ورقة حول:
الخطاب الاعلامي الفلسطيني خلال أزمة كوفيد ١٩
«فرصة استعادة ثقة الجمهور كانت سانحة، ولكن...»

إعداد: الصحفي حازم بعلوشة

كما للقطاعات الاخرى، كان للخطاب الإعلامي دور مهم في جائحة كورونا، سواء ايجابياً أو سلبياً، ولم يقتصر الخطاب على وسائل الاعلام فقط، وإنما قطاعات مختلفة تمارس هذا الخطاب، من مؤسسات رسمية، أو أهلية ودولية، بالاضافة إلى وسائل الإعلام، بشقيها التقليدي والاجتماعي ومنصاتها.

تستعرض هذه الورقة، سريعاً، طبيعة الخطاب الاعلامي، الذي تمت ممارسته محلياً في التعامل مع جائحة كورونا، وأثرها على عامة الجمهور، وفقاً لتقديرات أولية ومتابعة حثيثة لما يدور في الاروقة المختلفة، بالاضافة إلى تحليل البيانات والمواجيز الصحافية، وبعض المواد الاعلامية المنشورة.

إجمالاً لم يرتقِ الخطاب الاعلامي الفلسطيني في ظل أزمة "كوفيد-١٩"، التي بدأت في فلسطين منذ مطلع شهر آذار (مارس) الماضي. وعادة الأمراض المعدية وسرعة انتشارها تخيف البشر، تمامًا كما يمكن للأخبار الخاطئة أن تنتشر بسرعة وتولد الشك بسهولة. وكذلك كان الخطاب الاعلامي الفلسطيني في ظل ازمة كورونا، الذي لم يرتقِ إلى مستوى التحدي والازمة، وكان أشبه بنسخة كربونية عما يصدر عن وزارة الصحة والمؤسسات الرسمية، من دون البحث الجدي فيما وراء الاخبار والتصريحات الرسمية.

واكتفت وسائل الاعلام بالتوعية السطحية والنقد المبنى في معظمه على الانقسام السياسي السائد في الاراضي الفلسطينية منذ عام ٢٠٠٧، والمقارنة بين أداء السلطة الفلسطينة في الضفة الغربية أو السلطة الحاكمة في قطاع غزة، التي تقودها حركة "حماس"

وكان للعواطف مساحة كبيرة في الخطاب الاعلامي الفلسطيني بمستوياته المختلفة، سواء الرسمي، أو الأهلي، وحتى وسائل الاعلام العامة والخاصة.

كما شكلت وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين مساحة كبيرة من التأثير خلال أزمة كورونا، وسيطرت في بعض الأحيان على الاخبار، لاسيما فيما يتعلق بالاخبار الزائفة والمفبركة، التي كانت لها وقع معين على عامة الجمهور.

الاعلام الخدماتي المتخصص لم يكن حاضراً في شكل واضح خلال فترة جائحة كورونا، ولم تتحول وسائل الاعلام والمؤسسات الأهلية بخطابها إلى مستوى يمكن أن يكون مصدراً رئيسا للمعلومات، التي من شأنها أن تساعد السلطات في الحد من انتشار الفيروس أو طمأنة الجمهور.

واقتصر الخطاب الرسمي على جزئين، الأول ترويج نشاطات المؤسسات الرسمية، وخطابات عاطفية، وفي اطار العلاقات العامة، والثاني نوع من وسائل التوعية، التي تعتمد بشكل رئيس على المؤسسات الدولية والاهلية الفلسطينية، ولم يكن هناك تعاون في طبيعة المخرجات النهائية فيما بينها، وهذا برز جلياً في بعض الاختلافات في المحتوى المنشور، الذي يتم توزيعه على شكل مطبوعات، وفي بعض الاحيان فيديوهات توعوية.

كما غاب عن الخطاب الاعلامي، لاسيما الرسمي والاهلي، التعامل مع ذوي الحاجات الخاصة، من الصم وغيرهم، وكان بالامكان التعامل مع لغة الاشارة، كحد ادنى، في بعض المؤتمرات الصحافية أو في النشرات عبر شاشات التلفاز، أو إعداد نشرات خاصة بهم.

وكانت هناك فرصة مهمة لكل وسائل الاعلام والمؤسسات الأهلية لاستعادة الثقة لدى الجمهور الفلسطيني خلال أزمة "كوفيد 19"، لكن على ما يبدو لم تستطع خلال هذه الفترة، لاسباب موضوعية تتعلق بضعف وتراجع التمويل، وكذلك بالقدرات الذاتية للتعامل مع وسائل الاعلام، على استغلال الفرصة، لاسيما في ظل عدم ثقة الجمهور بالجهود الحكومية الرسمية، التي كان بعضها بسبب الخلافات السياسية.

ويحتاج الجمهور، عادة، إلى جهة طمأنينة يستند إليها في فترة الازمات، وكان من الممكن أن تكون وسائل الاعلام والمؤسسات الأهلية إحداها، لكن كانت المهمة أصعب من أن يتم التقاطها على ما يبدو.

تتناول الورقة فيما يأتي الخطاب الاعلامي لكل جهة وطبيعته وطريقة الاداء:

الخطاب الرسمي:

اختلف **الخطاب الرسمي** نتيجة الانقسام السياسي والجغرافي القائم في التعامل مع أزمة كورونا، وبدأ اختلاف الخطاب عندما اختلف السياسيون على قرار الرئيس الفلسطيني محمود عباس في اعلان حالة الطوارئ في الخامس من شهر آذار (مارس) 2020.

واتخذت السلطات الحاكمة في قطاع غزة موقفاً مختلفاً في البداية، واعتبرت أن القطاع بعيدا عن الاصابة بفيروس كورونا، وأن الحصار القائم، منذ سنوات طويلة، قد يمنع وصوله، لكن سرعان ما تغير الأمر عندما انتشر الفيروس في عدد من الدول المحيطة، وبدأ الخطر يقترب أكثر.

واختلف تعامل المنطقتين الجغرافيتين (غزة والضفة) مع الازمة، وانعكس بالتالي على الخطاب الاعلامي للطرفين المتخاصمين، ما شكل تناقضا في الوعي لدى عامة الجمهور.

وبينما كانت السلطة الفلسطينية تنظم مؤتمراً صحافياً، يومياً، للاعلان عن تطورات الازمة، بدأت السلطات في غزة في تنظيم مؤتمر مماثل، وانعقدا في بعض الاوقات في

الوقت والساعة نفسها، ما كان مؤشراً على وجود منافسة سياسية وراء الأمر على ما يبدو.

واختلفت طبيعة المخرجات عن الحالات المصابة بـ"كوفيد 19" وتفاصيلها بين قطاع غزة والضفة الغربية، ففي حين كان هناك تفاصيل عن الحالات وأماكن تواجدها، وأعمارها ومصدر اصابتها في الضفة، اكتفت السلطات في غزة بالإعلان عن أعداد المصابين، باستثناء بعض الحالات تم الكشف عن بعض التفاصيل.

وعلى رغم محاولة كل طرف استغلال الواقع السياسي في الازمة، وتبادل الاتهامات بين السلطة الفلسطينية في الضفة الغربية و"حماس" في غزة فيما يتعلق بالمستلزمات الطبية وفحص الحالات وغيرها، إلا أن الامر لم يأخذ مساحة كبيرة في الاعلام، كما جرت العادة في الازمات المماثلة، وكان اهتمام الجمهور الاول الاطمئنان على الواقع الصحي والاجراءات المتخذة للحؤول دون انتشار واسع للفيروس في اوساط الفلسطينيين في الاراضي الفلسطينية.

وفيما يتعلق بالتوعية، اقتصرت **التوعية الرسمية** للجمهور لآلية التعامل مع الفيروس على وسائل تقليدية، لم تصل إلى قطاعات واسعة من الجمهور، وكانت في شكلها، غالبا، مطبوعات مصدرها الاساس منظمة الصحة العالمية، وكذلك المؤسسات الأهلية المعنية، كما كان هناك لوحات اعلانية كبيرة في الشوارع في قطاع غزة، في وقت متأخر تدعو لارتداء كمامة الوجه فقط.

ولم يتطرق الاعلام الرسمي إلى كيفية تعامل الفئات المهمشة والفقيرة مع الفيروس، وكيفية حماية انفسهم من الاصابة في حال كان هناك انتشار للفيروس، كما كانت الاعلانات الرسمية في بعض الاحيان تقتصر على المناطق الرئيسة، وتطبيقها في المناطق البعيدة عن المركز لم يؤخذ على محمل الجد.

الخطاب غير الرسمي والأهلي:

المنظمات الأهلية تعتبر من ابرز الجهات غير الرسمية، التي تعاملت مع جائحة كورونا، ولكن نتيجة ظروف موضوعية تتعلق بالواقع الميداني وكذلك تراجع التمويل بالاضافة إلى الانقسام السياسي، جاء هذا الدور في اطار مقيد.

وتعتبر دعوة المنظمات الاهلية لتشكيل هيئة وطنية موحدة للتعامل مع أزمة كورونا، الدعوة الأهم في دورها، من اجل توحيد الجهود بين الضفة الغربية وقطاع غزة في مواجهة الجائحة.

وأبقت المنظمات الاهلية موظفيها في المنازل خلال فترة الاغلاق، وكان العمل في معظمه يتم عن بعد وعن طريق الانترنت.

وكانت ورش العمل والتوعية تتم عن بعد، الامر الذي واجهه الكثير من الصعوبات كما التعليم عن بعد.

وغاب كثيراً عن المنظمات الأهلية بعض من دورها، الذي كان يفترض ان تعلبه في مجال التوعية، وكانت نشاطاتها في هذا الاطار مقيدة ايضاً، نظراً للظروف الموضوعية ذاتها المذكوره أعلاه.

وسكلت المؤسسات الصحية حجر الزواية بطبيعة الحال في دور المنظمات الأهلية في عملها الميداني، لكن عملها لم يكن له صدى اعلامي كما كان يجب أن يكون.

وهناك تدخلات مارستها بعض المؤسسات الأهلية الحقوقية، لكن خطابها الاعلامي لم يتناسب، كماً ونوعاً، مع المشهد الاعلامي الفلسطيني المتعلق بأزمة كورونا.

وسائل الاعلام التقليدية:

تنقسم وسائل الاعلام الفلسطينية إلى ثلاثة انواع، الاول رسمي يتبع السلطة الفلسطينية، وبعضه يتبع لسلطة

"حماس" في غزة، والثاني ينتمي لفصائل فلسطينية مختلفة، فيما تشكل المؤسسات غير الحزبية والخاصة جزءاً بسيطاً من وسائل الاعلام المحلية.

وكما هي الحال، انعكس الانقسام السياسي في كل القضايا على أداء وسائل الاعلام المختلفة بحسب الجهة، التي تتبع لها، فيما تبقى وسائل الاعلام الخاصة، وهي غالباً، ترفيهية ولا تتناول القضايا السياسية في شكل كبير في منأى عن المشهد في شكل عام.

وبدا مشهد وسائل الاعلام الفلسطينية نسخة كربونية لما يصدر عن المؤسسات الرسمية، من دون البحث فيما وراء الخبر، وتفاصيل ما يحدث، واقتصر على سرد بعض التوضيحات من المسئولين المختلفين.

كما أن عدم وجود قانون يضمن الحق في الوصول للمعلومات في الاراضي الفلسطينية جعل من الوصول إلى المعلومة الرسمية مهمة صعبة وشاقة، وسهلة النفي في حال اختلفت الرسالة عن توجهات الجهات الرسمية أو كانت تحمل نقداً لها.

وكانت هناك فرصة سانحة لوسائل الاعلام في أزمة "كوفيد19-" لاستعادة ثقة الجمهور بها، كون وسائل التواصل الاجتماعي كانت تضج بالاخبار المفبركة والزائفة، وكان مصدر المعلومة الرسمي وسائل الاعلام التقليدية من تلفزيونات واذاعات وصحف، وكذلك مواقع الكترونية رسمية.

وكما هي الحال في كثير من القطاعات، كان الخلاف السياسي مسيطراً في كثير من الاحيان، وأن صورة كل جهة رسمية للحصول على شكل البطولة في التعامل مع الازمة حد من قدرة وسائل الاعلام على التعامل مع القضية في شكل مهني واسع، كما ان نقص التمويل والقدرات المالية للمؤسسات الاعلامية أثر كثيراً على ادائها قبل الازمة وأثنائها.

كما أن عدم وجود صحافة خدماتية وصحافيين متخصصين في الشأن الصحي، كان له أثر ايضاً في طريقة تعامل وسائل الاعلام مع الازمة ومعالجتها.

وكان واضحاً انعكاس الحالة السياسية والاقتصادية الفلسطينية على وسائل الاعلام، وفي وقت واجهت كل القطاعات الاقتصادية هزات مالية من دون تدخل حكومي جدي، تأثرت وسائل الاعلام أيضاً، خاصة وسائل الاعلام الخاصة، التي تعتمد أساساً على الاعلانات والمواد الترويجية، كما أن الجهات التمويلية الحزبية تأثرت، ما أدى إلى تقليصات في أعداد الموظفين بنسبة أكبر من تلك قبل جائحة كورونا.

ولا يمكن القول أن أداء وسائل الاعلام التقليدية كان سلبياً تماماً، لانها حاولت جاهدة في ظل ظروف سياسية صعبة أن تمارس دورها في نشر المعلومات، وكان دورها أيضاً مهماً في نشر الاخبار الصحيحة في ظل انتشار الاخبار الكاذبة في شكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي بمنصاته المختلفة.

وسائل الاعلام الاجتماعي:

تستحوذ وسائل الاعلام الاجتماعي، لاسيما منصة "فيسبوك"، على النسبة الاكبر في مصدر المعلومات لعامة الجمهور بحسب اخر الدراسات واستطلاعات الرأي في فلسطين، التي كانت كذلك في ظل جائحة كورونا.

واعتمد الجمهور في شكل رئيس على مصدر المعلومة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، التي كانت في كثير من الاحيان معلومات مغلوطة أو كاذبة تماماً، وشكلت عبئاً على كل مختلف الجهات، سواء الحكومية، أو الأهلية، أو وسائل الاعلام في التحقق من تلك المعلومات والمواد المنشورة على المنصات المختلفة.

وفي ظل غياب مصدر رئيس شفاف ودقيق وصادق

للمعلومات، انتشرت الأخبار الكاذبة وغير الدقيقة والمضلِلة من خلال وسائل الاعلام الاجتماعي، التي انتقلت، في بعض الاحيان، إلى وسائل الاعلام التقليدية من دون تحقق.

كما أن عدم اعتماد الجهات الرسمية على الشفافية، وتعطش الجمهور للمعلومات جعل من المنصات الاجتماعية، التي تتيح لكل شخص يمتلك حساباً عليها امكانات النشر، مساحة مهمة للتأثير على عامة الجمهور وسلوكه، وكان أثرها أكثر وضوحاً في ظل جائحة كورونا.

واستخدمت وسائل الاعلام التقليدية، وكذلك المؤسسات الأهلية، وحتى الحكومية تلك المنصات، لكنها اقتصرت في نشرها على صفحاتها الرسمية، التي لا يوجد عليها أي تفاعل مقارنة مع صفحات النشطاء والمؤثرين على تلك المنصات.

وحاولت المؤسسات الرسمية والاهلية نقض أو نفي بعض المعلومات الكاذبة المنتشرة على وسائل التواصل الاجتماعي، لكن اثر تلك الاخبار ظل موجوداً، حتى وإن تم نفيه، وازداد الوضع سوءاً في ظل الواقع السياسي والانقسام الراهن في الاراضي الفلسطينية.

ونظراً لأنه لا يمكن السيطرة على النشر على وسائل التواصل الاجتماعي في شكل كامل، فإن اعتماد الشفافية لدى الجهات الاخرى في النشر، والحق في الوصول للمعلومات، مثل أحد أهم عناصر الحد من الاشاعات، التي تعتبر منصات التواصل الاجتماعي موطنها الأساس.

ومع ذلك لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في ايصال المعلومات للجمهور، في ظل المتابعة الواسعة لها، حتى وإن كانت نسبة تلك المعلومات الصحيحة أقل من تلك الكاذبة، سواء في محتواها أو في تأثيرها.

التوصيات:

وبناء على المعطيات الواردة أعلاه، نوصي بالأتي:

- محاولة توحيد الخطاب الاعلامي الفلسطيني على المستويات الحكومية والأهلية، من خلال الاتفاق على قاعدة معلوماتية واحدة.
- الضغط على الجهات الحكومية لاعتماد الشفافية في نشر المعلومات، وعدم اعتماد سياسة ما يتناسب مع مصالحها فقط في نشرها.
- تعزيز دور اقسام الاعلام والعلاقات العامة لدى المؤسسات الأهلية، والطرق الامثل للوصول للجمهور والتأثير فيه.
- تدريب المنظمات الأهلية وموظفيها على الطرق الامثل والحديثة للتعامل مع الأزمات فيما يتعلق بالتوعية ومخاطبة الجمهور ووسائل الإعلام.
- يجب على المنظمات الأهلية المحاولة المستمرة لتنسيق الجهود بين الاطراف المختلفة، من اجل الوصول إلى أفضل النتائج.
- الاستفادة من التجارب الاعلامية في الدول الاخرى، لا سيما الغربية، في التعامل مع الجائحة من ناحية اعلامية واستقاء الخبرات من التجارب الناجحة.
- التعاطي الايجابي مع الاشخاص ذوي الاعاقة، لا سيما الصم واعتماد لغة الاشارة في الخطابات الرسمية على الاقل، وتشجيع وسائل الاعلام المحلية على تخصيص اوقات معينة في بعض النشرات للغة الاشارة.
- إعداد المؤسسات الاهلية خطط طوارئ، تتضمن خططا اعلامية، وعدم اقتصارها على دعوة وسائل

الاعلام لتغطية بعض النشاطات، وانما توسيع ذلك بوسائل اكثر ابداعية.

- تدريب الصحافيين ووسائل الاعلام في الاعلام الخدماتي والمتخصص.
- تنويع الاشكال الصحافية المستخدمة لدى وسائل الاعلام الفلسطينية المحلية وعدم اقتصارها على نشر الاخبار.
- تعزيز صمود وسائل الاعلام الخاصة الاقتصادية ما امكن.
- مراقبة وسائل الاعلام الاجتماعي والمعلومات المغلوطة ومحاولة تصحيحها.
- تعزيز مساحة وصول ممثلي العلاقات العامة في المؤسسات، وتعيين متخصصين في الاعلام الاجتماعي لدى المؤسسات الأهلية.

- استخدام الأنماط والأشكال المختلفة الحديثة في النشر، من قبيل فيديوجرافيك وانفوجرافيك، وغيرها.
- استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في نشر المعلومات، والتعامل مع خصوصيتها، وعدم نسخ ما ينشر في شكل تقليدي على تلك التطبيقات.
- استخدام وسائل التحقق الالكترونية وتعليم الجمهور المعني بتلك الوسائل، التي يمكنها الحد من تأثير الاشاعة.

تم إعداد هذه الورقة ضمن مشروع "توجهات منظمات المجتمع المدني الفلسطينية لمواجهة التحديات المستقبلية"
الذي تنفذه شبكة المنظمات الأهلية الفلسطينية PNGO
بالشراكة مع: مؤسسة فريدريش إيبرت الألمانية FES

المعلومات والآراء الواردة في هذه الورقة لا تعكس بالضرورة الرأي الرسمي لشبكة المنظمات الأهلية الفلسطينية ومؤسسة فريدريش إيبرت الألمانية ـ فلسطين.