدرب في علوم الإعلام والاتصال وعضو المعهد الدولي للصحافة.

ملحق (3):

استمارة تحليل المضمون

The Islamic University of Gaza
Deanship of Research and Graduate Studies
Faculty of Arts
Master of Journalism



الجامعة الإسلامية بغزة
عمادة البحث العلمي والدراسات العليا
كلية الآداب
ماجستير صحافة

الدكتور الفاضل: _____ حفظه الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الموضوع: تحكيم استمارة تحليل مضمون

بدايةً أتقدم منكم بوافر التحيات وجزيل التقدير، وبعد ..

فإنّي أضع بين أيديكم استمارة تحليل مضمون تم إعدادها في سياق الدراسة التحليلية، الموسومة بـ (توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لصحافة الحلول في معالجة المشكلات المجتمعية) "دراسة تحليلية مقارنة"، ضمن متطلبات درجة الماجستير في الصحافة، وتهدف الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام مواقع الدراسة بها، ورصد أنواع المشكلات التي ركزت عليها، ومصادرها الأولية والإعلامية، ونطاقها الجغرافي، وأنواع الحلول التي تطرحها.. إلخ.

لذا أمل الاطلاع عليها وإبداء ملاحظاتكم القيمة عليها بما يسهم في إثراء الدراسة.

مع خالص الاحترام والتقدير،،

إعداد الباحث: محمد صلاح السيقلي

إشراف الأستاذ الدكتور: جواد راغب الدلو

