

جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة

فيروس كورونا

"الإيجاز الصحفي نموذجاً"

إعداد

محمد محمود محمد أبو عرب

إشراف

د. عبد الكريم سرحان

قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة من كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس - فلسطين.

2021

مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة

فيروس كورونا

"الإيجاز الصحفي نموذجاً"

إعداد

محمد محمود محمد أبو عرب

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ 2021/2/4م، وأجيزت.

أعضاء لجنة المناقشة

1. د. عبد الكريم سرحان/ مشرفاً ورئيساً

2. د. غسان نمر/ ممتحناً خارجياً

3. د. عامر قاسم/ ممتحناً داخلياً

التوقيع

.....

.....

.....

ب

لإهداء

إلى ذاك اليتيم الأمي

الجميل الأبيض الذي يُستسقى بوجهه الغمام

إلى الموصوف بالخلق العظيم

إلى من صَلَّى بالقدسِ بالأنبياء إماماً

إلى سيدي وسندي، وقائدي وقدوتي، وشفيعي وطبيبي، وقرّة عيني وحببي

محمد بن عبد الله عليه أفضل الصلاة وأتم التسليم.

الشكر والتقدير

للذي بالقلم علم، وبالألِّباب أَلهم، وبالوحي كَلَّم

وعلى الحبيب صَلَّى وسلَّم

للسرمدي الصمد، الواحد الأحد

لأولِ بلا بداية، والآخِرِ بلا نهاية

لسائلِ الناسِ عن العلمِ ما بِهِ فُعل، وعن طولِ العُمُرِ بما شُغِل

لِلَّهِ الَّذِي ما تَقَلَّبْتُ في نومِي وفي سِنَّتِي، إِلَّا وَذِكْرُهُ بَيْنَ النَّفْسِ وَالنَّفْسِ

لِلَّهِ عَلامِ الغُيوبِ، خَلَّاقِ البرايا

بالغِ حمدي وشُكري وامتناني.

كما وأتقدم جزيل الشكر والعرفان إلى من كان لي عوناً في مسيرتي

الدراسية.

إلى من علَّمني حرفاً وصوَّبني نهجاً وجمَّلني فكراً.

إلى جميع طاقم التدريس في قسم العلاقات العامة في جامعة النجاح

وأخص بالذكر الدكتور الكبير عبد الكريم سرحان.

الإقرار

أنا الموقع أدناه، مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس

كورونا

"الإيجاز الصحفي نموذجاً"

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

Declaration

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has been submitted elsewhere for any other degree or qualification.

Student's Name:.....

اسم الطالب:.....

Signature:.....

التوقيع:.....

Date:.....

التاريخ:.....

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
ج	الإهداء
د	الشكر والتقدير
هـ	إقرار
و	فهرس المحتويات
ي	فهرس الجداول
ل	فهرس الملاحق
م	الملخص
الفصل الأول: الإطار العام	
1	مقدمة الدراسة
5	مشكلة الدراسة
6	أهمية الدراسة
7	أهداف الدراسة
8	أسئلة الدراسة
9	حدود الدراسة
9	مصطلحات الدراسة
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة	
12	الإطار النظري
13	نموذج الاتصال المتوازن
14	نظرية القائم بالاتصال
16	نظرية خطاب التجديد
16	العلاقات العامة
16	تطور العلاقات العامة
18	تعريف العلاقات العامة
18	أهداف العلاقات العامة
19	وظائف العلاقات العامة
19	الأزمات

الصفحة	الموضوع
20	تعريف الأزمة
20	خصائص الأزمة
21	أدارة الأزمات
21	مراحل عملية التخطيط لإدارة الأزمات
22	المتحدث الرسمي
22	الحكومة الفلسطينية
23	الدراسات السابقة
32	التعقيب على الدراسات السابقة
32	أوجه الشبه
32	أوجه الخلاف
33	الصعوبات التي واجهت الباحث
الفصل الثالث: منهجية الدراسة	
35	نوع البحث ومنهجه
39	مجتمع الدراسة
39	عينة الدراسة
41	أدوات الدراسة
43	صدق الأداة
43	ثبات الأداة
44	إجراءات الدراسة
45	متغيرات الدراسة
46	المعالجات الإحصائية
الفصل الرابع: نتائج الدراسة	
48	النتائج المتعلقة بأداة الدراسة الأولى (الاستبانة)
48	النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة
48	النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيس
50	نتائج السؤال الفرعي الأول
51	النتائج المتعلقة بنتائج السؤال الفرعي الثاني
52	النتائج المتعلقة بنتائج السؤال الفرعي الثالث

الصفحة	الموضوع
54	النتائج المتعلقة بنتائج السؤال الفرعي الرابع
56	النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الخامس
59	النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي السادس
65	النتائج المتعلقة بأداة الدراسة الثانية (المقابلة)
الفصل الخامس: مناقشة النتائج وأهم التوصيات	
75	مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة
75	مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة أداة الدراسة الأولى (الاستبانة)
75	النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس
78	نتائج الأسئلة الفرعية ومجالات الدراسة
83	مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة أداة الدراسة الثانية (المقابلة)
72	النتائج العامة للدراسة
87	التوصيات
89	المصادر والمراجع
97	الملاحق
B	Abstract

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم
40	توزيع عينة الدراسة الخاصة (بالاستبانة) حسب متغيراتها المستقلة	1
40	توزيع عينة الدراسة الخاصة (بالمقابلة) حسب متغيراتها المستقلة	2
42	فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها	3
42	مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي	4
43	معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha	5
49	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التقدير لمجالات مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس كورونا، مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	6
51	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	7
53	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	8
55	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	9

الصفحة	عنوان الجدول	رقم
57	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	10
59	نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا حسب متغير النوع الاجتماعي	11
60	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الفئات العمرية للدرجة الكلية	12
61	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا حسب متغير الفئات العمرية	13
62	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المستوى التعليمي للدرجة الكلية	14
63	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا حسب متغير المستوى التعليمي	15
64	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير مكان السكن للدرجة الكلية	16
64	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا حسب متغير مكان السكن	17
67	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال الأول (ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا)	18
68	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال الثاني (هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي)	19

الصفحة	عنوان الجدول	رقم
69	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال الثالث (ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة)	20
69	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال الرابع (هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي)	21
70	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال الخامس (ما مدى الرضا عن مدة عرض الإيجاز الصحفي)	22
71	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال السادس (هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور)	23
72	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال السابع (هل كانت الإجابة على أسئلة الصحفيين شافية وصریحة)	24

فهرس الملاحق

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
98	استبانة الدراسة	.1
106	مقابلة رقم (1)	.2
109	مقابلة رقم (2)	.3
112	مقابلة رقم (3)	.4
113	مقابلة رقم (4)	.5
114	مقابلة رقم (5)	.6
115	مقابلة رقم (6)	.7
117	مقابلة رقم (7)	.8
118	مقابلة رقم (8)	.9
119	مقابلة رقم (9)	.10
121	مقابلة رقم (10)	.11
123	مقابلة رقم (11)	.12
125	مقابلة رقم (12)	.13
127	مقابلة رقم (13)	.14
129	مقابلة رقم (14)	.15
132	مقابلة رقم (15)	.16
134	مقابلة رقم (16)	.17
136	أسماء محكمين الاستبانة	.18

مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس كورونا

"الإيجاز الصحفي نموذجاً"

إعداد

محمد محمود محمد أبو عرب

إشراف

د. عبد الكريم سرحان

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس كورونا "الإيجاز الصحفي نموذجاً" وللإجابة على السؤال الرئيس، وهو ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا، استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي، وضمن هذا النوع قرر الباحث استخدام المنهج الكمي والنوعي، وعليه فقد استخدم الباحث الاستبانة والمقابلة كأداتين رئيسيتين للدراسة، وقد تم تطبيق هاتان الأداتان على جميع مواطني الضفة الغربية عن طريق اختبار عينة عشوائية منهم مقدارها (322) بالإضافة إلى مقابلات مع (16) فرداً ممن يمثلون اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي، والمستوى الرسمي الحكومي، والصحفيين، كما وتم اختيار عينة الدراسة (الاستبانة) بالطريقة الطبقيّة العشوائية، وقد بينت الدراسة وجود درجة استجابة كبيرة نحو مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس كورونا، كذلك وجود درجة استجابة كبيرة على جميع مجالات الدراسة، وتبين عدم وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغيرات النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، ومكان السكن، كذلك أظهرت النتائج أن الإيجاز الصحفي قد حقق نجاحاً كبيراً وساهم في توحيد المنصات الإعلامية المختلفة خلف راية الإيجاز الصحفي، كما وأظهرت النتائج وجود درجة رضا عن الإيجاز الصحفي، وعدم وجود قيود على الصحفيين الذين

حضرُوا الإيجاز الصحفي بشكل مباشر، وأن الإيجاز الصحفي ساهم في رفع مستوى الثقافة لدى الجمهور، وقد أوصى الباحث بجملة توصيات من أبرزها العمل على تطوير أدوات العلاقات العامة الحكومية، والاهتمام بدوائر العلاقات العامة، ورفع مستوى الجاهزية الإعلامية للناطق الرسمي لمواجهة الأزمات.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

مقدمة الدراسة

مشكلة الدراسة

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

أسئلة الدراسة

حدود الدراسة

مصطلحات الدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

المقدمة

للعلاقات العامة دوراً مهماً في التصدي للأزمات والكوارث، حيث تعرضت دولة فلسطين إلى جائحة فايروس كورونا (كوفيد-19)، ومن هذا المنطلق لعبت دائرة العلاقات العامة في مكتب رئيس الوزراء الفلسطيني دوراً مهماً في متابعة فايروس كورونا على المستويين الإعلامي والتوعوي في التصدي لهذه الأزمة الصحية ومنع تفاقمها، ونظمت علاقتها بشكل جيد مع وسائل الإعلام المختلفة لنشر التعليمات الصحية والحكومية، وإبقاء الجمهور على إطلاع دائم بالمستجدات المتعلقة بالوباء لذلك، تسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على الأدوات المستخدمة من قبل دائرة العلاقات العامة في مكتب رئيس الوزراء لمواجهة هذا الفيروس ولمعرفة مدى فعالية هذه الأدوات في إيصال الرسائل الإعلامية المختلفة إلى الجمهور الفلسطيني، ولذلك قررت الحكومة الفلسطينية الظهور يومياً من خلال المتحدث الرسمي للتواصل مع وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة والإلكترونية ووضعهم في آخر المستجدات المتعلقة بتطور الحالة الصحية للمصابين، وأماكن انتشار الفايروس، وكيفية التعامل معه، إضافةً إلى نشر الرسائل التوعوية والتوجيهية، وكافة قرارات الحكومة الفلسطينية المتعلقة بهذا الفايروس.

تحتوي الدراسة على لمحة تاريخية عن الأوبئة والجوائح عبر التاريخ، وكيفية التعامل معها، ومن ثم حدد الباحث الظاهرة التي يسعى إلى تفصيلها، إضافةً إلى أهميتها، وتحديد إشكالياتها التي تمثلت بمعرفة مدى نجاح أدوات العلاقات العامة في الإدارة الإعلامية للأزمة من خلال الإيجاز الصحفي اليومي، ومعرفة مواطن الضعف لتقديم التوصيات المستقبلية، وتحتوي الدراسة على المنهج المستخدم والنظريات التي تم الاستناد إليها، والأدوات البحثية، وتحديد المجتمع وعينة الدراسة، إضافةً إلى مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت كيفية استخدام أدوات العلاقات العامة في الإدارة الإعلامية وإدارة الأزمات.

لمحة تاريخية

لا تزال دوائر العلاقات العامة في تطور مستمر، حتى غدت متخصصة في إدارة الأزمات والكوارث، ولا تتفك تزيد من قدرتها وجاهزيتها، فأصبحت بذلك السد المنيع الذي يُعوّل عليه درء كل ما يهدد تقدّم الهيئات والمؤسسات، فهي تعمل جاهدة للحيلولة دون وقوع الأزمة، والتغلب عليها إذا فُرضت، والاستفادة منها بعد الخلاص بأخذ الدروس والعبر.

عبر التاريخ الإنساني شهد العالم أوبئة مهلكة وأمراض فتّاقة حصدت أرواح ملايين البشر، منها ما اقتصر على مناطق محصورة ومحددة بنطاق زمني وجغرافي معيّن، "ومنها ما انتشر في أرجاء كبيرة وأقاليم مختلفة من العالم ويسمى في مثل هذه الحالة جائحة" (marefa, 2020)، ومن أشهر هذه الأمراض وأشدّها فتكاً وانتشاراً: الطاعون والجذري والسل والسحايا والملاريا، وانفلونزا الخنازير والطيور، وسارس وإيبولا، وأخيراً فيروس كورونا المستجد (Covid19).

وفي كل الجوائح والأوبئة، والأمراض المعدية والتي لا أمصال لها كانت الطريقة الأمثل، إما عزل المصابين وإما عزل المناطق، وهذا تحديداً ما حصل في زمن ثاني الخلفاء الراشدين عمر بن الخطاب رضي الله عنه، ففي سنة (18هـ) انتشر ما يعرف بطاعون عمواس (الحموي، د.ت، p. 157)، والذي أصاب بلاد الشام وسمي بطاعون عمواس نسبة لمسقط رأس المرض وقد حصد هذا الوباء أرواح أكثر من 25 ألفاً من البشر (سليمان، 2020)، وتذكر كتب التاريخ أن أمير المؤمنين عمر بن الخطاب وهو في طريقه إلى الشام استقبله واليه على الشام أبو عبيدة عامر بن الجراح رضي الله عنه ومعه بعض الأمراء، وأخبره أن الوباء قد حلّ وعمّ، وانتشر كالنار في الهشيم في أنحاء كبيرة من بلاد الشام، فاستشار عمر بعض الصحابة رضي الله عنهم فممنهم من حثه على متابعة السير، ومنهم من فضل الرجوع خوفاً من البلاء، وقد أخذ أمير المؤمنين بنصيحة الصحابي عبد الرحمن بن عوف عندما روى حديثاً عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه قال: "إذا سمعتم بهذا الوباء ببلد، فلا تقدموا عليه، وإذا وقع وأنتم فيه فلا تخرجوا فراراً منه" (البخاري، p. 5728)، وقد أخذ عمر بن الخطاب على أبو عبيدة عندما قال له: أتفرّ من قدر الله يا أمير المؤمنين؟ فقال له عمر مقالته الشهيرة (نفرّ من قدر الله إلى قدر الله).

فايروس كورونا (الجائحة)

في 31 كانون الأول/ ديسمبر 2019 وفي مدينة ووهان الصينية، وتحديدًا في سوق لبيع المأكولات الحيوانية والبحرية كانت باكورة انتشار فيروس كورونا المستجد "covid19" (وزارة الصحة الفلسطينية، 2020)، وينتمي هذا الفيروس لعائلة كورونا والتي تعني الفيروسات التي تشبه التاج، حيث أن كلمة كورونا تعني التاج باللغة اللاتينية، والتصوير المجهرى الدقيق يظهر شكل الفيروس الذي يشبه الإكليل أو التاج، وقد سمي هذا الفيروس بأكثر من اسم في بداياته، وفي 11 شباط/ فبراير 2020 أعلنت منظمة الصحة العالمية التسمية الرسمية والنهائية للمرض الجديد وهو (covid19) وهو الاسم الإنجليزي للمرض (cnn, 2020).

وقد تباينت المواقف والآراء في بداية ظهور المرض، حيث كانت البداية بالحديث عن مؤامرة أمريكية على الصين، وأن هذا الفيروس قد تم تصنيعه مخبرياً في أمريكا، وذلك أن الصين تنافس الولايات المتحدة على زعامة العالم (وكالة رويترز، 2020)،

واتهامات أخرى بأن الحركة الماسونية هي من نشر الفيروس (ذيبان، 2020)، لأنها تريد السيطرة على العالم وتريد أن تُنقص عدد البشر وأن عددهم يزداد بكثافة، وأنه لا داعي من وجود المستضعفين والفقراء والأغبياء فهم عبئ على البشرية، ويشكلون خطر على الرفاهية في العالم.

فرضية أخرى وهي فرضية الجزاء الإلهي العادل وأن الله عز وجل قد انتقم من حكومة وشعب الصين وذلك لمحاربتهم لمسلمي شعب الايغور (الجزيرة مباشر، 2020).

وفرضية تتحدث أن الصين هي من نشرت الفيروس لتشتري أسهم الشركات المقامة على أرضها وتحقق بذلك أرباح ضخمة (سحابة، 2020)، والكثير الكثير من التحليلات والفرضيات والتي عجت بها المواقع الالكترونية والألسن ومواقع التواصل الاجتماعي.

إن وسائل الاتصال والتطور التكنولوجي جعلت من العالم قرية صغيرة، وكذلك فإن وسائل النقل الحديثة الجوية والبرية والبحرية جعلت أيضاً من العالم قرية صغيرة، وهذا ما ساعد على انتشار الفيروس بشكل كبير، واستمر الفيروس في الانتشار والتمدد والتوسع حتى أصبح خطراً هدد

استقرار العالم، وما من بلد زارها هذا الفيروس إلا وأتخذت جملة من الإجراءات الوقائية للحد من انتشاره، وكان من أنجع الوسائل الوقائية العزل والحجر، ولأن الفيروس ينتشر بسرعة رهيبه وفترة حضائنه كبيرة نسبياً، كان لا بد من تدخل الحكومات والأجهزة الأمنية والشُرطية لفرض الحجر المنزلي وإلزام الناس بعدم الاختلاط.

وقد أعلنت دولة الاحتلال بتاريخ 2020/2/21 عن تأكيد بعض الإصابات (CNN, 2020)، أي قبل اسبوعين تقريباً من وصول الفيروس للضفة الغربية.

الفيروس وصل فلسطين بتاريخ 2020/3/5 (وزارة الصحة الفلسطينية، 2020)، أي بعد أكثر من 3 شهور على بداية انتشار المرض، وتم إعلان ذلك من خلال مؤتمر صحفي لوزيرة الصحة الفلسطينية د. مي كيلة، وصرحت بأنه تم تشخيص 7 إصابات دفعة واحدة في فندق بمدينة بيت جالا بمحافظة بيت لحم من خلال مخالطتهم لوفد يوناني كان قد زار الفندق حيث أن المصابين يعملون في الفندق الذي تحول مباشرة إلى مركز للحجر الصحي للمصابين.

وقد كانت الحكومة الفلسطينية قد أعلنت قبل تأكيد الإصابات بأيام قليلة جملة من الإجراءات الاحترازية منها إغلاق المطاعم والمقاهي ومنع التجمعات بشكل جزئي، وتدرجت الإجراءات حتى تاريخ أول إصابة مؤكدة في تاريخ 2020/3/5 وقد أعلن الرئيس محمود عباس رئيس دولة فلسطين إعلان حالة الطوارئ لمدة شهر لمواجهة فيروس كورونا، تخلل ذلك تعطيل المدارس والجامعات ورياض الأطفال، والحد من حركة المواطنين وتفعيل غرف عمليات على مدار الساعة، وتشكيل لجنة إعلامية يومية لمتابعة التطورات برئاسة الناطق باسم الحكومة ابراهيم ملح، وإغلاق الحدود، والغاء الحجوزات من وإلى فلسطين، واعتماد مركز حجر صحي واحد في كل محافظة، والايعاز للمحافظين والأجهزة الأمنية باتخاذ الإجراءات القانونية (صفحة د. محمد اشتيه على الفيسبوك، 2020)، وفي تاريخ 2020/3/12 تم إصدار قرار من قبل وزارة الأوقاف بإغلاق المساجد والكنائس ودور العبادة (وزارة الأوقاف والشئون الدينية، 2020)، وبتاريخ 2020/3/22 وبعد الزيادة الكبيرة في أعداد المصابين حيث بلغ عدد المصابين قريب 60 حالة، دخلت مرحلة الحجر الإلزامي، حيث يمنع التنقل بين المحافظات نهائياً إلا للعلاج وللكوادر الطبية

والأمنية، وتنتشر قوات الأمن على مداخل المدن ويعاقب كل من يخرج من بيته لغير الضرورة وتغلق الوزارات والمديريات ويمنع وصول العمال الفلسطينيين إلى إسرائيل، وتم ايقاف جميع الأعمال التجارية باستثناء المخابز والصيدليات ومحلات البقالة (مؤتمر صحفي لرئيس الوزراء، 2020).

وقد حددت الحكومة الجهة الرسمية المخولة للحديث عن مستجدات الفيروس وذلك بمؤتمر صحفي يومي سُمي "بالإيجاز الصحفي اليومي حول آخر مستجدات فيروس كورونا في فلسطين" ويبدأ المتحدث باسم الحكومة ابراهيم ملحم المؤتمر بمقدمة شهيرة وهي "ابقوا في منازلكم ينشر لكم ربكم من رحمته ويهيئ لكم من أمركم مرفقا" وهي مأخوذة من الآية الكريمة "وَإِذِ اعْتَزَلْتُمُوهُمْ وَمَا يُغْبُؤُونَ إِلَّا اللَّهَ فَأَوْوَا إِلَى الْكَهْفِ يَنْشُرْ لَكُمْ رَبُّكُمْ مِّن رَّحْمَتِهِ وَيُهَيِّئْ لَكُمْ مِّنْ أَمْرِكُمْ مَرْفَقًا" (القرآن الكريم، p. 295)، ومن ثم يتحدث عن المستجدات والأخبار الوبائية وآخر التطورات، ويقدم من معه من شخصيات رسمية ووزراء وأصحاب اختصاص للحديث كل في مجاله ويُختم الإيجاز بأسئلة الصحفيين من مختلف الوكالات.

مشكلة الدراسة

كثيراً ما تتعرض الدول والمنظمات للحروب والأزمات، وقد تواجه الكوارث الطبيعية والنزاعات العسكرية والمناكفات السياسية والصراعات والانتشقات الداخلية، وفي كل الأزمات تتكاثف الجهود والطاقت لمواجهة الأحداث التي قد تُهدد استقرار الشعوب والدول والمنظمات، وإن الأزمات غير المتوقعة والأخطار المفاجئة تتطلب المزيد من تكاثف الجهود لصد الأزمات ودرء المخاطر.

وهنا تلعب دوائر العلاقات العامة والإعلام دوراً مهماً في التصدي لمثل هذه الأوبئة، ويعتبر ذلك من صميم اختصاصها.

وفي بعض الأحيان تكون الإجراءات الوقائية وطرق مكافحة الأزمات قاسية بعض الشيء، ومثال ذلك العزل المنزلي الإجباري وحجر السكان، وهذا ما حصل في مواجهة فيروس كورونا

(Covid19)، حيث أن معظم الدول فرضت الحجر المنزلي الإلزامي على السكان بالقوة وأغلقت كافة مناحي الحياة إلا من بعض الاستثناءات الهامة.

بعد تأكيد وصول الفيروس رسمياً إلى فلسطين ومع عدم الجاهزية الطبية للتصدي له، أعلنت الحكومة الفلسطينية على لسان رئيس الوزراء د. محمد اشتية بتاريخ 2020/3/5، فرض حالة الطوارئ، وقد بدأ جلياً دور الإعلام الرسمي في هذه الجائحة وذلك على لسان الناطق باسم الحكومة ومن خلال القنوات الإعلامية الرسمية، وأيضاً في عدم السماح بنشر معلومات خاطئة بل ومحاكمة من يفعل.

بناء على ما تقدم تكمن مشكلة الدراسة في التعرف على مدى فاعلية الإيجاز الصحفي اليومي كأحد أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية الذي تم توظيفه لإدارة الأزمة إعلامياً.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أنها الدراسة الأولى في حدود علم الباحث التي عالجت موضوع الجائحة خاصة أن ظهور هذا الوباء هو شيء جديد على مجتمعنا الفلسطيني، وتُظهر هذه الدراسة مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة فيروس كورونا، حيث لا يوجد دراسات سابقة تتحدث عن طرق إدارة الأزمات في مثل هذه الجوائح بشكل مباشر، فمثل هذه الدراسات تساعد دوائر العلاقات العامة الرسمية في معرفة الطرق المناسبة للتصدي لمثل هذه الأزمات، كما ويمكن للباحثين والدارسين أن يعتمدوا على هذه الدراسة والاستفادة منها في أبحاثهم المستقبلية.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على أنواع الرسائل الإقناعية التي استخدمتها الحكومة الفلسطينية في الإيجاز الصحفي المتعلق بمواجهة أزمة فيروس كورونا.

2. التعرف على مدى تأثير الإيجاز الصحفي المتعلق بمواجهة فيروس كورونا في إقناع الجمهور بخطط الحكومة في التعامل مع أزمة كورونا.

3. التعرف على المعوقات التي واجهت عمل العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في استخدام الإيجاز الصحفي كأداة لمواجهة أزمة فيروس كورونا.

تساؤلات الدراسة

وينبثق عن مشكلة الدراسة التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟ وينبثق عن التساؤل الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هي الوسائل الإقناعية التي استخدمتها الحكومة الفلسطينية خلال الإيجاز الصحفي المتعلق بمواجهة أزمة كورونا خلال فترة الدراسة.

2. هل نجحت العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام؟

3. ما مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور؟

4. ما مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي؟

5. هل كانت فترة واسلوب وطريقة الناطق الرسمي مرضية بالنسبة للجمهور الفلسطيني؟

6. هل تختلف اتجاهات المواطنين الفلسطينيين نحو مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، والفئة العمرية، والمستوى التعليمي، ومكان السكن)؟

حدود الدراسة

الحد الزمني: من (بداية شهر فبراير 2020 إلى آخر شهر مايو 2020)، وهي الفترة التي بدأت فيها الحكومة باتخاذ الإجراءات الوقائية لمكافحة وصول وانتشار الفيروس، وكذلك تضمنت هذه الفترة بداية ونهاية العرض اليومي للإيجاز الصحفي.

الحدود المكانية: دولة فلسطين وتحديداً المناطق تحكمها السلطة الوطنية الفلسطينية في الضفة الفلسطينية.

مصطلحات الدراسة التعريفات الإجرائية

الجائحة: وهي مصطلح عالمي يُطلق على الأوبئة العالمية التي تنتشر في مناطق واسعة من العلم، وتتجاوز الحدود وتؤثر على عدد كبير من البشر (marefa, 2020).

كما وعرف الباحث الجائحة على أنها الوباء الذي انتشر في العالم والذي سمي بفيروس كورونا.

الإيجاز: المؤتمر الصحفي اليومي الفلسطيني الذي يتابع مستجدات فيروس كورونا، والذي يُبث من مدينة رام الله على لسان الناطق باسم الحكومة الفلسطينية الثامنة عشر (ملحم، صفحة الناطق الرسمي باسم الحكومة الفلسطينية، 2020).

وعرف الباحث الإيجاز بأنه المؤتمر الصحفي اليومي الذي يتابع تطورات الحالة الوبائية اليومية المتعلقة بفيروس كورونا في فلسطين.

كورونا: فيروس ينتمي إلى عائلة التاج ظهر في مدينة ووهان الصينية ومن ثم تمدد إلى جميع العالم وأطلقت عليه وزارة الصحة العالمية اسم "كوفيد19" (cnn, 2020).

وكان تعريف الباحث لكورونا بأنه الفيروس الذي انتشر في الصين ومن ثم اجتاح باقي دول العالم، وكان له تأثيرات كبيرة على مختلف الأصعدة.

الرسائل الإقناعية: وعرفها الباحث إجرائياً بأنها الوسائل والأساليب التي استخدمت في الإيجاز الصحفي على لسان الناطق باسم الحكومة أو من خلال المتحدثين عبر الإيجاز الصحفي، ومن الأمثلة عليها اقتباسات من آيات القرآن، وأسلوب الدعابة في طرح قضية قطايف إم شادي.

عمال الداخل: هم عمال فلسطينيون يعملون داخل الخط الأخطر، والخط الأخضر يعني حدود دولة الاحتلال الاسرائيلي حسب الاتفاقيات بين منظمة التحرير ودولة الاحتلال، وهؤلاء العمال لا يعملون في دوائر أو مؤسسات دولة الاحتلال بل في مجال البناء والأعمال الشاقة، ومنهم من يدخل بتصاريح رسمية من الاحتلال ومنهم من يدخل بشكل غير قانوني، ويصل عددهم إلى 30 ألف عامل (**Worker's Hotline، د.ت**).

وعرف الباحث عمال الداخل بالعمال الفلسطينيين الذين يعملون في الأراضي الفلسطينية المحتلة.

عمال المياومة: هم العمال والموظفون الذين يعملون بأجرة يومية أو ساعية وليس لهم راتب شهري محدد (**القسوس، 2010**).

وعرفهم الباحث بالعمال الذين لا يتقاضون راتب شهري ثابت وتختلف رواتبهم باختلاف طبيعة عملهم أو الجهة التي يعملون لديها، مثال: (عمال البناء والطوبار، أصحاب الحرف والمهن، عمال القسارة والبلاطة والعتالة الخ..).

الحجر: هو الإجراء الذي رافق إعلان حالة الطوارئ والذي يقضي بإلزام الناس في منازلهم خوفاً عليهم من العدوى بفيروس كورونا (**الدويكات، 2016**).

وكان تعريف الباحث للحجر: هي تلك الإجراءات التي فرضتها الحكومات على الشعوب لتفادي خطر انتشار فيروس كورونا.

العلاقات العامة: عرفها القاموس العالمي الجديد "ويبستر" على أنها ترويج الاتصال والثقة بين شخص أو مشروع أو هيئة أو أشخاص آخرين، أو جمهور خاص أو المجتمع بأكمله، وذلك

من خلال توزيع المعلومات التي تشرح وتفسر وتوضح وتصنع نوع من العلاقات المتبادلة وتقيم رد الفعل (الرحيم، 2005، p. 23)، ولقد اعتمد الباحث هذا التعريف كتعريف اجرائي.

الناطق الإعلامي: وظيفة في الحكومة والمؤسسات، وهو الشخص المكلف بإذاعة ما يراه مناسباً من أخبار ومعلومات واتجاهات وقرارات تتعلق بالحكومات وسياساتها ومواقفها المختلفة إزاء القضايا المختلفة التي تهم الحكومة أو تهم الرأي العام ووسائل الإعلام.

ويعرف الباحث الناطق باسم الحكومة بأنه الشخص الذي كان يدير حلقات الإيجاز الصحفي وهو السيد ابراهيم ملحم.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

الإطار النظري

الدراسات السابقة

التعقيب على الدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

الإطار النظري:

لقد تم توظيف نموذج الاتصال المتوازن باتجاهين (جرونج وهانت، 1984) الذي يفترض أن المنظمة يجب أن تتكيف مع البيئة الخارجية، بما فيها الجماهير الفعالة تجاه هذه المنظمة، وأن يكون لكل منهما (الجماهير والمنظمة) الاستعداد للتكيف مع الآخر، فضلاً عن قابلية المنظمة للتغير وفقاً لمتطلبات البيئة الخارجية، لذي يمكن القول بأن هذا النموذج يطبق على المؤسسات ذات المنفعة العامة، إذ يركز على بناء علاقات استراتيجية مع جماهير تعتمد على الفهم المتبادل والاتصال الفعال في اتجاهين بدلاً عن استراتيجيات الإقناع في اتجاه واحد وهذا النموذج يتلاءم مع موضوع الدراسة (عياد، 2005).

ويرى جرونج، أن هذا النموذج هو الأفضل بين نماذج الاتصال ويعبر عن الأداء الممتاز للعلاقات العامة باعتباره يحقق تبادل الفهم بين المنظمة والجمهور، ويكون ذلك بطريقة الاتصال المتمثلة بكلى الاتجاهين، كما أن هذا النموذج حاز على أهمية كبيرة كونه يولي الجمهور أهمية كبيرة، وأهمية أكبر في إقناعه ومحاولة التأثير فيه، وهذا النموذج يعتبر أن قوة تأثير الجمهور تعادل قوة المنظمة أو المؤسسة، لذلك يرى هذا النموذج بأنه لا بأس من أن تعدل المنظمة من سياساتها وقراراتها وخططها بما يحقق رضى الجمهور ويحقق رغباتهم، وذلك حتى يصل الجمهور والمنظمة لنقطة النقاء واحدة يكون الراجح فيها الجميع، وهذا هو الفرق الجوهرى بين هذا النموذج من الاتصال وبين النماذج الذي يكون فيها الاتصال غير متوازن ولا يعطي أي اعتبار لمصلحة الجمهور مقابل أن مصلحة المنظمة فوق كل شيء ولا تأبه المنظمة في تغيير سياساتها من أجل رضى الجمهور، بمعنى آخر نموذج الاتصال المتوازن يتيح لكل من المنظمة والجمهور قابلية التكيف مع الآخر والاستعداد الدائم للتغير اعتماداً على الفهم والشراكة المتبادلة والاتصال الفعال (المديفر، 2019).

على الرغم من أن هذا النموذج يعتبر الأفضل إلا أنه واجه العديد من الانتقادات، حيث يرى الكثير من العلماء بأنه غير واقعي وخصوصاً في تطبقه على المنظمات القوية والضخمة متعددة الجنسيات فلا يمكن حينها تقاسم السلطة مع الجماهير الضعيفة (المديفر، 2019).

يرتبط هذا النموذج بأهداف الدراسة، حيث تم تحديد أبرز الأطر الإخبارية والرسائل الإقناعية التي استخدمتها الحكومة الفلسطينية في الإيجاز الصحفي، والتعرف على تأثير هذه الرسائل في إقناع الجمهور، وأيضاً تحديد أبرز المعوقات التي واجهت عمل العلاقات العامة (القائمين على الإيجاز الصحفي) خلال فترة الدراسة.

بالإضافة إلى نظريتان ثلاثان طبيعة البحث:

1. نظرية القائم بعملية الاتصال:

يعرف القائم بالاتصال على أنه الشخص الذي يبدأ بعملية الاتصال وذلك بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسائل التي يقوم بإعدادها وقد يكون الشخص هو مصدر الفكرة وقد لا يكون كذلك، حيث من الممكن أن يكون مصدر الرسالة كل من يعمل أو يشارك في صنع الرسالة الإعلامية مهما اختلفت المواقع والمهام، والقائم بالاتصال قد يكون فريق منظم ومرتبطة بنقل المعلومات بشكل مباشر، والقائم بالاتصال من أهم العناصر في العملية الاتصالية لذلك يجب الاهتمام به أشد اهتمام، ومن المهم أيضاً أن القائم بالاتصال يتعرض للكثير من الضغوط التي تؤثر في عمله وأدائه، كما وتمر الرسالة الإعلامية بمراحل عديدة حتى تصل إلى المتلقي، وتكون هذه المراحل شبيهة بالسلسلة المكونة من عدة حلقات، كما وإن سلسلة الاتصال الوجيه المباشر من فرد إلى فرد من أبسط أنواع الاتصال، أما في حالة الاتصال الجماهيري فتكون معقدة وطويلة، ومن الجدير ذكره أن المجتمعات التي تخضع للسيطرة الإعلامية يشكك الأفراد في صدق ما يتم نشره (الحميد، 1997).

والقائم بعملية الاتصال حسب رأي النظرية هو الشخص أو الفريق الذي يدير العملية الاتصالية وهو الذي يقوم بجمع المعلومات ونشرها للجمهور عبر الوسائل المختلفة.

وتقول النظرية أن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على القائم بعملية الاتصال منها التأثيرات السياسية، والعوامل النفسية والاجتماعية والعقائدية بالإضافة إلى ضغوط العمل والحالة الاجتماعية.

وتستفيد هذه الدراسة من النظرية في أنها تُعرّف الضغوط التي يتعرض لها القائم بعملية الاتصال وتأثير الحالة النفسية والاجتماعية عليه، ومدى تأثير الخلفية العقائدية على عملية الاتصال، والكثير من المؤثرات التي تقف في وجه الحريات الصحفية ومدى سلامة المعلومات (محاضرات جامعة النجاح ، 2019).

وكانت دراسة روستن (1937) التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية تحت عنوان دراسة (مراسلي واشنطن) هي أول دراسة تشرح عن القائمين بالاتصال، وبعد ذلك نشر الباحث الأمريكي ديفيد مانج وايت دراسته تحت عنوان (حارس البوابة وانتقاء الأخبار) وهي الدراسة التي أعطت دفعة قوية للبحث في هذا المجال، أما العالم النمساوي الأصل (كرت لوين) طور هذه النظرية بشكل كبير وتعتبر دراساته من أفضل الدراسات المنهجية في مجال هذه النظرية، ويقول لوين: أن المادة الإعلامية تقطع رحلة طويلة حتى تصل إلى الجمهور، وفي هذه الرحلة يوجد بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات تؤثر في مضامين الرسالة الإعلامية.

ومن الانتقادات على هذه النظرية:

- الرسالة الإعلامية تتأثر في السلوك الاتصالي لمحمر الأنباء فإذا كان سلبياً فإنه يعكس ذلك على مضمون الرسالة الإعلامية، وأن الرسالة تتأثر بدوافع المحرر والقائمين على الاتصال.
- إن محرر الأنباء الخارجي ليس لديه إدراك حقيقي لطبيعة جمهوره ولذلك فهو لا يتصل بالجمهور بشكل واقعي وهذا يؤثر في عملية جمع الأخبار.

توظف الدراسة هذه النظرية للتعرف على المعوقات التي واجهت عمل العلاقات العامة في تعاملها مع المنصات الإعلامية الرسمية، كما وترتبط هذه النظرية بسؤال الدراسة الفرعي عن أسلوب وطريقة الناطق الرسمي ومدى رضى الجمهور الفلسطيني عنها.

2. نظرية خطاب التجديد:

تبين هذه النظرية كيف يمكن للخطاب أن يسرع في عملية التجديد، وبذلك ترتفع المنظمات إلى المراحل العليا وتتقضى الأخطاء تدريجياً.

وتفترض النظرية أيضاً أن القادة الذين يتمتعون بكاريزما وحسن خلق وصدق قادرون على البناء والتقدم والنهوض بالمنظمات والمؤسسات.

وتفترض النظرية أن هؤلاء القادة قادرون أيضاً على النهوض ومن خلال الخطاب حتى بعد التعثر والخسارة (محاضرات جامعة النجاح ، 2019).

ولقد تم الاستناد إلى هذه النظرية للتعرف على مدى نجاح الخطط الإعلامية التي وضعت من قبل دائرة العلاقات العامة، والتعرف على أهم المعوقات التي واجهت عمل الحكومة الفلسطينية أثناء الأزمة.

العلاقات العامة

تمهيد:

تدل الكثير من الأبحاث والدراسات على أن العلاقات العامة موجودة منذ فجر التاريخ ومع مرور الوقت تطورت وتغيرت حتى غدت علم له أسس وأصول، وللعلاقات العامة أهمية كبيرة في تحسين الوسائل الاتصالية وطوير طرق التواصل للأفراد والمؤسسات، وفي وقتنا الحالي لا تكاد تخلو هيكلية مؤسسة من وجود دائرة للعلاقات العامة أو على الأقل تمارس بشكل أو بآخر في فروع وأروقة المؤسسة.

تطور العلاقات العامة:

لقد خلق الله عز وجل الإنسان بسجايا متأصلة وطبائع فطرية، ومنها أن الإنسان اجتماعي بالفطرة، وإذا نظرنا إلى تاريخ الإنسان منذ بدء الخليقة نجد أنه يميل إلى التعاون والتفاهم مع

محيطه من البشر، يقول الله عز وجل "يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ" (الحجرات، p. آية 13)، لذلك لا يكاد يخلو قوم أو قبيلة إلا واستخدموا العلاقات العامة وسعوا إلى تطويرها، فالقبائل البدائية استخدمت الصفير والصراخ والرقص وقرعت الطبول كوسيلة للإعلام عن شيء ما (عثمان، 2011)، وعند قدماء المصريين وجَدَت الرسومات والآثار المكتشفة طرق الاتصال والتواصل التي استُخدمت في عصورهم، وعند الأشوريون والبابليون كان للعلاقات العامة دور مهم في حضارتهم، فقد استخدموا اللوحات الطينية والرسومات التي تروي الأحداث الهامة ومنها الانتصارات في المعارك والأعياد الخاصة بهم (عثمان، 2011)، وكذلك عند اليونان والرومان ظهر الاهتمام في العلاقات العامة في الاجتماعات والمؤتمرات والمناظرات بين الفلاسفة وذلك لكسب تأييد الجمهور، واستخدموا الشعر والأدب الذي قصدوا من خلاله توجيه الجماهير، كما روجوا لنشاط زعمائهم وقادتهم ونشروا مبادئهم التي كانت سائدة في تلك العصور (ليري، 2005)، وأيضاً كان للعلاقات العامة دور هام في العصور الوسطى فقد قامت الكنيسة الكاثوليكية بممارسة العلاقات العامة من خلال البعثات الدعوية والدعاية للدين المسيحي، ومن الأمثلة على براعتهم في استخدام العلاقات العامة استخدام البابا أوربان رسائل الغفران من أجل اشراك الجمهور في الحروب الصليبية ضد المسلمين (الدليمي، 2011)، أما العلاقات العامة الحديثة فيمكن تقسيمها إلى مراحل مختلفة نظراً لخصائص كل مرحلة، ومن الملاحظ أن لكل مرحلة تطور للعلاقات العامة يوجد أزمة مرتبطة بذلك التطور، فمثلا مرحلة ما قبل إلى الوصول للحرب العالمية الأولى كانت مرحلة التخصيب (حجاب، 2007)، أما المرحلة التي تليها فظهرت في تدخلات الحكومات المنتصرة بالحرب في شؤون الدول المهزومة، وكيف حاولت الحكومات التأثير على الرأي العام لتلك الشعوب، وكيف كانت تدرس الرأي العام لتحاول التأثير على توجهاتهم ومحاولة الحصول على تأييدهم، كما تميزت العلاقات العامة بظهورها بصفات أخلاقية واجتماعية ونفسية للشعوب المدمرة ومحاولة جعلهم يتكيفون في حياتهم الجديدة (حجاب، 2007، p. 21)، والمرحلة الثالثة كانت من عام 1919م إلى 1929م واتسمت هذه المرحلة بالتميز والازدهار وقد ظهرت الأصول العلمية والمنهجية لعلوم العلاقات العامة التي ارتبطت ارتباط وثيق بكل من "إيفي لي وإدوارد برنيز" وكانت هذه باكورة

العلاقات العامة الحديثة (الخطيب، مدخل إلى العلاقات العامة، 2000، p. 22)، أما المرحلة الأخيرة فكانت بظهور الأزمة المالية الكبرى التي عصفت بالعالم في عام 1935م والتي أدت إلى تضافر جهود التعاون الانسانية بسبب الحاجة الملحة للكثير من البشر، ومع تقدم هذه المرحلة أصبح للعلاقات العامة كيان مستقل يدرّس في الكثير من الدول، وقد تأسست وكالة خاصة في العلاقات العامة في هولندا وكذلك كندا عام 1940م وفي فرنسا عام 1946، ومن ثم انجلترا عام 1948م، وأخيرا في مصر وإيطاليا والنرويج (الخطيب، مدخل إلى العلاقات العامة، 2000، p. 23).

تعريف العلاقات العامة:

تعريف جمعية العلاقات العامة الدولية:

العلاقات العامة عبارة عن وظيفة إدارية مستمرة ومخططة تسعى من خلالها المؤسسات والمنظمات المختلفة لكسب التفاهم والتأييد والتعاطف من خلال قياس اتجاهات الرأي العام وذلك لضمان توافقه مع سياساتها وأنشطتها لتحقيق المزيد من التعاون الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل والمخطط (الخطيب، مدخل إلى العلاقات العامة، 2000، p. 27).

تعريف الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة:

هي الجهود المبذولة من فريق ما وذلك بهدف إقامة علاقات موثوقة وضمان استمرارها بين أعضائه وبين الجماهير المختلفة والتي تندفع بصورة مباشرة من الخدمات الاجتماعية والاقتصادية والتي تحققها المؤسسة (كمال، 2012).

أهداف العلاقات العامة:

تختلف أهداف العلاقات العامة من مؤسسة لأخرى وذلك حسب طبيعة وعمل المؤسسة، ومن الأهداف التي من الممكن أن تكون مشتركة إلى حد ما بين مختلف المؤسسات والهيئات:

- إدارة سمعة المؤسسة وتحسين صورتها.

- مكافحة الإشاعات التي تُسيء للمؤسسة.
- السعي لكسب الرضى والتأييد من جمهور المؤسسة أو الهيئة أو المنظمة.
- إدارة وإحداث وتفعيل الاتصال بين المنظمة أو المؤسسة وعمالها أو جمهورها.
- تنمية العلاقات بين المنظمة والمنظمات الأخرى وإدارتها.
- قياس ردود أفعال الجماهير ودراسة متطلباتهم.

وهناك الكثير من الأهداف والتي تتناسب وتطلعات المؤسسة ولا يوجد اتفاق على أهداف العلاقات العامة بين كل المؤسسات، ولكن يرى بعض الخبراء أن للعلاقات العامة هدف واحد ومحدد وهو ترويج أهداف المؤسسة أو المنظمة (كريم، 2012، p. 60).

وظائف العلاقات العامة:

تتنوع وظائف العلاقات العامة وتتنوع وجهات النظر حول طبيعة وواقعية وظائف العلاقات العامة، لكن غالباً ما يُنَاط بالعلاقات العامة مهمة ضبط الجمهور وذلك من خلال توجيه فكر الجماهير على اختلافها قدر الامكان ونحو ما يرضي المؤسسة ويحقق تطلعاتها وأهدافها (شيبه، 2008، p. 48)، وهناك الكثير من الوظائف والتي من الممكن أن تتفق عليها معظم الدوائر وهي:

البحث/ التخطيط/ الاتصال والتواصل/ التنسيق/ والتقييم/ والتقييم (زوليف، 2014).

وهناك الكثير من الوظائف التي تتعلق بالجماهير والمؤسسات والتي تختلف حسب طبيعة وشكل المؤسسة.

الأزمات

إن تعرض المؤسسات للأزمات يجعلها تدخل في حالة من الإرباك والذهول والسير نحو المجهول، ولا يمكن أن تنشأ الأزمات من العدم، حيث أن لكل أزمة مسببات وخصائص ونتائج،

ومن أسباب قوة الأزمة وتضخمها وصعوبة السيطرة عليها عدم التخطيط وعدم التنبؤ بها، وقد أصبحت الأزمات في زماننا هذا حدثاً متوقعاً لجميع المؤسسات وذلك لأن عصرنا مليء بالمستجدات والمتغيرات، فكلما استطاعت المؤسسة التأقلم مع هذه المتغيرات كلما زادت قدرتها للتعامل معها.

تعريف الأزمة:

حسب تعريف "فليب" للأزمة فإنها حالة طارئة أو حدث مفاجئ يعمل على الإخلال بالنظام المتبع في المؤسسة أو المنظمة ويعمل على إضعاف المركز التنافسي لها ويتطلب منها اهتمامها وتحركاً سريعاً، ويمكن تصنيف أي أزمة حسب درجة الخلل الذي يتركه الحدث ويؤثر على سير العمل للمؤسسة، كما ويعرفها "رضا رضوان" على أنها حالة غير طبيعية وفترة حرجة وغير مستقرة تتطلب تدخلاً فورياً (نصر، 2006).

خصائصها:

تتميز الأزمة بالخصائص التالية:

المفاجأة/ إحداث الصدمة/ التعقيد/ التشابك/ الغموض في بعض الأحيان/ تسبب الضغط النفسي/ تستدعي الاهتمام/ صعوبة التنبؤ بتطوراتها وأحداثها/ تُخلف آثار آنية ومستقبلية/ التداخل/ إثارة الشك (المجد، 2013، p. 53).

كما أن الكثير من الأزمات لها خصائص مختلفة ومتغيرة من شخص لآخر أو من منظمة لأخرى وتختلف طبيعة الأزمات بحسب حجمها وطريقة تأثيرها ومدى اتساعها.

وهناك الكثير من أسباب نشوب الأزمة منها "سوء الفهم، سوء التقدير، سوء الإدارة، الرغبة في الابتزاز، كما أن لكل أزمة مراحل تطور تبدأ بمرحلة الميلاد ومن ثم الانفجار وأخيراً الانحسار والتقلص وأخيراً الاختفاء (الوهاب، 2008).

إدارة الأزمات:

من الممكن تعريف إدارة الأزمات على أنها مجموعة من الممارسات التي يمكن تطبيقها عندما ينشأ موقف يمثل تغييراً في استقرار المؤسسات، ويتم صياغة هذه الممارسات على هيئة خطة تعتمد على الخبرات حيث تبدأ بتشريح الأزمة ودراسة أسبابها وسماتها وأثارها المتوقعة (جنيد، 2000).

مراحل عملية التخطيط لإدارة الأزمات:

يتطلب التخطيط لإدارة الأزمات عدة خطوات منها تحليل المشكلات المحتملة وبهذه الخطوة يتم وضع التقديرات العقلانية والضرورية ووضع التصورات المحتملة من المشاكل، ومن ثم تكون خطوة إعداد الخطة وبذلك يتم رسم سياسات الخطة بعد موافقة الإدارة، ويتم وضع أكثر من خطة وصولاً إلى الخطة النهائية، وبعد ذلك يتم اختيار الفريق الذي سيطبق الخطة وسيسير حسب برنامج الخطة، وأخيراً يكون التدريب الجيد على مواجهة متطلبات الأزمة (المجيد، 2011).

كما لا يخفى أن هناك الكثير من المعوقات التي تواجه خطط إدارة الأزمات وتحد من نجاحها وذلك يكون حسب طبيعة وشكل الأزمة، ومن هنا نجد أن هناك الكثير من المعوقات التي واجهت العلاقات العامة للحكومة الفلسطينية في أزمة فيروس كورونا ومن أهم المعوقات دولة الاحتلال وسيطرتها على المعابر والمداخل والحدود الفلسطينية، ولأن أعداد الإصابات في دولة الاحتلال كانت كبيرة فإن عدم سيطرة الحكومة الفلسطينية على الحدود بينها وبين إسرائيل جعل أكبر قدر من الإصابات في الأراضي الفلسطينية يسجل من خلال العمال الفلسطينيين الذين يعملون في الأراضي المحتلة، لذلك فإن هذه النقطة على سبيل المثال كانت من ضمن معوقات عملية تنفيذ خطط إدارة الأزمة.

المتحدث الرسمي

هو الشخص المسؤول الوحيد والمكلف بالحديث عن أنشطة الحكومة أو الوزارة أو المؤسسة، وهو المخول بالرد على أسئلة الصحفيين والإعلاميين، ومن واجباته أيضا تلخيص نتائج الاجتماعات المغلقة ونقلها للصحفيين بعد انقضاء الاجتماع (الاسدوجي، 2018).

ومن الجدير ذكره ولأن هذه الدراسة تتحدث عن الإيجاز الصحفي اليومي المتعلق بمستجدات فيروس كورونا كأحد أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية، فإن الناطق باسم الحكومة الفلسطينية الثامنة عشر والتي يرأسها د. محمد اشتية هو السيد ابراهيم ملحم من سكان مخيم الدهيشة بمدينة بيت لحم، وحاصل على شهادة البكالوريوس من جامعة بيت لحم تخصص أدب عربي، وقد عمل في مجال الصحافة والإعلام كمعد ومقدم للبرامج، ومنذ 13 ابريل 2019 يشغل منصب الناطق الرسمي للحكومة الفلسطينية الثامنة عشر (ملحم، مقابلة مع الناطق الرسمي باسم الحكومة، 2020).

الحكومة الفلسطينية

إن قرار انشاء السلطة الفلسطينية كان بقرار صادر عن المجلس المركزي الفلسطيني وذلك في دورته المنعقدة من 10-12/10/1993 في تونس، وتم تكليف اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية بتشكيل السلطة الوطنية الفلسطينية، وتقرر بأن يكون ياسر عرفات رئيس اللجنة التنفيذية ورئيساً لمجلس السلطة الوطنية الفلسطينية، وكانت أول حكومة للشعب الفلسطيني في 1994/3/5 وكان رئيس وزرائها الرئيس الراحل ياسر عرفات وكان عدد الوزراء 18 وزيراً، واستمرت حتى 1996/5/8 وتوالى الحكومات والتشكيلات حتى وصلت إلى 18 حكومة وآخرها حكومة الدكتور محمد اشتية، وعدد وزرائها 22 كما وتم تعيين السيد ابراهيم ملحم المتحدث الرسمي باسم الحكومة (وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا، د.ت).

وفي ظل هذه الحكومة ظهر وباء فيروس كورونا ووصل إلى الأراضي الفلسطينية بتاريخ 2020/3/5، واتخذت الحكومة جملة من الإجراءات الوقائية للحد من انتشار الفيروس.

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: دراسة (كموش، 2008) بعنوان: العلاقات العامة وإدارة الأزمات، وهي دراسة وصفية، وتهدف الدراسة إلى إظهار أدوات العلاقات العامة في إدارة الأزمات في شركة الخطوط الجوية الجزائرية، وإلى دراسة التصور السائد لدى الشركة حول العلاقات العامة، وإلى أي مدى يتطابق التصور المحلي للعلاقات العامة في إدارة الأزمة مع النماذج النمطية السائدة، وعينة الدراسة هي العينة القصدية، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن العلاقات العامة تحتل مكانة مرموقة ومهمة في الهياكل التنظيمية للمؤسسة، إن نماذج الاتصال المؤسسي هي النماذج الأكثر ممارسة في المؤسسة، وإن العلاقات العامة ضرورية بالمؤسسة أثناء الأزمة، والمؤسسة تعتمد بشكل مهم على إطاراتها أثناء ممارسة الاتصال عند وقوع الأزمة.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الشبه: تتشابه دراستنا مع هذه الدراسة من حيث المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي، ويوجد تشابه في الأهداف وهي دراسة دور العلاقات العامة خلال الأزمات.

أوجه الخلاف: تختلف دراستنا مع هذه الدراسة في طبيعة وشكل الأزمة، وفي حجم التأثير الكبير لأزمة فيروس كورونا قياساً بالأزمات التي تواجه شركة الخطوط الجوية الجزائرية

الدراسة الثانية: دراسة (الفهيد، 1999) بعنوان: دور إدارة العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات، وهذه الدراسة من ضمن الدراسات الوصفية المسحية، وتهدف إلى التعرف على مدى كفاءة واستعداد وجاهزية إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية للقيام بدورها الإعلامي لمواجهة الأزمات والكوارث، ومجتمع وعينة الدراسة عبارة عن دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية، ومن أهم نتائج الدراسة: أن هناك قصور في الدور الإعلامي لدوائر العلاقات العامة أثناء وقوع الأزمة نتيجة عدم وجود استراتيجيات مسبقة للتعامل مع الأزمات، وإن أجهزة العلاقات العامة لا تمارس أنشطة إعلامية مساندة في مرحلة ما قبل وقوع الأزمة، كما أن غياب التخطيط الإعلامي يحد من القدرة على مواجهة الكوارث والأزمات، وأيضاً

غياب دعم الإدارة العليا لدوائر العلاقات العامة وغياب المعتقدات والقيم الانسانية والثقافية في إدارة الأزمات يحول دون مواجهة فعالة في أوقات الأزمات، وعدم تدريب كوادر العلاقات العامة يحد من قدرتهم في مواجهة الكوارث والأزمات.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الشبه: تتشابه دراستنا مع هذه الدراسة بأنها دراسة وصفية، وبأنها تتحدث عن العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية، وتتفق دراستنا مع هذه الدراسة بأنها تدرس دور العلاقات العامة في مواجهة الكوارث والأزمات.

أوجه الخلاف: تختلف هذه الدراسة عن دراستنا بأنها تدرس دور إدارة العلاقات العامة في التعامل مع الكوارث والأزمات ونحن ندرس مدى نجاح أدوات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات.

الدراسة الثالثة: دراسة (الإسدودي، 2018) بعنوان: دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات، وهذه الدراسة وصفية مسحية، وتهدف الدراسة: إلى التعرف على الدور الذي يقوم به المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات، ووضع مجموعة من المقترحات تكون بمثابة خطة عمل لكيفية تعامل المتحدث الرسمي مع الأزمات، وتهدف أيضاً إلى التعرف على الشخصيات المحورية والهيئات والمنظمات والجماعات التي لها صلة بالأزمة، والتعرف على تقييم الأداء الإعلامي للمتحدث الرسمي.

وأهم نتائج الدراسة: أنه يجب أن تتوفر في المتحدث الرسمي صفات مثل اللباقة والقدرة على تخطي المواقف الصعبة، واحتواء كافة المواقف التي من الممكن أن يتعرض لها، بالإضافة إلى توافر الثقافة العامة، كما وتتصدر فئة الناطق الرسمي قائمة الضيوف في البرامج الإعلامية، حيث يعد المتحدث الرسمي حلقة الوصل بين المؤسسة والجمهور.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الشبه: تتشابه الدراستين في التعرف على دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات حيث أن دراستنا تأخذ الإيجاز الصحفي نموذجاً، والمنهج المستخدم في كلا الدراستين هو المنهج الوصفي.

أوجه الخلاف: هذه الدراسة تركز فقط على دور المتحدث الرسمي وتأثير الشخصيات المحورية، وصفات الناطق الرسمي بشكل أساسي، بعكس دراستنا التي تتحدث عن الناطق الرسمي كأداة من أدوات العلاقات العامة.

الدراسة الرابعة: دراسة (شاي، 1998) بعنوان: أزمات الدفاع من وجه نظر المتحدث الرسمي، وهذه الدراسة هي وصفية تحليلية وتهدف إلى تقييم أداء المتحدث الرسمي للجيش الإسرائيلي خلال حرب لبنان عام 1982 وحرب الخليج 1990، وتهدف أيضاً إلى مراقبة الإعلام أثناء الحروب كمراقبة الاستعدادات العسكرية، لأن الإعلام هو الذي سيقوم بكشف حقيقة الصراع، وتلخصت أهم نتائج الدراسة: بأن الإعلام هو الذي يصنع المعنويات ويحقق النصر. وإن أي محاولة لإخفاء الحقيقة فإن الفشل سيكون حاضراً، وإن أهمية الدور الإعلامي في كثير من الأحيان يفوق الدور العسكري، كما أن المراقبة الدائمة للإعلام تحقق النجاح، وعلى المتحدث الرسمي أن يكون دائماً في حالة استعداد.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الشبه: تتشابه الدراستين بالمنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي، وتتفق الدراستين بأن للناطق الرسمي دور مهم جداً في التأثير على الجمهور أثناء الأزمات.

أوجه الخلاف: تختلف الدراستين من حيث طبيعة الأزمة حيث أن هذه الدراسة تتحدث عن الحروب والمعارك والعدو الظاهر، بعكس دراستنا والتي تتحدث عن عدو بيولوجي خفي.

الدراسة الخامسة: دراسة (سعيد، 2010) بعنوان: الدور الاتصالي للعلاقات العامة في إدارة الأزمات وانعكاساته على الصورة الذهنية لممارسيها لدى مندوبي وسائل الإعلام، ونوع الدراسة مسحية، وتهدف إلى التعرف على كيفية إعداد المتحدث الرسمي لإدارة اتصالات الأزمة مع التركيز على أزمة أنفلونزا الطيور في كل من وزارة الصحة والبيئة والهيئة العامة للطب البيطري في جمهورية مصر، وكانت أهم نتائج الدراسة: في أن اختيار المتحدث الرسمي للأزمة جاء بدون دراسة أو تخطيط، ولم تتم مراعاة المعايير العلمية في اختيار المتحدث الرسمي، وعدم تدارك المسؤولين لدور العلاقات العامة في إدارة الأزمة، وإن هناك غياب للخطة الاتصالية بشكل كامل وأنه ليس هناك رؤية علمية ومنهجية في طريقة تعامل المتحدث الرسمي، وأيضاً لا يوجد سلطة كافية للمتحدث الرسمي ولا الحرية الكاملة للرد على تساؤلات الإعلاميين.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الشبه: تتشابه الدراستين من حيث نوع الأزمة الوبائية حيث أن هذه الدراسة تركز على أزمة أنفلونزا الطيور ودراستنا تتحدث عن وباء كورونا، ويوجد تشابه من حيث المنهج المستخدم في كلا الدراستين وهو المنهج الوصفي.

أوجه الخلاف: هذه الدراسة تتحدث عن انعكاسات الدور الاتصالي للعلاقات العامة على مندوبي وسائل الإعلام بعكس دراستنا التي تتحدث عن أدوات العلاقات العامة وفعاليتها في إدارة الأزمات.

الدراسة السادسة: دراسة (عمري، 2011) بعنوان: الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة الأزمات، وهي من الدراسات الوصفية، وتهدف إلى التعرف على الدور الاستراتيجي الذي تلعبه العلاقات العامة في إدارة وتسيير الأزمات في مديرية الأرصاد الجوية في مدينة قسنطينة الجزائرية، وتهدف أيضاً إلى التعرف على مدى تطابق تصور أهمية العلاقات العامة ودورها في تسيير إدارة الأزمات، والعينة التي أجريت عليها هذه الدراسة هي العينة القصدية، حيث تتواجد بمختلف فروع مديرية الأرصاد بمدينة قسنطينة، وأهم نتائج الدراسة: أن المؤسسات تعتمد بشكل مهم على العلاقات العامة والاتصال أثناء الأزمة، كما وإن العلاقات العامة ضرورية أثناء الأزمة، وإن

تصورات مستخدمي المؤسسة لدور العلاقات العامة أثناء الأزمة لا تتطابق الى حد ما مع النماذج التي تم الحديث عنها في الجانب النظري.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الشبه: المنهج المستخدم في كلا الدراستين هو المنهج الوصفي التحليلي، وتتفق الدراستين في إظهار الدور الاستراتيجي والخطط المدروسة في مواجهة الكوارث والأزمات.

أوجه الخلاف: يوجد اختلاف في طبيعة ونوع الأزمة وقوة وتأثيرها وحجم الضرر وطريقة معالجة العلاقات العامة لكل أزمة.

الدراسة السابعة: دراسة (عبد الله، 2008) بعنوان: دور العلاقات العامة في تفعيل صداقات الشعوب، وهي من الدراسات الوصفية، وتهدف إلى دراسة الأهداف والجوانب التنظيمية والوسائل التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة لربط الشعب السوداني بالشعوب الأخرى، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن العلاقات العامة في مجلس الصداقة تلعب دوراً مهماً في تفعيل صداقة الشعب السوداني بالصداقات الأخرى وأن الدبلوماسية الشعبية لها أهمية كبيرة في تحسين العلاقات بجانب الدبلوماسية الرسمية، وإن التقنيات الحديثة في الاتصال ساعدت على التواصل والمشاركة بين الشعوب، وأيضاً إن العلاقات العامة تسهم في معالجة النزاعات بين الشعوب.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الشبه: تتشابه الدراستان في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي، وتبرز الدراستان فاعلية العلاقات العامة لرسم السياسات المستقبلية والخطط التي تستميل العواطف وتبرر المواقف والإجراءات.

أوجه الخلاف: هناك اختلاف بأن هذه الدراسة تظهر كيف أن للعلاقات العامة دور في تفعيل صداقات الشعوب والإبقاء على سير العلاقات بإيجابية وفاعلية، وهذه الدراسة تعالج دور أدوات العلاقات العامة في مواجهة الكوارث والأزمات.

الدراسة الثامنة: دراسة (دنهل، 2010) بعنوان: تأثير الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام على الصعيد السياسي والقيود المفروضة من الدولة على وسائل الإعلام، وهذه الدراسة وصفية مسحية، وتهدف إلى التعرف على رؤية الصحفيين الألمان في مدى تأثيرهم في الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام على الصعيد السياسي، وكذلك التعرف على الرقابة المفروضة من الدولة على وسائل الإعلام، ومجتمع وعينة الدراسة هم جميع الصحفيين الألمان، وكانت أهم نتائج الدراسة: بأن الصحفيون الألمان يرون أن النفوذ السياسي هو من يُحرك وسائل الإعلام اتجاه الجمهور كما ويحاول الصحفي تفادي قيود الرقابة في بعض المواقف من خلال الخبرة العملية.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الشبه: تتشابه الدراستان في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي، وهناك تشابه في إظهار ودراسة مدى تأثير الرسائل الإعلامية السياسية التي تقدمها وسائل الإعلام وإظهار الرقابة والقيود المفروضة على وسائل الإعلام من الدولة.

أوجه الخلاف: تختلف الدراستان بأن هذه الدراسة تسلط الضوء على رؤية الصحفيين بشكلٍ خاص في الرسائل الإعلامية المقدمة من وسائل الإعلام، بعكس دراستنا والتي تظهر دور العلاقات العامة وأدواتها في التأثير على الرأي العام بشكل كامل بما في ذلك الصحفيين.

الدراسة التاسعة: دراسة (قدري، 2002) بعنوان: دور الاتصال في إدارة الأزمات، وهي دراسة تحليلية تهدف إلى تحليل نتائج معالجة الصحف المحلية والصحف الدولية لحادثة الأقصر الإرهابي، فيما كانت أهم نتائج الدراسة: أن الصحف المحلية المصرية قد اهتمت بشكل كبير في تفاصيل وتداعيات الأزمة، واعتمدت في تغطيتها على الطابع الإخباري، وكانت أفضل صحيفة في ذلك صحيفة "الوفد" كما واحتلت الأزمة العناوين الرئيسية في معظم الصحف، ونسبت الصحف أسباب الحادث إلى القصور الأمني وبالأخص في مدينة لقصر، بينما الصحف الغربية ذكرت أن الهجوم نفذه متشددون إسلاميون، أو جماعات إسلامية.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الشبه: تتشابه الدراستين في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي، وهناك تشابه في دراسة وإظهار دور الاتصال في إدارة الأزمات.

أوجه الخلاف: يوجد اختلاف بأن هذه الدراسة ركزت على إبراز ودراسة دور الصحف المحلية والعالمية في طريقة عرضها لحادثة معينة، أما دراستنا فهي تدرس نموذج مرئي ومسموع من أدوات العلاقات العامة ومدى تأثيره في إدارة الأزمة.

الدراسة العاشرة: دراسة (السيد، 2016) بعنوان: دور المتحدث الرسمي في التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، وهذه الدراسة: دراسة وصفية وتهدف إلى التعرف على دور المتحدث الرسمي في كيفية التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة أثناء الأزمات، وتهدف إلى توضيح الغموض الذي يشوب هذه المهنة. ومجتمع وعينة الدراسة عبارة عن 50 متحدث رسمي من مختلف المؤسسات المصرية.

وكانت أهم نتائج الدراسة: وجود بعض المشاكل والمعوقات التي تحد من كفاءة المتحدث الرسمي في المؤسسات المصرية، وأن معظم الإدارات العليا لا تقدر دور المتحدث الرسمي في إدارة وتوجيه الإعلام خاصة أثناء الأزمات كما يوجد نقص في الأفراد المؤهلين والمدربين للقيام بمهمة الناطق الرسمي، وهناك قصور كبير داخل المؤسسات في كيفية التنسيق والترتيب الداخلي لإدارة الأزمات.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الشبه: تتشابه الدراستان في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي التحليلي، وأيضاً في دراسة دور المتحدث الرسمي وطريقة تعامله مع وسائل الإعلام المختلفة وفي طريقة إدارته للمؤتمرات الصحفية.

أوجه الخلاف: تركز دراستنا على الناطق الرسمي الحكومي بشكل خاص وتدرس طريقة إدارته للإيجاز الصحفي، ومدى كفاءته في التأثير على إدارة الأزمة وتظهره كأحد أدوات العلاقات العامة، أما هذه الدراسة فهي تعالج أداء الناطق الرسمي بشكل مستقل عن العلاقات العامة وتبرز إمكانياته في إدارة الأزمات المختلفة.

الدراسة الحادية عشر: دراسة (عيد، 2016) بعنوان: العوامل المؤثرة على الأداء المهني

للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية، وتهدف الدراسة إلى التعرف على السمات العامة للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية، وعلى واقعهم المهني وعلى الضغوط التي يتعرضون لها وتأثير ذلك على أدائهم المهني وتأتي الدراسة ضمن الدراسات الوصفية المسحية واستخدم الباحث نظام الاستبانة والمقابلة، وبنى الباحث دراسته على نظرية القائم بالاتصال وتأتي هذه الدراسة ضمن الدراسات التحليلية الميدانية ومجتمع وعينة الدراسة هم القائمون على الاتصال في المواقع الإخبارية في الضفة وقطاع غزة.

ومن أهم نتائج الدراسة: المشكلات القانونية والأمنية التي تواجه القائم بعملية الاتصال، كما أن عدم تناسب الدخل يؤثر بشكل سلبي على أداء القائم بعملية الاتصال، وبالمقابل فإن استخدام التكنولوجيا يؤثر إيجاباً على أداء القائمين بعملية الاتصال وتعمل على سرعة إنجاز المهام.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الشبه: تتشابه الدراستان في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي التحليلي، وهناك تشابه في دراسة الأداء المهني للقائم بعملية الاتصال، وتتشابه الدراستان في استخدام الاستبانة كأداة من أدوات الدراسة.

أوجه الخلاف: تخلف الدراستان بأن هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على سمات القائمين بعملية الاتصال في المواقع الإخبارية فقط وعلى دراسة واقعهم المهني، أما دراستنا فهي تتحدث عن الأداء الإعلامي الرسمي كأداة للعلاقات العامة في وقت الأزمات.

الدراسة الثانية عشر: دراسة (الضويحي، 2004) بعنوان: التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات، وانحصرت مشكلة الدراسة في التعرف على دور التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات والكوارث، وهذه الدراسة من ضمن الدراسات المسحية، وتهدف إلى التعرف على الدور الإعلامي لإدارة العلاقات العامة، والتعرف على كيفية التنسيق بين إدارات العلاقات العامة بالدفاع المدني والأجهزة الإعلامية، بالإضافة إلى استنبط خطط إعلامية لمواجهة الكوارث والأزمات، وختاماً التعرف على المعوقات التي تحول دون نجاح التخطيط الإعلامي في مواجهة الكوارث والأزمات، كما أن مجتمع وعينة الدراسة هم العاملين بالمدرية العامة للدفاع المدني بمدينة الرياض وعددهم (362) والعاملين بوزارة الإعلام وعددهم (208)، والعينة هي العينة العشوائية.

وتمثلت أهم نتائج الدراسة: في أن للإعلام دور مهم في التخفيف من حدة الأزمات والكوارث من خلال تزويد الجماهير بالحقائق للحد من انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة، وإن تخصيص متحدث رسمي يتمتع بالخبرة والكفاءة يعمل على الحد من تفاقم الأزمات، كما أن الخطط الإعلامية المعدة من قبل إدارة العلاقات العامة مهمة جداً لمواجهة الكوارث والأزمات ويتطلب نجاحها اشتراك الخبراء الذين يتمتعون بالكفاءة، وإن عدم وضوح الخطة المعدة للأزمات تكون من أهم معوقات النجاح في إدارة الأزمات.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الشبه: تتشابه الدراستان في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي التحليلي، وفي إظهار دور الإعلام في مواجهة الكوارث والأزمات.

أوجه الخلاف: هناك اختلاف بأن هذه الدراسة تبين مدى فاعلية التخطيط الإعلامي المسبق ودوره في إدارة الأزمات، أما دراستنا فهي تعالج وتدرس أداة من أدوات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات لا التخطيط الإعلامي المسبق فحسب.

التعقيب على الدراسات السابقة، أوجه الشبه والاختلاف:

أوجه الشبه:

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في إبراز أهمية العلاقات العامة ودور الناطق الرسمي في إدارة الأزمات، وأن أدوات العلاقات العامة وكفاءة المتحدث الرسمي تستطيع أن تغير مسار الأزمة ايجابياً، وتتفق في أن الناطق الرسمي يجب أن يتمتع بصفات أهمها السعة الثقافية وسرعة البديهة والصدق.

وتتفق أيضاً بأن الناطق الرسمي يجب ألا تُفرض عليه قيود حيث أنه من الممكن أن يتعرض لأي سؤال لذلك يجب أن يتمتع بحرية الرد الذي يحمل الخير للمؤسسة أو المنظمة الذي ينتمي إليها، ومن الضعف أن يقول هذا السؤال ليس من صلاحياتي التحدث فيه.

أوجه الاختلاف:

تختلف هذه الدراسة عن سابقتها بأن موضوع جائحة كورونا طارئٌ وجديد، وتختلف كيفية التعامل مع هذا الوباء كلياً من حيث الإجراءات والسبل الوقائية مع الأزمات الأخرى والتي تحدثت عنها الدراسات السابقة.

تختلف هذه الدراسة مع الدراسات السابقة بأنها تتحدث عن وباء عالمي وليست عن أزمة دولية أو إقليمية.

العدو في الأزمات السابقة ظاهر ومعلوم وحتى الأزمات الوبائية في الدراسات السابقة لم تنتشر مثل فيروس كورونا لذلك الخطة الإعلامية لإدارة الأزمة تختلف كلياً في هذه الدراسة عن سابقتها.

الصعوبات التي واجهت الباحث:

هذه الرسالة أعدت في ظل تفشي واستفحال الجائحة، بالإضافة إلى حداثة موضوع فيروس كورونا وشح الدراسات والمعلومات التي تتحدث عن هذه الجائحة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

نوع البحث ومنهجه

مجتمع الدراسة

عينة الدراسة

أدوات الدراسة

صدق الأداة

ثبات الأداة

إجراءات الدراسة

متغيرات الدراسة

المعالجات الإحصائية

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

المنهج والإجراءات

منهج الدراسة:

قام الباحث بإتباع المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لأغراض هذه الدراسة، وهو المنهج الذي يهتم بالظاهرة كما هي في الواقع، ويعمل على وصفها، وتحليلها، وربطها بالظواهر الأخرى، حيث اعتمد الباحث على مصادر معلومات ذات صلة بموضوع الدراسة، وتحليلها، و ثم تجميع البيانات عن طريق المقابلة والاستبانة، التي تم إعدادها بناءً على الإطار النظري والدراسات السابقة.

تعريف المنهج الوصفي:

"هو طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، وهو أحد أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات العلمية، ويعتبر "فرديان سوير" الأب الروحي لهذا المنهج، ويهتم هذا المنهج بدراسة الظواهر الوصفية بهدف التعرف على خصائصها، والعرب القدامى هم أول من استخدم هذا المنهج وكان ذلك بطريقة عشوائية وبدون تنظيم وتخطيط، ويظهر ذلك في أسلوب الوصف المستخدم في الشعر العربي الجاهلي، ويتميز بطريقته الواقعية في التعامل مع مشكلة الدراسة، ويساهم المنهج الوصفي في اتخاذ القرارات الصحيحة المتعلقة بالدراسة من خلال تقديم الإيضاحات والشروح الخاصة بها، والأدوات المستخدمة في المنهج الوصفي لجمع المعلومات والبيانات الاستبانة والمقابلة والتحليل" (مبتعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية، د.ت).

ويعتبر المنهج الوصفي من أكثر المناهج العلمية التي يتم استخدامها في البحث العلمي، ويعزى ذلك لأن هذا المنهج يدرس الظاهرة ويرصدها كما هي بالواقع ويحدد العوامل والأسباب التي أسهمت بحدوث الظاهرة وذلك من أجل الوصول لنتائج لحل المشكلة، كما ويعد هذا المنهج سيد المناهج لأنه يحتوي على كافة المناهج عدا التاريخي والتجريبي، ويكون الأساس في هذا المنهج قائم على الوصف في توضيح أفكار ومعطيات الدراسة (Abdulhameed, 2020).

أنواع المنهج الوصفي:

ينقسم المنهج الوصفي تبعاً لنوع الدراسة إلى:

1. المنهج الوصفي التحليلي المسحي

ويهتم هذا المنهج بالظواهر الحالية الراهنة والتي ما زالت قيد الحدوث، حيث يقوم الباحث بجمع ومسح المعلومات والأحداث حول تلك الظاهرة ومن ثم يحللها الباحث تحليلاً دقيقاً محاولاً الحصول على الطرق التي تمكنه من حل تلك المشاكل أو بغرض تطوير ظاهرة للأفضل، كما يسعى الباحث لإضافة كل ما يخدم البحث العلمي عن تلك المشكلة أو الظاهرة.

وينقسم المنهج المسحي إلى عدة أقسام منها:

- المنهج الخاص بتحليل المحتوى: وهنا يقوم الباحث بجمع المعلومات التي تخص المحتوى من أجل دراسة وتحليل ومعرفة التفاصيل التي تتعلق بالدراسة وذلك للوصول إلى النظريات والحقائق التي تتعلق بالمحتوى الدراسي.
- المنهج المسحي الخاص بالاستطلاعات: ويستخدم هذا المنهج بالاستطلاعات وقضايا الرأي العام من أجل الحصول على النتائج وتعميمها.
- المنهج المسحي التعليمي: وتتم فيه دراسة عملية تعليمية محددة ويتم التعرف على كيفية حل المشاكل المتعلقة بها ورصد تلك المشكلات وتطوير حلول تناسب طبيعة تلك المشكلات.

- المنهج المسحي الخاص بتطوير المعلمين أو الأشخاص: ويدرس في هذا المنهج جميع الجوانب التي تتعلق بمشكلات المعلمين أو الأشخاص داخل المنظومة التعليمية من أجل تحليل تلك المشاكل ووضع حلول مناسبة لها.

2. منهج الدراسات الوصفية التطويرية

وهذا النوع يعالج الدراسات المسحية المتعلقة بالتطورات المختلفة للظواهر، ويدرس هذا المنهج التغيرات المتعلقة بتأثير الزمن على الظواهر المختلفة.

ومن أنواع هذه الدراسة:

- منهج دراسة الاتجاه: ويدرس هذا المنهج الظواهر أو المشاكل على فترات زمنية متباعدة من أجل التعرف على التطورات التي ستكون على تلك الظاهرة بمختلف المراحل الزمنية المختلفة.
- منهج دراسة النمو: ويدرس في هذا المنهج تطور الحوادث في مرحلة عمرية معينة ومدى تأثيرها على تطور تلك الحالة.

3. منهج دراسة العلاقات والروابط

ويدرس هذا المنهج العلاقات والروابط بين الظواهر المختلفة، ومن خلال هذا المنهج يمكن معرفة أوجه الاختلاف أو التشابه بين تلك الظواهر وكذلك معرفة أدق المعلومات التفصيلية عن تلك الظواهر.

من أنواع هذا المنهج:

- منهج دراسة الحالة: وفيه تدرس الحالات الفردية وكل الأحداث والتفاصيل والبيانات في حياة تلك الحالة المطلوبة، وذلك لدراسة السلوك والظواهر والمشكلات المتعلقة بالشخص أو الحالة، ومن الممكن أن تكون هذه الدراسة لعدة أشخاص.

- منهج دراسة المقارنات: ويقوم هذا المنهج على أساس ومبدأ المقارنة بين المجموعات والظواهر المختلفة بهدف تبيان أوجه الشبه والاختلاف بين الظواهر.
- منهج دراسة الارتباط: ويدرس هذا المنهج مدى الارتباط بين المتغيرات المختلفة وذلك بهدف تحديد العلاقة بينهم وأيضاً تحديد القوانين والأسس التي تتحكم في العلاقات بين المتغيرات (أكاديمية الوفاق للبحث العلمي والتطوير، 2020).

الخطوات التي يتبعها الباحث في المنهج الوصفي

1. استشعار وتحديد المشكلة، وجمع المعلومات والبيانات التي تساعد على تحديدها مع التأكد من حقيقة وجودها من عدمه.
2. التعرف على الجوانب الغير واضحة من الإشكالية مع تحديد الملامح الخاصة بالمشكلة أو الظاهرة.
3. وضع تساؤلات الدراسة أو فرضياتها والتي تخص موضوع الدراسة.
4. تحديد متغيرات تلك المشكلة وطبيعة العلاقات بينها.
5. تحديد طبيعة ونوع المعلومات المطلوبة للدراسة.
6. تحديد عينة ومجتمع الدراسة، مع توضيح الأسباب لتلك الخيارات.
7. تحديد الأساليب التي من خلالها سيتم جمع البيانات وطريقة إعدادها.
8. وضع قواعد تصنيف البيانات المجموعة، على أن تكون تلك القواعد واضحة وأن تكون ملائمة لأغراض الدراسة، وإبراز أوجه التشابه والاختلاف.
9. تحديد أساليب جمع المعلومات والبيانات.
10. وضع ملاحظات منظمة ومميزة ومنتهاه بشكل دقيق.

11. تفسير ووصف وتحليل النتائج وذلك بعبارات واضحة ومحددة (حمدان، 2015).

عيوب المنهج الوصفي:

- تعلق الدراسة بزمان محدد ومكان معين وبذلك يصعب تعميم النتائج الخاصة بالبحث العلمي الذي يستخدم المنهج الوصفي.
- عدم دقة المعلومات والتفاصيل التي يجمعها الباحث في بعض الأحيان.
- اختلاف معاني المصطلحات بين الباحثين.
- صعوبة التنبؤ بالظاهرة وخصوصاً أن الدراسة تكون معرضة لعوامل كثيرة ومن الممكن أن تتغير النتائج (Abdulhameed, 2020).

مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من جميع المواطنين الفلسطينيين في الضفة الغربية، حيث قام الباحث باختيار عينة طبقية عشوائية مؤلفة من (322) شخص منهم، كذلك مقابلة أفراد من اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي، وأفراد من المستوى الرسمي الحكومي، وصحفيين من مختلف وسائل الإعلام المختلفة، وفيما يلي وصف لخصائص عينة الدراسة من المواطنين الفلسطينيين في الضفة الغربية حسب متغيراتها الديمغرافية:

جدول (1): توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيراتها المستقلة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	147	45.7
	انثى	175	54.3
العمر	من 20 إلى 30 عام	163	50.6
	من 31 إلى 40 عام	104	32.3
	من 41 إلى 50 عام	35	10.9
	أكثر من 50 عام	20	6.2
المؤهل العلمي	توجيهي أو أقل	51	15.8
	دبلوم	37	11.5
	بكالوريوس	154	47.8
	دراسات عليا	80	24.8
مكان السكن	مدينة	121	37.6
	قرية	128	39.8
	مخيم	73	22.7
	المجموع	332	100.0

يتضح من الجدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيراتها المستقلة، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة.

جدول (2): توزيع عينة الدراسة الخاصة بالمقابلة حسب متغيراتها المستقلة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
المستوى	اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي	3	18.7
	المستوى الرسمي الحكومي	5	31.3
	الصحفيين من مختلف وسائل الإعلام المختلفة	8	50.0
	المجموع	16	100.0

يتضح من الجدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالمقابلة حسب المستويات المختلفة، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة.

أداة الدراسة

استخدم الباحث الاستبانة والمقابلة أداتين لدراسته حول (مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس كورونا "الإيجاز الصحفي نموذجاً") على المواطنين واللجنة الإعلامية، والمستوى الرسمي، والصحفيين من عينة الدراسة، وفيما يلي تفصيل بياناتهما:

الاستبانة

تضمنت الاستبانة أربع مجالات بالإضافة إلى المعلومات الديمغرافية، هي: (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام، ومدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور، ومدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي، وطريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي) وقد قام الباحث بتصميمها وتطويرها كأداة لجمع المعلومات، وذلك وفقاً للخطوات الآتية:

1. مراجعة الأدب النظري المتعلق بفاعلية ممارسة العلاقات العامة الحكومية في الضفة الغربية.

2. مراجعة الأبحاث والدراسات والكتب التي بحثت في الرضا عن الأداء.

3. المناقشات والأفكار مع المتخصصين في مجال الدراسة.

وقد تكونت أداة الدراسة (الاستبانة) من جزأين:

الجزء الأول: ويشمل المعلومات الأولية عن المستجيب الذي سيقوم بتعبئة الاستبانة

الجزء الثاني: واشتمل على (49) فقرة موزعة على أربع مجالات هي: (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام، ومدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور،

ومدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي، وطريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي)، كما يبين الجدول (3):

جدول (3): فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها

الرقم	المجال	عدد الفقرات
1	مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام	9
2	مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور	14
3	مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي	13
4	طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي	13
المجموع		49

وقد أعطيت درجات الفقرات الـ 49 من خلال مقياس ليكرت الخماسي كما يبين الجدول

رقم (4)

جدول (4): مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي.

الاستجابة				المجال	
راض	غير راض	محايد	راض	راض بشدة	مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	
راض	غير راض	محايد	راض	راض بشدة	مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	
راض	غير راض	محايد	راض	راض بشدة	مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	
راض	غير راض	محايد	راض	راض بشدة	طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	
1	2	3	4	5	الدرجة

يبين الجدول السابق مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي، حيث يبين الجدول الاستجابة على كل مجال ودرجتها.

صدق الأداة:

تم التحقق من الصدق الظاهري من خلال عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين المختصين في شؤون الدراسات الإعلامية والتخصصات الأخرى، وقد طلب من المحكمين إبداء الرأي في فقرات أداة الدراسة من حيث صياغة الفقرات، ومدى مناسبتها للمجال الذي وُضعت فيه، إما بالموافقة عليها أو بتعديل صياغتها أو حذفها لعدم أهميتها، وقد رأى المحكمون بضرورة إعادة صياغة بعض الفقرات، ولقد تكونت أداة الدراسة في صورتها النهائية من أربع مجالات و (49) فقرة وبذلك يكون قد تحقق الصدق الظاهري للإستبانة، وأصبحت أداة الدراسة في صورتها النهائية (ملحق رقم 18).

ثبات الأداة:

لقد تم استخراج معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's (Alpha) والجدول (5) يبين معاملات الثبات لأداة الدراسة ومجالاتها.

جدول (5): معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل الثبات
1	مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام	9	78.2
2	مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور	14	91.3
3	مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي	13	85.2
4	طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية	13	88.3
الثبات الكلي للأداة			95.9
		49	

يتضح من الجدول رقم (5) أن معاملات الثبات لمجالات الاستبانة تراوحت بين (78.2-91.3) للمجالات الأولى (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام) والثاني (مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور) في حين بلغ الثبات الكلي للأداة (95.9) وهو معامل ثبات عالٍ ويفي بأغراض البحث العلمي.

المقابلة

أجرى الباحث (16) مقابلة كانت مع القائمين بشكل مباشر على الإيجاز الصحفي اليومي الذي يبحث مستجدات فيروس كورونا في فلسطين، ومع المستوى الإعلامي الرسمي، بالإضافة إلى مجموعة من الصحفيين الذين يمثلون أهم وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة، وكانت المقابلات عبارة عن لقاءات مباشرة وعن مكالمات هاتفية مسجلة، وقد كانت المقابلات من ثلاثة مستويات هي: (اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي، والمستوى الرسمي الحكومي، والصحفيين من مختلف وسائل الإعلام المختلفة)، وقد تضمنت المقابلة سبعة أسئلة حول مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس كورونا "الإيجاز الصحفي نموذجاً".

إجراءات الدراسة

تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:

- إعداد أدوات الدراسة بصورتها النهائية.
- تحديد أفراد عينة الدراسة.
- قام الباحث بتوزيع الأداة إلكترونياً، وقد تم استرجاع (322) استبانة صالحة للتحليل ليشكل العدد (322) عينة الدراسة.
- إجراء مقابلات مع القائمين بشكل مباشر على الإيجاز الصحفي اليومي الذي يبحث مستجدات فيروس كورونا في فلسطين، ومع المستوى الإعلامي الرسمي، بالإضافة إلى مجموعة من

الصحفيين الذين يمثلون أهم وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة، حيث كانت المقابلات عبارة عن لقاءات مباشرة وعن مكالمات هاتفية مسجلة.

• إدخال البيانات إلى الحاسب ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

• استخراج النتائج وتحليلها ومناقشتها، ومقارنتها مع الدراسات السابقة، واقتراح التوصيات المناسبة.

متغيرات الدراسة

تضمن تصميم الدراسة المتغيرات الآتية:

أ. المتغيرات الديمغرافية:

- النوع الاجتماعي: وله مستويان (ذكر، وأنثى).

- الفئات العمرية: وله خمسة مستويات (أقل من 20 عام، من 20-30 عام، ومن 31-40 عام، ومن 41-50 عام، وأكثر من 50 عام).

- المستوى التعليمي: وله أربع مستويات (توجيهي أو أقل، ودبلوم، وبكالوريوس، ودراسات عليا).

- مكان السكن: وله ثلاثة مستويات (مدينة، وقرية، ومخيم).

ب. المتغير التابع:

ويتمثل في استجابات المبحوثين من المواطنين الفلسطينيين في الضفة الغربية على فقرات أداة الدراسة التي تتعلق بمدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس كورونا "الإيجاز الصحفي نموذجاً".

المعالجات الإحصائية

بعد تفرغ إجابات أفراد العينة على الأداة الأولى (الاستبانة) جرى ترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسوب، ومن ثم تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، بالإضافة إلى تحليل استجابات الذين تم مقابلتهم، ومن المعالجات الإحصائية المستخدمة:

1. التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لتقدير الوزن النسبي لفقرات الاستبانة.

2. التكرارات والنسب المئوية لتصنيف الاستجابات الخاصة بالمقابلات.

3. معادلة كرونباخ - ألفا (Alpha-Cronbach) لقياس ثبات الاختبار.

4. اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent Sample t test) وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بمتغير الجنس.

5. اختبار التباين الأحادي (One Way ANOVA) وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بمتغيرات الفئات العمرية، والمستوى التعليمي، ومكان السكن.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

النتائج المتعلقة بأداة الدراسة الأولى (الاستبانة)

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

النتائج المتعلقة بأداة الدراسة الثانية (المقابلة)

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

عرض النتائج:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس كورونا "الإيجاز الصحفي نموذجاً"، ومن أجل تحقيق ذلك استخدم الباحث استبانة مؤلفة من أربع مجالات و (49) فقرة تم توزيعها على عينة مؤلفة من (322) من مواطني الضفة الغربية بالإضافة إلى مقابلة تتكون من ثمانية أسئلة حول نفس الموضوع.

النتائج المتعلقة بأداة الدراسة الأولى (الاستبانة)

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

فيما يلي عرضاً لنتائج الدراسة التي تتضمن الإجابة عن التساؤلات التي وضعت أساساً للبحث وهي النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيس.

والذي ينص على: ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجالات أداة الدراسة المتمثلة في (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام، ومدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور، ومدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي، وطريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية)، إذ حسب طول المدى وهو (5-1 = 4) ثم قسم على 5

فترات (0.8 = 5/4)، يتضح لنا أن طول الفترة هو (0.8) وعليه اعتمد الباحث التقدير التالي،
للفصل ما بين الدّرجات، وبيان ذلك فيما يلي:

المتوسط الحسابي (4.21 فأكثر ويعادل 84.2% فأعلى) درجة كبيرة جداً.

المتوسط الحسابي (3.41 - 4.20 ويعادل 68.2% - 84.0) درجة كبيرة.

المتوسط الحسابي (2.61 - 3.40 ويعادل 52.2% - 68.0%) درجة متوسطة.

المتوسط الحسابي (1.81 - 2.60 ويعادل 36.2% - 52.0%) درجة قليلة.

المتوسط الحسابي (أقل من 1.81) درجة قليلة جداً.

والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التقدير
لمجالات مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس
كورونا، مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الدرجة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات	الترتيب	رقم المجال
كبيرة	74.4	0.59	3.72	طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية	4	1
كبيرة	71.8	0.59	3.59	مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي	3	2
كبيرة	69.4	0.67	3.47	مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور	2	3
كبيرة	68.6	0.55	3.43	مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام	1	4
كبيرة	72.0	0.54	3.55	الدرجة الكلية		

* أقصى درجة للفقرة 5 درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (6) أن درجة مجالات مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس كورونا كانت جميعها كبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.43) و (3.72) وهما المجالات (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام) و (طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.55).

نتائج السؤال الفرعي الأول

والذي ينص على:

ما هي الرسائل الإقناعية التي استخدمتها الحكومة الفلسطينية من خلال الإيجاز الصحفي المتعلق بمواجهة أزمة كورونا خلال فترة الدراسة؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج الفقرات التي تشير إلى الوسائل التي استخدمتها الحكومة من خلال الإيجاز الصحفي المتعلق بمواجهة أزمة كورونا خلال فترة الدراسة، وكانت على النحو التالي:

الرسائل النوعية الصادرة عن الناطق الرسمي في الإيجاز الصحفي كانت واضحة ومفهومة، وشرحت الحكومة الإجراءات الاحترازية للجمهور من خلال الإيجاز الصحفي بشكل مبسط وسلس، والرسائل النوعية التي صدرت عن الناطق الرسمي في الإيجاز الصحفي لوحظت بشكل كبير، وساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الناس، وساهمت الإحصائيات والأرقام التي قام بنشرها الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور، واستخدم الناطق الرسمي في الحكومة وسائل إيضاحية في عرضه للإيجاز الصحفي ساعدت على رفع وعي الجمهور من مخاطر جائحة كورونا، واستخدام الناطق باسم الحكومة لاقتباسات آيات من القرآن الكريم في بداية عرض الإيجاز كانت تبعث الطمأنينة في نفوس المشاهدين ومن أسباب نجاح الإيجاز الصحفي، الروح المرحة والبساطة

والدعابة في شخصية المتحدث الرسمي، واستخدام الناطق الإعلامي باسم الحكومة للهجة العامية في الكثير من الأحيان كان من أسباب نجاح الإيجاز وقد حصلت هذه الفقرات على درجة استجابة كبيرة، في حين حصلت فقرة (استضافة الوزراء والمسؤولين في الإيجاز الصحفي ساعد في تقبل الجمهور للرسائل الإعلامية الصادرة عن الإيجاز الصحفي) على درجة استجابة متوسطة.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثاني

والذي ينص على: هل نجحت العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعياريّة، لمجال أداة الدراسة الأول (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام).

والجدول (7) يبين ذلك:

جدول رقم (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	2	ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة في طريقة إدارته للإيجاز الصحفي	3.76	0.91	75.2	كبيرة
2	6	حنكة الناطق باسم الحكومة جعلته يتجنب الحرج في الكثير من أسئلة الصحفيين	3.72	0.85	74.4	كبيرة
3	9	استطاعت الحكومة بأن توحد منصات الإعلام خلف راية الإعلام الرسمي المتمثل بالإيجاز الصحفي	3.68	0.98	73.6	كبيرة
4	8	برأيك، الحكومة من خلال الإيجاز الصحفي نجحت في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا	3.59	1.02	71.8	كبيرة

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
5	1	ما مدى رضاك عن الرسائل الإعلامية الحكومية في مكافحة انتشار فيروس كورونا	3.43	0.55	68.6	كبيرة
6	7	على الرغم من اختلاف الوكالات والقنوات التي يعمل الصحفيون لحسابها، لم يميز الناطق الرسمي بينهم	3.31	1.03	66.2	متوسطة
7	3	كان هناك قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي	3.23	0.97	64.6	متوسطة
8	4	استطاعت الحكومة التغلب على أزمة كورونا بفضل الإدارة الإعلامية الجيدة	3.02	1.02	60.4	متوسطة
8	5	برأيك، أسئلة بعض الصحفيين كانت محرجة ومسيئة والهدف منها إحراج الناطق باسم الحكومة.	3.02	1.04	60.4	متوسطة
الدرجة الكلية						
			3.43	0.55	68.6	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (7) أن فقرات (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام)، كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.02) و (3.76) وهما الفقرات (برأيك، أسئلة بعض الصحفيين كانت محرجة ومسيئة والهدف منها إحراج الناطق باسم الحكومة) بالإضافة إلى (ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة في طريقة إدارته للإيجاز الصحفي)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.43).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثالث

والذي ينص على: ما مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في

رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية،
لمجال أداة الدراسة الثاني (مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع
مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور)، والجدول (8) يبين ذلك:

**جدول رقم (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة
لمجال الثاني (مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى
الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي**

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	2	الرسائل النوعية الصادرة عن الناطق الرسمي في الإيجاز الصحفي كانت واضحة ومفهومة	3.84	0.85	76.8	كبيرة
2	11	شرحت الحكومة الإجراءات الاحترازية للجمهور من خلال الإيجاز الصحفي بشكل مبسط وسلس	3.82	0.89	76.4	كبيرة
3	14	الرسائل النوعية التي صدرت عن الناطق الرسمي في الإيجاز الصحفي لوحظت بشكل كبير.	3.73	0.83	74.6	كبيرة
4	5	ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الناس	3.62	0.93	72.4	كبيرة
5	8	ساهمت الإحصائيات والأرقام التي قام بنشرها الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور	3.57	0.95	71.4	كبيرة
6	10	تنوع الرسائل الإعلامية التوعوية ساعد في نجاح الإيجاز الصحفي في إيصال التأثير المطلوب في الجمهور	3.56	0.97	71.2	كبيرة
7	6	ساهمت الرسائل النوعية الصادرة عن الإيجاز الصحفي في تطبيق التعليمات الصادرة عن الحكومة بشأن فيروس كورونا	3.52	0.97	70.4	كبيرة
8	7	استخدم الناطق الرسمي في الحكومة وسائل إيضاحية في عرضه للإيجاز الصحفي ساعدت على رفع وعي الجمهور من مخاطر جائحة كورونا	3.50	0.99	70.0	كبيرة
9	9	استضافة الوزراء والمسؤولين في الإيجاز الصحفي ساعد في تقبل الجمهور للرسائل الإعلامية الصادرة عن الإيجاز الصحفي	3.40	1.05	68.0	متوسطة

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
10	13	استطاعت الحكومة من خلال الرسائل الإعلامية تنفيذ خطط الإغلاق الأمر الذي ساعدها على الحد من انتشار فيروس كورونا	3.39	1.10	67.8	متوسطة
11	4	الرسائل التوعوية في الإيجاز الصحفي عززت الالتزام بلبس الكمامة لدى المواطنين	3.37	1.13	67.4	متوسطة
11	1	تعدد الشخصيات الرسمية والمتحدثين على اختلاف اختصاصاتهم في الإيجاز الصحفي من أسباب نجاح المؤتمر	3.37	1.08	67.4	متوسطة
12	12	الرسائل التوعوية الصادرة عن الإيجاز الصحفي ساهمت في إقناع الجمهور بإجراءات الحكومة في فرض الحجر المنزلي	3.32	1.09	66.4	متوسطة
13	3	استطاعت الحكومة ومن خلال الإيجاز الصحفي إقناع المصلين بخطر الصلاة في المساجد	2.58	1.25	51.6	قليلة
						الدرجة الكلية
						كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (8) أن فقرات (مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور) كانت جميعها بين القليلة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.58) و (3.84) وهما الفقرات (استطاعت الحكومة ومن خلال الإيجاز الصحفي إقناع المصلين بخطر الصلاة في المساجد) و (الرسائل النوعية الصادرة عن الناطق الرسمي في الإيجاز الصحفي كانت واضحة ومفهومة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.47).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الرابع

والذي ينص على: ما مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في

الإيجاز الصحفي اليومي؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الثالث (مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي)، والجدول (9) يبين ذلك:

جدول رقم (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	3	لم تستطع الحكومة تعزيز سياسة العزل المنزلي في مخيمات الضفة الغربية	4.01	0.96	80.2	كبيرة
2	11	استخدام الناطق باسم الحكومة لاقتباسات آيات من القرآن الكريم في بداية عرض الإيجاز كانت تبعث الطمأنينة في نفوس المشاهدين	3.94	0.94	78.8	كبيرة
3	12	استطاع الإيجاز التخفيف عن المواطن عناء البحث عن المعلومة خصوصاً بما يخص الأرقام والنسب وحجم الإصابات	3.91	0.92	78.2	كبيرة
4	13	استطاع الإيجاز الصحفي أن يبديد الشائعات التي تتحدث عن أعداد المصابين وأماكن انتشار الفيروس	3.82	0.97	76.4	كبيرة
5	6	عزز الإيجاز الصحفي من دور الأجهزة الأمنية في فرض الحجر المنزلي على المواطنين	3.60	0.97	72.0	كبيرة
6	10	الإيجاز الصحفي ساهم في زيادة تقبل الناس لحواجز المحبة وبأنها وجدت لحماية المواطنين وليست للحد من حريتهم	3.59	0.99	71.8	كبيرة
7	4	كورونا فيروس خطير جداً ويهدد حياة الإنسان ويستحق كل هذا الصخب الإعلامي، وحملات التوعية لاتخاذ كافة السبل الوقائية	3.58	1.33	71.6	كبيرة
8	8	تعقيب الناطق باسم الحكومة على المواد المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي في حلقات الإيجاز من أسباب نجاح المؤتمر الصحفي	3.56	0.93	71.2	كبيرة

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
9	1	الرسائل التوعوية في الإيجاز الصحفي كانت من أهم أسباب انحسار فيروس كورونا في بداية انتشاره	3.50	1.07	70.0	كبيرة
10	2	إجابات الناطق باسم الحكومة لأسئلة الصحفيين كانت صريحة ودقيقة	3.49	0.97	69.8	كبيرة
11	9	الإطالة في مدة عرض الإيجاز والتكرار من أهم أسباب إيقافه	3.40	1.04	68.0	متوسطة
12	5	استطاعت الحكومة من خلال الإيجاز الصحفي إقناع الجمهور بخطط الحكومة في مواجهة انتشار فيروس كورونا	3.35	1.11	67.0	متوسطة
13	7	استطاعت الحكومة ومن خلال الإيجاز الصحفي إقناع العمال الفلسطينيين العائدين من الداخل المحتل فرض الحجر المنزلي على أنفسهم	2.90	1.21	58.0	متوسطة
الدرجة الكلية						
			3.59	0.59	71.8	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (9) أن فقرات (مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.90) و (4.01) وهما الفقرات (استطاعت الحكومة ومن خلال الإيجاز الصحفي إقناع العمال الفلسطينيين العائدين من الداخل المحتل فرض الحجر المنزلي على أنفسهم) و (لم تستطع الحكومة تعزيز سياسة العزل المنزلي في مخيمات الضفة الغربية)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.59).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الخامس

والذي ينص على: هل كانت فترة وأسلوب وطريقة الناطق الرسمي مرضية بالنسبة للجمهور الفلسطيني؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تمَّ استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعياريَّة،
لمجال أداة الدراسة الرابع (طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت
مرضية)، والجدول (10) يبين ذلك:

جدول رقم (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة
للمجال الرابع (طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية) مرتبة

ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	12	عدم سيطرة السلطة الفلسطينية الكاملة على المعابر والحدود كان من أهم أسباب انتشار الفيروس	4.00	1.00	80.0	كبيرة
2	1	من أسباب نجاح الإيجاز الصحفي، الروح المرحة والبساطة والدعابة في شخصية المتحدث الرسمي	3.98	0.91	79.6	كبيرة
3	5	إجراءات الحكومة الشديدة في مواجهة فيروس كورونا كانت سبب في زيادة حدة الأزمة المالية للشعب الفلسطيني	3.96	1.04	79.2	كبيرة
4	6	للإيجاز الصحفي دور كبير في تسهيل عمل الطواقم الطبية وجعل الجمهور يتقبل طبيعة عملهم	3.87	0.82	77.4	كبيرة
5	7	الثقافة الشخصية الواسعة والخبرة الإعلامية التي يتمتع بها الناطق باسم الحكومة من أهم أسباب نجاح المؤتمر	3.80	0.90	76.0	كبيرة
6	4	استخدام الناطق الإعلامي باسم الحكومة للهجة العامية في الكثير من الأحيان كان من أسباب نجاح الإيجاز	3.77	0.96	75.4	كبيرة

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
7	13	استطاع الناطق باسم الحكومة أن يدير الإيجاز الصحفي بشكل غير مسبوق	3.66	0.94	73.2	كبيرة
8	3	امتازت مخرجات الإيجاز الصحفي بالسرعة والدقة والموضوعية والشفافية	3.64	0.94	72.8	كبيرة
9	11	مدة عرض الإيجاز كانت مناسبة لطبيعة وحجم الحدث	3.63	0.93	72.6	كبيرة
9	2	ما مدى رضاك عن مدة عرض الإيجاز الصحفي	3.63	0.97	72.6	كبيرة
10	8	الإطالة الغير مبررة قبل نكر أرقام وأماكن الإصابات من أسباب تقليل نسبة مشاهدة الإيجاز في مراحلها الأخيرة	3.59	1.01	71.8	كبيرة
11	9	الإيجاز الصحفي للحكومة الفلسطينية كان بمثابة إلهام للكثير من الدول العربية والعالمية وتم تقليده في أكثر من دولة	3.57	0.94	71.4	كبيرة
12	10	من خلال الرسائل الإعلامية استطاعت الحكومة أن تسيطر على الفيروس وتحد من انتشاره.	3.21	1.12	64.2	متوسطة
الدرجة الكلية						
			3.72	0.59	74.4	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (10) أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.21) و(4.00) وهما الفقرات (من خلال الرسائل الإعلامية استطاعت الحكومة أن تسيطر على الفيروس والحد من انتشاره)

و(عدم سيطرة السلطة الفلسطينية الكاملة على المعابر والحدود كان من أهم أسباب انتشار الفيروس)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.72).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي السادس

والذي ينص على: هل تختلف اتجاهات المواطنين الفلسطينيين نحو مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، والفئة العمرية، والمستوى التعليمي، ومكان السكن)؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، واختبار التباين الأحادي One Way ANOVA وكانت النتائج كما في الجداول التالية:

1. النتائج المتعلقة بمتغير النوع الاجتماعي

جدول رقم (11): نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا حسب متغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *	مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام
ذكر	147	3.54	0.60	3.474	*0.001	
أنثى	175	3.33	0.48			
النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *	مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور
ذكر	147	3.54	0.69	1.570	0.117	
أنثى	175	3.42	0.64			
النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *	مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي
ذكر	147	3.67	0.61	2.132	*0.034	
أنثى	175	3.52	0.57			
النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *	طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية
ذكر	147	3.80	0.63	2.427	*0.016	
أنثى	175	3.64	0.55			

الدرجة الكلية	النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *
	ذكر	147	3.64	0.57	2.626	*0.009
	أنثى	175	3.48	0.501		

* (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا حسب متغير النوع الاجتماعي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.009) وهي أقل من (0.05)، وأن هذه الفروق كانت لصالح مستوى (الذكور) وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.64) بينما بلغ متوسط مستوى (أنثى) الحسابي (3.48)

أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فإنه توجد فروق في المجال الأول (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام)، والثالث (مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي)، والرابع (طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية) ولصالح مستوى (الذكور).

ثانياً: النتائج المتعلقة بمتغير الفئات العمرية

جدول رقم (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الفئات العمرية للدرجة

الكلية

الفئات العمرية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
من 20 إلى 30 عام	163	3.50	0.48
من 31 إلى 40 عام	104	3.58	0.65
من 41 إلى 50 عام	35	3.60	0.50
أكثر من 50 عام	20	3.77	0.32
الكلية	322	3.55	0.54

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (الفئات العمرية)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (13):

جدول رقم (13): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا حسب متغير الفئات العمرية

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام
0.066	4.207	1.254	3	3.762	بين المجموعات	
		0.298	318	94.786	داخل المجموعات	
			321	98.548	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور
0.459	0.866	0.389	3	1.168	بين المجموعات	
		0.450	318	143.041	داخل المجموعات	
			321	144.210	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي
0.575	0.664	0.235	3	0.706	بين المجموعات	
		0.355	318	112.828	داخل المجموعات	
			321	113.534	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه

0.100	2.099	0.740	3	2.220	بين المجموعات	للإيجاز الصحفي كانت مرضية
		0.353	318	112.124	داخل المجموعات	
			321	114.344	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية
0.131	1.893	0.551	3	1.654	بين المجموعات	
		0.291	318	92.632	داخل المجموعات	
			321	94.286	المجموع	

* (دال إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا حسب متغير الفئات العمرية، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.131) وهي أكبر من (0.05)

ثالثاً: النتائج المتعلقة بمتغير المستوى التعليمي

جدول رقم (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المستوى التعليمي للدرجة الكلية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى التعليمي
0.63	3.57	51	توجيهي أو أقل
0.54	3.54	37	دبلوم
0.50	3.60	154	بكالوريوس
0.53	3.45	80	دراسات عليا
0.54	3.55	322	الكلية

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (المستوى

التعليمي)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (15)

جدول رقم (15): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد

أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا

حسب متغير المستوى التعليمي

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام
0.265	1.329	0.407	3	1.221	بين المجموعات	
		0.306	318	97.327	داخل المجموعات	
			321	98.548	المجموع	
0.061	2.475	1.097	3	3.291	بين المجموعات	مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور
		0.443	318	140.919	داخل المجموعات	
			321	144.210	المجموع	
0.697	0.479	0.170	3	0.511	بين المجموعات	مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي
		0.355	318	113.024	داخل المجموعات	
			321	113.534	المجموع	
0.129	1.902	0.672	3	2.015	بين المجموعات	طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية
		0.353	318	112.329	داخل المجموعات	
			321	114.344	المجموع	
0.216	1.493	.437	3	1.310	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		0.292	318	92.977	داخل المجموعات	
			321	94.286	المجموع	

* (دال إحصائي عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا حسب متغير المستوى التعليمي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.216) وهي أكبر من (0.05)،

رابعاً: النتائج المتعلقة بمتغير مكان السكن

جدول رقم (16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير مكان السكن للدرجة الكلية

مكان السكن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مدينة	121	3.54	0.54
قرية	128	3.56	0.59
مخيم	73	3.55	0.44
الكلية	322	3.55	0.54

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (مكان السكن)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (17):

جدول رقم (17): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد

أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا حسب متغير مكان السكن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة	مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام
بين المجموعات	0.194	2	0.097	0.314	0.731	مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور
داخل المجموعات	98.354	319	0.308			
المجموع	98.548	321				
مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة	مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور
بين المجموعات	0.067	2	0.033	0.074	0.929	مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور
داخل المجموعات	144.143	319	0.452			
المجموع	144.210	321				

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي
0.718	0.331	0.118	2	0.235	بين المجموعات	
		0.355	319	113.299	داخل المجموعات	
			321	113.534	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية
0.990	0.010	0.004	2	.007	بين المجموعات	
		0.358	319	114.337	داخل المجموعات	
			321	114.344	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية
0.978	0.023	0.007	2	0.013	بين المجموعات	
		0.296	319	94.273	داخل المجموعات	
			321	94.286	المجموع	

* (دال إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا حسب متغير مكان السكن، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.978) وهي أكبر من (0.05)،

النتائج المتعلقة بأداة الدراسة الثانية (المقابلة)

استخدم الباحث المقابلة بالإضافة إلى الاستبانة للإجابة عن السؤال الرئيس للدراسة والذي ينص على: ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

وللتوصل إلى نتائج نوعية في الإجابة على هذا السؤال، قام الباحث بإعداد 8 أسئلة وتم توجيهها إلى ثلاثة مستويات وهم (اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي وعددهم 3، والمستوى

الإعلامي الرسمي وعددهم 5، بالإضافة إلى مجموعة من الصحفيين الذين يمثلون أهم وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة وعددهم 8) حول مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا، واستخدم الباحث لقاءات مباشرة ومكالمات هاتفية مسجلة لهذا الغرض، وسجل إجاباتهم على الأسئلة، وقام بتفريغ إجابات كل سؤال من أسئلة المقابلة، وتم تصنيفها واستخراج تكراراتها ونسبها المئوية، والذي ساعد الباحث في الوصول إلى نتائج نوعية في تقييم مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا، ومقارنتها بالنتائج الكمية المتعلقة بالاستبانة، مما يضمن تكاملية البيانات النوعية والكمية والتي تساهم في التعرف على ظاهرة الدراسة، ووضعها في إطارها الصحيح، وتفسير جميع الظروف المحيطة بها، ويعد ذلك بداية الوصول إلى النتائج الدراسية التي تتعلق بالبحث.

وفيما يلي يستعرض الباحث نتائج أسئلة المقابلة حيث ينص السؤال الأول على: ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم تفريغ استجابات المشاركين في المقابلات من المجموعات الثلاث حول مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا، ثم قام الباحث بتصنيف الاستجابات حسب المجموعات واستخراج تكراراتها ونسبها المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (18): التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال الأول (ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟)

النسبة المئوية	التكرار	م3	م2	م1	ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا
75.0	12	4	5	3	الايجاز ترك أثر كبير يكون بذلك حقق الغاية التي كان من أجلها حيث حقق نجاحاً كبيراً
25.0	4	4	0	0	نجح إلى حد ما (نجح في البداية، وبدأ يفقد ذلك النجاح في النهاية)
100.0	16				المجموع

يتبين من الجدول السابق أن استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الأول (ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا) كانت أن الايجاز ترك أثر كبير ويكون بذلك حقق الغاية التي كان من أجلها، حيث حقق نجاحاً كبيراً بنسبة 75.0%، ومن نجح إلى حد ما (نجح في البداية، وبدأ يفقد ذلك النجاح في النهاية) بنسبة 25.0%.

حيث يلاحظ أن جميع الأفراد من اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي والمستوى الإعلامي الرسمي قد أكدوا هذا النجاح، وكذلك نصف عدد الصحفيين، بينما كانت إجابات النصف الآخر أن الإنجاز نجح إلى حد ما (نجح في البداية، وبدأ يفقد ذلك النجاح في النهاية).

وفيما يتعلق باستطاعة الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي يوضح الجدول (19) نتائج تحليل الاستجابات وتصنيفها:

جدول (19): التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال الثاني (هل

استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي

المُسمى بالإيجاز الصحفي)

النسبة المئوية	التكرار	م3	م2	م1	هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المُسمى بالإيجاز الصحفي
12.5	2	1	0	1	لم تستطع الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المُسمى بالإيجاز الصحفي
87.5	14	7	5	2	استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المُسمى بالإيجاز الصحفي
100.0					المجموع

يتبين من الجدول السابق أن استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الثاني (هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المُسمى بالإيجاز الصحفي) كانت 12.5% تبين عدم استطاعة الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المُسمى بالإيجاز الصحفي، و87.5% تظهر قدرتها على ذلك. حيث يلاحظ من النتائج أن استجابات اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي كانت (بنعم)، وكذلك جميع المستوى الإعلامي الرسمي قد أكدوا هذه القدرة بالإضافة إلى معظم مجموعة الصحفيين.

وفيما يتعلق بمدى الرضى عن اسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة يوضح الجدول

(20) نتائج تحليل الاستجابات وتصنيفها

جدول (20): التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال الثالث (ما مدى

رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟)

النسبة المئوية	التكرار	3م	2م	1م	ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟
93.8	15	8	4	3	كبير
6.2	1	0	1	0	لم يوجد اهتمام بالرضا قدر الاهتمام بتتبع الحالة الوبائية
100.0	16				المجموع

يتبين من الجدول السابق أن استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الثالث (بمدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة) كانت 93.8% بالكبير مع الإشادة بالدور الذي لعبه الناطق الرسمي للحكومة في عرض الإنجاز، و6.2% بعدم الاهتمام بالرضا قدر الاهتمام بالحدث وهو تتبع الحالة الوبائية. حيث يلاحظ من النتائج أن جميع استجابات اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي ومعظم استجابات المستوى الإعلامي الرسمي وجميع استجابات مجموعة الصحفيين قد أبدت رضا كبير وإشادة بذلك.

وفيما يتعلق بوجود قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي يوضح الجدول (21)

نتائج تحليل الاستجابات وتصنيفها

جدول (21): التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال الرابع (هل يوجد

قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي)

النسبة المئوية	التكرار	3م	2م	1م	هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟
12.5	2	2	0	0	نعم
81.3	13	6	4	3	لا
6.2	1	0	1	0	لا رأي
100.0	16				المجموع

يتبين من الجدول السابق أن استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الثالث (هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي) كانت 81.3 % بالنفي، و12.5% بالإيجاب. مع امتناع 6.2% عن الاجابة حيث يلاحظ من النتائج أن جميع استجابات اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي ومعظم استجابات المستوى الإعلامي الرسمي نفت ذلك وكذلك معظم استجابات مجموعة الصحفيين.

وفيما يتعلق بمدى الرضا عن مدة عرض الإيجاز الصحفي يوضح الجدول (22) نتائج تحليل الاستجابات وتصنيفها:

جدول (22): التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال الخامس (ما مدى الرضا عن مدة عرض الإيجاز الصحفي)

ما مدى الرضا عن مدة عرض الإيجاز الصحفي؟	1م	2م	3م	التكرار	النسبة المئوية
مناسبة	1	3	0	4	25.0
مناسبة نوعاً ما	2	2	2	6	37.5
غير مناسبة	0	0	6	6	37.5
المجموع				16	100.0

يتبين من الجدول السابق أن استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الثالث (ما مدى الرضا عن مدة عرض الإيجاز الصحفي) كانت 25.0 % مناسبة ويوجد رضا، و37.5% مناسبة ورضا إلى حد ما. و37.5% غير مناسبة ولا يوجد رضا عنها حيث يلاحظ من النتائج أن ثلثي استجابات اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي كانت مناسبة إلى حد ما، وتراوحت استجابات المستوى الإعلامي الرسمي ما بين مناسبة ومناسبة إلى حد ما وكذلك معظم استجابات مجموعة الصحفيين جاءت غير مناسبة.

وفيما يتعلق بالسؤال عن لماذا توقف عرض الإيجاز الصحفي علماً بأن الجائحة استفحلت أكثر في الوطن؟ حيث تم توجيه هذا السؤال (لماذا توقف عرض الإيجاز الصحفي علماً بأن الجائحة استفحلت أكثر في الوطن) إلى اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي، والمستوى

الإعلامي الرسمي والذين أجمعوا على أن قرار توقف عرض الإيجاز كان قرار من اللجنة الوبائية ومن رئيس الوزراء .

وفيما يتعلق باللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي، والمستوى الإعلامي الرسمي، فقد تم توجيه سؤال لهم (هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور) وكانت الإجابات عليه كما يبين الجدول (23):

جدول (23): التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال السادس (هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور)

هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟	1م	2م	3م	التكرار	النسبة المئوية
نعم	3	5		8	100.0
لا	0	0		0	0.0
المجموع				8	100.0

يتبين من الجدول السابق أن استجابات عينة الدراسة من اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي، والمستوى الإعلامي الرسمي نحو السؤال السابع (هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟) كانت بالإيجاب بنسبة 100.0%.

وفيما يتعلق بشفافية الإجابة على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي فقد تم طرح هذا السؤال على مجموعة الصحفيين، ويوضح الجدول (24) نتائج تحليل الاستجابات وتصنيفها.

جدول (24): التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة نحو السؤال السابع (هل كانت

الإجابة على أسئلة الصحفيين شافية وصریحة)

هل كانت الإجابة على أسئلة الصحفيين شافية وصریحة؟	1م	2م	3م	التكرار	النسبة المئوية
نعم			5	5	62.5
لا			3	3	37.5
المجموع			8	8	100.0

يتبين من الجدول السابق أن استجابات عينة الدراسة من مجموعة الصحفيين نحو السؤال السابع (هل كانت الإجابة على أسئلة الصحفيين شافية وصریحة) كانت 62.5 % بالإيجاب، و37.5% بالنفي حيث برر هؤلاء تهرب الإيجاز الصحفي عن الإجابة عن بعض الأسئلة.

النتائج العامة للدراسة

خرجت الدراسة بالنتائج العامة التالية:

1. فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس كورونا كانت كبيرة.
2. تمكنت الحكومة الفلسطينية من خلال الإيجاز الصحفي إدارة أزمة فيروس كورونا إعلامياً بشكل ممتاز.
3. ساهمت الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور.
4. ثقة الجمهور بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي كبيرة.
5. وطريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية بشكل كبير.
6. الثقافة الشخصية الواسعة للناطق الرسمي للحكومة كانت من أسباب نجاح الإيجاز الصحفي.
7. تبين النتائج أن الإيجاز ترك أثر كبير ويكون بذلك حقق الغاية التي كان من أجلها.

8. تبين النتائج أن الحكومة قد نجحت في توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي.
9. تبين النتائج عدم وجود قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي.
10. تبين النتائج وجود مستوى متوسط من الرضا عن مدة عرض الإيجاز الصحفي. نظراً لتردد غالبية الصحفيين من المبحوثين عن الإجابة على ذلك
11. تبين النتائج أن هناك درجة موافقة متوسطة من استجابات مجموعة الصحفيين حول سؤال يتعلق بشفافية الإجابة على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي.
12. تبين النتائج عدم وجود اختلافات في اتجاهات المواطنين الفلسطينيين نحو مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا باختلاف متغيرات (الفئة العمرية، والمستوى التعليمي، ومكان السكن)، في المقابل كان هناك اختلافات تعزى لمتغير النوع الاجتماعي. ولصالح الذكور وهذا يشير إلى اتفاق المبحوثين من عينة الدراسة على هذا النجاح، بينما كانت آراء الذكور أعلى في هذا المجال.
13. نجح الإيجاز الصحفي نجاحاً كبيراً وحقق الأهداف التي كان من أجلها.
14. الوسائل الإقناعية المستخدمة في الإيجاز الصحفي أثرت بالجمهور بشكل ايجابي.
15. من أسباب توقف العرض اليومي للإيجاز الإطالة الكبيرة في بعض الأحيان.
16. كانت الإجابة على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي شافية وصرحة.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج وأهم التوصيات

مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة أداة الدراسة الأولى (الاستبانة)

النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس

نتائج الأسئلة الفرعية ومجالات الدراسة

مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة أداة الدراسة الثانية (المقابلة)

التوصيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج وأهم التوصيات

يهدف هذا الفصل إلى مناقشة نتائج الدراسة التي بحثت في مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس كورونا "الإيجاز الصحفي نموذجاً" وقد اشتملت الدراسة على مجموعة من التساؤلات، وسيحاول الباحث مناقشة هذه النتائج لإبراز أهم النتائج والتي ستبنى عليها التوصيات المختلفة.

مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة أداة الدراسة الأولى (الاستبانة)

النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس

والذي ينص على: ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة

في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

أشارت النتائج إلى أن درجة مجالات مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا كانت جميعها كبيرة، حيث كان أدائها (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام) وأعلىها (طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

كذلك أشارت النتائج أن أعلى المجالات كانت طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية، هذا المجال جاء في المرتبة الأولى وبدرجة كبيرة، ومجال مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي بدرجة كبيرة أيضاً، ومن ثم مجال مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور بدرجة كبيرة، ومجال مدى نجاح العلاقات العامة

في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام في المرتبة الرابعة والأخيرة ودرجة كبيرة أيضاً.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أهمية دور العلاقات العامة في المؤسسات ومنها المؤسسات الحكومية الفلسطينية كونها من المؤسسات الهامة جداً، حيث يمتلك موظفوها كفاءات عالية في مجال العلاقات العامة، بالإضافة إلى تبني هذه الدوائر أساليب علمية ومنهجية تستند إلى الخبرات العلمية والتجارب العلمية، كما أن اختيار اللجنة القائمة على الإيجاز الصحفي كانت من عدة تخصصات وخاطبت الجمهور بقدر عالي من المسؤولية، وحاولت قدر الإمكان توزيع المهام، كما أن الدور الأكبر في نجاح الإيجاز الصحفي في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا، كان بفضل أسلوب وطريقة وثقافة الناطق الرسمي باسم الحكومة الذي استطاع إدارة الإيجاز الصحفي بحرفية عالية، وأيضاً بفضل الطاقم الذي أبدع في عملية الاتصال والتواصل.

وتتفق هذه النتائج مع نموذج الاتصال المتوازن باتجاهين (جرونج وهانت، 1984) والذي يفترض بناء علاقات استراتيجية مع الجماهير ويعتمد ذلك على الفهم المتبادل والاتصال الفعال في اتجاهين بدلاً عن استراتيجيات الإقناع في اتجاه واحد، ويؤكد ذلك وجود درجة استجابة كبيرة على مجالات (الرضى الكبير بطريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي، ومدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي، ومدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور، ومدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام)، وكذلك مع نظرية التأطير الإخباري والتي يُفترض فيها تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية بدليل وجود درجة استجابة كبيرة على مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا، وأيضاً نظرية القائم بعملية الاتصال التي تتبنى مجموعة من العوامل التي تؤثر على القائم بعملية الاتصال منها التأثيرات السياسية، والعوامل النفسية والاجتماعية والعقائدية بالإضافة إلى ضغوط العمل والحالة الاجتماعية بدليل وجود درجة استجابة كبيرة على مدى نجاح العلاقات

العامّة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام والتي تطلبت وجود فريق عمل قادر على التعامل مع صحفيين ذوي خبرة وكفاءة في دولة تتمتع بالحريات وإبداء الرأي، ومع نظرية خطاب التجديد التي تفترض أن القائمين على الخطاب الإعلامي هم من القادة الذين يتمتعون بكاريزما وحسن خلق وصدق وقادرون على البناء والتقدم والنهوض بالمنظمات والمؤسسات.

وتفترض النظرية أيضاً أن هؤلاء القادة قادرون أيضاً على النهوض ومن خلال الخطاب حتى بعد التعثر والخسارة" (النجاح، 2019) وذلك بدليل وجود درجة موافقة كبيرة على مجال مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام وعلى مجال طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية، وعلى سؤال الدراسة الرئيس أي (الدرجة الكلية للاستجابات).

كما وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (كموش، 2008)، والتي أظهرت أن العلاقات العامة ضرورية بالمؤسسة أثناء الأزمة، والمؤسسة تعتمد بشكل مهم على إطاراتها أثناء ممارسة الاتصال عند وقوع الأزمة، ومع نتائج دراسة (الاسدوجي، 2018)، والتي أظهرت أنه تتوفر في المتحدث الرسمي صفات مثل اللباقة والقدرة على تخطي المواقف الصعبة، واحتواء كافة المواقف التي من الممكن أن يتعرض لها، ومع نتيجة دراسة (قديري، 2002)، والتي أظهرت أن الصحف المحلية قد اهتمت بشكل كبير في تفاصيل وتداعيات الأزمة.

وتختلف مع نتائج دراسة (الفهيد، 1999)، والتي أظهرت أن هناك قصور في الدور الإعلامي لدوائر العلاقات العامة أثناء وقوع الأزمة، ومع نتيجة دراسة (عمري، 2011)، والتي كشفت عن أن تصورات مستخدمي المؤسسة لدور العلاقات العامة أثناء الأزمة لا تتطابق إلى حد ما مع النماذج الاتصالية في العلاقات العامة، ومع نتائج دراسة (السيد، 2016)، والتي أظهرت قصور كبير داخل المؤسسات في كيفية التنسيق والترتيب الداخلي لإدارة الأزمات.

أما بالنسبة للأسئلة الفرعية ومجالات الدراسة، فقد جاءت نتائجها كالتالي:

1. تبين من النتائج أن الحكومة الفلسطينية استخدمت ومن خلال الإيجاز الصحفي المتعلق بمواجهة أزمة كورونا الرسائل الإقناعية التالية: الرسائل النوعية، والإجراءات الاحترازية للجمهور، والرسائل الإعلامية والتوعوية، والإحصائيات والأرقام، ووسائل إيضاحية، والاقتراسات لآيات من القرآن الكريم، وكذلك شخصية المتحدث الرسمي الذي يتمتع بالروح المرحة والبساطة والدعابة واستخدامه للهجة العامية البسيطة التي خاطبت جمهور البسطاء. وقد حصلت هذه الرسائل على درجة استجابة كبيرة، كما استخدمت الحكومة الفلسطينية من خلال الإيجاز الصحفي المتعلق بمواجهة أزمة كورونا الوسائل المختلفة ومنها استضافة الوزراء والمسؤولين والتي حصلت على درجة تقبل متوسطة.

ويعزو الباحث هذه النتائج إلى فعالية هذه الرسائل في التأثير على المواطنين من حيث أن الاقتباس لآيات من القرآن الكريم، والفصاحة والشعر، واستخدام ردود الجمهور على وسائل التواصل المختلفة في الإيجاز، خاطب مشاعر الناس وعواطفهم وعقولهم بغض النظر عن مستوياتهم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، كذلك كانت الروح المرحة والبساطة والدعابة التي تحلى بها الناطق الرسمي للحكومة أثرت على مختلف طبقات المجتمع، حيث أن الأزمة التي فرضت على الناس المكوث في بيوتهم كانوا بحاجة إلى تنويع الخطاب الإعلامي الرسمي بين الجدية وشيء من الدعابة لرفع معنويات الجمهور والتخفيف على الناس من حدة الأزمة.

2. جاءت نتيجة فقرات مجال (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام) بين المتوسطة والكبيرة وكانت أدنى فقراتها (برأيك، أسئلة بعض الصحفيين كانت محرجة ومسيئة والهدف منها إحراج الناطق باسم الحكومة، واستطاعت الحكومة التغلب على أزمة كورونا بفضل الإدارة الإعلامية الجيدة، وكان هناك قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي، وعلى الرغم من اختلاف الوكالات والقنوات التي يعمل الصحفيون لحسابها، لم يميز الناطق الرسمي بينهم) وأعلها (ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة في طريقة إدارته للإيجاز الصحفي، وحنكة الناطق باسم الحكومة جعلته

يتجنب الحرج في الكثير من أسئلة الصحفيين، واستطاعت الحكومة بأن توحد منصات الإعلام خلف راية الإعلام الرسمي المتمثل بالإيجاز الصحفي) ، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى حاجة الجمهور الفلسطيني للمعلومة في ظل انتشار فيروس كورونا حيث أن حالة الفزع والتخبط لدى الناس كانت كبيرة، وكذلك كمية الإشاعات عن أرقام وأماكن انتشار الإصابات بالفيروس كانت حديث الناس، فكان لا بد من تبييد كل هذه المخاوف من خلال الإيجاز الصحفي الدوري، وبالفعل من خلال الإيجاز تعرف الجمهور على أماكن الإصابات والخرائط الوبائية، وجمهور المخالطين وأماكن الخطر ومواطن تفشي الوباء، وكذلك طرق الوقاية وسبل السلامة وتجنب العدوى.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (الضويحي، 2004)، والتي كشفت عن أن للإعلام دور مهم في التخفيف من حدة الأزمات والكوارث من خلال تزويد الجماهير بالحقائق للحد من انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة، وإن تخصيص متحدث رسمي يتمتع بالخبرة والكفاءة يعمل على الحد من تفاقم الأزمات، كما أن الخطط الإعلامية المعدة من قبل إدارة العلاقات العامة مهمة جداً لمواجهة الكوارث والأزمات ويتطلب نجاحها اشتراك الخبراء الذين يتمتعون بالكفاءة العالية.

3. جاءت نتيجة فقرات مجال (مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور) جميعها بين القليلة والكبيرة، وكان أدنى فقراتها (استطاعت الحكومة ومن خلال الإيجاز الصحفي إقناع المصلين بخطر الصلاة في المساجد) وأعلىها (الرسائل النوعية الصادرة عن الناطق الرسمي في الإيجاز الصحفي كانت واضحة ومفهومة)، وكانت الدرجة الاستجابة الكلية على هذا المحور كبيرة، أما أعلى الفقرات فكانت (الرسائل النوعية الصادرة عن الناطق الرسمي في الإيجاز الصحفي كانت واضحة ومفهومة، وشرحت الحكومة الإجراءات الاحترازية للجمهور من خلال الإيجاز الصحفي بشكل مبسط وسلس، والرسائل النوعية التي صدرت عن الناطق الرسمي في الإيجاز الصحفي لوحظت بشكل كبير، وساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى

الناس) وأدناها (استطاعت الحكومة ومن خلال الإيجاز الصحفي إقناع المصلين بخطر الصلاة في المساجد، والرسائل التوعوية الصادرة عن الإيجاز الصحفي ساهمت في إقناع الجمهور بإجراءات الحكومة في فرض الحجر المنزلي، وتعدد الشخصيات الرسمية والمتحدثين على اختلاف اختصاصاتهم في الإيجاز الصحفي من أسباب نجاح المؤتمر، والرسائل التوعوية في الإيجاز الصحفي عززت الالتزام بلبس الكمامة لدى المواطنين).

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى درجة الاستجابة الكبيرة للجمهور للتعليمات الصادرة عن الإيجاز الصحفي، وإلى قوة التأثير التي يتمتع بها القائمون على الإيجاز، وكذلك خطورة موضوع الجائحة والخوف من انتشار الوباء، كما أن هذا الأمر جديد على الناس فكان من المستحيل عدم الاكتراث بالتعليمات وخصوصاً أن جميع وكالات الإعلام في العالم تتحدث عن خطورة الموضوع، بالإضافة للوعي الكبير والثقافة التي يتمتع بها الجمهور الفلسطيني، ويعزو الباحث أيضاً استجابة الجمهور للتعليمات لدور الأمن الفلسطيني في تنفيذ التعليمات الصادرة عن اللجان الوبائية.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (شاي، 1998)، والتي تلخصت أبرز نتائجها في أن الإعلام هو الذي يصنع المعنويات ويحقق النصر.

4. جاءت نتيجة فقرات مجال (مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي) بين المتوسطة والكبيرة وكان أدنى فقراتها (استطاعت الحكومة ومن خلال الإيجاز الصحفي إقناع العمال الفلسطينيين العائدين من الداخل المحتل فرض الحجر المنزلي على أنفسهم) وأعلىها (لم تستطع الحكومة تعزيز سياسة العزل المنزلي في مخيمات الضفة الغربية)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة، أما أعلى الفقرات فكانت (لم تستطع الحكومة تعزيز سياسة العزل المنزلي في مخيمات الضفة الغربية، واستخدام الناطق باسم الحكومة لاقتباسات آيات من القرآن الكريم في بداية عرض الإيجاز كانت تبعث الطمأنينة في نفوس المشاهدين، واستطاع الإيجاز التخفيف عن المواطن عناء البحث عن المعلومة خصوصاً بما يخص الأرقام والنسب وحجم الإصابات، واستطاع الإيجاز الصحفي أن يبديد الشائعات التي تتحدث عن أعداد المصابين وأماكن انتشار الفيروس، وعزز الإيجاز الصحفي من دور الأجهزة الأمنية في فرض

الحجر المنزلي على المواطنين)، وأدناها (استطاعت الحكومة ومن خلال الإيجاز الصحفي إقناع العمال الفلسطينيين العائدين من الداخل المحتل فرض الحجر المنزلي على أنفسهم، واستطاعت الحكومة من خلال الإيجاز الصحفي إقناع الجمهور بخطط الحكومة في مواجهة انتشار فيروس كورونا، والإطالة في مدة عرض الإيجاز والتكرار من أهم أسباب إيقافه).

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن المواطن يعي الخطر الكبير للفيروس وكان همه الأكبر البحث عن المعلومات الصادقة والسريعة والمختصرة والمتاحة بكل الوسائل التقنية بعيداً عن التكرار والإطالة الغير مبررة، كما أن براعة الناطق الرسمي في الإقناع كانت كبيرة وذلك بفضل أدوات الإقناع التي استخدمها، ولكن على الرغم من ذلك لم يستطع الإيجاز إقناع سكان المخيمات بالحجر المنزلي ويعود السبب لطبيعة الكثافة السكانية الضخمة في المخيمات، بالإضافة لتقارب وصغر حجم البيوت الغير صحية نسبياً، وكذلك يوجد تباين في استطاعة الحكومة إقناع عمال الداخل حجر أنفسهم وذلك لأن الجائحة أثرت وبشكل كبير على الاقتصاد وعلى مستوى الدخل بشكل عام.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (عبد الله، 2008)، التي أظهرت أن التقنيات الحديثة في الاتصال ساعدت على التواصل والمشاركة مع الشعوب.

5. جاءت نتيجة فقرات مجال (طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية) جميعها بين المتوسطة والكبيرة، وكان أدنى فقراتها (من خلال الرسائل الإعلامية استطاعت الحكومة أن تسيطر على الفيروس والحد من انتشاره) وأعلىها (عدم سيطرة السلطة الفلسطينية الكاملة على المعابر والحدود كان من أهم أسباب انتشار الفيروس)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة، أما أعلى الفقرات فكانت (عدم سيطرة السلطة الفلسطينية الكاملة على المعابر والحدود كان من أهم أسباب انتشار الفيروس، ومن أسباب نجاح الإيجاز الصحفي، الروح المرحة والبساطة والدعابة في شخصية المتحدث الرسمي، وإجراءات الحكومة الشديدة في مواجهة فيروس كورونا كانت سبب في زيادة حدة الأزمة المالية للشعب الفلسطيني، ولإيجاز الصحفي دور كبير في تسهيل عمل الطواقم الطبية وجعل الجمهور يتقبل طبيعة عملهم)، وأدناها (من خلال

الرسائل الإعلامية استطاعت الحكومة أن تسيطر على الفيروس وتحد من انتشاره، والإيجاز الصحفي للحكومة الفلسطينية كان بمثابة إلهام للكثير من الدول العربية والعالمية وتم تقليده في أكثر من دولة، والإطالة الغير مبررة قبل ذكر أرقام وأماكن الإصابات من أسباب تقليل نسبة مشاهدة الإيجاز في مرحله الأخيرة، وما مدى رضاك عن مدة عرض الإيجاز الصحفي).

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى الخبرة العملية الكبيرة التي يتمتع بها الناطق باسم الحكومة، بالإضافة إلى فصاحة ورزانة ألفاظه، ولا يمكن إغفال ثقافته الشخصية الواسعة التي جعلته يتحدث في جميع المحاور بكل ثقة، كما أن الناطق الرسمي تابع ردود أفعال الجمهور على وسائل التواصل المختلفة وجعل لها مساحة في الإيجاز الصحفي وهذا ما عزز وزاد نسبة المتابعة، وهذا الأمر تحديداً أثار النقّاد وأظهر عدم رضاهم عن الإطالة وعن المحتوى الاستعراضي الذي يخالف مسمى الإيجاز الذي يجب أن يكون مختصر لأنه إيجاز.

وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة (سعيد، 2010)، التي كشفت عن عدم مراعاة المعايير العلمية في اختيار المتحدث الرسمي، وعن عدم تدارك المسؤولين لدور العلاقات العامة في إدارة الأزمة، وان هناك غياب الخطة الاتصالية بشكل كامل وأنه ليس هناك رؤية علمية ومنهجية في طريقة تعامل المتحدث الرسمي، وأيضاً لا يوجد سلطة كافية للمتحدث الرسمي، ولا الحرية الكاملة للرد على تساؤلات الإعلاميين.

6. تبين من النتائج عدم وجود اختلافات في اتجاهات المواطنين الفلسطينيين نحو مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا باختلاف متغيرات (الفئة العمرية، والمستوى التعليمي، ومكان السكن)، في المقابل كان هناك اختلافات تعزى لمتغير النوع الاجتماعي. ولصالح الذكور

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى سهولة الإيجاز الصحفي ومخاطبته لجميع الفئات العمرية من المواطنين ومستوياتهم التعليمية ومكان سكنهم، بينما كان الذكور أكثر اهتماماً بمتابعة الإيجاز الصحفي نظراً للمسؤوليات المنوطة بهم وتأثير الجائحة على طبيعة عملهم ووضعهم الاقتصادي.

مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة أداة الدراسة الثانية (المقابلة)

1. تبين النتائج أن الإيجاز ترك أثر كبير ويكون بذلك حقق الغاية التي كان من أجلها، حيث حقق نجاحاً كبيراً في تحقيق أهدافه كما وتراوحت استجابات الفئات المستهدفة الثلاث ما بين (حقق نجاحاً كبيراً إلى نجح إلى حد ما).

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى متابعة الجمهور للأحداث عن كثب وإلى تعطش الناس للمعلومات التي تساعدهم على معرفة سبل السلامة وكذلك لتجنب مواطن الوباء والاختلاط بالمصابين، ولقد وجد الجمهور مرادهم في الإيجاز الصحفي حيث أنه الجهة الرسمية التي يصدر عنها المعلومات التي تخص تطورات الحالة الوبائية، وبالنظر إلى حجم المشاهدات والأثر الكبير للإيجاز يكون نجح في المهمة التي كان من أجلها وهي الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة أداة الاستبانة والتي كشفت عن وجود درجة استجابة كبيرة عن مجال مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام

2. تبين النتائج أن الحكومة قد نجحت في توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي، حيث وافقت الأغلبية التي قوبلت على هذا السؤال حيث يلاحظ إجماع الفئات الثلاث (اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي، والمستوى الإعلامي الرسمي، مجموعة الصحفيين) على ذلك.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن موضوع الجائحة موضوع خطير وأي معلومة في غير مكانها الصحيح ستسبب تخبط وضجة كبيرة، ولا يخفى على أحد حب الصحفيين ووكالات الأنباء والإعلاميين للسبق الصحفي، وفي ظل جائحة كورونا كان من الصائب تنظيم عمل وسائل الإعلام حيث لا مجال للمعلومات الخاطئة، كما أن وسائل الإعلام توحدت خلف راية الإيجاز الصحفي بسبب التعميم على وسائل الإعلام من قبل الحكومة بمنع النشر إلا من مصادر موثوقة، كما أن

استخدام الوسائل المتطورة والتقنيات الحديثة من قبل الحكومة ساعد في مشاركة الأحداث بشكل مباشر أثناء عرض الإيجاز الصحفي.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة أداة الاستبانة (المواطنين) والتي أشارت إلى درجة كبيرة من الموافقة على الفقرة رقم 8 من مجال (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام) والتي تنص على أن (الحكومة استطاعت بأن توحد منصات الإعلام خلف راية الإعلام الرسمي المتمثل بالإيجاز الصحفي) كذلك وجود درجة موافقة كبيرة على استجابات المواطنين على الدرجة الكلية للمجال.

3. تبين النتائج وجود موافقة من قبل عينة الدراسة من الذين تمت مقابلتهم على سؤال (ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة)، حيث أشارت معظم الاستجابات إلى وجود درجة رضا عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة) من قبل الفئات الثلاث (اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي، والمستوى الإعلامي الرسمي، مجموعة الصحفيين)

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى الطريقة الممتازة التي أدار بها الناطق الرسمي للإيجاز الصحفي، حيث يمتلك كاريزما جعلته يُظهر هيبة الإعلام الحكومي، ويرفع من مستوى الإعلام الرسمي، بالإضافة إلى ثقافته الكبيرة التي جعلته يأخذ الجمهور إلى حيث يريد، وعصارة خبرته الإعلامية الطويلة جعلت منه سبب لنجاح الإيجاز الصحفي.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة أداة الاستبانة (المواطنين) والتي أشارت إلى وجود درجة موافقة كبيرة على الفقرة (ما مدى رضاك عن الرسائل الإعلامية الحكومية في مكافحة انتشار فيروس كورونا) من مجال (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام).

4. تبين النتائج عدم وجود قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي، حيث أجمع جميع أعضاء اللجنة الإعلامية للإيجاز الصحفي، ومعظم أعضاء المستوى الإعلامي الرسمي، ومجموعة الصحفيين على ذلك.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى سقف الحريات العالي الذي يتمتع به المواطن الفلسطيني والإعلامي خصوصاً، وإلى حرية النقد وإبداء الرأي، كما أن الإيجاز الصحفي كان يبيث مباشر وعلى جميع وسائل الإعلام المختلفة، هذا الأمر الذي عزز من فكرة عدم وجود قيود على أسئلة الصحفيين، علماً أن بعض الأسئلة كانت محرجة ولكن براعة الناطق الرسمي جعلته يتفادى الحرج بإجابات تتناسب مع طبيعة السؤال.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة أداة الاستبانة (المواطنين) والتي أشارت إلى وجود درجة متوسطة على الفقرة الثالثة من مجال (مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام) والتي تنص على (كان هناك قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي)، كذلك تتفق مع نتيجة دراسة (دنهل، 2010) والتي كشفت عن أن الصحفي يحاول تفادي قيود الرقابة في بعض المواقف.

5. تبين النتائج وجود مستوى متوسط من الرضا عن مدة عرض الإيجاز الصحفي، حيث أشارت النتائج إلى أن مدة عرض الإيجاز الصحفي تراوحت بين مناسبة ومناسبة إلى حد ما في حين أشار حوالي ثلث المُقابلين إلى عدم مناسبة مدة العرض الصحفي وكانت الغالبية منهم من مجموعة الصحفيين.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن أفراد الفئات التي تمت مقابلتهم أخصائيين ولديهم خبرة إعلامية أكبر من المواطنين وبالتالي قد توصلوا إلى تحليل أدق حول هذا السؤال، كما أن الإعلامي يهتم وبشكل كبير بجميع التفاصيل بعكس المواطن الذي يريد المعلومة مختصرة قدر الإمكان دون إطالة أو مقدمات.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة أداة الاستبانة (المواطنين) والتي أشارت إلى وجود درجة كبيرة على الفقرات (11) و (2) و (8) من مجال (طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي كانت مرضية) والتي تنص على (مدة عرض الإيجاز كانت مناسبة لطبيعة وحجم الحدث، وما مدى رضاك عن مدة عرض الإيجاز الصحفي، والإطالة الغير مبررة قبل ذكر أرقام وأماكن الإصابات من أسباب تقليل نسبة مشاهدة الإيجاز في مراحلهِ الأخيرة).

6. تبين النتائج وجود مستوى كبير حول مساهمة الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور، حيث كانت استجابات جميع أفراد الفئات الثلاث إيجابية حول هذا الموضوع.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى وسائل الاقناع التي اتبعتها الحكومة في التأثير على المواطنين مثل تنوع وسائل الإعلام، واستخدام الوسائل الايضاحية، واستضافة المسؤولين، والرسائل التوعوية وغيرها والتي لاقت استحسان الصحفيين بالإضافة للمواطنين.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة أداة الاستبانة (المواطنين) والتي أشارت إلى وجود درجة كبيرة على مجال (مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور) وعلى الفقرات (5)، و (7) و (8)، و (10)، و (13)، و (4) والتي تنص على (ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الناس، واستخدم الناطق الرسمي في الحكومة وسائل إيضاحية في عرضه للإيجاز الصحفي ساعدت على رفع وعي الجمهور من مخاطر جائحة كورونا، وساهمت الإحصائيات والأرقام التي قام بنشرها الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور، وتنوع الرسائل الإعلامية التوعوية ساعد في نجاح الإيجاز الصحفي في إيصال التأثير المطلوب في الجمهور، واستطاعت الحكومة من خلال الرسائل الإعلامية تنفيذ خطط الإغلاق الأمر الذي ساعدها على الحد من انتشار فيروس كورونا)

7. تبين النتائج أن هناك درجة متوسطة من استجابات مجموعة الصحفيين حول سؤال يتعلق بشفافية الإجابة على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي، حيث أجاب أكثر من نصفهم بالإيجاب.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى وسائل الاقناع التي اتبعتها الحكومة في التأثير على الصحفيين لم ترقى للمستوى المطلوب من وجهة نظرهم كونهم أصحاب خبرة في التخصص وهم دائماً بحاجة للمزيد، بالإضافة إلى أن بعض الصحفيين الذين كانت أسئلتهم مسمومة وبعبدة عن موضوع الجائحة وكان الهدف منها إحراج الحكومة على البث المباشر وحسب رأي هؤلاء

الصحفيين بأن إجابات الناطق باسم الحكومة لم تكن شافية وصریحة، وأن الناطق الرسمي كان يتجنبهم بعدم السماح لهم بالسؤال.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة أداة الاستبانة (المواطنين) والتي أشارت إلى وجود درجة كبيرة على الفقرة (2) من مجال (مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي) والتي تنص على (إجابات الناطق باسم الحكومة لأسئلة الصحفيين كانت صريحة ودقيقة) وكذلك على الدرجة الكلية للمجال.

التوصيات:

في ضوء ما تقدم من نتائج، خرج الباحث بعدة توصيات، منها:

1. يوصي الباحث بالعمل على تطوير أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية وذلك بالاستفادة من مخرجات الإيجاز الصحفي الإيجابية والسلبية.
2. يوصي الباحث بالاهتمام أكثر بدوائر العلاقات العامة والإعلام في جميع المؤسسات وخصوصاً الحكومية حيث يقع على عاتقها المسؤولية الأكبر في إدارة الأزمات.
3. يوصي الباحث برفع مستوى الجاهزية الإعلامية للناطقين الرسميين في مختلف المجالات وخصوصاً المتحدثين الرسميين باسم أجهزة الدولة الأمنية والصحية.
4. يوصي الباحث بالاستفادة من تجربة الناطق الرسمي باسم الحكومة الفلسطينية في الطريقة التي أدار بها الإيجاز الصحفي وتطويرها.
5. يوصي الباحث بالاستفادة من تجربة الإيجاز الصحفي الناجحة وتطويرها وتعميمها على دوائر العلاقات العامة في جميع المؤسسات وخصوصاً الأمنية.
6. يوصي الباحث بدراسة عامل الوقت في جميع المخرجات الإعلامية.

7. يوصي الباحث بتخصيص مؤتمرات خاصة بالإجابة على أسئلة الصحفيين في أوقات الأزمات وفصلها عن الإجازات الصحفية الإخبارية التي يجب أن تتسم بالصدق والسرعة والدقة.
8. يوصي الباحث القائمين على الإعلام الرسمي بالعمل على تطوير طريقة الاتصال والتواصل مع وسائل الإعلام في أوقات الأزمات.
9. يوصي الباحث بالاستفادة من الوسائل الإقناعية التي استخدمتها الحكومة في الايجاز الصحفي والعمل على تطويرها.
10. يوصي الباحث بالعمل على تطوير الوسائل التي تزيد من ثقة الجمهور في الإعلام الرسمي الحكومي.
11. يوصي لباحث بإعداد الخطط المستقبلية طويلة وقصيرة المدى، ورفع مستوى الجاهزية لدى دوائر العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية للتعامل مع الجمهور عند تطبيق نتائج وقرارات الحكومات في مثل هذه الأزمات والجوائح.
12. يوصي الباحث بالاهتمام الزائد بالمخيمات الفلسطينية في أوقات الأزمات وذلك للحالة الخاصة التي تتميز بها.
13. العمل على استحداث وتطوير أقسام ودوائر متخصصة فقط في إدارة الأزمات وذلك ضمن دوائر العلاقات العامة والإعلام ومنحها صلاحيات كبيرة واستقلالية في صنع وتنفيذ القرار.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية:

أولاً : القرآن الكريم.

- الاسوددي، نها نبيل. دور المتحدث الرسمي في ادارة الأزمات. جامعة القاهرة/ كلية الإعلام. (2018).
- البخاري، ص. (n.d). صحيح البخاري.
- الجمال، راسم محمد. وعياد، خيرت معوض. إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي. القاهرة : الدار المصرية اللبنانية. (2005).
- حجاب، محمد منير. العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة. القاهرة: دار الفجر. (2007).
- الحموي، ي. (د.ت). معجم البلدان الجزء الرابع. بيروت: دار الفكر.
- الخطيب، سعاد راغب. مدخل إلى العلاقات العامة. عمان: دار المسيرة للنشر (2000).
- الدليمي، محمد عبد الرازق. المدخل إلى العلاقات العامة. (2011).
- دنهل، يولي برنهارد. تأثير الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام على الصعيد السياسي والقيود المفروضة من الدولة على وسائل الإعلام، دراسة وصفية مسحية. المانيا. (2010).
- زوليف، مهدي حسن. العلاقات العامة نظريات وأساليب. مكتبة المجتمع العربي . (2014).
- سعيد، السيد. الدور الاتصالي للعلاقات العامة في ادارة الأزمات وانعكاساته على الصورة الذهنية لممارسيها لدى مندوبي وسائل الإعلام، دراسة مسحية. مصر (2010).
- سليمان، ع. أشد الأوبئة فتكاً في التاريخ. TRT عربي (2020).
- السيد، غادة أشرف. دور المتحدث الرسمي في التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، دراسة وصفية. مصر، (2016).
- شيبه، شدوان علي. العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. دار المعرفة الجامعية (2008).
- الضويحي، عبد العزيز بن سلطان. التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات. الكويت (2004).
- عبد الرحيم، محمد. إدارة العلاقات العامة. القاهرة، القاهرة: الشركة العربية للنشر والتوزيع، (2005).

- عبد الله، نجلاء عوض الله. دور العلاقات العامة في تفعيل صداقات الشعوب/ جامعة امدرمان الاسلامية. السودان: غير منشورة. (2008).
- عبد المجيد، قديري. اتصال الأزمة وإدارة الأزمات. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة. (2011).
- عبد الوهاب، حسن عشاوي محمد. دور الصحف في إدارة الأزمات. الاسكندرية: منشأ المعارف(2008).
- عثمان، نصر الدين. مدخل إلى العلاقات العامة والإعلان. الآفاق المشرقة للنشر والتوزيع. (2011).
- عمري، توفيق. الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة الأزمات، دراسة الوصفية. قسنطة، الجزائر (2011).
- عيد، علاء الدين. العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الاخبارية. غزة: الجامعة الاسلامية، (2016).
- الفهيد، علي بي محمد بن علي. دور إدارة العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات. السعودية، (1999).
- قديري، علي عبد المجيد. دور الاتصال في إدارة الأزمات، دراسة تحليلية، (2002) .
- كريم، فريحة محمد. العلاقات العامة البعد الفكري والتطبيقي. دار العلوم، (2012).
- كمال، محمد مصطفى. العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والأزمات إدارة- عولمة- اتخاذ قرار. بيروت: رأس النبع. (2012).
- كموش، مراد. العلاقات العامة وإدارة الأزمات/ دراسة وصفية. الجزائر: جامعة الجزائر. (2008).
- كوع، معين. محاضرات جامعة النجاح . مذكرات مساق النظريات والنماذج في العلاقات العامة. وهي غير منشورة. النظريات والنماذج في العلاقات العامة. نابلس: جامعة النجاح الوطنية. تاريخ الاسترداد 2019. (2019).
- ليري، صالح. مدخل إلى العلاقات العامة. الكويت: مكتبة الفلاح. (2005)
- المجد، شهرزاد. الإعلام وإدارة الأزمات. الأردن: دار اسامة للنشر(2013).
- نصر، اياد. سيكولوجية إدارة الأزمات. 25. عالم الكتب(2006).

- وزارة الأوقاف والشؤون الدينية.. إغلاق المساجد والكنائس ودور العبادة. تعميم. وكيل وزارة الأوقاف والشؤون الدينية (18 3، 2020).
- يوسف، بوعيس. تأثير الحرب النفسية على القرارات الداخلية للدول. ندوة دولية حول عولمة الإعلام السياسي وتحديات الأمن القومي للدول النامية. المركز الجامعي نور البشير، البيض (11 ابريل، 2017).
- يوسف، محمود. وجنيد، حنان. إدارة وتخطيط العلاقات العامة. 132. القاهرة: التعليم المفتوح. (2000).

قائمة المراجع الأجنبية:

- Brown ،N. J. (2006). carnegieendowment. Retrieved from مؤسسة
كارنيغي للسلام الدولي: <https://carnegieendowment.org/files/mazen.pdf>
- Worker's Hotline . (د.ت). العمال الفلسطينيين .
<https://www.kavlaoved.org.il/ar/%D9%81%D8%B1%D9%88%D8%B9%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%84%D8%B3%D8%B7%D9%8A%D9%86%D9%8A%D9%8A%D9%86> ./From
<https://www.kavlaoved.org.il/ar/%D9%81%D8%B1%D9%88%D8%B9%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%84%D8%B3%D8%B7%D9%8A%D9%86%D9%8A%D9%8A%D9%86/>
- Brown، N. J. (2006). carnegieendowment. Retrieved from مؤسسة
كارنيغي للسلام الدولي: <https://carnegieendowment.org/files/mazen.pdf>
- شاي، نيتشمان. أزمات الدفاع من وجه نظر المتحدث الرسمي. إسرائيل (1998).

المراجع الإلكترونية:

- CNN – (21، 2، 2020). <https://arabic.cnn.com>. تم الاسترداد من بالعربي CNN: <https://arabic.cnn.com/health/article/2020/02/21/diamond-princess-coronavirus-israel>
- Brown, N. J. (2006). carnegieendowment. Retrieved from المؤسسة كارنيغي للسلام الدولي: <https://carnegieendowment.org/files/mazen.pdf>
- cnn (28، 3، 2020). لماذا سمي كورونا بكوفيد 19. تم الاسترداد من cnn عربي: <https://arabic.cnn.com/health/article/2020/02/28/covid-19-coronavirus-meaning>
- marefa. (2020). Pandemic. Retrieved from almarefa: https://www.marefa.org/%D8%AC%D8%A7%D8%A6%D8%AD%D8%A9#cite_note-4
- Randa Abdulhameed (اغسطس، 2020). <https://www.thaqfya.com/descriptive-analytical-method/#sidr-main> تم الاسترداد من معلومات ثقافية: <https://www.thaqfya.com/descriptive-analytical-method/#sidr-main>
- Worker's Hotline (د.ت). العمال الفلسطينيين. <https://www.kavlaoved.org.il/ar/%D9%81%D8%B1%D9%88%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%84%D8%B3%D8%B7%D9%8A%D9%86/%86%D9%8A%D9%8A%D9%86>

- مؤتمر صحفي لرئيس الوزراء. دخول مرحلة الحجر الإلزامي (صفحة صفحة الدكتور محمد اشتية على الفيس بوك). رام الله: تلفزيون فلسطين. (2020).
- ابراهيم ملحم. (2020). مقابلة مع الناطق الرسمي باسم الحكومة.
- أكاديمية الوفاق للبحث العلمي والتطوير. (14 3، 2020).
- <https://wefaak.com/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D9%87%D8%AC-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B5%D9%81%D9%8A-%D9%88%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85%D8%A7%D8%AA%D9%87-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84.%D8%A7%D9%84>
- تم الاسترداد من أكاديمية الوفاق للبحث العلمي والتطوير: <https://wefaak.com/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D9%87%D8%AC-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B5%D9%81%D9%8A-%D9%88%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85%D8%A7%D8%AA%D9%87-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84>
- الجزيرة. (5 10، 2003). <https://www.aljazeera.net>. تم الاسترداد من الجزيرة: <https://www.aljazeera.net/news/arabic/2003/10/5/%D8%B9%D8%B1%D9%81%D8%A7%D8%AA-%D9%8A%D8%B9%D9%84%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B7%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%A6-%D9%88%D8%A5%D8%B3%D8%B1%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D9%84-%D8%AA%D8%B5%D8%B9%D8%AF-%D9%85%D9%86-%D8%B9%D8%AF%D9%88%D8>
- الجزيرة مباشر. (11 3، 2020). فيروس كورونا. ما حقيقة اعتذار الصينيين لمسلمي الإيغور بعد تفشي كورونا؟ تم الاسترداد من <http://mubasher.aljazeera.net/news/%D9%85%D8%A7-%D8%AD%D9%82%D9%8A%D9%82%D8%A9-%D8%A7%D9%84.%D8%A7%D9%84>

- %D8%A7%D8%B9%D8%AA%D8%B0%D8%A7%D8%B1–
– %D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%8A%D9%86%D9%8A%D9%8A%D9
– %86–%D9%84%D9%85%D8%B3%D9%84%D9%85%D9%8A–
– %D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%8A%D8%BA%D9%88%D8%B1–
– %D8%A8%D8%
- خالد حسين عبد الرحيم حمدان. (2015). <http://www.iugaza.edu.ps>. تم الاسترداد
من الجامعة الإسلامية- غزة:
<http://site.iugaza.edu.ps/khamdan/files/2015/09/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D9%87%D8%AC-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B5%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84%D9%8A.pdf>
- سناء الدويكات. (2016). مفهوم الحجر الصحي. تم الاسترداد من
https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%AC%D8%B1_%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%8A
- شبكة النبا المعلوماتية. (10 1، 2018). وسائل الإعلام وترتيب الأولويات. وسائل الإعلام وترتيب الأولويات، الأصول النظرية والاتجاهات البحثية. تم الاسترداد من
<https://m.annabaa.org/arabic/studies/16741>
- صفحة د. محمد اشتية على الفيسبوك. (2020).
<https://www.facebook.com/Dr.Shtayyah>. رام الله.
- عبد الاله أبو سحابة. (3 5، 2020). <https://www.akhbarona.com>. تم الاسترداد من
أخبارنا المغربية:
https://www.akhbarona.com/mobile/technology/292938.html?fbclid=IwAR1KcizTPtFZExhc_gDETQI8d54fbsQw9bNzwuKQxr4ts_Eqa1jlwWEn6U
- الجزيرة. تم الاسترداد من <https://www.al-jazirah.com/2019/20190304/ar6.htm>

- عمر نبيان. (2020). كورونا والماسونية. كورونا و الماسونية ، ماذا حدث في المجمع الماسوني عام 1913 م؟ تم الاسترداد من <https://www.youtube.com/watch?v=FNwu4Up0mdY>
- مبعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية. (د.ت). المنهج الوصفي تعريفه وخصائصه. تم الاسترداد من مبعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية: <https://www.mobt3ath.com/dets.php?page=185&title=%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D9%87%D8%AC%20%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B5%D9%81%D9%8A%D8%8C%20%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81%D9%87%20%D9%88%D8%AE%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%B5%D9%87>
- محمد عبد الحميد. (1997). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير الطبعة الأولى. القاهرة: عالم الكتاب. تم الاسترداد من <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/47825>
- منظمة الصحة العالمية. (2020). <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019> From منظمة الصحة العالمية.
- مؤسسة مفكرون بلا حدود. (2017). نظرية التأطير الإعلامي. <https://www.facebook.com/597281820436325/posts/79323452750771> /9
- نزيه القسوس. (2010). الدستور. عمال وموظفو المياومة. الأردن. تم الاسترداد من <https://www.addustour.com/articles/606638-%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84-%D9%88%D9%85%D9%88%D8%B8%D9%81%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%A7%D9%88%D9%85%D8%A9>

- وزارة الصحة الفلسطينية. (5 3، 2020). <http://site.moh.ps>. تم الاسترداد من وزارة الصحة الفلسطينية:
- <http://site.moh.ps/Index/CategoryView/CategoryId/19/Language/ar>
- وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا. (د.ت). الحكومات الفلسطينية. وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا. تم الاسترداد من
- http://info.wafa.ps/ar_page.aspx?id=3637
- وكالة رويترز. (2020). الكشف عن خطوة أمريكية بالصين قبل كورونا تدعم نظرية المؤامرة. تم الاسترداد من
- [https://arabi21.com/story/:](https://arabi21.com/story/)
- <https://arabi21.com/story/1254923/%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%B4%D9%81-%D8%B9%D9%86-%D8%AE%D8%B7%D9%88%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%8A%D9%86-%D9%82%D8%A8%D9%84-%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7-%D8%AA%D8%AF%D8%>
- (2020، 3 28). لماذا سمي كورونا بكوفيد 19. From cnn عربي CNN
- <https://arabic.cnn.com/health/article/2020/02/28/covid-19-corona-virus-meaning>

الملاحق

ملحق (1): استبانة الدراسة.

استبانة الدراسة

جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة

أخي المواطن/ أختي المواطنة/ المحترم/ة

تحية طيبة وبعد:

يقوم الباحث محمد محمود أبو عرب الرقم الجامعي (11851434) تخصص ماجستير علاقات عامة معاصرة بإجراء بحث بعنوان "مدى فاعلية أدوات العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية لمواجهة أزمة فيروس كورونا، الإيجاز الصحفي نموذجاً" وذلك بإشراف الدكتور عبد الكريم سرحان رئيس قسم العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، ولهذا أعد الباحث الاستبانة التي بين أيديكم والمكونة من أربعة محاور، ويحتوي كل محور على عدد من الفقرات الواجب الإجابة عنها بكل دقة وموضوعية استكمالاً لمتطلبات رسالة الماجستير خلال الفصل الدراسي الثاني 2020-2021.

إنني على ثقة تامة بأنكم ستتعاملون مع الاستبانة باهتمام كبير وتجيّبون عنها بكل دقة وموضوعية.

مع فائق الاحترام والتقدير

القسم الأول: المعلومات الشخصية

النوع الاجتماعي

ذكر

أنثى

الفئات العمرية

أقل من 19 عام

من 20 إلى 30 عام

من 31 إلى 40 عام

من 41 إلى 50 عام

أكثر من 50 عام

مستوى التعليم

توجيهي أو أقل

دبلوم

بكالوريوس

دراسات عليا

مكان السكن

مدينة

قرية

مخيم

القسم الثاني

المحور الأول: مدى نجاح العلاقات العامة في الحكومة الفلسطينية في إدارة العلاقات الإعلامية

مع وسائل الإعلام

غير راضٍ بشدة	غير راضٍ بشدة	محايد	راضٍ	راضٍ بشدة	1. ما مدى رضاك عن الرسائل الإعلامية الحكومية في مكافحة انتشار فيروس كورونا؟
غير راضٍ بشدة	غير راضٍ بشدة	محايد	راضٍ	راضٍ بشدة	2. ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة في طريقة إدارته للإيجاز الصحفي؟
لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	محايد	أوافق	أوافق بشدة	3. كان هناك قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي.
لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	محايد	أوافق	أوافق بشدة	4. استطاعت الحكومة التغلب على أزمة كورونا بفضل الإدارة الإعلامية الجيدة.
لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	محايد	أوافق	أوافق بشدة	5. برأيك، أسئلة بعض الصحفيين كانت مُحرجة ومسيئة والهدف منها إحراج الناطق باسم الحكومة.
لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	محايد	أوافق	أوافق بشدة	6. حنكة الناطق باسم الحكومة جعلته يتجنب الحرج في الكثير من أسئلة الصحفيين.
لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	محايد	أوافق	أوافق بشدة	7. على الرغم من اختلاف الوكالات والقنوات التي يعمل الصحفيون لحسابها، لم يميز الناطق الرسمي بينهم.
لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	محايد	أوافق	أوافق بشدة	8. برأيك، الحكومة من خلال الإيجاز الصحفي نجحت في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا.
لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	محايد	أوافق	أوافق بشدة	9. استطاعت الحكومة بأن توحد منصات الإعلام

أوافق بشدة	أوافق			بشدة	خلف راية الإعلام الرسمي المتمثل بالإيجاز الصحفي.
------------	-------	--	--	------	--

المحور الثاني: مدى مساهمة الرسائل الإعلامية التوعوية في الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور.

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	1. تعدد الشخصيات الرسمية والمتحدثين على اختلاف اختصاصاتهم في الإيجاز الصحفي من أسباب نجاح المؤتمر.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	2. الرسائل النوعية الصادرة عن الناطق الرسمي في الإيجاز الصحفي كانت واضحة ومفهومة.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	3. استطاعت الحكومة ومن خلال الإيجاز الصحفي إقناع المصلين بخطر الصلاة في المساجد.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	4. الرسائل التوعوية في الإيجاز الصحفي عززت الالتزام بلبس الكمامة لدى المواطنين.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	5. ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الناس.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	6. ساهمت الرسائل النوعية الصادرة عن الإيجاز الصحفي في تطبيق التعليمات الصادرة عن الحكومة بشأن فيروس كورونا.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	7. استخدم الناطق الرسمي في الحكومة وسائل إيضاحية في عرضه للإيجاز الصحفي ساعدت على رفع وعي الجمهور من مخاطر جائحة كورونا
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	8. ساهمت الإحصائيات والأرقام التي قام بنشرها الإيجاز الصحفي في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية الصحية لدى الجمهور.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	9. استضافة الوزراء والمسؤولين في الإيجاز الصحفي ساعد في تقبل الجمهور للرسائل الإعلامية الصادرة عن الإيجاز الصحفي.
لا	لا	محايد	أوافق	أوافق	10. تنوع الرسائل الإعلامية التوعوية ساعد في نجاح

أوافق بشدة	أوافق			بشدة	الإيجاز الصحفي في إيصال التأثير المطلوب في الجمهور.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	11. شرحت الحكومة الإجراءات الاحترازية للجمهور من خلال الإيجاز الصحفي بشكل مبسط وسلس.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	12. الرسائل التوعوية الصادرة عن الإيجاز الصحفي ساهمت في إقناع الجمهور بإجراءات الحكومة في فرض الحجر المنزلي.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	13. استطاعت الحكومة من خلال الرسائل الإعلامية تنفيذ خطط الإغلاق الأمر الذي ساعدها على الحد من انتشار فيروس كورونا.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	14. الرسائل التوعوية التي صدرت عن الناطق الرسمي في الإيجاز الصحفي لوحظت بشكل مباشر.

المحور الثالث: مدى ثقة الجمهور الفلسطيني بالرسائل الإعلامية المقدمة في الإيجاز الصحفي اليومي.

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	1. الرسائل التوعوية في الإيجاز الصحفي كانت من أهم أسباب انحسار فيروس كورونا في بداية انتشاره.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	2. إجابات الناطق باسم الحكومة لأسئلة الصحفيين كانت صريحة ودقيقة.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	3. لم تستطع الحكومة تعزيز سياسة العزل المنزلي في مخيمات الضفة الغربية
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	4. كورونا فيروس خطير جداً ويهدد حياة الإنسان ويستحق كل هذا الصخب الإعلامي، وحملات التوعية لاتخاذ كافة السبل الوقائية.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	5. استطاعت الحكومة من خلال الإيجاز الصحفي إقناع الجمهور بخطط الحكومة في مواجهة

انتشار فيروس كورونا.					بشدة
6. عزز الإيجاز الصحفي من دور الأجهزة الأمنية في فرض الحجر المنزلي على المواطنين.	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا	لا أوافق بشدة
7. استطاعت الحكومة ومن خلال الإيجاز الصحفي إقناع العمال الفلسطينيين العائدين من الداخل المحتل فرض الحجر المنزلي على أنفسهم.	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا	لا أوافق بشدة
8. تعقيب الناطق باسم الحكومة على المواد المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي في حلقات الإيجاز من أسباب نجاح المؤتمر الصحفي.	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا	لا أوافق بشدة
9. الإطالة في مدة عرض الإيجاز والتكرار من أهم أسباب إيقافه.	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا	لا أوافق بشدة
10. الإيجاز الصحفي ساهم في زيادة تقبل الناس لحواجز المحبة وبأنها وجدت لحماية المواطنين وليست للحد من حريتهم.	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا	لا أوافق بشدة
11. استخدام الناطق باسم الحكومة لاقتباسات من آيات من القرآن الكريم في بداية عرض الإيجاز كانت تبعث الطمأنينة في نفوس المشاهدين.	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا	لا أوافق بشدة
12. استطاع الإيجاز التخفيف عن المواطن عناء البحث عن المعلومة خصوصاً بما يخص الأرقام والنسب وحجم الإصابات.	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا	لا أوافق بشدة
13. استطاع الإيجاز الصحفي أن يبديد الشائعات التي تتحدث عن أعداد المصابين وأماكن انتشار الفيروس.	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا	لا أوافق بشدة

المحور الرابع: طريقة وأسلوب الناطق الرسمي في عرضه للإيجاز الصحفي.

لا	لا	محايد	أوافق	أوافق	1. من أسباب نجاح الإيجاز الصحفي، الروح المرحة والبساطة والدعابة في شخصية المتحدث الرسمي.
أوافق	أوافق			بشدة	
لا	لا	محايد	أوافق	أوافق	2. ما مدى رضاك عن مدة عرض الإيجاز الصحفي؟
أوافق	أوافق			بشدة	
لا	لا	محايد	أوافق	أوافق	3. امتازت مخرجات الإيجاز الصحفي بالسرعة والدقة والموضوعية والشفافية.
أوافق	أوافق			بشدة	
لا	لا	محايد	أوافق	أوافق	4. استخدام الناطق الإعلامي باسم الحكومة للهجة العامية في الكثير من الأحيان كان من أسباب نجاح الإيجاز.
أوافق	أوافق			بشدة	
لا	لا	محايد	أوافق	أوافق	5. إجراءات الحكومة الشديدة في مواجهة فيروس كورونا كانت سبب في زيادة حدة الأزمة المالية للشعب الفلسطيني.
أوافق	أوافق			بشدة	
لا	لا	محايد	أوافق	أوافق	6. للإيجاز الصحفي دور كبير في تسهيل عمل الطواقم الطبية وجعل الجمهور يتقبل طبيعة عملهم.
أوافق	أوافق			بشدة	
لا	لا	محايد	أوافق	أوافق	7. الثقافة الشخصية الواسعة والخبرة الإعلامية التي يتمتع بها الناطق باسم الحكومة من أهم أسباب نجاح المؤتمر.
أوافق	أوافق			بشدة	
لا	لا	محايد	أوافق	أوافق	8. الإطالة الغير مبررة قبل ذكر أرقام وأماكن الإصابات من أسباب تقليل نسبة مشاهدة الإيجاز في مراحله الأخيرة.
أوافق	أوافق			بشدة	
لا	لا	محايد	أوافق	أوافق	9. الإيجاز الصحفي للحكومة الفلسطينية كان بمثابة إلهام للكثير من الدول العربية والعالمية وتم تقليده في أكثر من دولة.
أوافق	أوافق			بشدة	

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	10. من خلال الرسائل الإعلامية استطاعت الحكومة أن تسيطر على الفيروس والحد من انتشاره.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	11. مدة عرض الإيجاز كانت مناسبة لطبيعة وحجم الحدث.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	12. عدم سيطرة السلطة الفلسطينية الكاملة على المعابر والحدود كان من أهم أسباب انتشار الفيروس.
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	13. استطاع الناطق باسم الحكومة أن يدير الإيجاز الصحفي بشكل غير مسبوق.

شكراً جزيلاً لكم.

ملحق (2) مقابلة رقم (1)

مقابلة الأستاذ ابراهيم ملحم الناطق باسم الحكومة

السؤال الأول: ما مدى نجاح الايجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: ما يحدد نجاح الايجاز الصحفي هو طريقة تقييم المتابعين بشكل عام والنخبة من الصحفيين والاعلاميين وأصحاب الاختصاص بشكل خاص، ولكن لا شك بأن هذا النمط الجديد في مخاطبة الجمهور وإدارة الأزمات لقي أثر كبير ومتابعة وردود أفعال ولوحظ ذلك كثيرا في وسائل التواصل والمنصات المختلفة، فبما أن الايجاز ترك أثر كبير يكون بذلك حقق الغاية التي كان من أجلها، كما أن رصد المتابعين على مختلف وسائل التواصل كان كبيرا وأنا لاحظت ذلك من خلال متابعتي الحثيثة وبذلك أعتقد أن الايجاز كان ناجحاً.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: أبداً لم يسعى الإعلام الرسمي ولا الإعلام الحكومي لجعل باقي وسائل الإعلام لتكون بوق يردد ما يذيعه، ودائماً ما كنا نحترم وسائل الإعلام ونسعى لحريتها واستقلالها، ولكن في مثل هذه الجائحة الوبائية يسعى الجمهور للمعلومة الصادقة، وتسعى الحكومات لعدم التخبط في المعلومات، ونظراً لدقة وخطورة الحالة العامة كان يجب على المواطن أن يستقي المعلومات من مصدر موثوق، لذلك كان لا بد لوسائل الإعلام المختلفة المؤيدة منها والمعارضة من أن تتجنب الأخطاء لأن المعلومة تعني الكثير، وهنا كان دور الإعلام الرسمي في كسر الشائعة ونشر المعلومات الدقيقة.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: ظهر الناطق الرسمي بأسلوب مختلف عن النمط المعتاد والمعروف عن الناطقين الرسميين فكان قريب من الناس، خاطب الكبار والصغار وداعب الأطفال واتكأ على نصوص دينية تلامس القلوب، كان الناطق الرسمي مسلم ومسيحي وكان فتح وحماس وشعبية وجهاد، تواصل معهم بكل اللغات وكان يوصل الرسالة بلغة الجسد قبل الصوت، فكانت لغته ودية خفت عن الناس شدة الحجر وأوصل رسالته لكل بيت، واستطاع أن يكسب قبول الناس، ودليل الارتياح إن تغيب ابراهيم ملحم عن إحدى حلقات الايجاز كان يخلق ضجة عبر وسائل التواصل.

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: لعل الصورة كانت واضحة والمؤتمرات كانت تبث على المباشر وكان بالإمكان ملاحظة كل التفاصيل بدقة، والمشاهد لحقات الايجاز يعلم إن كان هناك تميز في اختيار الصحفيين أو إذا كان هناك استنكاف عن الاجابة لبعض الأسئلة، وحتى الأسئلة المتواطئة أو المسمومة كان يتم الاجابة عليها بدون أي قمع للحريات، فكل شيء كان مفتوح ومباشر، ولم نستثنى أي سؤال حتى الأسئلة الصعبة كنا نجيب عنها، بغض النظر عن إذا كانت الاجابة مقنعة أم لا.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الايجاز؟

الإجابة: المدة محكومة بالتفاصيل التي يبحث عنها الصحفيين، فكانت بعض حلقات الايجاز طويلة وبعضها قصيرة وذلك حسب كمية الأخبار وطبيعتها، فطبيعة الحدث تحدد مدة الايجاز، كما ولاحظنا بأن نسبة المشاهدة لدى التلفزيون الرسمي كانت كبيرة طيلة مدة عرض الايجاز، وبذلك تكون مدة عرض الايجاز مناسبة لكمية الأخبار والتفاصيل والأحداث.

السؤال السادس: لماذا توقف عرض الايجاز الصحفي في 5 مايو علما بأن الجائحة استفحلت أكثر في الوطن؟

الإجابة: الايجاز الصحفي في المرحلة الاولى من انتشار الفيروس سجل قصة نجاح، وبانتهاء الايجاز كانت النتيجة صفرية تقريباً، هناك لجنة اعلامية كانت تتواصل مع رئيس الوزراء بشكل دوري وخرجت هذه اللجنة بتوصيات أن الايجاز والاجراءات المتبعة استطاعت محاصرة الايجاز لحد كبير ولا داعي للاستمرار في الايجاز الصحفي وسيتم الاكتفاء بعرض اسبوعي أو حسب ما تقتضيه الحاجة.

السؤال السابع: هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الايجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟

الإجابة: صراحة ودقة الرسالة الإعلامية الموجهة للجمهور هي من ساهمت وبشكل كبير في مساندة طواقم الأمن والصحة، فالإعلام الصادق والموجه بشكل جيد هو العامل المساند لأي أزمة لقوى الأمن ولطواقم الصحة، وأنا أعتقد أن وضوح الرسالة الإعلامية في الايجاز الصحفي أسهمت وبشكل كبير في إنجاح الإجراءات الأمنية على الأرض وظهر ذلك بالالتزام الواضح وطريقة استجابة الناس لتعليمات الأمن والصحة، ولو افترضنا أن الرسائل في الايجاز الصحفي لم تكن واضحة وصادقة لكان هناك انعكاس سلبي وأثر سيء وهذا ما لم يلاحظ، وبذلك تكون الرسائل الاعلامية في الايجاز الصحفي ساهمت بشكل فعلي وواضح في رفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور.

ملحق رقم (3) مقابلة رقم (2)

مقابلة العميد د. غسان نمر الناطق باسم وزارة الداخلية

السؤال الأول: ما مدى نجاح الايجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: حسب ما رأيت من دراسات وبالنظر لكمية المتابعة وردود الفعل كان الايجاز ناجح وبشكل كبير، وكما وأن ما يؤكد نجاح الايجاز كمية ردود الأفعال على وسائل التواصل الاجتماعي وخصوصاً على الفيس بوك، وأنا أعتقد أن الإيجاز حقق رسالته وقطع الطريق على الإشاعات، وجعل توحيد للرسالة الإعلامية.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: بعد البيان الذي صدر من وزارة الداخلية والذي يقضي بمحاربة الشائعات لما لها من خطر كبير في مثل هذه الأزمات، كان القرار بأن يكون المرجع الوحيد للإعلاميين هو الجهة الرسمية فقط، وبأن يكون هناك عقوبات لمن يروج للشائعات ولمن ينشر معلومات خاطئة، وأنا أعتقد بأن ذلك وحد جميع منصات الإعلام وجعلها تأخذ المعلومة من مصدرها الصحيح، وكما وارتفعت نسبة المشاهدة للتلفزيون وهذا انجاز للإعلام الرسمي، بأن يكون القبلة لباقي منصات الإعلام المختلفة.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن اسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: كان مرناً ويوصل الرسالة بشكل ارتجالي ولم يكن جافاً بالتعامل، وعكس روحه وثقافته الخاصة على حلقات الايجاز وبذلك كان الايجاز شعبي وطغت عليه روح البساطة، ونسبة رضى الجمهور كانت عليه كبيرة وذلك ملاحظ من حجم التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي،

وعندما كنت أقدم الإيجاز نيابة عن الناطق باسم الحكومة أجد أن هناك مطالبات بعودته، وهذا ما يؤكد محبة الناس له ولأسلوبه.

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: أبداً لم يكن هناك قيود وجميع الصحفيين من مختلف الأطياف كانوا سواسية ولم يكن هناك أي منع لسؤال أو لدخول أي صحفي للمؤتمر، بل على العكس الكثير من الصحفيين كانت أسئلتهم خارج نطاق الحالة الوبائية ومع ذلك كنا نجيب عليها وبدون أية قيود، ولعل المشاهد لحقات الإيجاز يلاحظ ذلك وبشكل واضح.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الإيجاز؟

الإجابة: في البداية كانت مدة العرض قصيرة ومختصرة ومرضية للجميع وتتناسب مع اسم الإيجاز ولكن في نهايات عرض حلقات الإيجاز لوحظ أن الإطالة غير مناسبة وهذا ما جعل رئيس الوزراء يوقف عرض الإيجاز، ولا يعني ذلك أن هناك اخفاق في الإيجاز ولكن أصبحت الناس تأخذ المهم من الإيجاز ومن ثم توقف المتابعة.

السؤال السادس: لماذا توقف عرض الإيجاز الصحفي علماً بأن الجائحة استفحلت أكثر في الوطن؟

الإجابة: كان ذلك قرار من لجنة الطوارئ العليا والتي يرأسها رئيس الوزراء وكان القرار بعد انحسار الحالات الوبائية على أن يتم تفعيل ظهور الإيجاز حسب الحاجة الوبائية.

السؤال السابع: هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟

الإجابة: في المرحلة الأولى كان التزام الناس كبير خاصة من حيث عدم التنقل والالتزام بالإجراءات الوقائية وبعد انتهاء عرض الإيجاز قلت نسبة الالتزام بشكل ملحوظ، وهذا يؤكد أن للإيجاز دور كبير في توعية الجمهور، كما أن الإيجاز الصحفي كان يوضح للناس الإجراءات

وطرق الوقاية، ونلاحظ أيضاً أن هناك فرق في التزام الناس خلال وبعد الايجاز الصحفي، فبعد التوقف عن بث حلقات الايجاز لاحظنا قلة التزام من الناس.

السؤال الثامن: من الذي كان يحدد عدد مرات ظهور الايجاز اليومي ولماذا لم يكون موعد ثابت لعرضه؟

الإجابة: اللجنة الاعلامية والمكونة من الناطق باسم الحكومة رئيساً والناطق باسم وزارة الداخلية نائباً للرئيس وعضوية كل من وكيل وزارة الإعلام الأستاذ يوسف المحمود، وعن وزارة الصحة الدكتور كمال الشخرة وعن الإعلام الرسمي الأستاذ خالد سكر، وذلك حسب الحالة والنتائج وكان معنا صلاحيات بذلك من دولة رئيس الوزراء.

ملحق رقم (4) مقابلة رقم (3)

مقابلة الأستاذ محمد دار سليم مدير المؤتمر الصحفي ومدير مكتب السيد ابراهيم ملحم الناطق

باسم الحكومة

أود أن أضيف ملاحظة بخصوص أسئلة الصحفيين وأنا بالأصل صحفي أن بعض الصحفيين حاولوا استغلال الأزمة والاستثمار فيها، لذلك نجد أن الكثير من أسئلة الصحفيين عبارة عن مناظرات وأيضاً الكثير من الأسئلة كان الهدف منها إحراج الناطق الرسمي وخصوصاً أن البث مباشر، لكن وعلى الرغم من ذلك تمت الإجابة على جميع الأسئلة.

ملحق رقم (5) مقابلة رقم (4)

مقابلة المقدم ابراهيم عياش مدير العلاقات العامة والإعلام في الضابطة الجمركية

السؤال الأول: ما مدى نجاح الايجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: استطاع الايجاز التخفيف عن المواطن عناء البحث عن المعلومة خصوصاً بما يخص الأرقام والنسب وحجم الإصابات وبذلك يكون نجاح.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: نعم استطاعت ذلك ومن بداية الأزمة.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن اسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: كان مبدعاً بكل التفاصيل

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: أبداً

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الايجاز؟

الإجابة: في البداية كان رائع وأصبح يطول في النهايات وأنا كنت أفضل أن يكون الإيجاز مختصراً.

السؤال السادس: لماذا توقف عرض الايجاز الصحفي علماً بأن الجائحة استفحلت أكثر في الوطن؟

الإجابة: أظن أن التعليمات العليا هي من حددت ذلك.

السؤال السابع: هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الايجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟

الإجابة: بالتأكيد نعم

ملحق رقم (6) مقابلة رقم (5)

مقابلة العقيد لؤي رزيقات الناطق باسم جهاز الشرطة

السؤال الأول: ما مدى نجاح الايجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: نجح في إدارته للأزمة بشكل ممتاز.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: طباعاً وهذا ما ألغى التنافس على المعلومة.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن اسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: سبب نجاح الإيجاز يلخص في طريقة واسلوب الأستاذ ابراهيم ملحم.

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: إطلاقاً.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الايجاز؟

الإجابة: كانت ممتازة والدليل أن عدد الصحفيين الحضور لم يتغير عدد الصحفيين ولم يتراجع عدد المشاهدين لذلك كانت المدة مرضية وتؤدي الغرض المطلوب.

السؤال السادس: لماذا توقف عرض الايجاز الصحفي علماً بأن الجائحة استفحلت أكثر في الوطن؟

الإجابة: كان ذلك قرار من اللجنة العليا ورئاسة الوزراء مع العلم أن الإيجاز لم يتوقف عن العرض تماماً بل تم تخفيض عدد مرات ظهوره حسب الحاجة.

ملحق رقم (7) مقابلة رقم (6)

مقابلة المقدم نائل العزة مدير العلاقات العامة والناطق باسم الدفاع المدني

السؤال الأول: ما مدى نجاح الایجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: في البداية أريد التحدث كمختص في مجال إدارة الكوارث وليس كإعلامي، إن المجتمعات في حالات الأوبئة والكوارث الطبيعية تحتاج إلى المعلومة، وإن أفضل الوسائل التي أثبتت نجاحها الإذاعة والمؤتمر الصحفي، وذلك لأنك تصل لأكبر عدد ممكن الجمهور بأبسط الوسائل، وفي ظل تطور وسائل الاتصال والتواصل، وتكنولوجيا المعلومات أصبح من الضرورة استخدام وسائل التواصل الحديثة ولكن لا غنى عن وسائل الاتصال الأساسية مثل التلفاز والإذاعة، وذلك أنه في الكثير من الأوبئة والكوارث من الممكن أن نفقد شبكات الاتصال الحديثة لذلك لا يمكن الاستغناء عن الإذاعة أو المؤتمر الصحفي، لذلك وبما أن الحكومة استطاعت توفير منصة تواصل متاحة لجميع الناس واستطاع المواطن أن يعلم تحديثات الحالة الوبائية ويطمئن عن صحته، وعن كيفية الوقاية من الكارثة واستطاع أيضاً أن يتوقى الشائعات، بذلك تكون الحكومة نجحت في إدارة الأزمة.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: بما أن الحكومة وفرت الدقة والسرعة في المعلومة، بذلك تكون وحدت منصات الإعلام خلف رايته.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: لم نهتم في الدفاع المدني إلا في المعلومة وتتبع الخارطة الوبائية.

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: للأسف الصحفيين في مجتمعنا هم فقط إعلاميين وسياسيين وغير متخصصين في علم الكوارث والأوبئة، وقد اعتادوا على الحالة الفلسطينية وقضية الاحتلال، فهناك رغبات وأمزجة طغت على مهنتهم في موضوع الجائحة، وللأسف لاحظنا أن الصحفيين غير مؤهلين وغير مدربين على الإعلام في أوقات الكوارث والأوبئة، ويلاحظ ذلك من طبيعة الأسئلة في الإيجاز الصحفي التي حادت كثيراً عن موضوع الكارثة أو الجائحة.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الإيجاز؟

الإجابة: مناسبة لطبيعة الحدث.

السؤال السادس: لماذا توقف عرض الإيجاز الصحفي علماً بأن الجائحة استفحلت أكثر في الوطن؟

الإجابة: مع تطور الحالة الوبائية تتطور الوسيلة الإعلامية ولربما بعد فترة من مدة عرض الإيجاز أصبح من الأفضل الاكتفاء بالبيان أو بالرسالة الصحفية.

السؤال السابع: هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟

الإجابة: نعم

ملحق رقم (8) مقابلة رقم (7)

مقابلة السيد سامر تيم مدير عام العلاقات العامة والإعلام في محافظة رام الله والبيرة

السؤال الأول: ما مدى نجاح الايجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: التحديث والتفاعل اليومي يؤكد بأن الإيجاز استطاع أن يدير الأزمة بشكل ممتاز.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: نعم ولكن كان هناك بعض التسريبات تصل للإعلام قبل عرضها في الايجاز.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن اسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: كان أداءه متميز ودخل كل بيت وأبدع في إيصال المعلومة

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: كل صحفي سأل ما يريد والأستاذ ابراهيم ملحم أجاب بما يريد.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الايجاز؟

الإجابة: كل ما كانت مدة الايجاز أقل كان المؤتمر أفضل، وفي نهايات الإيجاز أصبحت الإطالة غير مبررة.

السؤال السادس: هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الايجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟

الإجابة: بالتأكيد كان الايجاز المصدر الوحيد للمعلومة وكمية الرسائل في الايجاز عززت ثقافة الوعي ورفعت مستوى المسؤولية.

ملحق رقم (9) مقابلة رقم (8)

مقابلة العقيد حاتم واكد مدير العلاقات العامة والإعلام لقوات الأمن الوطني

السؤال الأول: ما مدى نجاح الايجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: نعم نجح وبشدة

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: إلى حدٍ ما نجح.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن اسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: اسلوب رائع وأداء جميل وطريقة ملفتة في اىصال المعلومة، دخل قلوب الناس ونجح في إدارة الأزمة بشكل أكثر من رائع.

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: لا أرى ذلك.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الايجاز؟

الإجابة: 70% راضٍ عن المدة.

السؤال السادس: لماذا توقف عرض الايجاز الصحفي علما بأن الجائحة استفحلت أكثر في الوطن؟

الإجابة: أظن أن هناك قرار رسمي بذلك.

ملحق رقم (10) مقابلة رقم (9)

مقابلة العقيد رياض صلاحات مدير العلاقات العامة والإعلام لقوات الأمن الوطني فترة بداية الجائحة.

السؤال الأول: ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: نعم نجح كثيراً في توصيل الرسالة المطلوبة وبطريقة رائعة، وكان الناطق موفق في أدائه وطريقة طرحه واسلوبه، وكانت الرسالة الأهم في طريقة إيصال الرسالة بشكل مقبول وفي طريقة إقناع الناس بالالتزام بالإجراءات الوقائية.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: نعم استطاعت بشكل ايجابي، وغالبية منصات الإعلام انتظرت الإيجاز ومن ثم نشرت على وسائلها المختلفة، واستطاعت الحكومة ولحساسية الموضوع الوبائي بأن تكسر موضوع السبق الصحفي لدى الصحفيين ووكالات الإعلام.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن اسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: أقدر اسلوبه بشكل كبير ودكّرنا بالصخّاف الناطق باسم الحكومة العراقية أيام الحرب الأمريكية على العراق، كان السيد ابراهيم ملحم يراعي تفاوت الفهم لدى الناس فكانت رسالته واضحة للجميع.

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: لم يكن هناك قيود ولكن كانت هناك صحافة موجهة هدفها إحراج الحكومة أمام الرأي العام ولم تستطع وذلك بسبب حنكة الناطق الرسمي باسم الحكومة.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الإيجاز؟

الإجابة: كانت تختلف مدة عرض الإيجاز وذلك حسب كمية المعلومات والتعليمات والمدة كانت مناسبة لطبيعة الحدث.

السؤال السادس: هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟

الإجابة: نعم ساهمت كثيراً وددت التخبطات والتكهنات في بداية انتشار الفيروس واستطاعت أن تقنع الناس بمخاطر الفيروس وطريقة انتشاره السريعة.

ملحق رقم (11) مقابلة رقم (10)

مقابلة الصحفي أشرف النبالي/ قناة رؤيا

السؤال الأول: ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: لقد نجح الإيجاز الصحفي بسبب 80% وذلك أن الإيجاز شكل جديد من الإعلام لم يتعود عليه الشعب الفلسطيني من قبل، وأيضاً بسبب المصداقية العالية والموضوعية في بداية عرض الإيجاز، كما أن الناس أحبه بسبب رسائل الحرص التي يحملها الإيجاز للمواطنين، وأيضاً كانت الناس متعطشة للبحث عن كل جديد في ملف كورونا لأنه شيء جديد وطارئ على الشعب الفلسطيني، كما أن الإيجاز سجل نجاح كبير وذلك بحجم المشاهدات التي حصدها وبسبب كمية التابعة الكبيرة.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: إلى حد كبير استطاعت الحكومة بأن تقطع على الصحفيين والوكالات موضوع السبق الصحفي، وأغلقت مصادر المعلومات قبل عرض الإيجاز الصحفي، فأصبح مصدر المعلومة الأول، وبذلك تكون الحكومة استطاعت توحيد منصات الإعلام خلف الإيجاز الصحفي.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: كان أسلوبه قريب إلى الناس وموفق واستطاع الوصول إلى قلوب الناس وإفادتهم بالمعلومات التي هم بحاجة لها، مع العلم أنني قد استشرت أخصائي نفسي في موضوع الإيجاز وكان عنده اعتراض على الجملة التي يبدأ بها إبراهيم ملحم وهي "ابقوا في منازلكم ينشر لكم ربكم من رحمته ويهيئ لكم من أمركم مرفقا"، وقال لي بأن هذه الجملة تعطي طاقة سلبية للناس، ولكن

أنا قد رأيت في البداية رضى من الجميع عن اسلوب الناطق باسم الحكومة، وإن كنت أعيب على الإيجاز استضافة الوزراء لأن ذلك أضعف من الإيجاز.

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: نعم كان هناك تلاعب وقيود، وأنا تشاحنت مع الناطق الرسمي وتغيبت اسبوع عن الإيجاز الصحفي وذلك بسبب سؤال لم يعجب الناطق باسم الحكومة.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الايجاز؟

الإجابة: في البداية كانت مدة عرض الإيجاز موفقة ولكن في النهايات كان هناك اطالة غير مبررة، والذي أطال من مدة عرض الإيجاز استضافة الوزراء والمسؤولين وهذا الذي شكل عدم رضى في نهايات عرض الإيجاز.

السؤال السادس: هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الايجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟

الإجابة: من الممكن أن تكون الرسائل الإعلامية والتوعوية التي حملها الإيجاز قد حملت الناس على زيادة المسؤولية بما يخص إجراءات السلامة من خطر فيروس كورونا، وقد رفعت تلك الرسائل من ثقافة الناس الوقائية لكيفية التعامل والوقاية والسلامة من عدوى الفيروس، فبذلك تكون نجحت الحكومة في هذا الجانب.

السؤال السابع: هل كانت إجابة الناطق الرسمي على أسئلة الصحفيين شافية وصريحة؟

الإجابة: لم تكن أبداً إجابات الناطق الرسمي لا شافية ولا صريحة وكان يتهرب من الكثير من الإجابات.

ملحق رقم (12) مقابلة رقم (11)

مقابلة الصحفي أمير أبو عرام/ قناة الأقصى

السؤال الأول: ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: لم ينجح الإيجاز على الرغم من أنه نجح في بداياته ومن ثم أصبح يتراجع بشكل كبير ولأن نهايته لم تكن جيدة فلم ينجح الإيجاز الصحفي.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: كان هناك الكثير من التجاوزات والتسريبات والإخفاقات ولكن بالمجمل استطاعت الحكومة أن توحّد منصات الإعلام خلف الإعلام الرسمي ولكن الأمر لم يخلو من بعض التجاوزات والتسريبات.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: أنا راضٍ عنه كشخص إعلامي ومتقف وله كاريزما خاصة تميزه.

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: نعم كان هناك الكثير من القيود وكان هناك تمييز باختيار الصحفيين.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الإيجاز؟

الإجابة: غير راضٍ أبداً لأن المدة طويلة زيادة عن الحد اللازم، وكان من الممكن اختصار المدة كثيراً والاكتفاء بذكر الأشياء المهمة التي يبحث عنها الجمهور.

السؤال السادس: هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟

الإجابة: نعم ساهمت رسائل الإيجاز التوعوية برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الناس وذلك لأن الجمهور يبحث عن المعلومة ولم يجدها إلا من خلال متابعة الإيجاز الصحفي.

السؤال السابع: هل كانت الإجابة على أسئلة الصحفيين شافية وصريحة؟

الإجابة: لا لم تكن الإجابات شافية وكنا نعاني كصحفيين من عدم وضوح الإجابات.

ملحق رقم (13) مقابلة رقم (12)

مقابلة الصحفي بكر عبد الحق/ تلفزيون فلسطين

السؤال الأول: ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: إلى حد كبير كان الإيجاز يفي بالغرض ونجح في الإدارة الإعلامية للأزمة، ولكن الأمر لا يخلو من بعض الملاحظات منها أن الإيجاز كان في بعض الأحيان يخرج عن دوره المنوط به، وفي كثير من المواقف لم يكن الإيجاز الصحفي يقدم معلومات شافية للجمهور وهذا كان يفتح الباب للإشاعات والمعلومات الغير دقيقة التي كنا نراها على مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن بشكل عام نجح الإيجاز بموضوع الدقة في المعلومات التي أثرت الجمهور بشكل كبير.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: في بداية الأزمة كان هناك تضارب وتقاطع وتتافس بين المؤسسات المختلفة في إعطاء المعلومات المتعلقة بالجائحة، على سبيل المثال المحافظين، مدراء الصحة، والطب الوقائي، والأمن ووزارة الصحة، ولكن فيما بعد تم توحيد كل هذه الجهود والمنصات والمنابر الإعلامية خلف راية الإيجاز الصحفي.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: من حيث الأداء واختراق الجماهير كان موفق جداً مع بعض الملاحظات بالخروج عن النص في بعض الأحيان، ويؤخذ عليه أيضاً عدم الإجابة الواضحة عن بعض أسئلة الصحفيين الخارجة عن حدود علمه مثل عودة العالقين، والأزمة الاقتصادية وكان يهرب من بعض الأسئلة عبر الإجابات العمومية، ولكن بشكل عام اكتسب الناطق الرسمي شهرة عالية ومحبة كبيرة من الجمهور.

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: لم يكن هناك قيود، وأعتقد أن ما حصل في الإيجاز كان سابقة في قضية الشفافية وحق الحصول على المعلومة، وكان مطلق الحرية للصحفيين بطرح الأسئلة والمشاركة في الإيجاز الصحفي بغض النظر عن هويتهم الإعلامية أو السياسية، وأيضاً كان هناك حرية في طرح الأسئلة وهذا ما انعكس على طول مدة الإيجاز الصحفي التي كانت تمتد في بعض الأحيان لأكثر من 40 دقيقة بحكم الكم الكبير من أسئلة الصحفيين.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الإيجاز؟

الإجابة: من الناحية المهنية كان الإيجاز يطول عن كونه إيجاز يقدم معلومات بأقل عدد ممكن من الكلمات، ولكن في الكثير من الأحيان كان الإيجاز يأخذ منحى الاستعراض أكثر من تقديم المعلومات الموجزة التي تتعرض لكم الإصابات ومواطن انتشار الوباء، ولكن الشيء الجيد في الإيجاز أنه كان يحصل على تغذية راجعية يومية ويتم التعديل على أساس آراء الجمهور.

السؤال السادس: هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟

الإجابة: بشكل عام كان هناك استجابة من الناس بل وكان هناك التفاف جماهيري حول الإيجاز، وأعتقد أنه كان مؤثر جداً واستطاع أن يزيد درجة الوعي لدى المواطنين فيما يتعلق بالجائحة والتزام المنازل والإجراءات الوقائية لدى المواطنين.

السؤال السابع: هل كانت الإجابة على أسئلة الصحفيين شافية وصریحة؟

الإجابة: نعم كانت كذلك مع بعض الحنكة في بعض الأوقات

ملحق رقم (14) مقابلة رقم (13)

مقابلة الصحفي رومل السويطي/ جريدة الحياة

السؤال الأول: ما مدى نجاح الايجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: الإيجاز الصحفي كان أكثر من ممتاز ويعتمد ذلك على طريقة المقدم وهو الأخ ابراهيم ملحم الذي عمل في ظروف معقدة ونجح نجاحاً باهراً، فالإيجاز الصحفي أدى ما عليه من دور إعلامي متميز.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام إلى حد جديد جداً ونجحت من 70-80% في تحقيق ذلك، وأعزو ذلك النجاح للدكتور محمد شتية الذي اختار لمهمة الإيجاز صحفي متمرس كإبراهيم ملحم.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن اسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: كان السيد ابراهيم ملحم يتمتع بكاريزما جعلته ينجح بشكل كبير في إدارة الإيجاز الصحفي بشكل غير مسبوق فكان رائع بالأسلوب والطريقة وبكل التفاصيل.

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: لا أعتقد ذلك ولم نلاحظ شيء من هذا القبيل حيث أن البث كان مباشر ولم نلاحظ أي قيود وكتن يستطيع أي صحفي أن يسأل ما يريد.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الايجاز؟

الإجابة: في بعض الأحيان كان غير موفق بالإطالة الغير مبررة وبسرد التفاصيل التي مللت الجمهور.

السؤال السادس: هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟

الإجابة: بكل تأكيد استطاعت الحكومة رفع مستوى الثقافة لدى الناس حيث أن الإيجاز المصدر الأول للمعلومات المتعلقة بانتشار وطرق الوقاية من الفيروس، وقد لأمسنا ذلك من استجابة الناس للتعليمات الصادرة عن الإيجاز الصحفي.

السؤال السابع: هل كانت الإجابة على أسئلة الصحفيين شافية وصریحة؟

الإجابة: استطاع الناطق الرسمي أن يجيب على معظم الأسئلة الواضحة والغير مسیسة من الصحفيين والإعلاميين وذلك بنسبة 80%.

ملحق رقم (15) مقابلة رقم (14)

مقابلة الصحفي سامر خويبة/ فضائية القدس ورايو حياة

السؤال الأول: ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: لا شك كانت فكرة الإيجاز رائدة وغير مسبقة وكان للإيجاز دور في وضع المواطن في تصورات الأحداث أول بأول، وهذا ما لا يختلف عليه إعلامي ولكن ومع الوقت فقد الإيجاز رونقه وأصبح نمطي ولا يحمل أي جديد، ومع التكرار الكبير أصبحت نسبة المشاهدة تقل، بالإضافة أن هناك أشياء أصبحت تدخل على الإيجاز ولا تفيد المواطن ولا تلزمه مثل التفاصيل الدقيقة التي تتعلق بعمل الوزارات، أيضا كان من المفروض أن يكون الإيجاز ثلاث أو خمس دقائق لا يكون كبيراً للحد الذي رأيناه، والناطق الرسمي أسهب بالشكر والمقدمات الغير ضرورية، بالإضافة للأشياء الغير هامة مثل تعليقات الناس على وسائل التواصل ومثل موضوع القطايف وفلان يريد مال وعرض الرسومات فهذه الأشياء لا تفيد المواطن ولا تعطيه أية معلومات، والمتابع للإيجاز يلاحظ أن عدد الصحفيين في بداية الإيجاز كان أكثر من 50 وفي آخر فترات كان عددهم ثلاث أو أربع صحفيين.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: أبداً لم تستطع الحكومة توحيد منصات الإعلام وكان هناك تسريب كبير للمعلومات وأنا شخصياً كان عندي تفاصيل عن عدد وحتى أسماء المصابين وأماكنهم قبل خروج الناطق باسم الحكومة للمؤتمر، ونحن لم نكن ننشر احتراماً والتزاماً بالقرار، أنا شخصياً مشترك بالكثير من الجروبات على الواتساب والماسنجر والوسائل المختلفة وكنا نتبادل المعلومات بشكل كبير وحتى أن معنا أشخاص من وزارة الصحة والأمن والحكومة وصحفيين وكانت جميع المعلومات لدينا قبل عرض الإيجاز، وأيضاً الشخصيات الاعتبارية والوزراء مثل وزيرة الصحة كانت تنشر تفاصيل قبل

الإيجاز وأيضاً المحافظين كانوا عبر الوسائل المختلفة يدلّو بمعلومات قبل الإيجاز وأيضاً الأجهزة الأمنية وطواقم الصحة كانت تسرب معلومات والناس تعلم من التعامل الأمني وفرض الحبر على منطقة ما أن هناك اصابات، فكنا نعلم حتى تفاصيل خطاب رئيس الوزراء قبل الخروج للمؤتمر، وأذكر أيضاً ان السيد منير الجاغوب الناطق باسم فتح نشر مرسوم الرئيس بإعلان حالة الطوارئ قبل أن يلقيه الرئيس.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن اسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: لا شك أنه كشخص فرض حضوره بشكل ممتاز وفرض احترامه بدمائة أخلاقه ورواق أعصابه وهذا لا يختلف عله أحد، ووجود هذا الناطق الرسمي هو إنجاز للحكومة، ولكن نحن كصحفيين عندنا معايير أخرى مثل سرعة المعلومة وصحتها ودقتها وطريقة عرضها، وهذا ما كنا نحصل عليه قبل عرض الإيجاز.

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: لم يكون هناك قيود بمعنى قيود ولكن كان هناك انتقاء للصحفيين الحاضرين، وكان يعطي اهتمام لصحفيين دون الآخرين والكثير من الصحفيين ادعوا أنهم يرفعون أيديهم ولا يستجيب الناطق الرسمي لهم.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الإيجاز؟

الإجابة: كانت المدة طويلة وكان يسهب في سرد القصص ويشكر كثيراً وكان يستضيف أشخاص يطيلون في الحديث الغير مبرر والذي لا يهم الناس كثيراً، الأصل في الإيجاز أن يعطي معلومات سريعة ودقيقة بدون مقدمات.

السؤال السادس: هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الإيجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟

الإجابة: في البداية نعم ولكن بشكل عام المواطن يعاني من مشكلة في عدم تقبل التعليمات، والإيجاز حاول ذلك، وبرأيي تم حجر الناس بالقوة ولولا الرادع لما وجدنا التزام، وعدم التجديد في الرسالة الإعلامية والتوعوية في الإيجاز ساهم في عدم تعاطي الناس مع التعليمات.

السؤال السابع: هل كانت الإجابة على أسئلة الصحفيين شافية وصریحة؟

الإجابة: الناطق الرسمي لم يكن يجب على كل الأسئلة وكان يتعامل بفن ويدور حول الإجابة ولكن لم يكن دائماً يشفي الغليل، وكان يخفق بالإجابة عن الأمور الطبية لأنها من غير اختصاصه وكذلك أمور الاقتصاد والمال.

ملحق رقم (16) مقابلة رقم (15)

مقابلة الصحفي فادي العاروري/ صحفي حر

السؤال الأول: ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: نعم كان الإيجاز تجربة فريدة من نوعه وشيء جديد على الإعلام الفلسطيني وكان من أهم طرق الحكومة في إيصال المعلومات للجمهور، وشكل الإيجاز فرصة للحكومة للتحدث عن عملها وانجازاتها ودورها، وبذلك شعر الناس أنهم قريبين من الحكومة، كما أن شخصية الناطق الرسمي كان لها دور كبير لأنه صحفي بالأصل حتى أنه إذا تغيب كانوا يفقدونه ويسألون عنه على وسائل التواصل.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: نعم لأن الإيجاز الصحفي كان المصدر الرئيسي للمعلومة.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: كصحفي كان أسلوبه رائع ولغته العربية الرصينة ساعدته في ذلك كثيراً وجعلتني شخصياً مشدود لفصاحة لسانه، ولكن أنا أنظر وبشكل مهني بأنه لم يكن داعي للشعر والنثر وكان من المفروض أن يعطي المعلومة بشكل مباشر ولا داعي للإطالة.

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: أبداً لم يكن هناك أية قيود وقد حضرت الإيجاز الصحفي بشكل مباشر وأكثر من مرة ولم ألاحظ ذلك.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الایجاز؟

الإجابة: لم يكن أي داعي لموضوع الإطالة وكان من المفروض أن يكون مختصر قدر الإمكان.

السؤال السادس: هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الایجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟

الإجابة: إجمالاً نعم لفترة معينة كانوا الناس ملتزمين بإرشادات الحكومة وذلك لقبل فترة التمديد الثانية وبعد ذلك لم نلمس أن الرسائل من الإیجاز كانت تلقى آذان صاغیه.

السؤال السابع: هل كانت الإجابة على أسئلة الصحفيين شافية وصریحة؟

الإجابة: من مهام الناطق باسم الحكومة أن يكون دبلوماسي في الردود ومن غير المنطقي أن يجيب الناطق على جميع الأسئلة الخاصة والتي لا تخص الجمهور، ولكن وبسبب حنكته الكبيرة استطاع يتفادى الكثير من الحرج في الردود.

ملحق رقم (17) مقابلة رقم (16)

مقابلة الصحفي خليل أبو عرب/ تلفزيون فلسطين

السؤال الأول: ما مدى نجاح الإيجاز الصحفي كأحد أدوات العلاقات العامة للحكومة في الإدارة الإعلامية لأزمة كورونا؟

الإجابة: نعم نجح بسبب التقرير يومي المفصل عن الحالة الوبائية في فلسطين وهذا ما يريده المواطن الذي ينتظر التحديثات اليومية عن تطورات انتشار الفيروس.

السؤال الثاني: هل استطاعت الحكومة توحيد منصات الإعلام خلف راية المؤتمر الصحفي اليومي المسمى بالإيجاز الصحفي؟

الإجابة: نعم استطاعت الحكومة أن توحد منصات الإعلام وتكسر جماع تفلت المعلومات والسبق الصحفي خاصة وأن الموضوع خطير وأي معلومة خاطئة من الممكن أن تسبب بلبلة لا تحمد عواقبها.

السؤال الثالث: ما مدى رضاك عن أسلوب وطريقة الناطق باسم الحكومة؟

الإجابة: ناجح جداً في أسلوبه وطريقته وخصوصاً بداية عرض الإيجاز، وأحياناً كان يتخطب في عدم القدرة على الرد على أسئلة الصحفيين وهذا ما أثر على مصداقية الناطق الرسمي.

السؤال الرابع: هل يوجد قيود على أسئلة الصحفيين في الإيجاز الصحفي؟

الإجابة: لا لم يكن قيود وخصوصاً أن حلقات الإيجاز كانت مباشرة ومصورة من كل وسائل الإعلام، ولكن يمكن القول إنه كان هناك تحديد لبعض الأشخاص أو الوكالات وتفضيلها على غيرها.

السؤال الخامس: ما مدى رضاك عن مدة عرض الایجاز؟

الإجابة: موفق في البداية ومن ثم اطالة غير مبررة وتشعبات غير لازمة مما أثرت على حجم المتابعة وتقليل نسبة حضور الصحفيين للإیجاز الصحفي.

السؤال السادس: هل ساهمت الرسائل الإعلامية والتوعوية في الایجاز برفع مستوى الثقافة والمسؤولية لدى الجمهور؟

الإجابة: نعم ساهمت في تقبل الناس لمعطيات الحكومة وفي تقبل الناس لإجراءات السلامة من خطر الوباء وزادت الرسائل نسبة المسؤولية بشكل كبير لدى الجمهور.

السؤال السابع: هل كانت الإجابة على أسئلة الصحفيين شافية وصریحة؟

الإجابة: في معظم الأحيان نعم مع وجود تهرب في بعض الأحيان بطريقة دبلوماسية لبعض الأسئلة وهذا ما يظهر حنكة الناطق الرسمي.

ملحق (18): أسماء محكمي الاستبانة

1. د. عامر قاسم: أستاذ مساعد ومحاضر في قسم العلاقات العامة والاتصال في جامعة النجاح الوطنية.
2. د. حافظ أبو عياش: أستاذ مساعد ومحاضر في قسم العلاقات العامة والاتصال في جامعة النجاح الوطنية.
3. د. نشأت الأقطش: عضو هيئة تدريسية في جامعة بيرزيت.

An- Najah National University

Faculty of Graduates Studies

**The Effectiveness of Public Relations Tools of the
Palestinian Government to Confront the Coronavirus**

"The Press Briefing as A Model"

Prepared By

Mohammad Mahmood Abu Arab

Supervised

Dr. Abdul-Kareem Sarhan

**This Thesis is submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Degree of Master of Contemporary
Public Relations, Faculty of Graduate Studies, An-Najah
National University, Nablus, Palestine.**

2021

**The Effectiveness of Public Relations Tools of the Palestinian
Government to Confront the Coronavirus
"The Press Briefing as A Model"**

Prepared By

Mohammad Mahmood Abu Arab

Supervised

Dr. Abdul-Kareem Sarhan

Abstract

This study aims at identifying the effectiveness of public relations tools of the Palestinian government to confront the Corona virus crisis, the press briefing as a model. In order to answer the main study question which is what is the extent of success of the press briefing as one of the government's public relations tool in managing the media of the Corona virus crisis, the study used descriptive method, and within this type, the researcher used the quantitative and qualitative approach. Accordingly, the questionnaire and interview have been used as two main tools of the study which were applied to all Palestinian citizens in West Bank by choosing a stratified sample of (332) individuals in addition to (16) individuals representing the Media Committee for Press Briefing, the official government level and the journalists.

The study showed a high degree of responses on the total degree and the four domains and no statistically differences attributed to the variables of gender, age, qualification and place of residence. Moreover, the results showed that the press briefing has achieved a high success, contributed to

the unification of the various media platforms, the existence of a degree of satisfaction with the press briefing, the absence of restrictions on journalists and the journalistic achievement has contributed to raising awareness among the public.

According to study results, several suggestions have been recommended, the most important are: the necessity to develop the governmental public relations tools, paying more attention to public relations departments in addition to the importance of raising the level of media readiness for spokesperson in order to face crisis.