وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام والاتصال

قسم الصحافة

مذكـــــرة بعنوان:

دور صحافة الحلول في الحد من ظاهرة تجنب الأخبارلدى الجمهور:

دراسة وصفية تحليلية للمقالات المنشورة تحت إشراف

منصة إيجاب لعام 2024

مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماسترفي الصحافة وعلوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي-بصري وصحافة رقمية

من إعداد الطالبة:
أحلام بوالقرعة

أعضاء لجنة المناقشة:
الرئيسة: د. صبرينة آيت عبد الله
المشرفة: د. مليكة بوخاري
المناقش: د. عراب آيت طيب

تحت إشراف الدكتورة:
مليكة بوخاري

السنة الدراسية: 2024 - 2025

Ministry of Higher Education and Scientific Research

National School of Journalism, Media, and Communication Sciences

Department of Journalism

Thesis Title:

The Role of Solutions Journalism in Reducing News Avoidance Among Audiences: A Descriptive and Analytical Study of a Sample of Articles Published Under the Supervision of Egab Platform in 2024.

Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master's Degree

In Media and Communication Sciences

Specialization: Audiovisual and Digital Journalism

Prepared by the Student:

Ahlam Boulkaraa

Supervised by Dr:

Malika BOUKHARI

Academic Year: 2024 – 2025

الشكر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

﴿قَالَ هَٰذَا مِن فَضْلِ رَبِّي لِيَبْلُوَنِي أَأَشْكُرُ أَمْ أَكْفُرُ وَمَن شَكَرَ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ وَمَن كَفَرَ فَإِنَّ رَبِّي غَنِيٌّ كَرِيمٌ﴾ سورة النمل - الآية 40

أشكر الله ﷻ

شكرًا خالصًا مباركًا، عددَ ما كانَ وما سيكون، وعددَ الحركاتِ والسّكون

أن اصطفاني لدربِ العلم، ووفقني في خياراتِه، ويسّر لي مسالكَه، وعلمني ما لم أكن أعلم

ثم زادني رفعةً ومكانةً أن بلّغني هذه الرّتبة، وتوّجَني بهذا العمل، الذي أحسبهُ خيرًا ونفعًا لبلادي، والأمةِ جمعاء

أشكر غزة

أرض الأحرار والشهداء، على ما أصلحتهُ، وغيرتهُ، وأحيتهُ فينا

من عقيدةٍ هشّة، وبوصلةٍ معطوبة، ورؤيةٍ من سراب، وأحلامٍ من ضياع، لا تليق بالإسلام والمسلمين

وأشكر شكرًا عميقًا مثقلًا بأصدقِ معاني العرفانِ والامتنان

معلمتي ومشرفتي الدّكتورة القديرة "**بخاري مليكة**" التي أكنُّ لها أسمى مشاعرِ الحبِّ والاحترام والتّوقير

لا كمعلمةٍ فقط، بل كأختٍ كبرى، وامرأةٍ شمّاء، أرى فيها مثالَ المعرفة، وقدوةَ الفكرِ الحرّ،

ومشعلَ الرّسالةِ الرّاسخة، التي أنارت -وما زالت تنير- طريق الأجيال

وفي الختام

أشكر نفسي -هكذا فقط- دون تشعباتٍ ولا شروحات

لا لشيءٍ

سوى لأن أي وصفٍ هنا سيعجز قريحتي، ويتعب مهجتي، ويفتحُ عليّ باب تساؤلاتٍ عظام لا طاقة لي بها الآن.

الإهداء

إلى تلك البنتِ الصغيرة، **ذاتِ المئزرِ الأحمر**، وهي تجلسُ في أوّلِ الصّف بجانب النّافذة
غارقةً في مغامراتها الخيالية مع شجيرة الصّفصاف على هامشِ الغابة
إلى أن تسمع مُدَرِّسَتها تنادي عليها باستياء:
أحلام!
لتلتفت إليها بوجل
مُدركةً أنه ليس النّداءَ الأوّل
وأن جميع من في القسم يُحدقون إليها بصمت
فيستعير وجهها الطّفولي من مئزرها لونه
وتقف بخجل لتجيب المدَرِّسةَ على السّؤال الصّعب
ولحسن حظها –أو لنقل لحسن فِطنتها– كانت الإجابةَ الصحيحة
وأخذ الجميع يصفقون لها بإعجاب.. والفخرُ –كلُّ الفخر– في عيون المدرسة

إلى السيدةِ الأولى والأخيرةِ في حياتي
من قَوَّمَت هذا القلم، وعبَّدت هذا الدّرب، وسطّرت هذا النّجاح
إلى صانعتي، وملهمتي، ومفخرتي: " أمي" –حفظها الله–

إلى أبي
–شفـــاه الله–
حبيبي الأول، رغم كلِّ شيء

إلى أخي
سندي، رغم شجاراتنا التي لا تنتهي

إلى الأنيسةِ ماري
وهي ترفعُ اللّوح الذي خَطَّت عليهِ بأناملها الرّفيعة:
"لن تضيع الجهودُ التي بُذِلت عليكِ سُدًى"

إلى صغيرتي دنيا
وهي تقول لي –بعد أن عرفت أنّني بتُّ ساهرة طيلة اللّيل–:
"ربي ينجحك وتولي أروع صحفية في العالم!"

إلى جدتي الحنون –أطال الله في عمرها–

إلى خالاتي المؤنسات الغاليات: رشيدة، وسيلة، وسعاد

وأخص منهن خالتي الصغرى

"نعيمة"

في كلّ مرّةٍ تُحفزني بلغة الإشارة بما معناه:

اجتهدي

ثم ترفع يديها إلى الله وتدعوه بصوتها الذي ليس هناك

بعد أن أغرقتني في حزمةٍ من العواطفِ والعطايا

إلى زملائي

أولئك الذين جعلوا من علقمِ الدّراسةِ بلسمًا

ومن لحظاتها الروتينيةِ استثناءً

وأبعد من ذلك:

سحرًا فريدًا يوحشني الانفصالُ عنه

إلى شاعري المفضل "أحمد بخيت" وهو يقول كما لو كان يصف الطفلةَ ذات المئزر الأحمر:

ذهبتُ لشارعٍ يُفضي

إلى أسوارِ مدرستي

لأوّلِ رعشةٍ في العمرِ

لا تحتاجُ للُّغةِ

لضحكةِ طفلةٍ للآن

تكبرُ في مخيّلتي

لأرد عليهِ من مقاميَ هذا، أين تلتقي البدايات بالنهايات:

وعدتُ للحظةٍ تفضي

إلى توديعِ مدرستي

لأنبلِ رعشة في كلّ

ما تطويهِ ذاكرتي

لأوّلِ رتبةٍ في العلمْ

أخطُّ عليها ملحمتي

إلى 18 سنة من الكفاح المستميت والليالي مُرهقةِ البياض

أهدي هذا العمل وأقول:

دام العطاء، ودام المعطون، ودام المعطى والمعطى إليه

هذا.. والحمد لله ربِّ العالمين.

ملخص:

تهدف دراستنا الموسومة بـ "**دور صحافة الحلول في الحد من ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجمهور**" إلى وضع صحافة الحلول تحت المجهر، وتفكيك عناصرها لفهم الدور الذي تؤديه في الحد من تفاقم ظاهرة تجنب الأخبار التي تشهد تزايدا بنسبٍ قياسيةٍ عاما بعد عام. وقد اعتمدنا في ذلك على دراسة وصفية تحليلية لعينة من المقالات المنشورة تحت إشراف منصة إيجاب المتخصصة في هذا النهج، خلال عام 2024.

وقد خلصت الدراسة إلى أن صحافة الحلول تضطلع بدور معتبر ومهم في الحد من ظاهرة تجنب الأخبار، شريطة أن تُمارَس وفقًا لمبادئها المهنية التي أرسى دعائمها رواد هذا التوجه. ويعود ذلك إلى كونها تقدم للجمهور إشباعات معرفية ونفسية مهمة، إلى جانب رؤى إخبارية متوازنة ودقيقة، قادرة على إعادة بناء الثقة واستعادة الاهتمام بالشأن العام.

الكلمات المفتاحية: صحافة الحلول – تجنب الأخبار – الجمهور – قصص الحلول – الإشباعات – وسائل الإعلام.

Abstract:

Our study, entitled "**The Role of Solutions Journalism in Reducing News Avoidance Among the Audience**," aims to place solutions journalism under the microscope and deconstruct its components to understand the role it plays in curbing the growing phenomenon of news avoidance, which continues to intensify year after year. This was achieved through a descriptive and analytical study of a sample of articles published under the supervision of EJAB Platform, which specializes in this journalistic approach, during the year 2024.

The study concluded that solutions journalism plays a significant and meaningful role in reducing news avoidance, provided it is practiced in accordance with the professional principles established by its pioneers. This effectiveness stems from its ability to provide the audience with important psychological and cognitive gratifications, in addition to delivering a news vision grounded in balance and accuracy — thus helping to rebuild trust and restore public interest in current affairs.

Keywords: Solutions Journalism – News Avoidance – Audience – Solutions stories – Gratifications – Media.

محتوى الدراسة:

الفصل الأول: الإطار المنهجي	
مقدمـــــــــة	
01	الإشكالية
02	حدود الدراسة
03	التساؤلات الفرعية
04	أسباب اختيار الموضوع
05	أهداف الدراسة
06	أهمية الدراسة
07	منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
08	مجتمع الدراسة وعينة الدراسة
09	تحديد مفاهيم الدراسة
10	المقاربات النظرية
11	الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإطار النظري	
I- صحافة الحلول كمنهج صحفي جديد	
01	ماهية صحافة الحلول
02	نشأة وتطور صحافة الحلول
03	أركان ومحظورات صحافة الحلول
04	الأدوار التي تلعبها صحافة الحلول
05	الانتقادات الموجهة لصحافة الحلول

II- ظاهرة تجنب الأخبار في السياق الإعلامي	
01	مفهوم ظاهرة تجنب الأخبار
02	أنماط تجنب الجمهور للأخبار
03	العوامل المؤدية إلى تجنب الأخبار
04	انعكاسات تجنب الأخبار على الجمهور ووسائل الإعلام
05	علاقة صحافة الحلول بظاهرة تجنب الأخبار
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي	
01	بطاقة تقنية عن منصة إيجاب
02	تحليل مضمون المقالات من ناحية الشكل
03	تحليل مضمون المقالات من ناحية المضمون
04	نتائج الدراسة
خـاتمة	
قائمة المصادر والمراجع	
استمارة التحليل	
المقابلة العلمية	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
فهرس الصور	
فهرس المحتويات	

الإطار المنهجي

مقدمة:

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم، من أزمات سياسية، واقتصادية، وبيئية متصاعدة، ومن تحولٍ رقميٍّ غَيّر أشكال التواصل وفجر حرية الرأي والتعبير، طفت إلى السطح ظاهرة إعلاميةٌ-سلوكيةٌ غير مسبوقة، سُميت بظاهرة "**تجنب الأخبار**"، والتي ظهرت نتيجة الضخ الإعلامي السلبي والمُؤَدْلج عبر منصات التواصل الاجتماعي، لتعرف تفاقما بنسب قياسية عاما بعد عام، وتُشكّل بذلك تحديًا حقيقيًا للمؤسسات الإعلامية، والباحثين، والعاملين في صناعة الأخبار، خصوصا في ما يتعلق بقدرة الإعلام على أداء أدواره الأساسية في الإخبار والتنوير والمساءلة. حيث أن كثرة التغطيات الإخبارية التي تركّز على الحروب، والصراعات، والأزمات دون تقديم حلول أو بوادر أمل، ساهمت في خلق مناخ من التشاؤم والعجز والإرهاق النفسي لدى الجمهور، ما أفضى بالكثيرين إلى النفور من الأخبار والعزوف عن متابعتها كآلية دفاعية لحماية صحتهم النفسية، وهو ما طرح تساؤلات جادة حول كيفية استعادة الثقة في الأخبار، وإعادة ربط الجمهور بالشأن العام.

ومن هذا المنطلق، برزت **صحافة الحلول** كأحد المناهج الصحفية الحديثة والرائدة والتي تقترح معالجة مختلفة للقضايا العالمية، من خلال التركيز على كيفية الاستجابة للمشكلات بدل الاكتفاء بتسليط الضوء على المشكلة وحدها دون إعطاء أمل بإمكانية حلها والمساهمة في التغيير. ووفقا للعديد من الدراسات، فقد أثبت هذا النهج قدرةً معتبرة على جذب الجمهور وتحفيزهم على الفهم والمشاركة بدل غض النظر عن المشكلات والتسليم بعد وجود ما يمكنُ فعلهُ اتجاهها. حيث أنها تقدم من خلال أركانها المتكاملة، نموذجا مبتكرا في الممارسة الإعلامية القائمة عادةً على الانحياز السلبي للكوارث والأزمات والأخبار المثيرة للخوف والقلق، عن طريق التركيز على مبادرات الأفراد والمجتمعات والجهات الفاعلة في القضايا الكبرى. وهذا ما يجعل دراستها وتسليط الضوء على مدى قدرتها على الحد من ظاهرة **تجنب الأخبار** من الناحية الأكاديمية – خصوصا على المستوى العربي– أمرا في غاية الأهمية.

1- إشكالية البحث:

منذ الأزمة الصحيّة العالمية لعام 2020، والعالم يعيش على وقعِ أزماتٍ متتاليةٍ ومتشابكة، بدءًا من تداعيات الحرب الروسية الأوكرانية على الاقتصادِ العالمي، إلى تفاقم أزمة التغير المناخي، وما انجر عنها من كوارث طبيعية متكررة مَسَّت مختلف دول العالم، إلى الأزمات الإنسانية كالحرب الأهلية في السودان، وصولا إلى أحداث السابع من أكتوبر ومجازر الإبادة الجماعية التي يرتكبها المحتل الصهيوني في قطاع غزة.

كل هذه الأحداث والأزمات السياسية والاقتصادية والبيئية المركبة والمتزامنة وجدت طريقها المعبد إلى أجندات الأخبار في كل الوسائل الإعلامية العالمية والعربية، وتسابق الصحفيون في تغطيتها وسرد قصصها، كلٌ والخطُّ الافتتاحي لمؤسسته الإعلامية، لتتصدر بذلك نشرات الأخبار، ومحركات البحث، ومنصات التواصل الاجتماعي.

ونتيجة لهذا الضخ المتواصل والمكثف لهذه الأخبار المحبطة ذات القيمة السلبية المحضة، وجد المتابعون بمختلف خلفياتهم السياسية والثقافية والدينية أنفسهم أمام عالم سوداوي تملؤه الحروب والصراعات والأزمات، ومن الصعب –إن لم نقل من المستحيل– مجاراته وتغييره للأفضل، فاتجهوا إلى تجنب الأخبار كرد فعل دفاعي لحماية صحتهم العقلية والانشغال بما يمكن تحسينه في حياتهم.

ووفقا لتقرير الأخبار الرقمية لعام 2024 الصادر عن معهد رويترز لدراسة الصحافة التابع لجامعة أوكسفورد، فإن تجنب الأخبار قد ازداد بنسبة 3% عن العام الماضي، حيث كشف الاستطلاع الذي شمل 95 ألف شخص في 47 دولة أن كل أربعة من عشرة أشخاص (39%) يتجنبون الأخبار تجنبا انتقائيا[1]، وهو ما يثير تخوف الخبراء والباحثين والمحررين على حد سواء، حيث أن لهذا التجنب مخاطر كبيرة على

[1] Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2024, University of Oxford, 2024, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024.

الأفراد والمجتمعات وعلى حرفة صناعة الأخبار. فإن كان الهدف من الإعلام هو تنوير الرأي العام وإعطاء الجمهور وجهات نظر مختلفة بكل موضوعية وشفافية، ليتمكن كل فرد من بناء وجهة نظره الخاصة عن الأحداث والقضايا الكبرى، ما يخلق مجتمعا واعيا وقادرا على المساءلة والإصلاح، فإن تجنب ما يقدمه الإعلام من أخبار سيؤدي إلى عواقب غير مرضية خصوصا في عصر يتسم بالاضطراب المعلوماتي والاستقطاب السياسي.

وهنا برزت الحاجة إلى صحافة الحلول التي تتبع نهجا متوازنا في نقل الأخبار، حيث أنها تطرح المشكلة مع التركيز على الحلول والاستجابات التي قام بها أفراد أو جماعات أو مؤسسات –حكومية كانت أو غير حكومية– للحد منها أو احتوائها، بحيث أنها تعطي الأمل وتلهم الجمهور بتقديمها للطرق الممكنة للتطور والعمل على حل المشكلات بدلا من تجاهلها، مع إعطاء نقد موضوعي للحل بإظهار نقاط قوته وضعفه، ومناقشة إمكانية تطبيقه في مناطق تعاني من مشاكل مشابهة.

وحسب العديد من الدراسات فإن صحافة الحلول هي أفضل سبيل للصحافة في هذا العصر، خاصة في مواجهة الانحياز السلبي في وسائل الإعلام والتقليل من ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجمهور، حيث أوضح استطلاع رأي أجرته هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) أن 64% من الأشخاص تحت سن 35 يريدون أن تقدم الأخبار حلولا للمشكلات وليس مجرد تقديم المعلومات عن القضايا التي تغطيها[1].

لذا، ومن خلال ما ذكر وفي ضوء هذه المقاربة نطرح السؤال الإشكالي الآتي: **ما هو دور صحافة الحلول في الحد من ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجمهور؟**

والذي نسعى للإجابة عليه من خلال دراستنا هذه، مستكشفين دور صحافة الحلول في التقليل من ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجمهور عن طريق دراسة وصفية تحليلية

[1] Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2022). News avoidance. In G. Borchard (Ed.), The SAGE Encyclopedia of Journalism (Vol. 1, pp. 1099–1103). SAGE Publications, Inc. https://dx.doi.org/10.4135/9781544391199.n274.

لعينة من المقالات المنشورة بعام 2024 تحت إشراف منصة "**إيجاب**" المتخصصة في نهج صحافة الحلول والمحددة بـ **28 مقال**، وذلك بهدف رصد خصائص هذا النهج الصحفي ومدى قدرته على تقديم محتوى إخباري دقيق ومتوازن يساعد في الحد الظاهرة محل الدراسة.

وللحصول على أجوبة دقيقة، ارتأينا إلى تفكيك سؤالنا الإشكالي إلى التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما المقصود بصحافة الحلول؟ وما هي مبادئها المهنية؟
- ما هي ظاهرة تجنب الأخبار؟ وما الذي يدفع الجمهور لتبنيها كسلوك؟
- ما هي الانعكاسات السلبية لتجنب الأخبار على الجمهور ووسائل الإعلام؟
- ما علاقة صحافة الحلول بظاهرة تجنب الأخبار؟ وكيف تساعد في الحد منها؟
- ما مدى التزام المقالات المنشورة تحت إشراف منصة "**إيجاب**" بمبادئ صحافة الحلول؟ وهل تقدم نموذجا فعالا لمكافحة ظاهرة تجنب الأخبار؟

4- أسباب اختيار الموضوع:

4-1- أسباب ذاتية:

4-1-1- الاهتمام بصحافة الحلول كنهج جديد في معالجة الأخبار وسرد القصص الصحفية.

4-1-2- الإيمان بأن على الصحفي مسؤولية اجتماعية تجاه جمهوره، حيث يجب عليه أن لا يكتفي بتقديم الأخبار التي تغرق المتابع في حالة من الإحباط والسلبية، بل عليه تجاوز ذلك إلى تقديم الحلول الممكنة من خلال تدعيم المشاكل التي يعالجها بحلول تم العمل عليها من قبل أفراد أو جماعات أو هيئات معينة بتحليل نقدي مدعوم بالبيانات المحققة وهذا ما يسمى بصحافة الحلول.

4-1-3- عمل الباحثة على مقالات في صحافة الحلول العام الماضي ورغبتها في وضع هذا النهج الصحفي الجديد تحت مجهر الدراسة وتفكيك عناصره للتعلم أكثر عنه وإتقان الكتابة فيه مستقبلا.

4-2- أسباب موضوعية:

4-2-1- صحافة الحلول هي مستقبل الصحافة حسب الكثير من الباحثين والمتخصصين في علوم الإعلام والاتصال، وبالتالي تجب دراستها وتفكيك عناصرها وتقنياتها وتقديمها لطلبة الصحافة والصحفيين الجزائريين خاصة والعرب عامة.

4-2-2- التعرف على ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجمهور وما ينجر عنها من أضرار على الأفراد والمجتمعات ووسائل الإعلام، خاصة أنها ظاهرة جديدة جاءت بعد الانفجار الذي شهده العالم في جائحة كورونا أين وصلت نسب المتابعة إلى أقصى حدودها.

4-2-3- توضيح دور صحافة الحلول في التحد من ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجمهور من خلال دراسة عينة من المقالات التي أشرفت على إنتاجها منصة إيجاب المختصة في صحافة الحلول، والتي تعمل مع مواقع إخبارية عالمية مثل: **الغارديان، والجزيرة الإنجليزية، وألبايس الإسبانية (El Pais)**.. وغيرها.

5- أهداف الدراسة:

5-1- تقديم صحافة الحلول التي تعتبر صحافة العصر لطلبة الصحافة والصحفيين الجزائريين.

5-2- وضع صحافة الحلول تحت مجهر الدراسة وتفكيك عناصرها وأدواتها لتبسيطها كأسلوب صحفي جديد في معالجة المشكلات.

5-3- نقد صحافة الحلول، والمقارنة بينها وبين الصحافة التقليدية.

5-6- شرح ظاهرة تجنب الأخبار التي تعرف تزايدا غير مسبوق حسب عدة دراسات وتقارير عالمية.

5-7- توضيح الانعكاسات السلبية لتجنب الأخبار على الجماهير، وخطر ذلك على الممارسة الإعلامية.

5-8- تحديد الدور الذي تلعبه صحافة الحلول في الحد من ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجماهير.

5-9- التعرف على منصة إيجاب المختصة في صحافة الحلول -على المستوى العربي- ودراسة المقالات التي تشرف على كتابتها لمعرفة مدى قدرتها على الحد من ظاهرة تجنب الأخبار.

6- أهمية الدراسة:

تنطلق أهمية هذه الدراسة من الاعتبارات التالية:

6-1- تصغير الفجوة بين البحوث العربية والبحوث الأجنبية التي تسبقنا بمراحل خاصة في موضوع صحافة الحلول، والتي تكرس لها مؤسسات البحث الغربية الكثير من الدراسات نظرا لكونها مستقبل الصحافة كما يقول العديد من المختصين.

6-2- أهمية صحافة الحلول كنهج صحفي جديد في معالجة الأحداث وتقديمها للجمهور بصيغة أقل سلبية عن القوالب التقليدية التي بدأت تعرف التراجع بسبب تجنبها من قبل الجمهور.

6-3- خطورة ظاهرة تجنب الأخبار على الجمهور ووعيه بالقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وكذلك على المؤسسات الإعلامية التي باتت تشهد انخفاضا في عدد المشاهدات والقراءات.

7- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

يعتبر المنهج العلمي بأنه "فن التنظيم الصحيح لسلسة من الأفكار العديدة من أجل الكشف عن الحقيقة أو البرهنة عليها"[1]، ويُعَرّف على أنه "طريقة تصور وتنظيم مجموعة من العمليات والإجراءات والأدوات البحثية لبلوغ هدف معين"[2]. وهو أساس الوصول إلى حل المشكلات وتفسير الظواهر محل الدراسة بطريقة علمية في غاية التنظيم. ولهذا يعد اختيار المنهج العلمي المناسب خطوة بالغة الأهمية تحدد وفقها الخطوات العلمية التي تسمح بالوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية.

وبالنظر الى طبيعة موضوع البحث، والذي يدرس "**دور صحافه الحلول في الحد من ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجمهور**" من خلال تحليل المقالات المنشورة تحت إشراف منصة إيجاب اخترنا الاعتماد على **المنهج الوصفي التحليلي** باعتباره المنهج العلمي المناسب لتفسير وفهم طبيعة ظاهرة تجنب الأخبار وتحليل دور صحافه الحلول كنهج صحفي جديد في تقليلها.

ويعتبر **المنهج الوصفي التحليلي** واحدا من أهم مناهج البحث العلمي، بحيث يُعَرَّف على أنه "طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجيه علمية صحيحة تُصوّر النتائج التي يتم التوصل إليها عبر أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها، كما يهدف إلى وصف ظواهر أو أحداث أو أشياء معينة وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع"[3].

إضافة إلى ذلك، سنستخدم **منهج دراسة حالة**، نظرا لأن البحث يحلل مقالات محددة نشرت تحت إشراف **منصة "إيجاب"**، والتي تعد عينة قصدية تم اختيارها كونها المنصة العربية الوحيدة المتخصصة في إنتاج محتوى إخباري في صحافة الحلول، وتأطير الصحفيين في هذا النهج. ويسمح هذا المنهج بالتركيز على تحليل معمق لعينة

---

[1] عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الكويت، 1977، ص04.

[2] موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية)، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر، الطبعة الثانية، ص 98.

[3] محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، الطبعة الثالثة، (صنعاء: دار الكتب، 2019)، ص46.

واحدة، ما يعزز من فهمنا لدور صحافة الحلول في التفاعل مع الجمهور وتقليص تجنبه للأخبار، عبر تتبّع خصائص المقالات وتحليل مضامينها وسياقاتها.

وبناءً على المنهجين المعتمدين وتوافقهما مع أهداف وطبيعة البحث، تتضح أدوات جمع البيانات المناسبة، وهي:

1- أداة تحليل المضمون: كأداة رئيسية.

2- المقابلة: كأداة ثانوية.

7-1- أداة تحليل المضمون:

تعتبر تقنية تحليل المضمون من "أهم الأدوات العلمية في حقل الإعلام والاتصال، وأكثرها استخداما، حتى أن البعض قد اعتبرها منهجا قائما بذاته"[1]، حيث يعرفها **بارمارد بيرلسون** بأنها "أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال"[2]. وقد استخدمنا هذه الأداة كأداة رئيسية لتحليل محتوى المقالات المكتوبة بصيغة صحافة الحلول، بهدف رصد أبرز خصائصها، والوقوف على الآليات التحريرية المعتمدة فيها، وتحديد الرسائل الرئيسية التي تنقلها للجمهور، ومعرفة مدى قدرتها على جذب اهتمام القارئ والمساهمة في تقليل ظاهرة تجنب الأخبار الآخذة في التفاقم عاما بعد عام، خاصة في ظل الانتقادات الموجهة للخطاب الإعلامي التقليدي.

[1] عبد الكريم بن عيشة، تحليل المحتوى الإعلامي "خطوات – نماذج – تطبيقات"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2017، ص12.

[2] Berelson, Bermard, Content Analysis in communicatíonresearch the Free press publischers. Glencoe Illinois,1952. P18.

7-2- أداة المقابلة:

كما تم الاعتماد على المقابلة كأداة ثانوية تهدف إلى جمع معطيات معمقة عن منصة "**إيجاب**"، حيث أجرينا مقابلة مع مؤسسة المنصة، الصحفية المصرية "**دينا أبو غزالة**" التي عملت لأكثر من 14 عاما مع هيئة الإذاعة البريطانية، لتقرر بعدها إنشاء منصتها الخاصة، التي أصبحت أول منصة عربية متخصصة في صحافة الحلول، لذا فقد سمحت لنا مقابلتها بالوصول لفهم شامل لهذا النهج الصحفي الذي تتخصص فيه، وفهم رؤيتها له في إطار ظاهرة تجنب الأخبار.

8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع البحث المتعلق بدراستنا هذه من كل القصص الصحفية المنشورة بصيغة صحافة الحلول في الفضاء العربي، والتي تهدف إلى معالجة القضايا بطريقة بنّاءة تركز على الحلول بدلا من الاقتصار على عرض المشكلات. ويشمل هذا المجتمع جهود المنصات والمؤسسات الإعلامية والصحفيين المستقلين الذين يمارسون هذا النهج أو يسعون إلى إدراجه في ممارساتهم.

ومن هذا المجتمع العام، اخترنا **منصة "إيجاب"** المختصة بنشر قصص صحافة الحلول كعينة قصدية للبحث، كونها المنصة الوحيدة التي تُعنى بصحافة الحلول على المستوى العربي، وتعمل على مرافقة الصحفيين –المستقلين– أصحاب المقترحات المبنية على هذا النهج الجديد في كتابة قصصهم، إلى غاية نشرها على أحد المنافذ الإعلامية الإقليمية أو الدولية. حيث عملنا على تفكيك المقالات المنشورة تحت إشراف المنصة، وتحديد ما الذي يجعلها ذات قدرة على إشراك القارئ، وإلهامه، ودفعه إلى مواصلة القراءة وإلى تغيير نظرته المتشائمة اتجاه الأخبار خاصة التي تنتجها وسائل الإعلام المؤسسية، وكل هذا لغاية فهم نهج صحافة الحلول، وتحليله ضمن السياق العربي، وتحديد مدى قدرته ودوره في الحد من ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجمهور.

9- تحديد مفاهيم الدراسة:

إن تحديد مفاهيم الدراسة تعد خطوة أساسية في كل بحث علمي، حيث تضع قاعدة مفاهيمية صلبة للمصطلحات، وتُعرّفُ متغيرات الدراسة في سياق البحث كما يقصدها الباحث. وقد حددنا من دراستنا هذه 03 مفاهيم لتعريفها تعريفا لغويًّا، وإصطلاحيًّا، وإجرائيًّا، وهي كالآتي:

1- صحافة الحلول (Solutions Journalism):

1-1- التعريف اللغوي:

- الصِحافة لغةً: الصِحافةُ بكسر الصاد، مشتقة من الفعل صَحَّفَ، يُصَّحِفُ، تَصْفِيحًا، فهو مُصحِف، والمفعول به مُصَحَّف. مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة، والنسبة إليها: صِحافيّ.[1]
- أما الحلول لغة: جمع حَل، مشتق من حَلَّ، يّحِلُّ، واحْلُلْ. حِلَّ، حَلَّ، وحُلولًا، فهو حَالّ، والمفعول مَحْلُول. حل المشكلة ونحوها: وجد لها مخرجًا. وحل العقدة: فكّها.[2]

1-2- التعريف الاصطلاحي:

يعرف قاموس أكسفورد الصحافة بأنها: "عمل جمع وكتابة القصص الإخبارية للصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون أو مواقع الأخبار عبر الإنترنت" وأيضا بأنها "القصص الإخبارية التي تتم كتابتها"، فيما يُعرف الحلول بأنها " محاولة لحل مشكلة

[1] معجم المعاني الجامع، كلمة "صحافة"، الرابط: https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9؟ (تاريخ الدخول: 12 فيفري 2025).

[2] نفس المرجع. كلمة "حل"، الرابط: https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9؟ (تاريخ الدخول: 12 فيفري 2025).

أو التعامل مع موقف صعب"[1]، وتجتمع الكلمتين في عبارة "**صحافة الحلول**" التي تعرفها شبكة صحافة الحلول والتي تعتبر المرجع الرئيسي لها بأنها: "تقارير دقيقة وصارمة تتناول كيفية استجابة الناس للمشكلات الاجتماعية، وما يمكننا تعلمه من نجاحاتهم وإخفاقاتهم".[2]

1-3- التعريف الإجرائي:

ولا يختلف تعريفنا الإجرائي لصحافة الحلول في سياق بحثنا هذا عن تعريفها الاصطلاحي المتفق عليه عالميا، لا سيما أننا نعمد من خلال هذا البحث إلى فهمها وتفكيك مكوناتها ورصد أبعادها ودورها في تقليل ظاهرة تجنب الأخبار، إلا أننا سنقوم بتقديم تعريف مبسط وسهل الفهم لها نظرا لتعقيد بعض التعاريف المعتمدة، خصوصا أنها أسلوب صحفي غير معهود وغير منتشر بكثرة في العالم العربي. ومنه، فإن صحافة الحلول هي نهج صحفي يتجاوز تغطية المشكلات ذات البعد العالمي إلى تغطية الاستجابات التي يقوم بها أفراد، أو جماعات، أو جهات، أو دول لمعالجة هذه المشكلات والحد منها، حيث تقدم قصص الحلول الأمل والإلهام للجمهور وتدفعه إلى تبني زوايا نظر مختلفة عن قضايا تم التسويق لها إعلاميا من زاوية سلبية لا تعكس الواقع بدقة ومصداقية.

---

[1] Definition of JOURNALIM noun, the Oxford Advanced Learner's Dictionaries (accessed 21 April 2025) https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/news?q= JOURNALIM+

[2] Solutions Journalism, “Solutions Journalism: What is it and why should I care?”, The Whole Story, December 9, 2020, accessed January 11, 2025, https://thewholestory.solutionsjournalism.org/solutions-journalism-what-is-it-and-why-should-i-care-e5acd0ab5332.

2- تجنب الأخبار (News Avoidance):

2-1- التعريف اللغوي:

- التجنب لغة: "البعدُ والابتعادُ عن الشّيءِ، تحاشٍ"[1].
- الأخبار لغة: "ما يُنقل ويُحدثُ بهِ قولًا أو كتابةً. قولٌ يحتملُ الصّدقَ والكذب"[2].

2-2- التعريف الاصطلاحي:

تجنب الأخبار هو الامتناع عن استهلاك الأخبار بسبب عوامل نفسية أو اجتماعية، أو تقنية، وهو ظاهرة إعلامية يقلل فيها الأفراد –بوعي أو دون وعي– من تعرضهم للأخبار أو يتجنبونها كليةً لعدة أسباب، منها الشعور بالإرهاق من سلبيتها وتكرارها، أو انعدام الثقة في الوسائل الإعلامية، أو الاعتقاد بعدم جدواها أو صعوبة فهمها. وقد يكون هذا التجنب مؤقتا أو دائما، ويعتبر رد فعل على التغطية الإخبارية المفرطة خاصة للقضايا المثيرة للإحباط والقلق، وحتى لانجذاب الجمهور لمحتوى ترفيهي بديل على المنصات الرقمية.

2-3- التعريف الإجرائي:

نشير بمصطلح **تجنب الأخبار (News avoidance)** في دراستنا هذه إلى ظاهرة امتناع الأفراد عن متابعة الأخبار أو تقليل استهلاكهم لها سواءً بشكل متعمد أو غير متعمد، وهو سلوك فردي يصف توجها جماعيا مبنيٌّ على عوامل نفسية، واجتماعية، وتكنولوجية. وهو التعريف الذي استنبطناه من البحوث والدراسات التي اعتمدنا عليها في هذا البحث، إذ أن معظمها يركز على أشكال وأسباب وانعكاسات الظاهرة دون تقديم تعريف صريح وضبط مفاهيمي وافٍ وشامل لها.

---

[1] قاموس مرشد الطلاب، منشورات المرشد الجزائرية، الجزائر، 2015، ص43.

[2] معجم الوسيط، الطبعة الخامسة منقحة (مكتبة الشروق الدولية، مصر الجديدة) يناير 2011، ص 222.

3- الجمهور (The Audience):

3-1- التعريف اللغوي:

الجمهور لغة: جلُّ الشيءِ وأكثرُهُ. كلمة مأخوذة من "الجَمْهَرة" أي: حشدٌ مِن النّاس.[1]

3-2- التعريف الاصطلاحي:

مجموعة من الناس يتابعون وسائل الإعلام، ويتلقون رسائلها، ويتفاعلون مع الرسالة الاتصالية المكتوبة، أو المرئية، أو المسموعة، أو الإلكترونية، والتي تحوي في مضمونها أهدافا سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية، أو أية اهداف أخرى، ويدا مصطلح الجمهور على أعداد الناس الذين يتلقون الرسالة الاتصالية الجماهيرية.[2]

3-3- التعريف الإجرائي:

في هذا البحث نعتبر الجمهور مجموعة المستهلكين للمحتويات الإعلامية، والفئة التي تُنتَج من أجلها هذه المواد لأهداف متعددة كـ: التنوير، ورفع الوعي، والتثقيف، والإحاطة بمختلف الأحداث التي تؤثر –من بعيد أو قريب– على حياة الناس، بالإضافة إلى الإلهام والتسلية. وبهذا يكون رضى الجمهور بالمحتوى الإعلامي الذي يشبع احتياجاته ورغباته المشروعة عنصرا مهما في هذه الصناعة.

10- المقاربة النظرية:

إن النظريات هي القاعدة الصلبة الثانية التي يُبنى عليها البحث بعد تحديد مصطلحات الدراسة، حيث تساعدنا على إيجاد موطئ قدم مُهيئ لوضع أسس التحليل

[1] ابن المنظور، "لسان العرب"، دار صاد، (149/4).

[2] عمار حمد الحجامي، "نظريات الاتصال"، جامعة ذي قار كلية الإعلام، 2023-2024، ص50.

والخروج بنتائج بحثية دقيقة وموضوعية، وقائمة على أساس التراكم العلمي المنهجي. وفي علوم الإعلام والاتصال تتعدد النظريات وتتجدد مع التغيرات الرقمية الحاصلة في البيئة الإعلامية، ولعل من أبرزها نظرية "**الاستخدامات والإشباعات**" التي "تُعنى في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجاته الكامنة في داخله" كما يشرحها د. بوخاري محمد ود. قاسمي إبراهيم في دراستهما بعنوان "الإعلام التقليدي والإعلام الجديد من خلال نظرية الاستخدامات والإشباعات"[1]، أين يؤكدان على أن الجمهور ليس سلبيا وقابلا لكل ما يُقدم إليه من محتويات إعلامية، بل لديه أهداف معينة يسعى لتحقيقها من خلال التعرض للمحتوى، منها الحصول على المعلومات، والتثقف، والاكتشاف، والتعلم، والإلهام، والتسلية، وتحسين المزاج، للخروج من أعبائه الحياتية الروتينية، ويضيفان أن "الجمهور باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم، وكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له، ومن هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور فيما يتعلق بعناصر العملية كلها، والدور النقدي هو الذي يؤثر في استمرار عملية التعرض أو الانسحاب منها بناء على الممارسة التي يقوم بها العضو كطرف في العملية الإعلامية".

وهذا ما يجعل هذه النظرية مناسبة جدا لدراستنا، لأنها توضح مدى استقلالية الجمهور وقدرته على التمرد على النظريات التقليدية التي تَسِمُه بالسلبية والتبعية، واختيار ما يتابعه وما يتجنبه بناءً على الاحتياجات والرغبات التي يبحث عن تلبيتها من خلال استهلاك المحتوى "حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته من التعرض"[2]، وبالتالي فإن تجنب الأخبار هو نتيجة لعدم تحقيق الجمهور لإشباعاته نتيجة قصور في المادة الإعلامية التي تُقدم له، خاصة إذا كانت نسبة كبيرة من الجمهور تتجه إلى هذا السلوك وبنسب قياسية عاما بعد عام. ومنه، فإن فهم دور صحافة الحلول ومدى قدرتها على

[1] د. محمد بخاري وإبراهيم قاسمي، "الإعلام التقليدي والجديد من خلال نظرية الاستخدامات والإشباعات"، مجلة روافد للبحوث والدراسات، مخبر الجنوب الجزائري للبحث في التاريخ والحضارة الإسلامية، جامعة غرداية، العدد السابع، 2019، ص36.

[2] المرجع نفسه.

الحد من هذه الظاهرة يمكن قياسه بمعرفة مدى الإشباعات التي تحققها للجمهور، ما يجعله يعود لاستهلاك الأخبار والثقة بالوسيلة الإعلامية التي تقدمها.

وبناءً على كل هذا، قمنا باختيار هذه النظرية كمقاربة وحيدة للدراسة، نظرا لملاءمتها لطبيعة موضوعنا الذي يتمحور حول دور صحافة الحلول في الحد من تجنب الجمهور للأخبار، لا سيما أن هذه النظرية تتيح لنا فهم كيف تساهم صحافة الحلول عن طريق دراسة مقالات منصة إيجاب في إشباع احتياجات الجمهور، وتحديد الخصائص التي تجعل من قصص الحلول تعيد استقطابه للأخبار.

11- الدراسات السابقة:

تساعد الدراسات السابقة الباحث على إيجاد موطئ قدم يقف عليه أثناء عمله على موضوع بحثه، كما تمكنه من معرفة الفجوات المعرفية التي عليه سدها، وبناء على هذه الاحتياجات الأساسية، استعانت هذه الدراسة بدراسات سابقة اهتمت هي الأخرى بصحافة الحلول وسعت إلى فهمها وتحليلها وتحديد دورها وأهميتها لحرفة صناعة الأخبار ككل، إلا أن هذه الدراسة تحديدا تجاوزت مجرد تفكيك صيغة هذا النهج إلى فهم دورة في تقليل ظاهرة تجنب الأخبار التي تعتبر ظاهرة خطيرة تؤثر على الوعي الجمعي للمجتمع وحتى على العملية الإعلامية على المدى القصير.

كما أن هذه الدراسة شرحت مفهوم صحافة الحلول بأسلوب سلس وأكثر سهولة وبساطة مقارنة بالدراسات الأخرى التي مالت إلى تعقيد هذا المفهوم وطرحه بأسلوب قد ينفر القارئ منه، خاصة إذا ما كان صحفيا يريد اكتشاف صحافة الحلول وفهمها لتطبيقها في عمله الصحفي. ومن هذه الدراسات نذكر:

1- كتاب "صحافة الحلول" لإميل بولان (2018) باللغة الفرنسية:

في كتابه المعنون بـ"**صحافة الحلول**" (2018) باللغة الفرنسية، قدم الكاتب **إيميل بولان** تحليلا معمقا لصحافة الحلول كونها نهجا جديدا عرف زخما هائلا في السنوات

الأخيرة وكثر الحديث عنه كحل يخرج الصحافة مما هي فيه من وضع يتسم بالتأزم الهيكلي وعدم الوضوح بسبب فقدان الثقة فيها من قبل الجمهور، وإعراضه عن استهلاك أخبارها نتيجة التحيز السلبي للصحفيين ووسائل الإعلام في تغطية الأخبار، وهو ما أدى بالمهنة إلى فقدان مصداقيتها لدى المتلقين الذين أصبحوا يرونها تركز على محتويات إخبارية بعيدة عن الواقع العام وتفتقر إلى التمثيل الجيد، لتأتي صحافة الحلول لإعادة الاعتبار للمهنة من خلال التركيز على ما ينجح وما يفعله الناس من إصلاحات في مجتمعاتهم.

وبناءً على هذا، تناول إيميل بولان صحافة الحلول بداية من تفكيك أصولها، وشرح ماهيتها، وإعطاء المنظمات والجهات الناشطة في هذا النهج على الصعيد الفرنسي والعالمي. ثم انتقل إلى تفكيك تقنياتها، مبينا المواضيع التي يتم تغطيتها بشكل أكبر، ومقدما عدة موارد للتدرب عليها. وفي الختام وضح كيفية معالجة المواضيع بنهج الحلول بطريقة عملية. وقد هدف الكاتب من خلال هذا على التأكيد على دور هذا النهج المختلف في حل الأزمة الجلية بين وسائل الإعلام والجمهور من خلال التغطية المتوازنة. ورغم أنه لم يربط بين ظاهرة تجنب الجمهور للأخبار وصحافة الحلول إلا أن هذه العلاقة كانت واضحة ضمنيا من خلال السياق، وتم الإشارة إليها عدة مرات في فصول الكتاب.

ويشكل هذا الكتاب قاعدة نظرية أساسية لدراستنا هذه، حيث قدم تأطيرا مفاهيميا وعرضا تاريخيا وتقنيا مهما لصحافة الحلول، غير أن عدم ربطها بين هذه الأخيرة وظاهرة تجنب الأخبار وإبراز الدور الذي تلعبه في معالجتها بوضوح، يوضح أهمية هذه الدراسة والإضافة العلمية القيمة لها في هذه الصدد.

2- دراسة بعنوان *"محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور"* (2018) باللغة العربية:

أنجزت الباحثة **د. رحاب محمد أنور** دراسة "*محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور*"، بهدف رصد

محددات ممارسة صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية، والكشف عن تصورات ومشاعر الصحفيين تجاه هذا النمط الصحفي، وتأثير ممارسته على رضاهم اتجاه وظيفتهم، إلى جانب التعرف على الانعكاسات المعرفية والنفسية لتلقي هذا النوع من الصحافة لدى الشباب الجامعي.

واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة من خلاله ثلاث أدوات بحثية: أداة تحليل المضمون لقصص صحافة الحلول المنشورة في موقع "مصراوي" في عام 2018، وأداة المقابلة المتعمقة مع عدد من الصحفيين الذين يكتبون في صحافة الحلول، بالإضافة إلى مجموعة نقاش مركزة مع عينة من الشباب الجامعي لمعرفة ردود فعلهم على قصص الحلول مقابل قصص المشكلات. كما وقد استندت الدراسة في إطارها النظري إلى تكامل هذه النظريات الثلاث: نظرية المسؤولية الاجتماعية، ونموذج هرم التأثيرات، ونظرية إدارة المزاج.

وفي النهاية، توصلت إلى أن موقع "مصراوي" يلتزم إلى حد كبير بالمعايير المهنية لصحافة الحلول، من خلال عرض أسباب المشكلات، وتفاصيل الاستجابة، والدرس المستفاد منها. كما وكشفت المقابلات أن ممارسة هذا النوع من الصحافة ساهمت في تعزيز مشاعر التفاؤل والسعادة لدى الصحفيين. فيما أكد الشباب الجامعي المشاركون في مجموعات النقاش على تأثرهم الإيجابي بهذا النوع من القصص، وزيادة رغبتهم في متابعته.

وتعد هذه الدراسة مرجعا مهما لدراستنا من حيث توضيحها لتأثير صحافة الحلول على كل من القائم بالاتصال والجمهور، كما أنها تركز على إظهار دور هذا النهج الصحفي كوسيلة لإحداث التفاعل الإيجابي، غير أنها لم تتناول ظاهرة **تجنب الأخبار**، والتي تُشكل محور التركيز الأساسي في هذا البحث، كما أن تركيزها كان على **موقع إخباري واحد** في سياق مصري، بينما نعتمد على تحليل **مقالات منشورة في منصات إخبارية متعددة تحت إشراف منصة "إيجاب"** ضمن سياق عربي واسع، في محاولة لفهم دور صحافة الحلول في الحد من تراجع استهلاك الأخبار لدى الجمهور.

3- دراسة بعنوان "قوة صحافة الحلول" (2014) باللغة الإنجليزية:

هدفت هذه الدراسة، التي أُجريت بالتعاون بين شبكة صحافة الحلول ومشروع الأخبار التفاعلية (Engaging News Project)، إلى اختبار أثر صحافة الحلول على تفاعل الجمهور مع الأخبار، وذلك من خلال تجربة شبه ميدانية على عينة مكونة من 755 مشاركا من البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية. حيث تم عرض مقالات صحفية على المشاركين تتناول ثلاث قضايا اجتماعية: الصدمات النفسية لدى الأطفال، التشرد في المدن، والفقر في الهند، وقُسّمت المقالات إلى نسختين: نسخة تركز فقط على عرض المشكلة (النسخة التقليدية)، ونسخة أخرى تتحدث عن نفس الموضوع، ولكنها تتضمن تغطية لحلول واقعية مطبّقة أو ممكنة (نسخة صحافة الحلول).

وخلصت الدراسة إلى أن إدراج محتوى قائم على الحلول داخل التغطيات الإخبارية ساهم في رفع مستوى إدراك الجمهور وفهمه للقضايا، كما عزز شعوره بالقدرة على المساهمة في التغيير، ووَلَّدَ لديه مشاعر إيجابية كالأمل والاهتمام، مقارنة بالقراء الذين اطّلعوا على تقارير تقليدية تركز فقط على عرض المشكلات. وهنا تكمن أهمية هذه الدراسة، فمن خلال اعتبارها دليلا تجريبيا على أن صحافة الحلول قادرة على تعزيز ارتباط الجمهور بالمحتوى الإخباري، مما يجعلها أداة فعالة في الحد من ظاهرة تجنب الأخبار، وهو ما يتقاطع بشكل مباشر مع إشكالية هذا البحث، الذي يسعى إلى تحليل دور صحافة الحلول في معالجة هذا السلوك الإعلامي السلبي لدى الجمهور، من خلال دراسة تطبيقية على محتوى منصة" إيجاب "خلال صيف 2024.

4- تقرير معهد رويترز لدراسة الصحافة التابع لجامعة أوكسفورد لعام 2017 باللغة الإنجليزية:

كما واعتمدنا في دراستنا هذه على تقرير معهد رويترز لدراسة الصحافة التابع لجامعة أكسفورد لعام 2017، والذي خصص أحد أقسامه –والذي كان إعداد الباحث أنتوني كالوجربولوس (Antonis Kalogeropoulos)– لدراسة ظاهرة تجنب الأخبار من خلال تحليل نتائج استطلاعات رأي أُجريت في عدد من دول العالم، شملت

مستخدمي الأخبار الذين يصرحون بتجنبهم لها غالبا أو أحيانا. وقد اعتبر التقرير هذه الظاهرة مثيرة للقلق بشكل متزايد، نظرا لما تطرحه من تحديات تتعلق بقدرة المواطنين على اتخاذ قرارات واعية في الشأن العام، خاصة في ظل التراجع في الثقة بوسائل الإعلام، وطغيان المحتوى الترفيهي على الفضاء الرقمي.

وتكمن أهمية هذا التقرير كدراسة سابقة في كونه يوفر إطارا كميا ومعرفيا جيدا وشاملا لفهم مدى انتشار تجنب الأخبار، ودوافعه النفسية والمعرفية، إلى جانب التباينات الجغرافية والديموغرافية المرتبطة به. فقد أظهرت نتائجه تفاوتا كبيرا في نسب المتجنبين بين الدول، وربطت ذلك بعوامل كالأزمات السياسية والاقتصادية، كما مَيَّزت بين نوعين رئيسيين من التجنب: أحدهما ناجم عن الأثر السلبي للمحتوى الإخباري على المزاج، والآخر نابع من انعدام الثقة في مصداقية وسائل الإعلام.

ورغم ثراء التقرير في وصف أبعاد الظاهرة وتحليلها، إلا أنه لم يتناول ما يجب على وسائل الإعلام فعله أو تبنيه لتخفيف هذا النفور الإخباري. ومن هنا، تسعى دراستنا هذه إلى البناء على ما ورد في هذا التقرير، من خلال التوسع في البحث عن إمكانية صحافة الحلول كنهج تحريري قادر على تقليص ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجمهور. بتحليل وصفي لعينة من المقالات التي أشرفت منصة إيجاب على نشرها خلال عام 2024، وذلك بهدف فهم مدى تأثير المعالجة الإخبارية القائمة على الحلول في استعادة اهتمام الجمهور وتقليص أسباب النفور، سواء المرتبطة بالمحتوى أو بالمؤسسة الإعلامية نفسها.

الإطار النظري

I- صحافة الحلول كمنهج صحفي جديد

1- ماهية صحافة الحلول:

تعتبر صحافة الحلول نهجا إعلاميا جديدا يُطل على الساحة الإعلامية العربية، وهو ما يجعله يُفهم غالبا على أنه أسلوب صحفي يقوم على تغطية المشكلات واقتراح حلول لها، كأن يكتب الصحفي مقالا عن مشكلة "**التلوث البيئي**" ويقترح حلولا للتقليل منها مستندا إلى أراء الخبراء وأبحاث المتخصصين، غير أن صحافة الحلول ليست مفهوما بهذه السطحية، بل هي مفهوم معقد ومركب له ما له، وعليه ما عليه، مما أفردت فيه المقالات، وكتبت فيه الأوراق البحثية المطولة، وأقيمت من أجله الملتقيات والدورات التدريبية، لغاية ضبطه وشرحه على أكمل وجه، والرد على الانتقادات التي لم تفتأ تُوجه له، وتوضيح مدى أهميته في هذا الوقت الذي تفقد فيه وسائل الإعلام زخمها المعتاد بسبب تراجع اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار لعدة أسباب.

ويعود هذا الفهم الخاطئ لصحافة الحلول والذي يقع فيه الكثيرون بمن فيهم بعض المتخصصين في مجال الإعلام، إلى كونه مفهوما حديثا نسبيا يُطل على الساحة الإعلامية وبالأخص الساحة العربية، مقارنة بما هو عليه في الغرب، أين يعرف صدى واسعا واهتماما متناميا وصل إلى حد إدراجه في مناهج بعض الجامعات، وإنشاء منصات ومواقع إخبارية متخصصة فيه تعتمده كنهج أساسي في إنتاج قصصها الصحفية.

ولتصحيح هذا الفهم الخاطئ لهذا المفهوم الحديث في الصحافة نقدم في هذا القسم كيف تُعرَّف صحافة الحلول من قبل روادها بغية الوصول إلى فهم شامل لما يُراد بها وتمييزها عن الأساليب التقليدية والمشابهة.

وتعتبر شبكة صحافة الحلول (**SJN**) المرجع الأساسي والأكثر تأثيرا على الصعيد العالمي في صحافة الحلول، وهي منظمة مستقلة وغير ربحية عملت مع أكثر من 170 غرفة أخبار وآلاف الصحفيين الأفراد حول العالم لتعزيز هذا النهج الصحفي منذ تأسيسها عام 2013، وهي توفر مجموعة من الأدوات والموارد التدريبية لمساعدة الصحفيين وغرف الأخبار على دمج صحافة الحلول في ممارساتهم المهنية. حيث

تقوم على رؤية "تحويل الصحافة لتكون وسيلة تتيح للناس الوصول إلى أخبار تساعدهم على تصور عالم أكثر عدلاً واستدامة".[1]

ووفقا لهذه الرؤية تُعرّف الشبكة صحافة الحلول بأنها: "**صحافة تُحقّق وتُفسّر، بطريقة نقدية وواقعية، كيف يحاول الناس معالجة المشاكل المشتركة على نطاق واسع. فبينما يُعرّف الصحفيون الأخبار عادةً على أنها "ما هو خطأ"، تحاول صحافة الحلول توسيع هذا التعريف ليشمل الاستجابات: فالتجاوب مع المشكلات هو أيضًا أمر يستحق التغطية الإخبارية. فمن خلال إضافة تغطية دقيقة للحلول، يمكن للصحفيين سرد القصة الكاملة**". وبتعريف أكثر تبسيطا من الشبكة نفسها: "**هي تقارير دقيقة وصارمة تتناول كيفية استجابة الناس للمشكلات الاجتماعية، وما يمكننا تعلمه من نجاحاتهم وإخفاقاتهم**".[2]

ويشير هذا التعريف المعتمد عالميا إلى أن صحافة الحلول هي قالب إخباري يسمح بتجاوز تغطية المشكلات ذات الطابع العالمي المشترك، كالمشكلات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والصحية، والبيئية التي تتشابه وتتكرر في عديد الدول، إلى البحث عن مبادرات تعمل على الحد من هذه المشكلات بحيث تكون مصدر إلهام وتحفيز على التغيير وأخذ زمام المبادرة، بدل غض النظر عن المشكلة والتسليم بعدم وجود ما يمكن فعله حيالها. وهو ما تؤكده الصحفية **جولييت جيربي** إذ تقول: "**معالجة المشكلات أمر مهم، لكنه لا يَقِلُّ أهميةً عن معالجة الحلول القائمة والتي تُظهر وعي**

---

[1] European Journalism Centre and Solutions Journalism Network, *Solutions Journalism: An Introduction for Journalists and Newsrooms*, 2020. https://ejc.net/resources/solutions-journalism-an-introduction-to-solutions-focused-development-reporting

[2] Solutions Journalism Network, https://thewholestory.solutionsjournalism.org/solutions-journalism-what-is-it-and-why-should-i-care-e5acd0ab5332.

الناس وجهودهم الفعلية لمعالجة القضايا، ما يمنح الإلهام والأدوات للقراء الشباب الذين قد يشعرون أن العالم ميؤوس منه".[1]

ولا يختلف هذين التعريفين عما وضَّحَهُ الصحفيون في صحيفة **San – Tribune Diego Union** الكاليفورنية لما وصفوا التغطية التي يقومون بها في عمودهم الخاص بالحلول بأنها "طريقة تبرز الناس الذين يُحدثون فرقا في مجتمعاتهم، بحيث تكون هذه المساهمات طوعية ومستمرة وحافلة بالإنجازات"[2]. وإن كان هذا التعريف يميل أكثر إلى التركيز على المبادرات الناجحة، إلا أنه يصب في قلب الهدف الذي صيغت من أجله صحافة الحلول. فالهدف الأساسي هو التأثير على المجتمع ولن يكون هذا إلا بإعادة التوازن إلى التغطية التي تقدمها وسائل الإعلام. وحسب التعريف الذي وضعه المعهد البنّاء للصحافة، فإن "صحافة الحلول لا تتعلق بأن تكون التقارير إيجابية وتعتمد على تقديم أخبار سارة تتجاهل المشاكل، وأيضا، هي ليست نشاطا ترويجيا أو دعاية، بل تتعلق بتقديم تقارير متوازنة حول الخير والشر في المجتمع من خلال تطبيق تقنياتها في أي مجال. وبهذا أطلقوا عيها تسمية "الصحافة ذات العينين""[3].

ويرى **ديفيد بورنشتاين**، المؤسس المشارك بشبكة صحافة الحلول، أن الصحافة تعمل كنظام تغذية راجعة قائم بالأساس على فكرة مفادها أن السبيل لتحسين المجتمع هو إرشاد الناس إلى مواطن الخلل، ويُشبِّه هذا النمط من التغطية بـ: "**الإشارة إلى أخطاء أطفالك كل صباح متوقعا أن هذا سيجعلهم أشخاصا أفضل. بينما يحتاج الأطفال إلى أمثلةٍ تجعلهم يدركون أن هناك سلوكا مختلفا ممكنا يحظى بالتقدير**

---

[1] European Journalism Centre and Solutions Journalism Network.

[2] رحاب محمد أنور، "محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور"، المجلة العلمية لبحوث الصـــحافة، العدد الثالث والعشـــرون (الجزء الثالث)، يناير/يونيو 2022، ص167.

[3] Pauline Amiel, Le journalisme de solutions, Fontaine: Presses universitaires de Grenoble, 2020, P7.

والاهتمام". والمجتمع بحاجة للشيء لذاته. فالكثير من المشاكل تستمر فقط لأن الناس لا يعرفون سبلا أفضل للتعامل معها.[1]

وإذا ما قارنا بين الصحافة التقليدية وصحافة الحلول، فسنجد أن الأولى تكتفي بالإشارة إلى المشكلة وتحليلها والرجوع إلى خلفياتها، وتكرر نفس النمط من المعالجة الإخبارية في كل تغطية عنها، كما لو أن الناس لا يعرفون بوجودها أصلا. أما صحافة الحلول فتشير إلى المشكلة لكنها لا تركز عليها بل تركز على ما تقدمه من أمثلة لما قد تم فعله لاحتواء المشكلة، سواءً كان هذا المثال ناجحا أو فاشلا، وهي بذلك تعيد صياغة نهج العمل الصحفي بتوجيهه نحو تغطيةٍ أكثر توازنا يمكن لها تحقيق أثر فعال في المجتمع. وفي هذا يقول الصحفي المستقل **شافي مصدق** الذي طبق منهج صحافة الحلول على طيف متنوع من المواضيع الصحفية من التشريع وحماية ضحايا العنف المنزلي وصولا لدوري السوبر الأوروبي:"**تطرح صحافة الحلول سؤالا عن إمكانية وجود منظورات مختلفة لقصة يعتقد الناس أنهم يعرفون كل جوانبها، من خلال تطرقها إلى جانب خفي تجاهلته النقاشات العامة**".[2]

وتشير **لورا ناثانسون** إلى أن صحافة الحلول تمثل نهجا استباقيا في العمل الصحفي، حيث أنها تهدف إلى تسليط الضوء على المبادرات الناجحة والتدخلات المبتكرة للتحديات الاجتماعية والبيئية والصحية. وترى أن هذا التوجه يسعى على إلهام الجمهور وتحفيزه على التغيير المجتمعي الإيجابي، من خلال إشعاره بالتمكين والقدرة على المساهمة في تحسين الأوضاع ودفع عجلة التنمية[3]. لكن هذا لا يعني أن صحافة

---

[1]Tom Rosenstiel, Reporting 'the Whole Story': 9 Good Questions with David Bornstein of Solutions Journalism Network, January 15, 2014, American Press Institute, https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/solutions-journalism-david-bornstein./

[2] المركز الأوروبي للصحافة. دليل الصحفي المستقل لصحافة الحلول. ترجمة: معهد الجزيرة للإعلام، 2021.

[3] Laura Nathanson, Mastering the Craft: A Comprehensive Guide to Excellence in Journalism (Richards Education) 2015. p122.

الحلول تتعلق فقط بالمبادرات الناجحة، فقصص الحلول الفاشلة أيضا لها أهمية في هذا النهج، فكما يمكن للجمهور أن يتعلم من مبادرة ناجحة يمكنه أيضا أن يتعلم من مبادرة فاشلة، فمن خلال "شرح أسباب عدم نجاحها، وأوجه القصور فيها، يمكن أن تؤخذ العبرة، وهو ما يُعزز أيضا مبدأ الشفافية الصحفية، ويُظهر أن الناس يحاولون من أجل تحقيق التغيير"[1].

كما أن القصة الجيدة في صحافة الحلول، تقدم رؤى قيّمة تساعد المجتمعات على التحرك لمواجهة المشكلات التي تعترضها، سواءً تعلق الأمر بمشكلة البطالة، أو أزمة السكن، أو حتى قضية تغير المناخ. فالكثير من الأبحاث أكدت أن قصص الحلول قادرة على "تغيير نبرة الخطاب العام والانقسامات التي تنجر عنه، فتغطيتها للمبادرات تؤدي إلى تغييرات ملموسة مقارنة بالقصص الصحفية التقليدية"[2]، خاصة أن التركيز على المشاكل اليوم لم يعد شيئا كافيا للجمهور "فمعظم المجتمعات تَعرِف عادةً أكبر المشكلات التي تواجهها. لكن تكرار تغطيتها مرارًا وتكرارًا لا يؤدي غالبًا إلى التغيير. لهذا، تستخدم المزيد من المؤسسات الإخبارية حاليًا صحافة الحلول لمساعدة المجتمعات على المضي قدمًا. فبدلاً من الحديث عما هو خاطئ فقط، تذهب هذه القصص إلى ما هو صائب، باحثةً عن: من يُحرز تقدمًا حقيقيًا في معالجة المشاكل المهمة؟ وكيف يفعل ذلك؟"[3]

وهنا يبرز أساس مفهوم صحافة الحلول والذي يقوم على تساؤلات تتجاوز الأسئلة الخمسة التقليدية: ماذا؟ من؟ أين؟ متى؟ كيف؟ –ولماذا؟ في القصص المعمقة– إلى طرح سؤال: "**ماذا بعد؟**" وهو السؤال الذي يقتضي الحديث عما علينا فعله بخصوص هذه المشكلة، ما يُحتم على الصحفي التحلي بالمسؤولية الاجتماعية اللازمة لتقديم

---

[1] European Journalism Centre. https://ejc.net/resources/solutions-journalism-an-introduction-to-solutions-focused-development-reporting

[2] Solutions Journalism Network, "Blog," Solutions Journalism Network, https://solutionsjournalism.org/blog.

[3] دليل صحافة الحلول من أجل الديمقراطية. شبكة صحافة الحلول، 2020.

نماذج لمبادرات قام بها أفراد، أو هيئات، أو حتى حكومات للتقليل من المشكلة أو الحد منها، مع تقديم أدلة قائمة على بيانات دقيقة ومتكاملة توضح حدود هذه المبادرة وإلى أي مدى يمكن الأخذ بها في سياقات أخرى. وهذا ما يدفع الجمهور إلى فهم أعمق للمشكلة، وأخذ نظرة أكثر توازنا عن القضية التي حُلِلَت –وفقا لهذا النهج– من كلا جانبيها: السلبي والإيجابي، بحيث يسمح للجمهور بالتفكير: "نعم هناك مشكلة، لكن على الجانب الآخر هناك حلول لها بما أن هناك من يفعل هذا. إذن فالتغيير ممكن".

إن صحافة الحلول تعتبر نهجا جديدا وغير معهود في العمل الصحفي، إلا أنها نهج يَنُمُّ عن توجهٍ مسؤول وواعٍ اتجاه القضايا والمشكلات العالمية التي لم يعد يمكننا الاكتفاء فقط بالإشارة إليها مرارا وتكرارا لا سيما أن الجمهور قد تشَّبع بها حد السأم وحفظها عن ظهر قلب، ما دفعه إلى تجنب التعرض لها بوعي أو غير وعي نتيجة ميلها إلى السلبية ونقص الدقة. وهو ما تؤكده **تينا روزنبرغ** المؤسسة المشاركة بشبكة صحافة الحلول لمجلة The Fix المختصة بتوجهات الإعلام إذ تقول: "**لا يمكنك الاكتفاء بتغطية مشكلة تلو أخرى وجر الناس إلى اليأس والسلبية ثم التلويح لهم بالوداع أنت مدين لجمهورك بأكثر من ذلك**"[1].

بهذه التعريفات المتكاملة، يمكننا تعريف صحافة الحلول باختصار بأنها صحافة واعية ومسؤولة، تهدف إلى إرشاد الجمهور إلى الطرق الممكنة والمتاحة للحد من المشكلات وتحقيق التغيير. وذلك من خلال تغطية دقيقة ومتوازنة تجمع بين المشكلات الموجودة، والمبادرات القائمة لحلها، سواء كانت مبادرات ناجحة أو فاشلة.

[1] Alex Sabadan, "Is Solutions Journalism A Solution?" *The Fix*, February 14, 2020.

2- نشأة وتطور صحافة الحلول:

لقد عرفت صحافة الحلول اختلافا كبيرا بين الباحثين فيما يتعلق بتحديد نشأتها وتطورها، فقد نسب بعضهم أول ظهور لها إلى الحرب العالمية الثانية، حيث قرنوها بـ "**صحافة السلام**" التي كانت ذائعة الصيت آنذاك. بينما رأى البعض الآخر أن ولادتها الفعلية كانت في تسعينيات القرن الماضي، تحت مسمى "**الصحافة العامة**" التي دعا إليها المجتمع المدني الأمريكي لمواجهة السرديات السلبية. ولم يتوقف هذا الاختلاف عند النشأة وحدها بل امتد إلى المراحل التاريخية لتطورها، فكل الأدبيات العلمية التي تناولت هذا المفهوم كانت تأتي بمراحل وتفاصيل مختلفة عن سابقاتها سواءً من ناحية المسميات، أو تحديد الفترات الزمنية، أو سماتها.

ويعود هذا التضارب الذي يلحق الجذور التاريخية لصحافة الحلول وتطورها المفاهيمي إلى كونها مفهوما حديثا لا يزال قيد البحث والدراسة، وإلى كون البحث عنها معقدًا نظراً إلى تداخل مفهومها وتشابهه مع عدة توجهات صحفية سابقة تميزت هي الأخرى بالنزعة الإصلاحية والزاوية الإيجابية في تناول القضايا والمشكلات العالمية.

وقد تبين من خلال مراجعتنا لمختلف الأدبيات التي تناولت التاريخ التطوري لصحافة الحلول أنها لا تخلوا من التشابك والتعقيد، مما يصعب فهم هذا التطور ورسم مسار زمني متسلسل. لذا وبناءً على ما توصلنا إليه من استقراء للبحوث والدراسات ذات الصلة، ارتأينا إلى ضرورة تبسيط هذا المسار التاريخي عبر تقديمه في شكل جدول يُبرِز المراحل الأساسية، وسمات كل مرحلة، وأبرز الأحداث المرتبطة بها، لتقديم نشأة وتطور صحافة الحلول بأسلوب سهل وواضح.

المرحلة:	سمات المرحلة:	أهم الأحداث:
مرحلة الجذور الفكرية والتبلور: (1960-2000):	بدأت الجذور الأولى لصحافة الحلول عقب الحرب العالمية الثانية نظرا للتغطية غير المتكافئة والقائمة على الدعاية التي رافقت الأزمات العالمية عقب الحرب العالمية الثانية. وفي التسعينيات، تطورت هذا الصحافة إلى ما كان يُعرف بالصحافة العامة (المدنية) استجابة لأزمة الثقة في وسائل الإعلام، بسبب الانحياز السلبي في تغطية القضايا. وبسبب انخفاض الثقة بالصحفيين	• **في الستينيات 1960:** - ظهور "**صحافة السلام**" التي ركزت على حلول غير صراعية للأزمات، متحديةً النموذج الثنائي التقليدي (الصراع بين طرفين)[1]. • **في التسعينيات 1990-2000:** - تبلور فكرة "الصحافة العامة" أو المدنية التي دعت إلى إشراك الجمهور في القضايا المجتمعية بدلًا من التركيز على كشف المشاكل فقط. - ويعود الفضل في تأيسس هذه الصحافة المهنية إلى **جاي روزن** (في 1999)، أستاذ في جامعة نيويورك، ودافع عنها **مركز بيو للأبحاث** نظرا لمنفعتها الاجتماعية وضمانها أداء أفضل في الحياة الديمقراطية[2]. • 1996: - بدء تداول مصطلح "**صحافة الحلول**" في الأوساط الأكاديمية والمهنية، رغم أن ممارستها

[1] المرجع السابق.

[2] المرجع نفسه.

	وتراجع المشاركة في الانتخابات الأميركية بشكل حاد، تمت الدعوة إلى الصحافة المدنية من قبل من يعتقدون أن وسائل الإعلام لها دور تلعبه في الحياة العامة، ولكنها لا تلعبه بشكل جيد من خلال ميلها إلى التغطية السلبية، ومفاقمة التوترات الاجتماعية بدلاً من حلها.[1]	سبقت ذلك بعقدين، وكانت تُطلق عليها أسماء مثل الصحافة البناءة، وصحافة الأثر[4]. • 1998: – نشرت مجلة **Columbia Journalism Review** مقالا بعنوان: "**صعود صحافة الحلول**" وكانت أول مرة يُستخدم فيها مصطلح صحافة الحلول وعُرِّفت بأنها تقوم على: "الإبلاغ عن الجهود التي يبدو أنها تنجح في حل المشكلات الاجتماعية"[5]. – تبنت مجلة **U.S. News & World Report** الأمريكية نهج "الحلول" عبر تصنيفات لمبادرات ناجحة مثل حلول للأمراض كالسمنة، وقوائم لأفضل المدارس والمستشفيات. ويعتبر بعض الأكاديميين أن هذه المجلة هي أول من ابتكر مفهوم صحافة الحلول[6]. – أصدرت صحيفة "**سان دييغو يونيون تريبيون**" الكاليفورنية عددًا خاصًا بعنوان

[1] Amiel, Le journalisme de solutions, P16.

[4] نصر الدين لعياضي، "صحافة الحلول: إشعال شمعة أفضل من رجم الظلام"، مجلة خليجنا، 31 ديسمبر 2020.

[5] رحاب محمد أنور، "محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور"، ص 170.

[6] Amiel, Le journalisme de solutions, P18.

		"**الحلول**" يسلط الضوء على المبادرات الناجحة والأعمال الخيرية الملهمة.[1]
الانتقال إلى حركة منظمة: (2003-2007)	تميزت هذه المرحلة بإدخال الدنمارك، عبر أولريك هاجروب وكاثرين غيلدنستيد، مفاهيم علم النفس الإيجابي إلى الصحافة، مما عزز فكرة أن الأخبار يمكن أن تُحسن الحالة النفسية للجمهور، لا أن تزيد تشاؤمهم، وبالتالي تغيير نظرتهم لوسائل الإعلام. وبذلك، استمر الدعم والعمل على بلورة المفهوم ولكن عن طريق الأبحاث المعمقة.	• **2003:** - وضع ديفيد بورنشتاين كتاب **How to Change the World** والذي كان يُعد أول مرجع في صحافة الحلول. حيث تناول أحد أبرز المبادرات الاجتماعية التي قام ها أشخاص بسطاء ولاقت نجاحا مذهلا. • **2007:** - **الدنمارك:** ظهور "الصحافة البناءة" (**Constructive Journalism**) مدفوعة بعلم النفس الإيجابي، بقيادة **أولريك هاجروب** (وكانت أول تجربة في التلفزيون الدنماركي). - **فرنسا:** إطلاق "ليبي للحلول" (Libé des Solutions) من قبل صحيفة **ليبراسيون** الفرنسية بالشراكة مع جمعية **مراسلون من أجل الأمل**، وكانت أول تجربة فرنسية ناجحة في هذا المجال، وقد كان الدافع وراء المشروع هو الرغبة في تغيير ممارسات الصحفيين وتحسين نظرة القراء لوسائل الإعلام.[2]

[1] Amiel, *Le journalisme de solutions, P17-19.*

[2] Amiel, *Le journalisme de solutions, P19-22.*

التأسيس المؤسسي: (2010-2015)	ولعبت منظمات مثل شبكة صحافة الحلول (SJN) ومراسلون من أجل الأمل دورًا محوريًا في تحويل المفهوم من ممارسات فردية إلى حركة عالمية، عن طريق: - تدريب الصحفيين (SJN دربت فرقًا في 120 غرفة أخبار). - توفير إرشادات وأدلة منهجية (مثل معايير صحافة الحلول الأربعة: الحلول، الأدلة، الحدود، الرؤية). - تأطير ممارسة الصحافة البنّاءة	• **2003:** - تأسيس منظمة Verdens Bedste Nyheder الدنماركية لدعم الصحافة البناءة. • **2012:** - إنشاء منصة Sparknews الفرنسية. وهي أول منصة رقمية تم تخصيصها لإنتاج تغطيات بمنهج صحافة الحلول. • **2013:** - تأسيس شبكة صحافة الحلول (Solutions Journalism Network - SJN) في نيويورك، لتدريب الصحفيين عالميًا، والتي تعتبر صاحبة الدور الأبرز في شيوع هذا النهج على الصعيد العالمي.[1] • **2015:** - أطلقت كل من "نيويورك تايمز" و"الغارديان" أقسامًا مخصصة لصحافة الحلول (Fixes و Half Full). - تأسست "**أول مدرسة للصحافة البناءة**" في جامعة ويندسهايم (الدنمارك) بواسطة الصحفية

[1] رحاب محمد أنور، "محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور"، ص2.

	استنادا إلى أساليب علم النفس الإيجابي.	**كاثرين غيلدنستيد**، مستندة على أساليب عالم النفس الكندي كارل توم.
التوسع العالمي: (2016-2020)	انتشرت الصحافة الحلولية في الغرب كرد فعل على أزمة ثقة الجمهور، ورغم دفعها من قبل المشككين في منهجها، إلا أنها أخذت بالبروز أكثر مع تزايد الحاجة إليها في غرف الأخبار لمواجهة الأزمات التي تعصف بهذه الأخيرة. ووصلت بذلك إلى العالم العربي (مصر، والأردن أولا) ليرتبط استعمالها في إطار تجاوز السرديات السلبية السائدة في الإعلام العالمي حول	• **2016:** – دعت منصة Sparknews الفرنسية المتخصصة في صحافة الحلول إلى تخصيص يوم **25 يونيو/جوان** كيوم عالمي لصحافة الحلول، وشاركت فيه مشاركة 55 صحيفة عالمية. – تبنت **بي بي سي** نهج "الصحافة التي تركز على الحلول" راغبة في تقديم قصص أكثر توازنا ودقة للعالم، وأطلقت على نفسها الصحافة التي تركز على الحلول[1]. • **2020:** – انتشار المفهوم في العالم العربي (مبادرات في مصر وقطر، مثل منصة إيجاب، ومعهد الجزيرة للإعلام، وشبكة الصحفيين الدوليين).

[1] المرجع السابق، ص171.

	المنطقة، خاصة بعد الربيع العربي.	

الجدول رقم 01: نشأة وتطور صحافة الحلول

وقد ساهمت أسباب كثيرة في تطور هذا النهج الصحفي الإيجابي إلى أن استقر اليوم على اسم "**صحافة الحلول**" وأصبح أكثر وضوحا واكتمالا مما كان عليه في الفترات السابقة، ويشير **ديفيد بورنشتاين** الرئيس التنفيذي والمؤسس المشارك بشبكة صحافة الحلول أن هناك 3 أسباب أساسية وراء ذيوع وصعود مد صحافة الحلول على الساحة الإعلامية العالمية، وحددها في النقاط الآتية:

- انتشار رواد الأعمال الاجتماعيين والمنظمات التي تُعنى بالقضايا الاجتماعية.
- انفجار المعلومات عبر الأنترنت والتي وفرت بدائل للأخبار خاصة أخبار وسائل الإعلام التي عرفت بتغطياتها السلبية والصارمة.
- وأخيرا، رغبة الصحفيين في تغطية التغيير الاجتماعي الإيجابي.[1]

وعن هذا تقول الصحفية **كاثرين غيلدنستيد** التي عملت على تأطير ممارسة الصحافة مستمدة إطارها من أساليب عالم النفس الكندي **كارل توم**، أن ما دفعها لتبني هذا النهج الصحفي المختلف هو ما كانت تطرحه على نفسها من تساؤلات عمّا إذا كان لعملها تأثير حقيقي على الأفراد والمجتمع. موضحة أنها كانت تشعر أنها لا تنتج إلا ما يؤثر سلبا. حيث أنه "**يجب علينا أيضًا أن نتحمل المسؤولية، عندما نحاسب الآخرين. وتتمثل المرحلة الأولى في تبني نهج نقدي تجاه المبادئ الأساسية لميثاقنا الأخلاقي الصحفي، وأصوله التاريخية، وإجراء أبحاث تجريبية حول كيفية التزامنا نحن، كوسائل إعلام، بهذا الميثاق**".[2]

[1] مرجع سبق ذكره، ص 171.

[2] Amiel, *Le journalisme de solutions, P23*

وإلى هنا يمكننا القول أن تطور صحافة الحلول كان نتيجة محاولات جريئة لإعادة تعريف دور الإعلام في المجتمع، من كونه مجرد مرآة تعكس الأزمات إلى أداة تقدم رؤى على شاكلة حلول قابلة للتنفيذ. ورغم نجاحها في كسر النموذج التقليدي إلى حد ما، إلا أن تطورها التاريخي يُظهر أن هذا النهج لم يكن طفرة عابرة، بل نتاج تراكم جهود فردية ومؤسسية عبر عقود، مدعومة بحاجة الجمهور إلى روايات أكثر توازنا ودقة.

3- أركان ومحظورات صحافة الحلول:

إن الفهم الصحيح لصحافة الحلول يقتضي فهم الأركان التي يقوم عليها هذا النهج الصحفي الحديث لمعرفة ما يميزه ويجعله مختلفا عن النهج التقليدي في التغطية الصحفية. فإذا ما كان الأخير يقوم على تغطية المشكلة محل المعالجة، والرجوع إلى خلفيتها لتحديد الأسباب التي أدت إليها، وذكر تداعياتها المحتملة، فإن نهج صحافة الحلول بتركيزه على المبادرات يأخذ منحى أخر، ما يدل على أسس مختلفة لتغطية هذه القصة ومعالجتها معالجةً تتسم بالدقة والموضوعية، والحذر من الوقوع في فخ التسويق للمبادرة أو تمجيد أصحابها.

وهو ما حرصت عليه شبكة صحافة الحلول بتحديدها لأربع أركان رئيسية لتغطية أي قصة صحفية في صحافة الحلول، وهي كالآتي:



الشكل رقم 01: مخطط توضيحي لأركان صحافة الحلول – من إنجاز الباحثة

✓ **أولا: الاستجابة أو المبادرة**

تركز قصة الحلول على "استجابة لمشكلة اجتماعية، وعلى مدى نجاح هذه الاستجابة أو فشلها"[1]. لذا فإن الاستجابة هي ركن أساسي وفريد تختص به مقاربة صحافة الحلول التي لا تكتفي بعرض المشكلة فحسب، بل تتعداها نحو التركيز على محاولة حلها، وعلى تقييم مدى فاعلية الاستجابة التي اتخذتها جهة معينة لمعالجتها، سواءً كانت هذه الجهة مجموعة من الأفراد، أو مجتمع معين، أو مؤسسة معينة، حكومية كانت أو غير حكومية. ورغم ضرورة تقديم شرح وافٍ للمشكلة وخلفيتها حتى لا تبقى غامضة للجمهور، إلا أن هذا لا يشكل محور القصة، وإنما افتتاحيتها بما يكون بمثابة سياق تمهيدي يعمل على توضيح أهمية المبادرة، وأهمية تغطيتها.

إلا أنه ومع هذا، يواجه الكثير من الصحفيين وخاصة المبتدئين في العمل على قصص صحافة الحلول صعوبة في رصد المبادرات الفعالة، ويأتي ذلك نتيجةً للاعتياد الغير واعي من قبل الصحفيين على رصد الأحداث السلبية والكارثية وغير المألوفة، كالكوارث، والجرائم، والأزمات، والصراعات، وكل ما يحفز مشاعر التوتر والقلق والاستغراب وفقا للمقولة الكلاسيكية: "**الخبر هو الرجل الذي عض كلبا**" وهي المقولة المتأصلة في الممارسة الصحفية التقليدية. إلا أن هذا الانحياز يجعل التركيز منصبا على المشاكل وحدها، ويضعف من القدرة على اقتناص قصص الحلول، بل ويعقد عملية البحث عنها، لا سيما وأنها تكون في غالب الأحيان غير بارزة وتحتاج إلى جهد استقصائي لرصدها وتحليلها.

وفي هذا السياق، يُنصح الصحفيون بأن يسألوا أنفسهم: "**ما الذي يمكن فعله حيال تلك المشكلة؟**" أو "**من يقدّم استجابة أفضل لها؟**" في سبيل إيجاد حلول جديدة وملحوظة، خصوصا في الأماكن أو الدول التي تتعامل مع المشكلة بشكل مميز. وتوصي كلٌ من **مارين موغنييه ودلفين تاياك**، مؤسستا منصة Collectif Antidotes (التجمع المضاد) بتجنب تغطية مبادرة فقط لأنها تبدو مثيرة للاهتمام أو جديدة، حيث

[1] Solutions Journalism Network, "Blog," Solutions Journalism Network, https://solutionsjournalism.org/blog.

تؤكدان على أهمية التفكير النقدي في العمل الصحفي خاصة عنما يتعلق الأمر بقصة في صحافة الحلول، لذا فإنه من المهم أن يطرح الصحفيون تساؤلات جوهرية مثل: "**لماذا هذه المبادرة بالذات؟ ولماذا يجب أن أركز عليها بدلاً من المبادرات الأخرى؟ ما الذي تقوم به على وجه التحديد ويستحق التغطية؟**"، ولأن هذا لا يكفي، تشدد الصحفيتين على ضرورة إنشاء شبكة من العلاقات كالخبراء والعلماء، ومراكز الأبحاث، والهيئات العامة، والمنظمات غير الحكومية، وغيرها من المصادر التي يمكن أن ترشد الصحفيين نحو استجابات مقنعة وقوية[1].

✓ **ثانيا: الرؤية الثاقبة**

لا تكتفي صحافة الحلول بمجرد عرض المبادرات الناجحة لإلهام الجمهور وتحفيزه على التغيير، بل تتجازر ذلك إلى تقديم رؤى معمقة يمكن أن تسهم في فهم أشمل وأكثر توازنا للقضايا المستجدة، من خلال طرح الدروس المستخلصة التي نتعلمها من الاستجابة والتي تسمح بإعادة تطبيق الحل في سياقات أخرى مشابهة. وهنا تبرز أهمية "**الرؤية الثاقبة**" باعتبارها ركن أساسي في صحافة الحلول، إذ تهدف إلى تقديم أفكار عن التجارب التي طبقت فعلا والتي يمكن إعادة تطبيقها في أماكن تواجه مشكلات مماثلة.

وتشير شبكة صحافة الحلول إلى أن أفضل التقارير هي تلك التي "**تستخلص الدروس وتتيح نقل التجارب المغطاة إلى سياقات أخرى**" مما يجعل الاستجابة المعروضة في القصة الصحفية ذات صلة بالجمهور، وهو ما يسهل عليهم فهمها وربما استلهامها وتطبيقها في واقعهم المحلي[2]. فليست الغاية هنا هي سرد قصص ناجحة، بل سرد قصص مدفوعة بالبيانات وتحليل الاستجابات من كل النواحي بما يشمل كيف ولماذا نجحت؟ أو فشلت؟ وماذا يمكن أن نتعلمه منها؟

---

[1] European Journalism Centre and Solutions Journalism Network, *Solutions Journalism: An Introduction for Journalists and Newsrooms*, 2020.

[2] دليل الصحفي المستقل لصحافة الحلول، مرجع سبق ذكره.

وتؤكد منظمة "**سبارك نيوز**" الفرنسية، على هذا المنظور حيث توضح أنه لتغيير العالم يجب أن نبدأ بسرد قصصه بأسلوب صحفي مختلف، ونعمل على تعزيز المبادرات ذات التأثير الإيجابي من أجل استعادة الثقة في وسائل الإعلام وإعادة الرغبة في العمل[1] لأن هذا البعد الإنساني القائم الإلهام والدفع نحو التغيير هو ما يمنح صحافة الحلول قيمتها كطرح صحفي مختلف. وهو ما يجمع الخبراء عليه، مؤكدين أن صحافة الحلول حين تمارس بمهنية ودقة، لها قدرة كبيرة على تقديم رؤى نافذة تستخلص حلولا ملهمة للتعامل مع المشكلات الاجتماعية، ما يخلق تغييرا في لهجة الخطاب العام، ويفتح اتجاهات جديدة لمناقشة المستجدات، ويشرك الجمهور في صناعة القرار، ويسائل السلطة من منطلق مدعوم بالأمثلة، ما يؤدي إلى اتخاذ خطوات ملموسة للتغيير على أصعدة مختلفة[2].

✓ **ثالثا: الأدلة**

من الخصائص الجوهرية في هذا النوع من الصحافة أنه لا يكتفي بوصف الاستجابة للمشكلة، بل يسعى لإثبات أثرها عبر مؤشرات كمية أو نوعية. وقد أكدت الأدبيات المتخصصة أن من المهم أن يكون الصحفي صريحا مع الجمهور بشأن ما تكشفه الأدلة، وما تعجز عن إظهاره، مع توضيح أسباب أي نقص في المعلومات أو صعوبات في الوصول إليها، لأنه حتى مع عدم وفرة الأدلة الكافية، قد تكون الاستجابة قصة جيدة، وفي هذه الحالة، يجب على الصحفي أن يكون شفافًا بشأن هذا النقص، ويوضح لجمهوره لماذا لا تزال القصة جديرة بالتغطية الإخبارية[3].

ويشترط في معالجة الحل أن تتواجد معه أدلة وبيانات كافية تُظهر مدى فعاليته (أو غيابها)، وتتجاوز سرد النوايا أو الأمنيات. بحيث تكون واقعية، وقائمة على تحليل واضح للسياق، ومدعومة بما يمكن تعلمه منها وتعميمه، وهو ما يتطلب مهارة في

---

[1] Amiel, *Le journalisme de solutions P32.*

[2] Solutions Journalism Network, "Blog," https://solutionsjournalism.org/blog.

[3] المرجع نفسه.

تعريف المشكلة وتفكيك عناصرها، ثم تقييم الاستجابة بناءً على بيانات ملموسة[1]. ولأن صحافة الحلول تشبه إلى حد كبير الصحافة الاستقصائية باعتمادها على التقصي والبيانات، فإن هذه الأسس لا تنفصل عن تقاليد الصحافة الاستقصائية، التي ترى أن أي مادة صحفية جادة يجب أن تبنى على أدلة مباشرة وواضحة، لا على مجرد التحقق أو التوثيق السطحي، فالمحتوى الأصلي الأصيل الذي ينتجه الصحفي يفترض أن يتضمن كشفا جديدا مستندا إلى أدلة دامغة ومباشرة وواضحة لا لبس فيها"[2].

ولتجنب المغالطات، يجدر التنويه إلى أنه لا يجب أن يفهم "الدليل" على أنه رقم فقط، بل يشمل كل المواد الخام ذات الدلالة، سواءً كانت نصوصا، أو رموزا، أو شهادات، تُفهم ضمن سياقها الصحيح[3]. لذلك، لابد للصحفي في صحافة الحلول من تطوير مهارات بناء قواعد البيانات من خلال استخدام المصادر الجاهزة أو جمع المعطيات ميدانيا بالاعتماد على أدوات مثل المقابلات، الاستبيانات، الرصد، وغيرها من تقنيات البحث الصحفي[4]. وعليه، فإن صحافة الحلول لا تكتفي بسرد ما هو موجود، بل تنشغل بثبات ما يكون أن يكون فعالا، انطلاقا من منهج تقصي وتحليل واستدلال، يجعلها امتدادا حيا للصحافة الاستقصائية بأسئلتها العميقة ومنهجها الدقيق.

✓ **رابعا: القيود**

يعد تناول القيود –أو الحدود كما تسمى في أدبيات أخرى– مطلبا لا غنى عنه في إطار تغطية قصة في صحافة الحلول، حيث تظهر هذه المقاربة الصحفية وعيا نقديا يبتعد عن الترويج العاطفي لأي مبادرة، ويسمح للجمهور بفهم الواقع بكل تعقيداته

---

[1] المركز الأوروبي للصحافة. دليل الصحفي المستقل لصحافة الحلول. ترجمة: معهد الجزيرة للإعلام، 2021. https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1612.

[2] الفلاحي، حسين، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، ط1، 2014، ص33.

[3] هنتر مارك، مساق تمهيدي عن الصحافة الاستقصائية في الجامعات العربية، شبكة "إعلاميون من أجل صحافة عربية استقصائية" (أريج) 2019، ص138.

[4] العراقي عمرو، دليل صحافة البيانات لتغطية قضايا حقوق الإنسان، صحفيون من أجل حقوق الانسان الكندية، ط1، عمان، 2017، ص16.

كما هو. وكما جاء في دليل شبكة صحافة الحلول فإن قصص الحلول: "**تكشف عن القيود التي تعتري الاستجابة. فلا يوجد حل مثالي، وكل ما ينجح في مجتمع ما قد يفشل في آخر. لذا من واجب الصحفي المسؤول أن يُغطي أوجه القصور ويضع الاستجابة في سياقها، وهذا ما يجعل تغطية القيود أمرا أساسيا**[1]".

ولا يعد استكشاف نقاط الضعف في الحلول تقليلا من شأن الجهود المبذولة، بل هو جزء من التناول المهني الذي يستلزم التوازن والدقة، ويمنح الجمهور فرصة لتكوين آرائهم المستقلة بشأن الحل ومدى فاعليته. وهو ما لا يحبذه أصحاب هذه المبادرات ويعتبره بعضهم إهانة لمساعيهم، إلا أنه ضروري في إطار العمل الصحفي المدفوع بالمبادئ المهنية كالموضوعية، فلا ينبغي للصحفي أن يركن للسرد الإيجابي الذي يرسم صورة وردية للحل في ذهن الجمهور، بينما تشوبه جوانب قصور لابد من تغطيتها هي الأخرى من خلال الاستقصاء عن حدود الحل مثل: عدم إمكانية تطبيقه في سياقات أخرى، أو احتياجه لمدة زمنية طويلة، أو موارد مالية وبشرية كبيرة، وغيرها من القيود التي توضح الصعوبة في تطبيقه. كما ومن المهم أيضا الانتباه إلى اللغة المستعملة، إذ قد يعطي استخدام مصطلح "**حل**" انطباعا مضللا بأن الأمر محسوم وقابل للتعميم، وهو ما ينافي حقيقة أن الحلول قد تكون فعالة جزئيا أو غير صالحة لكل السياقات وإنما لسياق محدد[2].

وعلى الصحفي أيضا أن يعرض الآراء المناهضة، والمشككة، خصوصا آراء النقاد من الخبراء في المجال، ولا يتأتى ذلك إلا بالاستعانة بمصادر مستقلة، ومتعددة لتقييم فعالية الحل. كل هذا سيمنح الأفراد فرصة للوصول إلى رأي حول نجاعة الحل بأنفسهم بعيدا عن الترويج أو المبالغة، فالهدف من صحافة الحلول ليس الترويج لحل معين ودعوة الجميع لتطبيقه، بل بأن يعرف الجمهور أن هناك من يقدم استجابات للمشكلات

[1] Solutions Journalism Network, "Blog "

[2] المركز الأوروبي للصحافة. https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1612.

وأن تقدم لهم هذه التغطية معلومات كافية عنها حتى يكون بإمكانهم اتخاذ القرارات بأنفسهم[1].

وكما لصحافة الحلول أركان أساسية يجب الالتزام بها، فلديها كذلك محظورات يجب تجنبها لضمان احترام مبادئ المهنة الصحفية، وحسب ما جاء في دليل المركز الأوروبي للصحافة فإن هنالك 6 محظورات يجب أن يتجنبها الصحفي في صحافة الحلول، جاء ذكرها كالآتي:

1) لا تمارس "الدعوة" لحل معين.
2) لا تمجّد فردًا أو جهة بعينها.
3) لا تقدّم الحل كأنه" الرصاصة السحرية".
4) لا تبنِ قصتك على فكرة لم تُجرّب بعد — يجب أن تكون هناك استجابة قائمة على الأدلة، وهو ما يغيب في الاستجابات التي ما زالت في بداية المشوار.
5) لا تعزل صحافة الحلول عن باقي التغطيات، فهي منهج صحفي صالح لمعظم القضايا باختلاف تصنيفاتها.
6) لا تركز فقط على المستقبل — ارجع للخلف أيضًا واستفد من تجارب الماضي.[2]

إن كل واحدة من هذا الأركان والمحظورات تساهم في ضبط منهجية العمل على قصص الحلول، ورغم أنها تبدوا مثل قواعد صارمة لا يُسمح بكسرها إلا أنها ضرورية لتوضيح الفرق بين المنهج الحلولي والمنهج التقليدي، ومنع الصحفيين من الوقوع في سقطات غير مهنية تضر بهذا النهج وتجلب له المزيد من الانتقادات بسبب نماذج لتغطيات تميل لكونها قصص بطولية وترويجية لا صحافة مهنية.

[1] المرجع السابق.

[2] *Solutions Journalism: An Introduction for Journalists and Newsrooms*, 2020. https://solutionsjournalism.org/blog.

4- الأدوار التي تلعبها صحافة الحلول:

إن دور صحافة الحلول لا يقتصر إطلاقا على إلهام الجمهور ودفعه نحو سكة التغيير المجتمعي، فالغرض الذي وضعت من أجله صحافة الحلول ليس ذلك فقط. فبالنسبة إلى نهج برز في الوقت الذي كان فيه المجتمع المدني ينادي بصحافة أكثر تأثيرا وإيجابية –وهو ما تم التطرق له في فصل النشأة– وتطور شيئا فشيئا إلى ما هو عليه الآن تحت وطأة التحديات التي تواجهها الصحافة التقليدية، من أزمة ثقة، وتجنبٍ إخباري متزايدٍ من قبل الجمهور، ودعوة رواد المجال لتغييرات هيكلية في مهنة صناعة الأخبار بأكملها. فإن لصحافة الحلول آثارا تتعدى البعد الواحد المتمثل في المجتمع المتلقي (الجمهور)، إلى أبعادٍ أخرى كالديمقراطية، والمساءلة، والصحافة. وهو ما سنستكشفه في هذا الفصل.

4-1- دور صحافة الحلول في إحداث التغيير المجتمعي:

تُعيد صحافة الحلول تشكيل نظرة الجمهور إلى الأخبار من خلال تقديمها دروسا قيمة حول كيفية معالجة المشكلات[1]. هذه الزاوية المبتكرة في المعالجة الإعلامية للقضايا الراهنة تعزز الأمل والتفاؤل والشعور بالتمكين بتسليطها الضوء على قصص النجاح والابتكارات الرائدة والمبادرات الممكنة التي تقدم حلولاً ملموسة ومسارات لمستقبل أفضل، مما يلهم القراء للإيمان بقدرتهم على إحداث التغيير الإيجابي[2]، بما أنه قابل للتحقيق وفي متناول اليد.

وهذا ما يؤكده "**ألريك هايجروب**" (Ulrik Haagerup)، مدير الأخبار في الهيئة الدنماركية للإذاعة والتلفزيون الرسمية، في كتابه لمعنون بـ"الأخبار البناءة" والصادر في عام 2017، إذ يقول أن صحافة الحلول: "**تحاول توثيق الصلة بجذور الصحافة وتمنح**

[1] دليل الصحفي المستقل لصحافة الحلول الصادر عن شبكة صحافة الحلول، 2021.

[2] Laura Nathanson, p124.

الناس رؤية دقيقة قدر الإمكان للعالم الذي نعيش فيه، فالمعالجة الإعلامية الحالية للأحداث تجعل الناس يؤمنون بأن العالم في حالة أكثر سوءًا مما هو عليه في الواقع"، مضيفا: "**إننا نريد من صحافة الحلول أن تكون أكثر مصداقية، تنظر إلى العالم بعينين اثنين، فتُظهِر الأشياء التي ليست على ما يرام، لكنها تستعرض أيضًا تلك الأشياء التي يمكن أن تكون على ما يرام**".[1]

4-2- دور صحافة الحلول في تعزيز الديمقراطية ومساءلة السلطة:

تلعب صحافة الحلول دورًا محوريًا في تعزيز القيم الديمقراطية وترسيخ ثقافة المساءلة داخل المجتمعات، من خلال تقديم محتوى صحفي لا يكتفي بعرض الإخفاقات والأزمات، بل يتجاوز ذلك نحو تحليل السياقات وطرح البدائل العملية لمعالجتها. فعندما تُسلّط الأضواء على مبادرات مجتمعية ناجحة أو سياسات عامة فعالة، فإنها تفتح المجال أمام المواطنين وصناع القرار لإعادة النظر في الخطاب السائد، وتبني رؤى جديدة قائمة على التجربة والنجاح، ما يسهم في تغيير مسار النقاش العام نحو الفعل والمبادرة[2]. هذه المقاربة تُمكّن الجمهور من المشاركة الواعية وتدفعه إلى مساءلة السلطة، لا على أساس النقد فقط، بل على أساس ما هو ممكن وفعّال.

فإذا ما كانت –على سبيل المثال– حكومة ما تدعي أنها تفعل كل ما بيدها اتجاه مشكلة وطنية متفاقمة، مثل الهجرة غير الشرعية، أو ارتفاع الأسعار، أو هجمات حدودية، وتم تناول هذه القضية من طرف الإعلام بصيغة حلولية دقيقة تُظهر دولا أخرى تُعاني أو عانت سابقا من مثل هذه الأزمة لكنها استطاعت وضع حلول ساعدتها في تخطيها أو حتى التقليل منها إلى حد معتبر، فإنه وفي هذه الحالة، لن يبقى أمام الحكومة أي تبريرات تقدمها لمواطنيها ما دامت هنالك حلول فعالة وممكنة التطبيق على أرض الواقع، بناء على أدلة مدروسة الحدود. لذا فإن أي تجاهل لوضع حلول

[1] نصر الدين لعياضي، 2020.

[2] European Journalism Centre2020 .

لهذه المشكلة والمبادرة لمعالجتها هو دليل على قصور من طرف الحكومة، وليس بسبب صعوبة المشكلة أو تعقيدها.

وهذا المثال دليل على أن التأثير المتنامي لصحافة الحلول لا يتوقف عند حدود التأثير في الأفراد، بل يمتد ليشمل صانعي السياسات والمؤسسات، من خلال تحفيزهم على تبني حلول مستنيرة وتجريب سياسات جديدة نابعة من قصص موثقة وناجحة. وانطلاقا من هذا، يمكن القول أن صحافة الحلول تساهم في كسر المركزية الإعلامية والسياسية، عبر ربط الفاعلين المحليين والوطنيين ضمن شبكات تعاون تتيح تبادل الخبرات والدروس المستفادة، ما يعزز من قابلية تكرار المبادرات الناجحة وتكييفها مع بيئات مختلفة[1]. هذا التبادل المعرفي والعملي، الذي تيسّره الصحافة، لا يدعم فقط المساءلة أمام الجمهور، بل يرسّخ أيضًا مبدأ الشفافية ويقوي من بنية المشاركة الديمقراطية على المدى البعيد.

4-3- دور صحافة الحلول في إعادة ضبط الدور الاجتماعي للصحفيين:

يرى إيميل بولان أن صحافة الحلول تؤدي دورا اجتماعيا مركزيا يتجاوز نقل الأحداث، إلى شرح الواقع واقتراح البدائل. لذا على الصحفيين التحلي بالمسؤولية الاجتماعية اللازمة من خلال طرح أسئلة أخلاقية من صميم الممارسة الصحفية مثل: "**هل من الأفضل أن نحاول الحفاظ على الموضوعية في عرضنا للعالم، أم أنه من الأفضل أن نتدخل من أجل لعب دورنا بأفضل ما يمكن مع الجمهور؟**"، ويستند بتصوره هذا على آراء **برنارد ديلفورس** (1996) الذي يقول:" **أن الوظيفة الاجتماعية الأساسية للصحافة –وبالتالي دور الصحفي– لا تتلخص في إخبار الناس بالأحداث بقدر ما تتلخص في إعطاء معنى للعالم من حولنا**". وحسب ما كشفته أبحاث مؤسسة "**جابمينذر**" (Gapminder) فإن البشر عمومًا، والصحفيين خصوصًا، يميلون إلى رؤية العالم بشكل أكثر سلبية مما هو عليه في الواقع. وتُظهر هذه النزعة الدرامية في

[1] Laura Nathanson, p125.

التغطية الإعلامية أن العالم أكثر بؤسًا مما هو عليه حقا، مما يفرض على الصحفيين مسؤولية الابتعاد عن المنظور السلبي، وإبراز صورة أكثر واقعية وتوازنا.[1]

إلا أن هذا ليس بهذه السهولة، فتغيير قناعات الصحفيين يحتاج وقتا، حيث يدفعهم التفكير القديم إلى الظن بأنهم قد يُخلون بمهنيتهم إذا ما غطوا الحلول. أما التفكير الجديد الذي تفرضه مبادئ المهنة في حد ذاتها والذي يجب عليهم استحداثه فهو أنهم يُخلون بمهنيتهم بعدم تغطية الحلول. حيث تتمثل مهمة الصحفيين في إظهار صورةً دقيقةً للمجتمع. ولا تكون هذه الصورة الدقيقة إلا بتغطية الاستجابات بقدر تغطية المشكلات، وإلا كانت الممارسة الصحفية قاصرة.

على سبيل المثال، إذا أنتج الصحفيون قصصا عن المشاكل النظامية في المدارس، وتجاهلوا إنتاج قصص عن النماذج التي تُحسّن التعليم، فإنهم لا يروون القصة كاملةً. لكن إذا ما فعلوا، فسيكون تأثيرهم أكبر، لأن هذا النوع من القصص يُلهم القراء والمستمعين والمشاهدين، ويُغير النقاش العام، ويصل لحد تغيير السياسات العامة. وكما تم توضيحه سابقا، الناس لا يتغيرون لمجرد أن أحدهم أشار إلى مشاكلهم. بل يحتاجون لنماذج تظهر لهم أن التغيير ممكن وفعال.[2]

لذا، فإنه ومن خلال ممارسة صحافة الحلول، يلعب الصحفيون دورًا حيويًا في تسليط الضوء على الابتكارات، وإلهام التغيير الإيجابي، وتمكين الأفراد والمجتمعات من اتخاذ إجراءات بشأن التحديات الاجتماعية والبيئية والصحية العامة. فمن خلال التقارير البناءة، تُعزز صحافة الحلول الأمل والقدرة الجماعية على معالجة القضايا المطروحة وبناء مجتمع أكثر إنصافًا واستدامة ومرونة.[3]

إن صحافة الحلول تساعد المجتمعات على التعامل مع تحدياتها، وتدفعها للمبادرة في التغيير، تعزز قيم الديمقراطية والمساءلة، وتعيد بناء الثقة بين الصحفيين

[1] Amiel, *Le journalisme de solutions, P13-14.*

[2] Solutions Journalism Network, "Blog".

[3] Laura Nathanson,p126.

وجماهيرهم. إن هذا الدور الفعال من شأنه أن يجعل الصحافة أداة بناء أساسية أكثر تحقيقا لمبادئها المهنية، وتركيزا على العمل بدلا من التهويل والإحباط.

5- الانتقادات الموجهة لصحافة الحلول:

من المثير للاهتمام، أنه ومع كل ما تقدمه **صحافة الحلول** من إيجابيات لا تقتصر على استجابتها لأزمة الثقة بين وسائل الإعلام والجمهور فحسب، بل تمتد إلى إلهام الأفراد، وتعزيز المشاركة الديمقراطية ومساءلة السلطة، وإعادة تعريف الدور الاجتماعي للصحفيين، إلا أنها لم تسلم من الانتقادات المتعددة التي تُوجَّه إليها من قِبل المشككين في نزاهتها والتزامها بالمثل الصحفية.

ورغم الكَمِّ الكبير من الدراسات والأبحاث التي دارت حول هذا النهج، والتي خلصت أغلبها إلى تأثيره الإيجابي على الجمهور وغرف الأخبار، إلا أن الجدل ما يزال قائماً حول مدى موضوعية هذا النوع من الصحافة، وقدرته على الالتزام بالمعايير الصحفية الأساسية مثل التوازن والدقة والنزاهة. وتتعدد الانتقادات الموجَّهة إلى صحافة الحلول، لكن من أبرزها:

1- الانحياز المفرط للإيجابية:

ينظر إلى صحافة الحلول أحيانا على أنها ترسم صورة حالمة وغير واقعية للعالم، ما يبعدها –وفقًا لمنتقديها– عن الموضوعية الصحفية الملازمة، ويقع بها في فخ الوهم وإغفال الجوانب المظلمة للقضايا. فبدل تقديم صورة متوازنة وشاملة، تُركّز هذه الصحافة على ما يمكن أن يكون وليس ما هو كائن أصلا. ويستند هؤلاء المنتقدون إلى المبدأ التقليدي القائل بأن "**الصحافة مرآة المجتمع**"، وعليها أن تعكس الواقع كما هو، لا كما يُفترض أن يكون.

2- التضليل تحت ذريعة تحقيق التوازن:

يشير بعض النقاد إلى أن تركيز صحافة الحلول على الحلول بدل المشاكل تحت ذريعة تحقيق التوازن، قد يؤدي إلى ممارسة دور تضليلي غير مباشر يتعارض مع المعايير المهنية للكشف عن الحقائق، خاصة عندما يُستبدل النقد والتساؤل المشروع بالتمجيد أو الترويج. وفي هذا السياق، تقول الصحفية والمدربة المستقلة **سواتي طرافدار**: "**الصحفيون المخضرمون غالبا ما يعارضون صحافة الحلول من منطلق الجدل، حتى يتبين لهم أن صحافة الحلول باقية، وأننا نلجأ إليها بعد أن يتم تغطية المشكلة بشكل كاف – أي عندما يعرف القراء بالمشكلة ويطلبون حلاً لها. إن صحافة الحلول هي طريقة تفكير، وتستغرق بعض الوقت لتترسخ في الذهن، وهناك طرق لإدماجها في سير العمل اليومي دون الحاجة لقضاء أسابيع على قصة واحدة**"[1].

3- المبالغة في تقدير آثارها:

كما أن أنصار المنهج التقليدي –المشككين– يرون أن الدراسات التي تقول أن لصحافة الحلول أثر كبير على تحسين العملية الإعلامية وتعزيز الثقة بين الصحفيين والجمهور مبالغ في تقديرها والاستدلال بها، فيما تهمش الدراسات التي تدعم الفكرة القائلة أنه لا فرق بين النهج التقليدي والنهج الحلولي، ومنها دراسة (Curry et al. 2015) التي توصلت إلى عدم وجود فروق جوهرية في سلوك القراء الذين تعرضوا لقصص صحافة الحلول والذين تعرضوا للقصص التقليدية، وهو ما تؤكده أيضا دراسة

[1] European Journalism Centre.2020 .

(Ruaro , 2017) التي تبين أن صحافة الحلول لم تؤثر بشكل كبير على نية القراء لاتخاذ أي إجراء تجاه القضية[1].

4- استغلالها لأغراض دعائية أو سياسية:

كما أنه هناك مخاوف من استغلال هذا النهج في تلميع صورة جهات معينة، سواء كانت حكومية أو خاصة، عبر تقديم مبادراتها ومشاريعها كحلول مثالية، ما يُحوِّل قصة الحلول إلى مادة ترويجية لا تخلو من الانحياز، وهو ما يحدث بالفعل وفي كثير من الأعمال الصحفية تحت اسم هذا النهج، وهو ما تحذر منه شبكة صحافة الحلول في كل ندواتها ودوارتها، لأنه شيء خطير يمس بمهنية العمل الصحفي ويفقد الثقة، بل ويُضعف من وظيفة الصحافة الأساسية في المساءلة وكشف الفساد والانتهاكات، وذلك عبر انشغالها بتغطية المبادرات والحلول على حساب التحليل النقدي البنّاء.

5- الخلط بين صحافة الحلول وأشباهها:

ويزيد من دعم هذه الانتقادات ما يكتبه بعض الصحفيين من مقالات يعتبرونها مقالات حلول لكنها تصنف مع أشباه صحافة الحلول، وهو ما وضحته لنا الصحفية "دينا أبو غزالة" في مقابلتنا معها[2]، خصوصا حلول صحفيي المنطقة العربية الذين ما يزالون مبتدئين في هذا المسار ما يجعلهم يقعون في فخ المبالغة بأن تجعل من المبادرة محل التغطية حلا سحريا، أو أن تتناول قصة نجاح فردية ملهمة مثل أشخاص تحدوا الإعاقة أو الفقر ووصلوا بجهودهم إلى نجاحات كبرى، وفي حالات أخرى تصب في

[1] رحاب محمد أنور، "محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور"، ص160.

[2] مقالة تم إجراؤها مع مؤسسة منصة إيجاب "دينا أبو غزالة" يوم 03 ماي 2025.موجودة في الملاحق.

خانة التمجيد، سواء كان تمجيدا للجهة التي قامت بالمبادرة أو للمبادرة بحد ذاتها، ما يجعلهم يقعون في فخ المناصرة والدعاية، متناسين أن صحافة الحلول هي صحافة تتناول مشكلات مجتمعية يعاني منها مجتمع بأكمله أو فئة منه، وأنها تقوم على أركان أساسية غير قابلة للتجاهل، تختل دونها الغاية التي وجدت لأجلها صحافة الحلول.[1]

7- العزوف عن تغطية الاستجابات الجادة:

تطرح بعض الأوساط الإعلامية سؤالا هاما: لماذا لا تحظى الاستجابات الجادة للتحديات الاجتماعية والاقتصادية بالتغطية الكافية؟ ويعود ذلك، وفق بعض التحليلات، إلى أن الصحافة التقليدية لطالما رفضت اعتبار "**الاستجابات**" موضوعا مشروعا للتحقيق. إذ يخشى بعض المحررين والمراسلين من أن يُنظر إلى هذا النوع من التغطية على أنه نوع من "العلاقات العامة" أو "الحشو الإعلامي"، مما يؤدي إلى تقليص مساحتها لصالح السرديات الصادمة والمثيرة فقط.[2]

لذا، وبالرغم من الزخم المتزايد الذي تحظى به صحافة الحلول، والدعم الذي تتلقاه من عدد متزايد من غرف الأخبار والمؤسسات الإعلامية، إلا أن النقد الموجه لها يظل ضرورياً لفهم حدودها وتحديد معاييرها المهنية. إنّ قوة هذا التوجه تكمن في محاولته الخروج من إطار التغطية التقليدية التي تركز على الأزمات والمآسي، وسعيه لتسليط

---

[1] دينا أبو غزالة، "أشباه صحافة الحلول"، شبكة الصحفيين الدوليين، 12 أبريل 2023، تم الاطلاع عليه في 12 نوفمبر 2023.
https://ijnet.org/ar/story/%D8%A3%D8%B4%D8%A8%D8%A7%D9%87-%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%84%D9%88%D9%84

[2] Tom Rosenstiel, Reporting 'the Whole Story': 9 Good Questions with David Bornstein of Solutions Journalism Network, January 15, 2014, American Press Institute, https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/solutions-journalism-david-bornstein./

الضوء على الجهود المجتمعية المبتكرة والممارسات القابلة للتكرار، دون أن يقع في فخ الترويج أو التجميل. غير أن فعالية صحافة الحلول لا تقاس بكمّ القصص الإيجابية التي تنشرها، بل بمدى التزامها بالصرامة الصحفية، وبقدرتها على تحفيز التفكير النقدي والمساءلة الفعلية، بدل الاستسلام للتفاؤل السطحي أو الانحياز غير الواعي.

في ختام هذا الفصل، يمكننا القول أنه من غير الصحيح اعتبار صحافة الحلول بديلا عن الصحافة التقليدية، بل هي تكامل يُثري الممارسة الإعلامية إن تم الالتزام بأسسها المنهجية والأخلاقية. فالهدف ليس تلميع الواقع، بل تقديم صورة أكثر اكتمالا عنه، تجمع بين عرض المشكلة والجهود المبذولة لمعالجتها، مع الحفاظ على النزاهة، والحياد، والدقة. وبين التمجيد والدعاية، والمسؤولية والتحفيز، تظل صحافة الحلول مرآة لتطور الصحافة نحو نهج إعلامي أكثر وعيا، وإنسانية، واستجابة لحاجات الجمهور في زمن يعج بالأزمات الإنسانية والاقتصادية والبيئية.

II- ظاهرة تجنب الأخبار في السياق الإعلامي

1- مفهوم ظاهرة تجنب الأخبار:

في المؤتمر السنوي لجمعية الاتصالات الدولية لعام 2023، جمع معهد رويترز لدراسة الصحافة التابع لجامعة أكسفورد باحثين في الصحافة والاتصال السياسي لمناقشة ظاهرة تجنب الأخبار التي اعتبروها تراجعا ديمقراطيا يجب العمل على إيجاد أرضية مشتركة لمعالجته.[1] ففي ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة وتغير طرق إرسال واستقبال المعلومات، لم يعد الجمهور يرضى بالأساليب التقليدية للصحافة، ومن ناحية أخرى، لم يعد يثق بالخبر الصادر عن الجهات المهنية كونها في الغالب مؤدلجة وذات تغطية غير متزنة تنحاز إلى كل ما هو سلبي من أزمات، وكوارث طبيعية، وصراعات، وحروب، لا تضيف له إلا الإرهاق النفسي. ومع الانفجار المعلوماتي منذ أزمة كورونا، والذي أفضى إلى تصاعد اضطراب المعلومات وانتشار الأخبار الكاذبة والمضللة بكثرة، لم يعد هناك أي رغبة لشريحة واسعة من الجمهور في استهلاك الأخبار، وهو ما تؤكده تقارير المعهد. ففي تقرير الأخبار الرقمية لعام 2017 قال 29% من المشاركين في الاستطلاع السنوي أنهم يتجنبون الأخبار غالبا أو أحيانا[2]، وارتفعت النسبة إلى 32% في عام 2019، ومع وصولنا لعام 2023 أصبح كل 4 من عشرة أشخاص (39%) يتجنبون الأخبار تجنبا انتقائيا[3]، الأمر الذي له تداعيات سلبية على الممارسة الديمقراطية، ومستقبل حرفة صناعة الأخبار.

---

[1] Bethany Albertson et all, The Press and Democratic Backsliding: How Journalism Has Failed the Public and How it can Revive Democracy (Lexington Book, 2024) p 257.

[2] Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2017, University of Oxford, 2017. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2017.

[3] Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2023, University of Oxford, 2023. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023.

ولكي نفهم أسباب هذه الظاهرة وتداعياتها لابد لنا من ضبط ماهيتها لكي لا تختلط مع مفاهيم مشابهة لها مثل "**إرهاق الأخبار**"، لا سيما وأن لكل مفهوم دلالات خاصة وإن كانت تربطها علاقة السبب والنتيجة في نهاية المطاف.

يُشير مصطلح **تجنب الأخبار (News avoidance)** إلى ظاهرة امتناع الأفراد عن متابعة الأخبار أو تقليل استهلاكهم لها سواءً بشكل متعمد أو غير متعمد، وهو سلوك فردي يصف توجها جماعيا مبني على عوامل نفسية، واجتماعية، وتكنولوجية. وهو التعريف الذي استنبطناه من البحوث والدراسات التي اعتمدنا عليها في هذا البحث، إذ أن معظمها يركز على أشكال وأسباب وانعكاسات الظاهرة دون تقديم تعريف صريح وضبط مفاهيمي وافٍ وشامل لها. ولعل هذا عائد إلى سهولة فهم المتلقي للمصطلح مباشرة من لفظه. إلا أن هذه السهولة لا تُغني عن ضبطه كما يجب. وهنا تبرز أهمية البحث في هذه الظاهرة المتفشية، خاصة على المستوى العربي الذي تكاد تنعدم فيه الدراسات تماما.

ظهر مصطلح تجنب الأخبار لأول مرة في تقارير معهد رويترز لدراسة الصحافة التابع لجامعة أكسفورد، والذي كان سباقا لملاحظة هذه الظاهرة ودراستها. وكانت أول مرة في تقرير الأخبار الرقمية لعام 2017، أين خُصِص له قسم فرعي بعنوان: "**تجنب الأخبار**" (News avoidance)، واستكشف هذا القسم مدى تجنب الناس للأخبار، ودوافعهم، ونسب المتجنبين في الأسواق الرئيسية من الدول التي شملها التقرير[1]. إلا أن أول إشارة ضمنية للمفهوم كانت قبل سنتين في تقرير الأخبار الرقمية لعام 2015، في قسم بعنوان: "**محبو الأخبار، المتصفحون اليوميون، والمستخدمون العَرَضِيون**" (News lovers, Daily briefers and casual users) حيث تناول القسم موضوع الاهتمام بالأخبار والتردد حولها موضحا أن فرنسا تسجل أعلى نسبة من

[1] Digital News Report 2017, P41.

المستخدمين العَرضِيين (44%) الذين لا يهتمون بالأخبار، ولا يتعرضون لها بانتظام، إلا إذا اعترضتهم، وهو ما يعكس انخفاضا في الاهتمام بالأخبار[1].

وبعدها توالت الدراسات حول الظاهرة، إلى أن جاءت أزمة وباء كورونا، التي سمحت بتداول المصطلح على نطاق واسع، نتيجة التغطيات الإخبارية المكثفة والمقلقة، والتي ازدادت حدتها مع الأزمة الاقتصادية العالمية، واندلاع الحرب الروسية–الأوكرانية، وغيرها من الأزمات السياسية والبيئية التي تزامنت وتراكمت عاما بعد عام. وبهذا تعلق تعريف تجنب الأخبار بالقلق والخوف المرتبطين بإدراك الجماهير أنهم لا يقرؤون سوى السلبية في أخبارهم، وهو ما يضر بالديمقراطية ويضعف المشاركة الطوعية في الحياة المدنية.[2]

ويخلط بعض الباحثين بين ظاهرة **تجنب الأخبار** (News avoidance) و**إرهاق الأخبار** (News Fatigue)، حيث تُعرَّف الأخيرة بأنها إرهاق نفسي من الكمية اللانهائية من المعلومات التي يتم ضخها باستمرار من وسائل الإعلام ومن منصات التواصل الاجتماعي مما يؤدي إلى تعب عقل وجسد المستخدم، وتراجع صحته النفسية. وهي ليست ظاهرة جديدة لكنها هي الأخرى آخذة في الازدياد وهي أبرز سبب لتجنب الأخبار[3]. وتُعزى هذا الظاهرة حسب الباحثة **هيسو جانغ**، المتخصصة في المنصات الرقمية والتقنيات الجديدة، بكلية **هوسمان** للصحافة والإعلام، إلى ظهور الأنترنت التي سمحت بالتدفق المتواصل للأخبار، وطبيعة المنصات الرقمية المصممة لجعل المستخدم مدمنا عليها وغير قادر على قطع الاتصال بها، وهي ذاتها الأسباب التي

---

[1] Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2015, University of Oxford, 2015, P56.

[2] Bethany Albertson et all, p257.

[3] عثمان كباشي، "إرهاق الأخبار وتجنبها.. ما الذي عكر مزاج جمهور وسائل الإعلام؟" معهد الجزيرة للإعلام، نُشر في 9 يناير 2024، تاريخ الاطلاع 15 مارس 2025، http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/2826.

تؤدي إلى التجنب، فبما أن إرهاق الأخبار هو عامل رئيسي في التجنب، فهذا يعني أن العوامل المؤدية له هي ذاتها المؤدية لتجنب الأخبار[1].

ومن المفارقة، أن ظاهرة تجنب الأخبار تبرز اليوم كتوجه عالمي في ظل سهولة وصول غير مسبوقة إلى المحتوى الإعلامي عبر المنصات الرقمية، مما يخلق تناقضا عجيبا، فرغم توفر الأخبار أكثر من أي وقت مضى، فإن نسبة كبيرة من سكان العالم تختار الابتعاد عنها. فمع وفرة المنصات والمواقع الإخبارية التي تُغطي أحدث التطورات أثناء تواتر الأخبار، وأيضا صناع المحتوى الذين يتداولون الأخبار على نطاق واسع ويعيدون إنتاجها وتحليلها ومشاركتها، لم يعد هنالك أي داع لأن يقلق الجمهور بشأن نقص فرصة الاطلاع على المستجدات أولا بأول وهو لديه إمكانية الوصول إلى مثل هذه الوسائل التي تسمح بأرشفة المحتوى والعودة إليه في أي وقت ومكان.[2]

[1] Nicole Moorefield, "News Fatigue: What It Is and How to Avoid It," UNC-Chapel Hill, September 16, 2022, accessed February 19, 2025, https://www.unc.edu/discover/news-fatigue-what-it-is-and-how-to-avoid-it./

[2]De Bruin, Kiki, Yael de Haan, Rens Vliegenthart, Sanne Kruikemeier, and Mark Boukes".News Avoidance during the Covid-19 Crisis: Understanding Information Overload." Digital Journalism 9, no. 9 (2021): 1287. https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1957967 .

2- أنماط تجنب الجمهور للأخبار:

إن ظاهرة تجنب الأخبار وعلى بساطة المصطلح الذي يُطلق عليها غير أنها ظاهرة في غاية التعقيد. ففي هذا العصر الذي يتسم بفيض المعلومات وسرعة انتشارها، أصبح تجنب التعرض لها أكثر من مجرد خيار شخصي يأخذه الفرد لحماية صحته العقلية، بل هو نمط منتقى من بين عدة أنماط تتمايز وتتداخل بين بعضها البعض، عكس ما يشير له المصطلح من ثنائية سلوكية تظهر الجمهور بين قرارين: تتبع الأخبار أو تجنبها.

وإذا ما اكتفينا من النظر إلى تجنب الاخبار كظاهرة إعلامية، وأعطينا أهمية معتبرة لبعدها النفسي، كونها إحدى الميكانيزمات الدفاعية التي يلجأ لها الأفراد لحماية صحتهم النفسية والعقلية والتركيز على حياتهم الشخصية، فسنجد أن فئة كبيرة من الناس اليوم يتجهون كما لم يفعلوا من قبل إلى ترشيد استهلاكهم للأخبار أو الحد من تعرضهم لها، أو على الأقل للحد من التعرض لأنواع معينة من الأخبار[1]. فيما تأخذ فئات أخرى منحى أكثر تطرفا بمقاطعة الأخبار نهائيا، نتيجة لأسباب متعددة سنشرحها في الفصل القادم.

وبناء على هذا، ارتأينا إلى تقسيم الأنماط الستة التي رصدتها الدراسات الأكاديمية لتجنب الأخبار إلى 3 أصناف رئيسية حسب المعايير الآتية: الوعي، الاستمرارية، والشمولية. وهي المعايير التي تجمع كل نمطين متضادين تحت خانة واحدة، وتسهل بذلك الفهم الجيد لها.

[1] Reuters Institute for the Study of Journalism. Digital News Report 2022. University of Oxford, 2022. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022.

1- حسب الوعي:

أنماط تجنب الأخبار حسب الوعي	
تجنب متعمد (واعي)	تجنب غير متعمد (غير واعي)
يُعرَّف تجنب الأخبار المتعمد بأنه ممارسة متقطعة لاستهلاك الأخبار حيث يتعمّد الأفراد الابتعاد عنها[1]. وهو قرار واعٍ يأتي بعد تفكير عميق حول أهمية الأخبار وتأثيرها على الحياة الشخصية، حيث يتجنب الشخص الأخبار عن دراية وإرادة بعد أن يشعر بعدم أهميتها أو تأثيرها السلبي على مزاجه، أو حتى بعدم ثقته في وسائل الإعلام التي تنتجها، فيقرر الابتعاد عن مصادرها، سواءً بإلغاء متابعة المنصات الإخبارية أو حظرها، أو التمرير بمجرد التعرض لمحتوى اخباري، وغيرها من الطرق التي تتيح له تجنب الأخبار.	تجنب الأخبار غير المتعمد هو سلوك غير واعي من قبل الفرد، إذ أنه يتجاوز الأخبار بمجرد تعرضه لها دون أن يكون مقررا هذا الفعل، ومدركا له. ولا يعتمد تجنب الأخبار غير المتعمد على نفور كلي من الأخبار، بل ربما على عدم اهتمام الفرد بالأخبار وتفضيله لأنواع أخرى من محتوى الوسائط. ويحدث ذلك في المواقف التي يؤدي فيها استهلاك أنواع أخرى من المحتوى، مثل الترفيه، إلى استبعاد التعرض للأخبار تلقائيا. وبالتالي، فإن تجنب الأخبار غير المقصود ليس انسحابًا نشطًا من الأخبار بنفس الطريقة التي يكون بها تجنب الأخبار المتعمد.[2]

الجدول رقم 02: أنماط تجنب الأخبار حسب الوعي

[1] Taher, Ahmed, and Farah Ismail. "News Avoidance and Media Trust: Exploring Intentional Public Disengagement in Egypt's Media System." Journalism and Media 6, no. 2 (2025): p54. https://doi.org/10.3390/journalmedia6020054 .

[2] Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2022). News avoidance. In G. Borchard (Ed.), *The SAGE Encyclopedia of Journalism* (Vol. 1, pp. 1099–1103). SAGE Publications, Inc. https://dx.doi.org/10.4135/9781544391199.n274.

2- حسب الاستمرارية:

أنماط تجنب الأخبار حسب الاستمرارية	
تجنب دائم	**تجنب مؤقت**
يقصد بالتجنب الدائم ذلك التجنب المستمر وطويل الأمد لمدة غير معلومة، ويمكن أن يكون تجنبا متعمدا، كما يمكن أن يكون تجنبا غير متعمد، ويتميز بانخفاض شديد في مستوى التعرض للأخبار أو انعدامه[1]. وهو أضعف أنواع التجنب نظرا لصعوبة عدم التعرض للأخبار مطلقا.	أما التجنب المؤقت فيقصد به تجنب الأخبار من حين لآخر ولمدة محدودة، وهو ما يمكن أن يكون سلوكا غير واعٍ من الفرد، أو أن يكون سلوكا مقصودا عن وعي، كإجراء استراتيجي للحفاظ على صحته النفسية[2]. وهو ما يدعوا إليه علماء النفس اليوم في ظل هذا التدفق اللامتناهي للمعلومات.

الجدول رقم 03: أنماط تجنب الأخبار حسب الاستمرارية

3- حسب الشمولية:

أنماط تجنب الأخبار حسب الشمولية	
تجنب كلي	**تجنب انتقائي**
ويعني هذا النمط أن يمتنع الفرد عن متابعة الأخبار كليا، بكل أشكالها ووسائلها، سواء عبر التلفاز أو الصحف أو المنصات الرقمية، وغالبًا ما يحدث	أما التجنب الانتقائي فيعني تجنب أنواع محددة من المحتوى الإخباري بدلاً من الأخبار بشكل عام. كأن يتجنب الأخبار مجالات معينة كالأخبار

[1] المرجع السابق.

[2] Kim Andersen, Benjamin Toff, and Brita Ytre-Arne, "Introduction: What We (Don't) Know About News Avoidance," Journalism Studies 25, no. 12 (2024): 1367–1384, https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2393131.

هذا بسبب الإرهاق النفسي أو فقدان الثقة في الوسائل الإعلامية[1]. والوصول إلى حد عالٍ من التضرر من استهلاك الأخبار. ولا يختلف هذا النمط على التجنب الدائم إلا في كون الأخير لا يخلو من التعرض الخفيف للأخبار بين الحين والأخر.	السياسة، أو الاقتصادية، أو الرياضية لعدم اهتمامه بها، أو أن يتجنب قضايا محددة تهيمن على أجندة وسائل الإعلام في فترة معينة، مثل تغطية الانتخابات، الكوارث، وتقارير الحروب[2]. ويرتبط هذا النوع من تجنب الأخبار ارتباطًا وثيقًا بالتجنب الانتقائي للمحتوى السياسي، بما يتعارض مع الموقف السياسي للفرد.[3]

الجدول رقم 04: أنماط تجنب الأخبار حسب الشمولية

ويتضح من هذا أن تجنب الأخبار ليس ظاهرة ثنائية بسيطة، بل هي ظاهرة ذات أنماط متعددة ومتداخلة، فالتجنب الذي يختاره الأفراد عن وعي يمكن له أن يكون مؤقتا، كما يمكن له أن يكون تجنبا انتقائيا وغير واعٍ، يخضع هذا لإدراك الأفراد ومقاصدهم. وهو ما ينعكس في سلوكياتٍ متعددة مثل: إلغاء متابعة الصفحات الإخبارية على وسائل التواصل، أو المرور على العناوين الإخبارية دون النقر عليها، أو تخصيص أوقات محددة لمتابعة الأخبار، أو حتى باللجوء إلى المؤثرين كمصدر رئيسي للأخبار. ورغم أن الكثير من الأفراد قد يتخذون في فترات محددة مثل هذه الخيارات متعمدين تقليل تعرضهم للأخبار، إلا أن هذه الخيارات مع مرور الوقت قد

[1] Nikki Usher, News for the Rich, White, and Blue: How Place and Power Distort American Journalism (New York: Columbia University Press, 2021), p45.

[2] Andersen, Toff, and Ytre-Arne, "What We (Don't) Know About News Avoidance," 1370.

[3] Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2022). News avoidance. In G. Borchard (Ed.), *The SAGE Encyclopedia of Journalism* (Vol. 1, pp. 1099-1103).

تتحول إلى عادات روتينية غير مدركة[1]، ومع ترسخ هذه السلوكيات، قد يتراجع الوعي السياسي للأفراد مما يجعلهم أقل تفاعلا مع قضايا مجتمعهم وأكثر عرضة للتأثر بالمعلومات المضللة والاستقطاب السياسي. ومن ثم فإن فهم أنماط تجنب الأخبار لا يقتصر فقط على البحث في تصنيفاتها بل يمتد إلى استكشاف أسبابها والآثار المترتبة عنها، خاصة تلك التي تتعلق بقيم المواطنة الصالحة.

[1] Andersen, Toff, and Ytre-Arne, "What We (Don't) Know About News Avoidance," 1370.

3- العوامل المؤدية إلى تجنب الأخبار:

عندما يتعلق الأمر بتفسير سبب التراجع الحاد في الاهتمام بالأخبار فإن هنالك العديد من التفسيرات المحتملة. فالدراسات الإعلامية عن هذه الظاهرة الرقمية عديدة ومتنوعة، ومع كل دراسة جديدة يتم اكتشاف سبب جديد لم يكن في القائمة، وتزداد معه اتساع دائرة التساؤلات حول مستقبل مهنة صناعة الأخبار والجدوى منها بما أن العميل لديه أكثر من سبب لعدم استهلاكها. وفي هذا القسم سنستعرض **7 أسباب** من الأسباب المحتملة التي توصلت إليها الدراسات وفق ترتيبها من الأكثر تأثيرا إلى الأقل، مع شرح كيف تعتبر سببا لتجنب الأخبار من قبل الجمهور:

3-1- إرهاق الأخبار:

يُعد إرهاق الأخبار أحد أبرز العوامل التي تدفع الأفراد إلى تجنب متابعتها، فقد صنفته الدراسات كأقوى مؤشر لسلوكيات التجنب. حيث أن التعرض المفرط للأخبار يؤدي إلى إرهاق إدراكي، مما يدفع الناس إلى الابتعاد عنها[1]. كما أن الكم الهائل من المعلومات يتعارض مع المعالجة الفعالة للأخبار، إذ يُولّد شعورًا بالإرهاق وصعوبة في المعالجة، مما يتسبب في متلازمة إجهاد المعلومات أو ما يسمى بـ"شلل التحليل"، ويؤدي بشكل مباشر إلى التجنب[2]. وقد حذرت منظمة الصحة العالمية من خطورة هذا الأمر خلال جائحة كوفيد-19، إذ رأت أن تدفق المعلومات غير المسبوق وكثرة الآراء المتضاربة حول الوباء يسبب اضطرابات على مستوى الصحة النفسية للأفراد، ما جعلها تدعوهم إلى تقليل التعرض للأخبار.

[1] Taher and Ismail, "News Avoidance and Media Trust," 54.

[2] De Bruin et al., "News Avoidance during the Covid-19 Crisis," 1290.

3-2- الانحياز السلبي لوسائل الإعلام:

يعد الانحياز السلبي في التغطية الإخبارية واحدا من أبرز العوامل المسببة لظاهرة تجنّب الأخبار، حيث تميل وسائل الإعلام إلى التركيز على الأخبار السلبية مثل الكوارث والصراعات والأزمات، دون الحديث عن ما هو جيد، أو يسير على ما يرام، لتخلق بذلك حالة من التشاؤم والإرهاق لدى الجمهور. وقد أظهرت دراسة أجراها الباحث **ستيوارت سوروكا** (Stuart Soroka) وزملاؤه سنة 2019 بعنوان: "**الأخبار السيئة أقوى من الأخبار الجيدة: التأثير غير المتوازن لقيمة الأخبار على الدماغ**" أن الدماغ البشري يتفاعل بشكل أقوى مع الأخبار السلبية مقارنة بالأخبار الإيجابية، ما يفسر ميل وسائل الإعلام إلى إنتاج محتوى سلبي لجذب الانتباه[1]. ومع تكرار هذا النمط السلبي، يفقد الأفراد الثقة في الأخبار ويختارون تجنّبها كوسيلة للحفاظ على توازنهم النفسي وتقليل التوتر.

3-3- فقدان الثقة في وسائل الإعلام:

تعتبر الثقة وانعدام الثقة في وسائل الإعلام مفهومان مختلفان يمكن أن يؤثرا على سلوكيات استهلاك الأخبار بشكل مختلف. حيث تشير الأبحاث إلى أنه وفي حين ترتبط الثقة في وسائل الإعلام بزيادة التفاعل، فإن انعدام الثقة يمكن أن يؤدي إلى تجنب الأخبار. ويمكن أن يؤدي انعدام الثقة، الذي يُعرّف بأنه الشك تجاه وسائل الإعلام وتأجيل الثقة، إلى تجنب الأفراد للمحتوى الإخباري بشكل نشط. وهذا التجنب ليس بالضرورة انفصالًا كاملاً، بل هو تجنب انتقائي قائم على التحيزات أو عدم الدقة المتصورة في التقارير[2].

---

[1] Stuart Soroka et al., *"Bad News Is Stronger Than Good News: Asymmetric Impact of News Valence on the Brain," Proceedings of the National Academy of Sciences* 116, no. 38 (2019).

[2] Taher and Ismail, "News Avoidance and Media Trust," 54.

كما يمكن للبيئة السياسية والاجتماعية أن تؤثر بشكل كبير على العلاقة بين الثقة في وسائل الإعلام وتجنب الأخبار، خاصة السياقات التي يُنظر فيها إلى وسائل الإعلام على أنها متحالفة مع السلطة السياسية، حيث يكون الجمهور أكثر حساسية تجاه الروايات المعتمدة من الدولة والمتكررة[1]، مما يؤدي به إلى تجنب استهلاك أخبارها. وتتجلى هذه الظاهرة بشكل خاص في المجتمعات التي تشهد تراجعًا ديمقراطيًا، حيث قد يشعر المواطنون بخيبة أمل من دور وسائل الإعلام في الشؤون العامة. لذا فإن للأيديولوجيات السياسية والتحيز الملحوظ لوسائل الإعلام أن يلعب دورا في تشكيل مستويات الثقة ويساهم بذلك في تجنب الأخبار الانتقائي.

3-4- انتشار الأخبار الكاذبة (اضطراب المعلومات):

خلصت دراسة أجرتها **هاسل وهالفيرسن** (2024) بعنوان: "**هل تشعر بأنك تتلقى معلومات مضللة؟ دور الصعوبة المتصورة في تقييم المعلومات عبر الأنترنت في تجنب الأخبار والإرهاق منها**" أن الشعور بتلقي معلومات مضللة يرتبط بزيادة مستويات تجنب الأخبار مع مرور الوقت. وقد استندت الدراسة إلى بيانات مسحية جمعت خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2020، حيث تبين أن الصعوبة المتصورة في التمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة تدفع الأفراد إلى الانسحاب من متابعة الأخبار، لتجنب الإرباك والإرهاق المعرفي[2]. وهي ليست الدراسة الوحيدة في هذا الصدد التي أكدت أن الأخبار الكاذبة لها دور كبير في التجنب.

[1] المرجع السابق.

[2] Edson C. Tandoc Jr. and Hye Kyung Kim, "Avoiding Real News, Believing in Fake News? Investigating Pathways from Information Overload to Misbelief," Journalism 24, no. 6 (2022): 1174–1187

3-5- الشعور بالعجز:

يلعب الشعور بالعجز دورا كبيرا ومحوريا في دفع الأفراد إلى تجنب متابعة الأخبار. حيث تشير بيانات دراسة أجريت أثناء أزمة كوفيد إلى أن ما يقرب من منتصف العينة قد أفادوا وأشاروا إلى أن استهلاك الأخبار له تأثير سلبي على رفاهيتهم وأنهم مثقلون عاطفيًا[1]، لأنهم لا يستطيعون فعل أي شيء حيال ما يشاهدونه من أخبار سلبية.

وتعزى هذه الظاهرة إلى تركيز وسائل الإعلام على الأخبار السلبية فكل ما يُثير القلق يعتبر خبرا،[2] ما يفضي لتضخيم مشاعر الخوف والقلق، والشعور بتأنيب الضمير، وتعزيز الشعور بعدم الفاعلية لدى الجمهور، فحين يشعر المتلقي أن استهلاكه للأخبار لا يترتب عنه أي تأثير ملموس، بل يزيد من معاناته النفسية، يميل إلى الانسحاب وتجنب الأخبار كآلية دفاعية لحماية صحته النفسية والتركيز على تحسين حياته الشخصية كونها الشيء الوحيد الذي يمكنه تغييره.

3-6- سوء التمثيل في وسائل الإعلام:

إن غياب التمثيل الإيجابي أو التمثيل العادل في وسائل الإعلام يعتبر أحد العوامل الرئيسة التي تدفع بعض الجماهير إلى تجنّب الأخبار. فعندما يشعر الأفراد أن وسائل الإعلام لا تعكس واقعهم أو لا تمثل هويتهم ومواقفهم بصورة منصفة، يتنامى لديهم شعور بالتهميش وفقدان الثقة، مما يؤدي إلى انسحابهم من الفضاء الإخباري. وقد بينت **ناتالي جوميني ستورد** في دراستها "**الاستخدام الإعلامي والاستعدادات السياسية: إعادة النظر في مفهوم التعرض الانتقائي**" أن الأفراد غالبا ما يختارون تجنّب التعرّض للمحتوى الإعلامي الذي لا يتماشى مع ميولهم أو لا يمنحهم تمثيلًا ملائمًا، وهو ما يُفسر أحد أبعاد ظاهرة تجنّب الأخبار[3]. ويتجلى هذا التمثيل الناقص

---

[1] De Bruin et al., “News Avoidance during the Covid-19 Crisis,” 1290.

[2] Alex Sabadan, "Is Solutions Journalism A Solution?" *The Fix*, February 14, 2020.

[3] Natalie Jomini Stroud, *"Media Use and Political Predispositions: Revisiting the Concept of Selective Exposure," Political Behavior* 30, no. 3 (2008): 341-366.

بوضوح في تغطية الإعلام العالمي للقارة الإفريقية، حيث تُغفل إنجازات شعوبها وتنوع ثقافاتها، ويتم تسليط الضوء عليها غالبا فقط في سياقات الحروب، والأزمات الإنسانية، أو الكوارث الطبيعية، مما يُكرّس صورة نمطية سلبية تُوَلّد نفورا لدى الجماهير الإفريقية من متابعة الأخبار، لشعورهم بأنها لا تنقل واقعهم الكامل ولا تعبر عنهم كما يجب.

3-7- تعقيد الأخبار:

يعتبر تعقيد الأخبار من الأسباب البارزة لتجنبها، حيث تكشف الدراسات عن أن نسبة كبيرة من الشباب والفئة الأقل تعليماً يتجنبون متابعة الأخبار الصعبة بسبب عدم وضوحها وفهمهم لها، مما يشير إلى أن وسائل الإعلام الإخبارية مطالبة ببذل المزيد من الجهود لتبسيط اللغة وشرح القصص المعقدة أو وضعها في سياقها بشكل أفضل. فالتعقيد والمبالغة في ضخ المعلومات، دون توضيح أو تنظيم، يؤديان إلى إرهاق الجمهور بدلاً من تمكينه من الفهم والتحليل، خاصة في ظل تدفق متسارع للأحداث عبر المنصات الرقمية. وقد أظهر تقرير معهد رويترز لعام 2022 أن كثيراً من الأفراد يعزفون عن متابعة الأخبار لأنهم يجدونها "مرهقة" أو "صعبة الفهم"، وأن التغطيات المليئة بالمصطلحات التقنية أو السياسة والتحليلات المعقدة تشكل حاجزاً للمتلقي، لا سيما لدى من لا يملكون خلفية معرفية أو تعليما متخصصا أو عاليا[1]. وهذا ما يجعل من تبسيط المحتوى الإخباري ليس خياراً لوسائل الإعلام وصحفييها، بل ضرورة مهنية لتعزيز الإقبال الجماهيري وتحقيق التوازن الإعلامي.

كما وهناك أسباب أخرى محتملة لتجنب الأخبار، منها عدم امتلاك الجمهور للوقت لمتابعة الأخبار كونها تحتاج تركيزا. ومنها أيضا التحيز في الأخبار الذي يؤدي غالبا إلى بيئة سامة تقوم على خطاب الكراهية وهو ما يظهر في خانة التعليقات، حيث يقول كثيرون أن الأخبار تؤدي إلى جدالات يفضلون تجنبها[2]. وبالنسبة لفئات

[1] Nic Newman et al., *Reuters Institute Digital News Report 2022*.

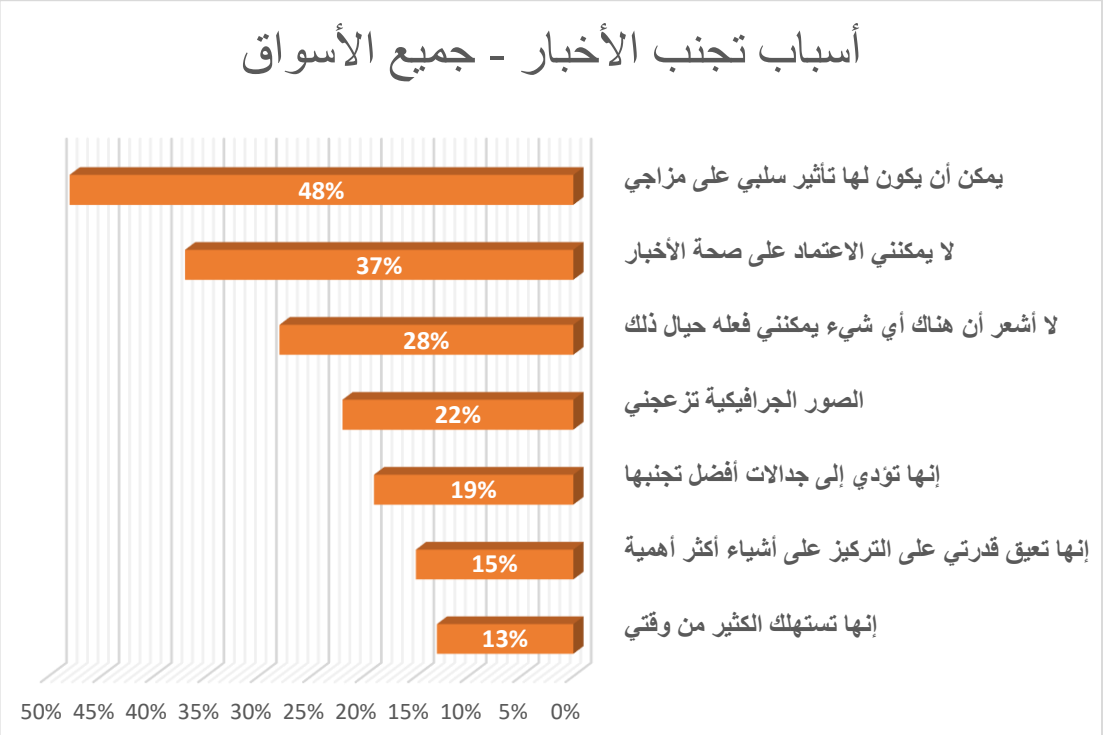
[2] المرجع نفسه.

أخرى فإن سطحية الأخبار هي سبب رئيسي لتجنبها كونها تفتقد إلى العمق وتقدم معلومات لحظية دون قيمة حقيقية ما يجعلهم يشعرون بأنها دون معنى. وتعتبر سهولة الوصول سببا كذلك حيث يمكن للجمهور استهلاك الأخبار في أي وقت وفي أي مكان[1] ما يفقد الأخبار قيمتها الاستهلاكية بما أن الوصول إليها ليس أولوية. كما وتعتبر خوارزميات مواقع التواصل التي تدفع المحتوى الإخباري بعيدا بمجرد أن يقوم المستخدم بتجنب أحد المحتويات، وبالتالي لا يصبح ظاهرا على خلاصته الشخصية. وهناك أيضًا مؤشرات تظهر أن وفرة أنواع أخرى من وسائل الإعلام (مثل الترفيه) قد تُقلّص فرص الاطلاع على الأخبار بالنسبة لمستهلكي الأخبار الأقل اهتمامًا[2].

وقد كشف استطلاع أجراه معهد رويترز عام 2017 وشمل عيّنات من عدة بلدان، حيث تناول السؤال الأول في الاستطلاع: "هل تجد نفسك تحاول بنشاط تجنّب الأخبار هذه الأيام؟". وأظهرت النتائج أن دوافع التجنّب متعددة، أبرزها البُعد النفسي (48% قالوا إن الأخبار تؤثر سلبًا على مزاجهم)، وبُعد الثقة (37% لا يمكنهم الاعتماد على صحة الأخبار)، إضافة إلى الشعور بالعجز (28%)، والانزعاج من الصور الجرافيكية (22%)، والخوف من الجدالات (19%)، وتشتت الانتباه (15%)، واستهلاك الوقت (13%). وتعكس هذه الأبعاد تراجعًا في علاقة الجمهور بالمحتوى الإخباري، ما يفرض على المؤسسات الإعلامية مراجعة أساليبها لتقليل النفور واستعادة التفاعل.

[1] De Bruin et al., “News Avoidance during the Covid-19 Crisis,” 1288.

[2] Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2017.



الشكل رقم 02: أسباب تجنب الأخبار – جميع الأسواق – تقرير معهد رويترز لدراسة الصحافة التابع لجامعة أوكسفورد لعام 2017 – ترجمة الباحثة

ويختصر **مات كارلسون** هذه الأسباب لمختبر نيمان لتوقعات الصحافة لعام 2025، في أن الإحباط الناجم عن الأخبار وبالتالي تجاهلها هو وسيلة الجمهور للتركيز على رفاهيته الشخصية. لا سيما أننا ندرك أن ما يجعل الأخبار أخبارًا هو غالبًا جانبها المأساوي: الجريمة، والحرب، والدمار، والموت. بالإضافة إلى ألم مشاهدة نظام سياسي يعارضه المرء، وهكذا تصبح الأخبار لا تُطاق. وفي الوقت نفسه، نحن عيش في لحظة ثقافية تتميز بتركيزٍ متزايد على الصحة النفسية ومواجهة الصراعات الشخصية. وبهذا قد تكون الأخبار أكثر من اللازم، فيختار الجمهور بدلاً من الانغماس في التحديثات التي لا تنتهي وتصفح الأخبار المُقلقة، الانعزال عنها.[1]

[1] Matt Carlson, "Maybe We Really Are Done with News?" Nieman Lab, n.d., accessed March 17, 2025, https://www.niemanlab.org/2024/12/maybe-we-really-are-done-with-news/

إن أسباب تجنب الأخبار متعددة ومتداخلة هي الأخرى، ويعزى تباينها إلى تباين أوضاع الدول والأزمات التي تمس كل دولة على حدة، فما يعتبر السبب الرئيسي في دولة معروفة بالأزمات السياسية والاقتصادية لا يعتبر السبب الرئيسي في دولة مستقرة سياسيا ومتوازنة اقتصاديا، وهذا ما يجعل من البحث في هذا السياق ضرورة لفهم الأبعاد الواسعة لظاهرة بكل هذا التعقيد مثل ظاهرة تجنب الأخبار.

4- انعكاسات تجنب الأخبار على الجمهور ووسائل الإعلام:

يمثل تجنّب الأخبار مصدر قلق متزايد ومشكلة لها انعكاسات سلبية على الديمقراطية ومهنة صناعة الأخبار، لأنه يؤثر على وعي الناس بالمجتمع ومشاركتهم السياسية[1]. ويشكل تحديًا كبيرًا للوظيفة الديمقراطية للصحافة واستدامة المؤسسات الإخبارية[2]. وهو ما يلزم الوقوف على انعكاسات هذه الظاهرة المتفاقمة، سواء على الجمهور الذي يعرف تغيرا في عاداته الاستهلاكية واحتياجاته الإعلامية، أو على المؤسسات الإعلامية التي تجد نفسها أمام بيئة رقمية جديدة وسلوك جماهيري غير مألوف. ومن هذا المنطلق، نتناول هذه الانعكاسات في هذا الفصل.

4-1- انعكاسات تجنب الأخبار على الجمهور:

تعد مسألة تجنب الأخبار مثيرة للقلق إذا كانت تعني أن المواطنين غير مؤهلين كفاية لاتخاذ القرارات[3]، حيث أن الابتعاد عن متابعة الأخبار يؤدي إلى ضعف في الوعي العام بالقضايا الجوهرية التي تمس حياة الأفراد، على مختلف الأصعدة، سياسيةً كانت، أو اقتصادية، أو اجتماعية، أو حتى بيئية، ومن هذه القضايا نذكر: الانتخابات والاستفتاءات، مشاريع تعديل الدستور والقوانين، التضخم وارتفاع الأسعار، فرص الدعم والاستثمار، جديد البرامج الصحية والتوعوية، برامج الحكومة لمواجهة الكوارث الطبيعية والأزمات، وغيرها من المواضيع التي يجب على المواطن أن يكون على معرفة بها لاتخاذ قرارات مستنيرة سواءً على المستوى الشخصي أو المجتمعي. إلا أن غياب هذه المعرفة نتيجة التجنب يؤدي إلى تراجع الوعي العام وغياب المشاركة السياسية والمدنية في الشؤون العامة.

[1] European Journalism Centre and Solutions Journalism Network, 2020.

[2] Taher and Ismail, "News Avoidance and Media Trust," p54.

[3] Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2017.

وهذا ما يبين فائدة استهلاك الأخبار وإجابياتها، ليس على المستوى الفردي فقط بل وعلى المستوى الجماعي، حيث تتجاوز فائدة الأخبار الفرد لتؤثر على المجتمع من خلال تحقيقها لمبدأ المساءلة، فالأفراد الواعون سياسيا والمطلعون يشكلون مجتمعا واع سياسيا يعرف حقوقه وواجباته، وبالتالي يقل انخراط أصحاب السلطة في الممارسات الخاطئة لأنهم يخشون التعرض للفضح والانكشاف أمام المجتمع من قبل الصحفيين، وبالتالي تتم محاسبتهم. وهذا ما سيُخْسَر إذا ما استمرت ظاهرة تجنب الأخبار بالتفاقم، حتى وإن كان لهذا التجنب أثار إيجابية على مزاج الناس وصحتهم النفسية[1].

كما أن تجنب الأخبار يعزز شعور الأفراد بالتهميش والانفصال عن المجتمع، ويزيد من امكانية انجرافهم وراء الإشاعات والمعلومات المضللة والضارة التي تعرف انتشارا واسعا على منصات التواصل الاجتماعي، وهو ما أكدته دراسة **ستيفاني إدجرلي** بعنوان "**الإعلام الأحمر، والإعلام الأزرق، والإعلام الأرجواني: ذخائر إخبارية في المشهد الإعلامي الملون**" (2015) التي جاء فيها أن الأفراد غير المتابعين للأخبار يكونون أكثر عرضة لتصديق المعلومات الخاطئة على وسائل التواصل الاجتماعي[2]. فبدون معرفة الفرد لمجريات الأحداث، واطلاعه المستمر على ما يحتاج إليه من معلومات، فلن يكون لديه فكر نقدي يسمح له بالتمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة، والتي تستخدم في غير سياقها لأغراض معينة.

4-2- انعكاسات تجنب الأخبار على وسائل الإعلام:

لا تهتم معظم وسائل الإعلام بانعكاسات الأخبار السلبية على الجمهور، فمن منطق تجاري، الخبر السيء هو خبر جيد لأنه سيحقق أعلى نسب المشاهدة، وبالتالي

[1] Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2022).

[2] Stephanie Edgerly, "Red Media, Blue Media, and Purple Media: News Repertoires in the Colorful Media Landscape," Journal of Broadcasting & Electronic Media 59, no. 1 (2015): 1–21.

عائدات مالية أعلى. وهذا ما جعل الجمهور ينتقد وسائل الإعلام ويفقد ثقته فيها كونها "تقتصر على تغطية قصص القطارات التي تخرج عن مسارها، متجاهلة قصص القطارات التي تصل في الوقت المحدد"[1]، غير مكترثةٍ للأثر السلبي الذي تتركه هذه التغطية غير المتوازنة عليه.

لكن ومع تنامي ظاهرة تجنب الأخبار منذ أزمة كورونا لم يبق هذا المنطق صالحا، فقد أصبحت وسائل الإعلام تعاني من تراجع كبير في نسب المتابعة، ما أفضى تلقائيا إلى تراجع عائدات الإعلانات والاشتراكات وبالتالي خلق أزمات مالية تهدد استمرارية هذه المؤسسات، ما يشكل تحديًا كبيرًا لقطاع الأخبار، ويدفع الصحفيين إلى مراجعة طرق إنتاجهم للمحتوى الإخباري، وتبني أساليب أكثر جذبا وابتكارا وتناغما مع يريده الجمهور، خاصة من ناحية أجندة المواضيع. فالمواضيع التي يعتبرها الصحفيون الأكثر أهمية، كالأزمات السياسية والصراعات الدولية والأوبئة العالمية والكوارث المناخية، تبدو تحديدًا هي التي تُبعد بعض الناس عن الأخبار، لا سيما فئة الشباب والفئات المهمشة.[2]

ومن انعكاسات تجنب الأخبار على المؤسسات الإعلامية ما يتضح من لجوء الكثير من غرف الأخبار إلى تقديم محتويات ترفيهية أو أخبار سطحية على حساب المحتويات الجادة التي تختص بها الصحافة، غير مدركة أن هذا بحد ذاته يقوض الثقة، ويوسع الفجوة بينها وبين جماهيرها بدل أن يقلصها، وفوق هذا يؤثر على القيم المهنية ويؤدي بالمهنة إلى الضياع والانجرار خلف الترندات ومطالب المشاهدات.

وفي الكلمة التي ألقاءها **ماتيا بيريتي**، زميل مركز نايت التابع للمركز الدولي للصحفيين (ICFJ Knight) في مؤتمر حزب الإعلام في **بوينس آيرس** لعام 2024، وضح أن الصحفيين يميلون إلى اعتبار قيمة الصحافة هي إعلام الجمهور بما يجري في مجتمعهم وبلدهم وحول العالم، وتزويدهم بالمعلومات التي يحتاجونها لاتخاذ قرارات مدروسة، مبينا أن هذا لم يعد كافيا "**فنحن بحاجة إلى الاعتراف بأن المعلومات لا**

[1] Amiel, *Le journalisme de solutions-p15.*

[2] Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2022.

قيمة لها إلا إذا ساعدت الناس على اتخاذ إجراءات وألهمتهم التغيير الإيجابي، لأن خطر الاعتقاد بأن كل ما ينبغي أن تهدف إليه الصحافة هو تقديم المعلومات للجمهور هو الخلط بين إنتاج المحتوى وبين المهمة المنجزة".

5- العلاقة بين تجنب الأخبار وصحافة الحلول:

في إحدى الجلسات التدريبية التي نظمها المركز الدولي للصحفيين (ICFJ) وشبكة الصحفيين الدوليين (IJNet) حول صحافة الحلول، تم طرح نشاط تفاعلي يهدف إلى توضيح مدى هيمنة التصورات السلبية في فهم الجمهور للواقع العالمي، حيث استُهلّت الجلسة بسؤالين في الثقافة العامة، كان أولهما عن **كيفية تغيّر عدد الوفيات سنويًا نتيجة الكوارث الطبيعية خلال القرن الماضي؟**"، ولمساعدة المشاركين أعطيت الاقتراحات التالية:

أ) زاد أكثر من ضعفين.
ب) بقي تقريبًا على حاله.
ج) انخفض إلى أقل من النصف.

أما السؤال الثاني فجاء كالتالي: "**في عام 1980، عاش حوالي 40% من سكان العالم في فقر مدقع، وبأقل من دولارين في اليوم. ما هي النسبة اليوم في رأيك؟**" وأعطيت الاقتراحات التالية:

أ) 10%
ب) 30%
ج) 50%

وكانت النتيجة أن أغلب الحاضرين اختاروا السيناريوهات الأكثر تشاؤمًا، رغم أن الإجابات الصحيحة كانت أكثر إيجابية، إذ انخفض عدد الوفيات إلى أقل من النصف، وتراجعت نسبة الفقر المدقع عالميًا إلى 10%.

هذه التجربة المصغرة، تُظهر ميل الجمهور نحو توقع الأسوأ، وهو ما يعكس تأثير التغطيات الإخبارية التقليدية التي تركّز على عرض المشاكل دون إظهار الاستجابات والحلول. وتؤكد هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسات سابقة، عن كيفية مساهمة هذا النمط من التغطية في زيادة شعور الجمهور بالإحباط والعجز، وما يؤدي إليه من

ظواهر أبرزها "سأم التعاطف" و"تجنب الأخبار"[1]. فالكثير من الأفراد يلجؤون إلى التجنب، لأنهم يتعبون من سماع أخبار الكوارث الطبيعية، والحروب، والجرائم، والمعاناة، وغيرها. فكل هذا التناول السلبي للقضايا من قبل وسائل الإعلام والذي تعززه منصات التواصل الاجتماعي يؤثر على حالتهم النفسية، ورفاههم، وثقتهم في الصحافة[2].

ومن هذه الدراسات الدراسة التي نشرها معهد رويترز لدراسة الصحافة في تقريره السنوي للأخبار الرقمية لعام 2023، حيث قال 36% من المبحوثين أنهم يتجنبون الأخبار لأنها تؤثر سلبًا على مزاجهم. وبَيَن 46% منهم ميلهم إلى الاهتمام أكثر بالأخبار الإيجابية أو تلك التي تبنى على الحلول، والجمهور الشاب بشكل خاص أظهر رغبة في أخبار توفر حلولًا وليس مشاكلا فقط[3].

وفي دراسة بعنوان: "**محددات صحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصال والجمهور**"، اعتمدت فيها الباحثة على أداة مجموعات النقاش المركزة مع عينة من الشباب الجامعي، حيث عرضت عليهم موضوعات في صحافة الحلول. وأظهرت النتائج إجماع المشاركين على شعورهم بالتفاؤل بعد قراءتهم لهذه القصص المعتمدة على الحلول، كما وأوضحوا زيادة معرفتهم حول القضية بعد قراءتهم لهذا النوع من القصص، وعبروا كذلك عن رغبتهم في قراءة قصص مشابهة تتناول الحلول.[4] وهو ما يوضح الأثر النفسي العميق لصحافة الحلول على الجمهور وقدرتها على إعادة الرغبة في استهلاك الأخبار.

وتؤكد هذه النتائج تجربة صحيفة **Libèration** الفرنسية، حيث كانت تصلها ردود فعل غاضبة من القراء حول طريقة التغطية مثل: "**أنتم تمارسون الصحافة السلبية**"،

---

[1] Solutions Journalism Network, "Blog".

[2] European Journalism Centre and Solutions Journalism Network, 2020.

[3] Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2023, University of Oxford, 2023. . https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023.

[4] رحاب محمد أنور، مرجع سبق ذكره، ص72.

"**هذا هو تشاؤم الثمانينيات**"، "**أنتم تقومون بالصحافة الساخرة**"، "**لا توجد حلول في ليبراسيون**". ونتيجة لهذا قررت الصحيفة أن تغامر سنة 2007 بإطلاق مشروعها باسم "**ليبي للحلول**" والذي أُنشئ بفضل شراكة مع وكالة **مراسلون من أجل الأمل** (2004)، بدافع تقديم مقالات أكثر إيجابية تستند إلى العمل الصحفي، وتسلط الضوء على المبادرات الناجحة. ونُشر ملحق المقالات في العدد الأول خلال فترة الأعياد في نهاية العام، وتمحورت مواضيعه بشكل رئيسي حول الطاقة والتنمية المستدامة. ورغم أن فريق التحرير لم يكن متحمسا للأمر كما يجب، إلا أن النتيجة كانت لا تصدق، فقد كان العدد الأكثر مبيعًا خلال العام، وبدون أي ترويج، حسب ما صرح به **دانييل بوركوا**، رئيس تحرير الصحيفة آنذاك. واستمرت المبادرة لمدة 10 سنوات محققة نجاحًا كبيرًا. ما أثبت أن القراء مستعدون لدفع المال مقابل الحصول على معلومات صحفية تتناول قضايا تهمهم، حتى في فترات الأزمات التي تواجهها الصحافة.[1]

إن تجربة صحيفة Libèration الناجحة تبين أن هناك دور مهم ينبغي أن تلعبه وسائل الإعلام لمواجهة هذا التجنب المتعمّد للأخبار. فالفرق التحريرية قادرة على تغيير محتوى الأخبار ليكون أقل سلبية وأكثر بنّاءً واستنادًا إلى الحقائق والشفافية. وهو ما تحققه صحافة الحلول من خلال نهجها المتوازن الذي يؤكد أن المتلقين ليسوا مجرد ضحايا سلبيين للأخبار، بل يمكنهم التفاعل مع الحلول، والمساهمة في التغيير. فهو يستبدل شعورهم بالعجز والتوتر، بشعور الانتماء ولقدرة على إحداث فرق في المجتمع.

[1] Amiel, *Le journalisme de solutions-p22-23,*

الإطار التطبيقي

1- بطاقة تقنية عن منصة إيجاب:



الصورة رقم 01: شعار منصة إيجاب

1-1- ما هي منصة إيجاب؟

منصة **إيجاب** هي منصة إعلامية ربحية، أنشأتها الصحفية المصرية السابقة في BBC "**دينا أبو غزالة**" عام 2020 انطلاقا من قناعتها هي وفريقها بأن: "هناك مواهب غير مكتشفة تجد صعوبة في الوصول إلى المؤسسات الإخبارية ذات السمعة الجيدة إقليميا ودوليا، وبأن التغطية الإخبارية اليوم تركز على ما يحدث في المدن الكبرى، متجاهلة القصص الشيقة في المناطق الأقل شهرة، ورغم أن العالم الذي نعيش فيه مليء بالمشاكل، إلا أنه مليء أيضا بالحلول. وهناك أشخاص يستجيبون لكل مشكلة نواجهها، لكننا غالبا لا نسمع عنهم في الأخبار، مما يؤدي إلى خلق صورة سلبيّة عن عالمنا. لذا، هناك حاجة إلى تقارير أكثر توازنا لتعكس عالمنا على نحو حقيقي أكثر"[1].

لذا هم يعملون على دعم الصحفيين المحليين في **60 دولة** وفي جميع أنحاء الشرق الأوسط وأفريقيا ليتمكنوا من نشر قصصهم في وسائل إعلام إقليمية ودولية، وفي نفس الوقت يساعدون المنصات الإعلامية على العثور على محتوى فريد ومبتكر لا يمكن لها عادة **الوصول إليه وحدها**.

[1] "ابدأ رحلتك الشيّقة معنا"، منصة إيجاب، اطلع عليه في 16 أفريل 2025، https://www.egab.co/ar/.

1-2- التعريف بصاحبة المنصة "دينا أبو غزالة":

دينا أبو غزالة، المؤسسة والرئيسة التنفيذية لإيجاب. دينا هي رائدة أعمال إعلامية مصرية، متحصلة على درجة الماجستير في الصحافة التفاعلية من جامعة" سيتي " في لندن، ولديها أكثر من 18 عاماً من الخبرة في مجال الصحافة، بما في ذلك 14 عاما لدى هيئة الإذاعة البريطانية (بي بي سي). وخلال سنوات عملها في بي بي سي، غطت التطورات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والإعلامية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. كما أمضت قرابة عامين في تغطية النشاط الجهادي حول العالم، مُركزةً على العمليات الإعلامية لهذه الجماعات، وأنتجت خلالها العديد من المقالات المستندة إلى البيانات.

وقد أدى شغفها بصحافة الحلول والتنوع في وسائل الإعلام إلى قيام أبو غزالة بإطلاق Egab، بسب ملاحظتها لفاري التغطية الأجنبية لقضايا العالم العربي ومبالغتهم في تضخيم السلبيات. وعندما لا تكون دينا مشغولة بقيادة شركتها الناشئة، تقدم محاضرات وجلسات تدريبية حول صحافة الحلول، ريادة الأعمال الإعلامية، والتنوع والشمول في صناعة الإعلام.[1]

[1] Lwazi Maseko, “Dina Aboughazala: Media Entrepreneur and Jack of All Trades,” Jamlab Africa, March 31, 2022, https://jamlab.africa/dina-aboughazala-media-entrepreneur-and-jack-of-all-trades./

- **تحليل المقالات المنشورة تحت إشراف منصة إيجاب لعام 2024:**

بعد أن فهمنا ماهية صحافة الحلول بأركانها ومحظوراتها، واطلعنا على تاريخ نشأتها وتطورها، وعرجنا على أدوارها المتعددة، مع عدم إغفال الانتقادات الموجهة لها، انتقلنا إلى ظاهرة تجنب الأخبار وشرحناها هي الأخرى بأنماطها وأسبابها وانعكاساتها على الجمهور والمؤسسات الإعلامية، وختمنا بعلاقتها بصحافة الحلول. نصل الآن إلى الفصل التطبيقي، أين سنتناول بمنهجية وصفية تحليلية كيف تساهم صحافة الحلول في تقليل تجنب الأخبار لدى الجمهور من خلال تحليل 28 من المقالات التي نشرت في وسائل إعلام إقليمية ودولية في عام 2024 تحت إشراف منصة إيجاب عينة الدراسة. حيث سنستكشف عن طريق نتائج تحليل فئات الشكل والمضمون –المُعرّفة والمُوضَحة بالتفصيل في استمارة التحليل التي تجدونها في قائمة الملاحق– كيف تساهم مقالات صحافة الحلول في معالجة ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجمهور. كما وسنستكشف في ظل إشكالية دراستنا هذه، آلية عمل منصة "إيجاب" المختصة في صحافة الحلول، وإلى أي مدى تلتزم بأركان هذا النهج الصحفي، وتتوخى محظوراته، وما هي الإشباعات التي تقدمها مقالاتها للقراء.

ومن المهم لفت الانتباه إلى أننا في الفئات التالية: فئة مصدر القصة، وفئة الإشباعات المتوقعة، وفئة أسباب التجنب المعالجة، قد تم استخلاص تصنيفاتها من خلال قراءتنا للمقالات عينة الدراسة لعام 2024 والتي بلغت 29 مقالا، مع استثناء مقال واحد من التحليل بسبب اشتراط المنصة الإخبارية للاشتراك من أجل الوصول إليه، ليصبح العدد 28 مقالا فقط جمعتها وأرسلتها لنا السيدة نادين الشياطي، مسؤولة الاتصالات في إيجاب[1].

[1] https://docs.google.com/spreadsheets/d/1nCwF-ZddkovOrZFwfle8XkHJTlA4hgDX0Y326U-88q8/edit?usp=drivesdk

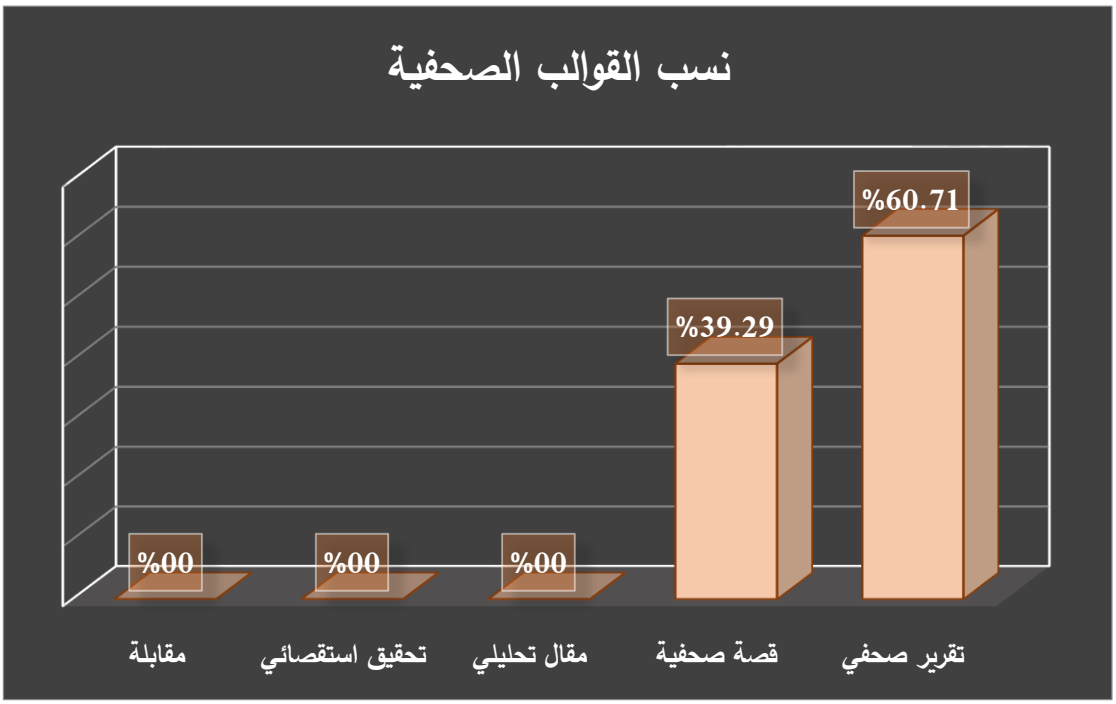
1- فئات الشكل:

1- فئة القوالب الصحفية:

القوالب الصحفية	التكرارات	النسبة %
تقرير صحفي	17	%60.71
قصة صحفية	11	%39.29
مقال تحليلي	00	%00
تحقيق استقصائي	00	%00
مقابلة	00	%00
المجموع	28	%100

الجدول رقم 05: تكرارات ونسب القوالب الصحفية للمقالات المنشورة تحت إشراف منصة إيجاب لعام 2024

الرسم البياني:



الشكل رقم 03: أعمدة بيانية توضح نسب القوالب الصحفية للمقالات المنشورة تحت إشراف منصة إيجاب لعام 2024

1-1- القراءة التعيينية لفئة أنواع المقالات:

توزعت عينة الدراسة البالغة **28 مقالا** منشورا تحت إشراف منصة "إيجاب" في عام 2024 على نوعين رئيسيين من القوالب الصحفية، حيث غلبت **المقالات التقريرية** التي تركز على عرض المعلومات والبيانات والإحصائيات والشهادات بعدد **17 مقالا،** ما يمثل نسبة **61.71%** من إجمالي العينة. وفي المقابل، بلغ عدد **المقالات القصصية** التي تعتمد على السرد الصحفي المدفوع بالشخصيات والتركيز على البعد الإنساني **11 مقالا،** أي بنسبة **39.29%**. بينما لم تُسجل العينة أي وجود لقوالب أخرى مثل المقالات التحليلية أو التحقيقات الصحفية أو المقابلات.

1-2- القراءة التضمينية لفئة أنواع المقالات:

تجدر الإشارة -قبل الشروع في القراءة التضمينية- إلى أننا واجهنا بعض الصعوبة في تصنيف المقالات بين قالبي **التقرير الصحفي** و**القصة الصحفية** نظرا لتداخلهما في كل مقال من المقالات 28 التي حللناها. فالسرد القصصي الذي يميز القصة الصحفية يعرف حضورا بارزا في بدايات أغلب المقالات التي صنفناها على أنها تقرير صحفي، كما تحضر الشخصيات التي تعتبر شاهدة على المشكلة محل المعالجة الصحفية أو صاحبة المبادرات أو المستفيدة منها، إلا أن طغيان السرد التقريري في المقال عن طريق البيانات الكمية والكيفية من إحصائيات، وتقارير منظمات وجهات حكومية، وشهادات الأفراد، على الحضور الإنساني في المقال هو الذي جعلنا نصنفها في قالب **التقرير الصحفي**. فيما صنفنا المقالات التي طغت فيها النبرة الصحفية السردية، والتي ركزت على التجربة الإنسانية، وجعلت الإنسان هو محور المقال - حتى وإن تخللته بعض الفقرات التقريرية- في قالب **القصة الصحفية**.

وبعد هذا التوضيح، نأتي الآن لتفسير القراءة التعيينية، حيث يمكننا القول أن هيمنة قالب **التقرير الصحفي** بنسبة **61.71%** في المقالات عينة الدراسة والمكتوبة بنهج صحافة الحلول توحي بتوجه عام نحو معالجة استجابات المشاكل بطريقة تقريرية

تقليدية صارمة وقائمة على عرض المعطيات، والشهادات، والإحصائيات، مع الاكتفاء غالبًا بإدراج قصة إنسانية في مقدمة المقال، وأخرى في متنه، والتي تذوب –فيما بعد– في فيض الحقائق المجردة، والمعطيات الإحصائية، وشهادات المختصين، وهذا ما يجعلها لا تختلف كثيرا عن الطريقة التي تُكتب بها المقالات التي تركز على المشكلات وتحلل أسبابها وأبعادها فقط.

ويمكن أن نرجع الأمر إلى أن الصحفيين لا يملكون بعد زمام نهج صحافة الحلول، كونه نهجا مولودا في الغرب في المقام الأول، ولا يزال جديدا على المجال الإعلامي العربي والإفريقي. كما ويمكن إرجاعه إلى أن القائمين على المنصة –والذين يراجعون المقالات قبل إرسالها للوسيلة الإعلامية لنشرها– يتوخون الدقة والموضوعية في سرد قصص الحلول من خلال تخفيف أو تقنين المساحة المخصصة للسرد المرتكز على المشاعر الإنسانية، وتجارب الشخصيات، وتحدياتها، من خلال إغراق المقال بالبيانات التي لاحظنا كثرتها في هذه المقالات. ويُرجح أن السبب في ذلك هو الانتقادات التي تطأ هذا النهج الصحفي وتتهمه بالتضليل ورسم صورة وردية عن الواقع، وهو ما وضحناه في القسم 5 من الفصل الثاني لهذه الدراسة بعنوان انتقادات صحافة الحلول.

ورغم أن **صحافة الحلول** تعتمد بدورها على الدقة والموضوعية من خلال ارتكازها على دعامة الأدلة، إلا أن فاعليتها في الحد من ظاهرة **تجنب الأخبار** تتعزز حين تَقرِن الاستجابات بالتجربة الإنسانية المنقولة بسرد قصصي عميق يُلهم القراء ويحفزهم على السعي نحو التغيير من خلال التعرف على مساهمات الأفراد والمجتمعات الأخرى، وهو ما توفّره بدرجة أكبر **القصة الصحفية** التي تأتي بأسلوب قصصي شيق معبر وبسيط، بعيد عن التعقيد وحشو المعلومات والاحصائيات التي تجعل القارئ يُرهق. وبالتالي، فإن محدودية هذا النمط في العينة بنسبة **39.29%** قد تعكس قصورًا في **تحقيق التوازن بين المعلومة والإنسان**، ما قد يؤثر على فعالية المحتوى الإخباري في جذب الجمهور المتجنب للأخبار.

ففي دراسة صادرة عن مجلة الصحافة والاتصال الجماهيري الفصلية (COPE) البريطانية (2014) بعنوان "قصص ذات أهمية: تأثير السرد الإخباري على مواقف

الأفراد من القضايا"، طُلب من المشاركين قراءة مقالات إخبارية في موضوع بيئي اقتصادي، بعضها مكتوبة بقالب قصصي والبعض الآخر بقالب إعلامي تقريري، وكانت النتائج المتحصل عليها أن القصص التي تعتمد على السرد القصصي حصلت على اهتمام أكبر من قِبل المشاركين وكان لها تأثير كبير على مدى تعاطفهم مع القصة، وتفاعلهم معها وتغيير مواقفهم.[1] ومن المعروف عن المواضيع البيئية والاقتصادية أنها غالبا ما تكون مليئة بالبيانات المعقدة التي تُنفر الجمهور، وبالتالي فإن اعتماد السرد المبني على التجربة الإنسانية يجعل من هذه المواضيع أكثر قربا من القارئ وأقل تعقيدا وإرهاقا.

ولتوضيح هذا الفرق أكثر نعطي مثالين من المقالات التي حللناها، أحدهما فقرة من المقال 5 الذي صُنف كتقرير صحفي، والثاني فقرة من المقال 19 الذي صنف كقصة صحفية:

- فقرة من المقال 10 المعنون بـ"كيف أنقذت الإصابة بالقواقع محاصيل المزراعة باكيسوني ودخلها في ملاوي": «**أدت الممارسات الزراعية السيئة والاستخدام المطول للأسمدة الكيماوية والمبيدات الحشرية في ملاوي إلى تدهور ما يصل إلى 80٪ من الأراضي الزراعية ومعدلات عالية جدا من إزالة الغابات، وفقًا لبيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (الفاو). وفي هذا السياق، يعيش نحو ثلاثة ملايين مالاوي، أي ما يقرب من 15% من السكان، في حالة من انعدام الأمن الغذائي الشديد، وفي السنوات الأخيرة، وبفضل نصيحة الحكومة والمنظمات المستقلة، تمكن بعض المزارعين من مكافحة هذا التدهور باستخدام حلول مبتكرة.**»

[1] Fuyuan Shen, Lee Ahern, and Michelle Baker, “Stories that Count: Influence of News Narratives on Issue Attitudes,” Journalism & Mass Communication Quarterly 91, no. 1 (2014): 98–117, https://doi.org/10.1177/1077699013514414.

- فقرة من المقال 27 المعنون بـ "مبرمج فلسطيني ينشئ ملجأ مناسبا للعمل في مدينة ساحلية لمساعدة العاملين عن بعد في غزة على العودة": «**في ظهيرة قريبة، كانت هبة الله الجزّار ملتصقة بمحطّتها على الشاطئ، تسابق الزمن لإنهاء تصميم لعميل في الخليج. وعلى بُعد بضعة أمتار من طاولتها، كانت تستطيع رؤية أمواج البحر الأبيض المتوسط الصافية تتحطّم على الشاطئ. كان من الممكن أن يكون مكان العمل هذا مثالياً – لولا احتمال وقوع غارة جوية إسرائيلية في أي لحظة.**»

مع ذلك، تجدر الإشارة إلى أنه على الرغم من أن النسبة الأكبر من المقالات التي حللناها كتبت بقالب التقرير الصحفي، إلا أن النمط الشائع في قصص الحلول هو القصة الصحفية، لأنها تبرز الدرس المستخلص من المقال أو ما يسمى بـ "الرؤية" والتي تعتبر ركن أساسي من أركان صحافة الحلول.

وفيما يتعلق بغياب **التحقيقات والمقالات التحليلية** والذي يطرح تساؤلا عن عمق تناول قصص الحلول وتعدد زوايا النظر فيها، فيمكن أن نرجعه أيضا إلى نفس السبب الذي ذكرناه أعلاه والمتعلق بجِدّة هذا النهج الصحفي في المنطقة العربية والإفريقية، وعدم التمكن بعد من أدواته ومبادئه، عكس مقالات المشكلات التي تنوعت قوالبها الصحفية وتفنن الصحفيون في كتابة التحقيقات والتحليلات حولها. وقد وضحت دراسة أجريت عام 2019، بهدف المقارنة بين التقارير الاستقصائية والحلولية ان الجمع بين النهجين من شأنه تحقيق أثر كبير على القارئ مقارنة باعتماد نهج الحلول لوحده[1].

أما بالنسبة لغياب قالب **المقابلات**، فنفسره بعدم ملاءمة هذا القالب مع صحافة الحلول التي تستند على 4 أركان أساسية هي: الاستجابة، والأدلة، الرؤية، والقيود[2]، مما يجعل المقابلة تركز على ركن واحد أو اثنين وتهمل بقية الأركان. فعلى سبيل

[1] Brent Walth, Nicole Smith Dahmen, and Kathryn Thier, "A New Reporting Approach for Journalistic Impact: Bringing Together Investigative Reporting and Solutions Journalism," Newspaper Research Journal 40, no. 2 (June 2019): 127–142, https://doi.org/10.1177/0739532919834989.

[2] تم شرح هذه الأركان بالتفصيل في قسم "أركان صحافة الحلول" في الفصل الأول.

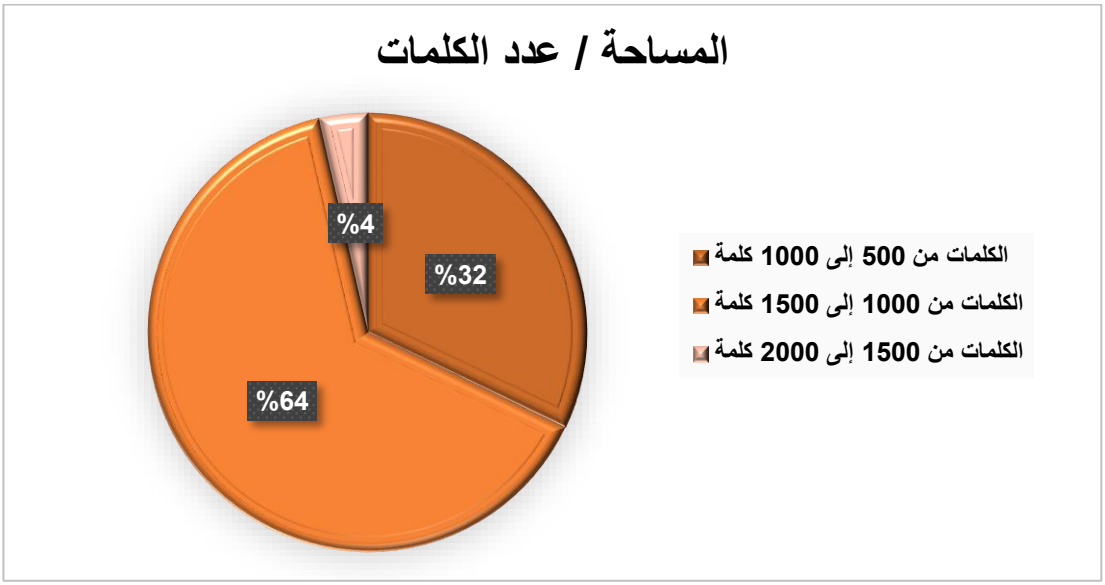
المثال، لو كانت المقابلة مع صاحب المبادرة فقد يركز هذا الأخير على ذكر إيجابيات مبادرته دون تقديم سلبياتها أو أضرارها، وهو ما وجدناه في بعض المقالات التي تناولت مبادرات ذات أضرار بيئية.

2- فئة المساحة (عدد كلمات المقال):

المساحة / عدد الكلمات	التكرار	النسبة%
الكلمات من 500 إلى 1000 كلمة	09	%32.14
الكلمات من 1000 إلى 1500 كلمة	18	%64.29
الكلمات من 1500 إلى 2000 كلمة	01	%3.57
المجموع	28	%100

الجدول رقم 06: يمثل عدد كلمات المقالات المنشورة

الرسم البياني:



الشكل رقم 04: دائرة نسبية توضح عدد كلمات كل مقال

2-1- القراءة التعيينية لفئة أنواع المقالات:

تُظهر نتائج حساب مساحة المقالات من خلال حساب عدد كلماتها أن الطول السائد للمقالات عينة الدراسة والمقدرة بـ28 مقالا يقع ضمن فئة **1000-1500 كلمة**، بعدد بلغ **18 مقالا**، أي بنسبة **64.29%**. تليها المقالات التي يتراوح طولها بين **500 و1000 كلمة**، وعددها **9 مقالات**، بنسبة **32.14%**. بينما لم تتجاوز **مقالة واحدة فقط** حاجز الـ **1500 كلمة**، وهو ما يمثل نسبة **3.57%** من العينة.

2-2- القراءة التضمينية لفئة أنواع المقالات:

تعكس هذه النتائج تركيز أغلب المقالات (بنسبة **64.29%**) على الطول التحريري المتوسط (1000–1500 كلمة)، ما يُظهر محاولة للموازنة بين الاختصار المراعي لسلوك القارئ العصري الذي لا يملك الوقت ويمل بسرعة، والمساحة الكافية التي يتطلبها عرض الحلول. إذ تتطلب قصص الحلول مساحة تحريرية معتبرة لشرح الاستجابة وتقديم الأدلة التي تؤكد فعاليتها أو تنفيها، مع ذكر حدودها وتوضيح الرؤى المستفادة منها. ومن المواقع التي حافظت على هذه المساحة التحريرية في أغلب مقالاتها بصيغة الحلول نجد موقع EL PAIS الإسباني الذي يأخذ حصة كبيرة من مقالات منصة "إيجاب".

كما ونجد أن نسبة **32.14%** من المقالات لم تتجاوز مساحة 1000 كلمة مفضلة الاختصار في الطرح. ويُعزى هذا إلى حقيقة أن العصر الرقمي غير الكثير في طرق استهلاك الأخبار والمعلومات ما يجعل أغلب المواقع الإخبارية تُسقف حجم مقالاتها ومنها **صحيفة الغارديان البريطانية** التي لم تتجاوز أي من مقالاتها 1000 كلمة، وهو ما يدخل غالبا في سياستها التحريرية المبنية على دراسات لاحتياجات وتوجهات الجمهور. حيث تبين العديد من الدراسات أن الجمهور لا يملك الوقت والمزاج لمتابعة الأخبار، وإذا لم تكن مثيرة أو قيمة أو تدخل في إطار اهتماماته فسيتجنبها بكل سهولة.

ففي دراسة حديثة أجراها معهد السياسات ومركز دراسات الانتباه في كلية كينجز لندن، عبّر نصف المشاركين في المملكة المتحدة (49%) عن شعورهم بأن مدى انتباههم أصبح أقصر مما كان عليه في السابق، في حين يرى 47% أن "التفكير العميق" بات من الماضي، وخلصت الدراسة إلى أن الجمهور لم يعد كما كان من قبل في قدرته على التركيز واستيعاب المحتوى الطويل، بل أصبح يواجه تحديات حقيقية في البقاء متفاعلا مع المواد الإعلامية المطوّلة، خاصة في ظل الكم الهائل من المعلومات المتدفقة عبر الأجهزة الذكية.[1]

[1] King's College London, “Are Attention Spans Really Collapsing? Data Shows UK Public Are Worried – but Also See Benefits from Technology,” King's College London,

وصحيح أن الاختصار مرغوب فيه لا سيما في المحتويات المكتوبة التي لم تعد تجذب الجمهور كما في السابق، لكنه كثيرا ما يأتي على حساب العمق والقيمة، والتي تعتبر ركنا في صحافة الحلول، التي تهدف على تقديم درس مستفاد من خلال مقالاتها وهو ما لمسناه في أغلب المقالات التي حللنها.

ومن اللافت أن المقال الوحيد الذي تجاوز 1500 كلمة هو المقال رقم 07 بعنوان: "**ثلاث قبائل إسواتيني تتغلب على التنافس للحفاظ على الغابات الأصلية**" والذي نشرته الجزيرة الإنجليزية، يدل على أن المقالات الطويلة جدا غير مرغوبة أو لا تناسب معايير النشر المعمول بها من قبل المواقع الإخبارية، ويعود نشره من قبل الجزيرة لثلاث أسباب بارزة، أولها أنه مقال بيئي، وجميعنا نعرف أهمية القضايا البيئية في الوقت الراهن وحجم المساحة التي تحتاجها، وكونها غير موجهة لعموم القراء. والسبب الثاني أنه مقال يتحدث عن ثلاث قبائل متحاربة في دولة "**إسواتيني**" وهي إحدى دول إفريقيا التي لا تعرف التغطية الإعلامية إلا نادرا، وهو ما يعطي الجزيرة ميزة السبق الصحفي والتفرد في الوصول إلى القصص النادرة. أما السبب الثالث فهو أنه مكتوب بصيغة صحافة الحلول، ما جعلها تعطيه هذه المساحة التحريرية الواسعة.

February 16, 2022, https://www.kcl.ac.uk/news/are-attention-spans-really-collapsing-data-shows-uk-public-are-worried-but-also-see-benefits-from-technology.

3- فئة الوسائط:

الوسائط		التكرارات	النسبة %
وسائط نصية فقط		00	%00
وسائط نصية مدعومة بصور فقط	أصلية	24	%85.71
	غير أصلية	02	%7,14
وسائط نصية مدعومة بأنفوجراف م1		01	%3.57
وسائط متعددة		01	%3.57
المجموع		28	%100

الجدول رقم 07: تكرارات ونسب الوسائط التي اعتمدت عليها المقالات

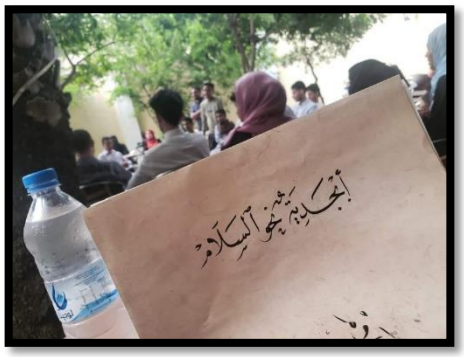
3-1- القراءة التعيينية لفئة الوسائط:

أظهرت نتائج التحليل أن جميع المقالات محل الدراسة، وعددها **28 مقالا**، احتوت على وسائط بصرية داعمة للنص، إذ لم يُسجَّل أي مقال نُشر دون وسيط بصري واحد على الأقل. وقد توزعت فئات الوسائط كالتالي: **24 مقال** اعتمد على صور أصلية التقطها الصحفيون أو أرسلتها الجهات التي تحدث عنها المقال. وفي كل هذه المقالات لاحظنا احتواءها على عدة صور فرعية تراوحت بين صورتين إلى خمس صور في المقال الواحد، تتنوع بين صورة أصحاب المبادرة، أو المبادرة في حد ذاته، أو المشكلة التي قامت من أجلها المبادرة.

فيما نجد **مقالين** اعتمدا على صور من الواضح أنها غير أصلية، مع غياب تام لأي صور في المتن لأسباب سنحللها لاحقا. كما ونلاحظ وجود مقال واحد مدعوم بأنفوغراف، إلا أنه ليس أنفوغراف تحليلي بل بديل للصورة الأصلية، ومقال واحد متعدد الوسائط شمل النص وعدة صور وخريطة توضيحية. هذا مع غياب الفيديوهات أو الملفات الصوتية في كل مقالات العينة.

3-2- القراءة التضمينية لفئة الوسائط:

تكشف لنا هذه البيانات عن وعي بصري جيد لدى الصحفيين المتعاونين مع منصة إيجاب، حيث لم يهمل أغلبهم تضمين عناصر بصرية في قصصهم، سواءً عن المبادرة أو عن أصحابها، أو عن المشكلة التي تعالجها، وهو ما يعتبر أمرا أساسيا في جذب القراء للمقال وكسر الرتابة في المادة المكتوبة، وخصوصًا في صحافة الحلول التي تراهن على إظهار التغيير على الأرض من خلال التوثيق البصري. كما أنه ومن المعروف أن للصور دلالة قوية تضيف لمصداقية العمل وتعززه خاصة إذا ما كان مكتوبا، وتبين الجهد الذي بذله الصحفي في إنجازه مما يزيد من تقديره والثقة به وبالوسيلة الإعلامية من قبل القارئ، وهو ما يساعد في الحد من ظاهرة التجنب.



الصورة رقم 02: مثال عن صورة لمبادرة صالون تعز الثقافي في اليمين



الصورة رقم03: توضح صاحبة مبادرة محل إصلاح الهواتف النقالة للنساء في اليمين

أما بالنسبة للتفاوتات التي رصدناها في أعداد الصور بين المقالات، فهي تدل على عدم وجود حد لعدد الصور التي يمكن إدراجها في المقال الواحد، حيث أن هناك مقالات اكتفت بالصورة الرئيسية للمقال وهي قليلة (3 مقالات)، فيما وصلت أغلبها لثلاث صور في المقال الواحد، بينما تجاوز بعضها حد الخمس صور.



الصورة رقم 04: توضح مشكلة غياب التعليم في وسط الحرب في غزة

أما بالنسبة للمقالات التي اقتصرت على صورة واحدة غير أصلية، يمكننا أن نجزم بأن الموقع الإخباري هو الذي أضافها لوجوب وجود صورة رئيسية تعبر عن محتوى المقال وتجذب القارئ إليه، فلا يمكن إدراج أي مقال دون صورة واحدة على الأقل تعبر على محتواه حتى وإن كانت غير أصلية، حيث أن جميع المواقع تلجأ لتعويض غياب الصور الأصلية بصور مشاعة أو حتى صور تقوم بشراء حقوق نشرها. إلا أن هذا لا يدل إلا على عدم احترافية الصحفي وهو ما يشير إلى ضعف المقال ما يجعل القراء لا يثقون بالموقع والمعلومات التي يقدمها، وهو ما يظهر جليا في المقال رقم 09 المعنون بـ"**كيف يواجه رواد الأعمال في مجال التكنولوجيا في الأردن تحدي النفايات المتزايد في البلاد**" الذي نشره موقع **The New Arab** والذي يتناول مبادرات المؤسسات الناشئة في الأردن والتي تكافح لتقليل نسبة النفايات المرتفعة في البلاد، حيث لا نجد في المقال أي صورة لهذه المؤسسات أو أصحابها، فقط صورة العلم الأردن يرفرف كصورة رئيسية لتعويض نقص الصور. وهو ما يجعل القراء غالبا يشككون في مصداقية المعلومات المقدمة.



الصورة رقم 05: صورة المقال رقم 09 المعنون بـ"كيف يواجه رواد الأعمال الفي مجال التكنولوجيا في الأردن تحدي النفايات المتزايد في البلاد"

أما المقال الثاني الذي لم يعتمد على صورة أصلية أيضا فهو المقال رقم **15** **بعنوان "مطابخ الحساء في السودان توفر شريان حياة لآلاف المدنيين المتضررين من المجاعة"** والذي نشره أيضا موقع **The New Arab** مع صورة معبرة لامرأة سودانية تحضر الطعام في مطبخ نظيف ومرتب بينما ترتسم على شفاهها ابتسامة، وهو ما جعلنا نعتبر أن الصور غير أصلية، فالوضع في السودان كارثي لدرجة لا تسمح بالابتسام فيها، كما أن فراغ المطبخ من أي شخص ونظافته وترتيبه يؤكد أنه ليس مطبخ جماعي للنازحين من الحرب. إلا أن غياب الصورة في هذا الموضوع مبرر ويرجع إلى الظروف الأمنية الخطيرة في السودان بسبب الحرب الأهلية التي تضيق على الصحفيين وعلى أي شخص يتعاون مع وسائل الإعلام.

ويبرر هذا السبب أيضا اعتماد المقال رقم 01 المعنون بـ "**تطبيقات الأموال الرقمية تصبح شريان حياة للسودانيين المتضررين من الحرب**" على أنفوجراف كبديل للصورة الأصلية، وهو ما يعد مثالا على البدائل التحريرية الذكية في ظل غياب ظروف التصوير المباشر، ويكشف مرونة صحافة الحلول في التأقلم مع البيئات المعقدة دون التنازل عن المعنى البصري.



الصورة رقم 06: صورة المقال رقم 15 بعنوان "مطابخ الحساء في السودان توفر شريان حياة لآلاف المدنيين المتضررين من المجاعة"



الصورة رقم 07: صورة المقال رقم 01 المعنون بـ"تطبيقات الأموال الرقمية تصبح شريان حياة للسودانيين المتضررين من الحرب

وبالنسبة للمقال الوحيد الذي اعتمد على الوسائط المتعددة وهو المقال رقم **10** المعنون بـ"**كيف أنقذت الإصابة بالقواقع محاصيل المزراعة باكيسوني ودخلها في ملاوي**"، حيث دُعِّم الطرح بـ6 صور وخريطة توضيحية تبين أين تقع دولة **مالاوي الإفريقية**، وأكثر من ذلك أين تقع محافظة **ليلونغوي** التي حدث فيها الاستجابة لمشكلة فساد المحاصيل الزراعية التي تعتبر الدخل الوحيد لسكان المحافظة. ونُرجع سبب استخدام الخريطة في هذا المقال دون المقالات الأخرى من قبل موقع **EL PAIS** الإسباني، كون دولة **مالاوي** دولة إفريقية غير معروفة، لذا فإن الخريطة تساعد القراء على معرفة الموقع الجغرافي لهذه الدولة وهو ما يعتبر إشباعا معرفيا حسب نظرية الاستخدامات والإشباعات. حيث أن القارئ ينجذب للأخبار التي تشبعه معرفيا وتزيد من ثقافته العامة.[1]



الصورة رقم 08: توضح الخريطة التوضيحية لدولة مالاوي التي أدرجت في المقال رقم 10

[1] عمار حمد الحجامي، "نظريات الاتصال"، ص52.

ورغم هذه الإيجابية، فإن غياب الوسائط التفاعلية أو المتعددة في أغلب المقالات (فيديو، صوت، خرائط...) يعد مشكلة في توظيف الإمكانيات الرقمية، ويظهر أن صحافة الحلول كما تم تطبيقها في هذه العينة، على أنها لا تزال تميل نحو النمط التقليدي للصحافة المكتوبة المدعومة بالصور فقط، دون الانفتاح بعد على كامل أدوات الصحافة الرقمية المعاصرة، التي يمكن أن تسهم أكثر في كسر جمود النص وتقليل سلوك تجنب الأخبار عبر تنويع طرق التلقي وتسهيل الفهم.

وفي دراسة بعنوان "تصور الحل: **تحليل الصور المصاحبة للقصص الإخبارية المتجهة نحو الحلول**" 2018، « Visualizing the Solution: An Analysis of the Images That Accompany Solutions-Oriented News Stories»، أوضحت نتائجها أن الصور المصاحبة للقصص الصحفية المبنية على الحلول لا تعكس دائما الطابع الحلي للموضوع، إذ وجدت الدراسة أن 63.5% فقط من الصور تعبّر عن الحل الذي تقدّمه القصة. كما كشفت أن الصور الملتقطة من قبل مصورين داخليين (تابعين لهيئة التحرير) كانت أكثر ميلا لتمثيل الحل من تلك المأخوذة من وكالات الأنباء أو مصادر خارجية. كما واعتمد الباحثان في هذه الدراسة على منهج تحليل المحتوى الموجه بنظريات الاتصال البصري مركزين على الرسائل الضمنية التي تحملها الوسائط البصرية مقارنة بالنص المكتوب. وتُبرز هذه النتائج أهمية الصور في تعزيز قصص الحلول، ودورها في جذب الجمهور والتقليل من ظاهرة تجنّب الأخبار، خاصة عندما تحمل الصور طابعا عاطفيا إيجابيا يدعم جوهر الحل المعروض.[1]

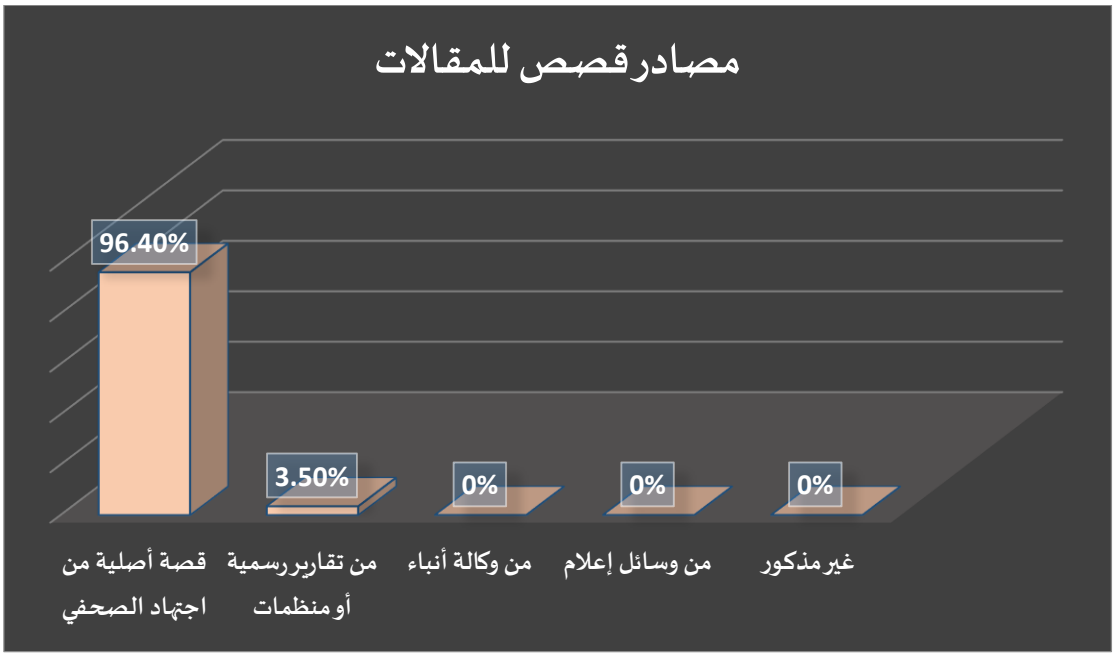
[1] Kyser Lough and Karen McIntyre, "Visualizing the Solution: An Analysis of the Images That Accompany Solutions-Oriented News Stories," Journalism 20, no. 4 (August 2019): 497–516, https://doi.org/10.1177/1464884918770553.

4- فئة مصدر القصة (من أين استقى الصحفي قصة الحلول؟):

مصدر القصة	التكرارات	النسبة %
من وكالة أنباء	00	%00
من وسائل إعلام	00	%00
من تقارير رسمية أو منظمات	01	%3.57
قصة أصلية من اجتهاد الصحفي	27	%96.43
غير مذكور / غير واضح	00	%00
المجموع	28	%100

الدول رقم 08: تكرارات ونسب مصادر قصص المقالات

الرسم البياني:



الشكل رقم 05: أعمدة بيانية توضح نسب فئة مصادر القصص

4-1- القراءة التعيينية لفئة مصدر القصة:

يوضح الجدول أعلاه أن معظم القصص نابعة من اجتهاد الصحفيين أنفسهم إلا قصة واحدة، أي أن 27 مقالا من أصل 28، بنسبة **96.43%** من أصل **100%** هي قصص أصلية اسْتُقِيت موضوعاتها من مبادرات صحفية مبنية على البحث والتقصي

والمقابلات المعمقة. بينما اسْتُقِيَ مقال واحد فقط من إعلان رسمي حكومي، وهو المقال رقم 26، والمتعلق بتجربة زيمبابوي في التغلب على وباء الكوليرا، ما يجعله المقال الوحيد المستند إلى تقارير أو جهات رسمية. ولم نسجل أي حالة استناد في استقاء القصص إلى وكالات الأنباء أو وسائل الإعلام كمصادر رئيسية لموضوعات المقالات عينة الدراسة.

4-2- القراءة التضمينية لفئة مصدر القصة:

تعكس هذه النتائج توجهًا واضحًا لدى منصة "إيجاب" نحو تعزيز الأصالة والتفرد في القصص التي تنشرها. فكل المقالات التي حللناها –إلا واحدا– جاءت من اجتهاد الصحفيين **(27 من أصل 28)** المبني على عمليات رصد وتغطيات ميدانية مستقلة، وليست مجرد إعادة إنتاج لمضامين سابقة أو مستهلكة إعلاميا. ويتماشى هذا التوجه مع ما صرحت به مؤسسة المنصة، **دينا أبو غزالة**، في ندوة رقمية دعتنا إليها في إطار التعاون البحثي[1] بعنوان: "**أين تجد قصصا ملائمة لجمهور عالمي؟**" والتي كانت يوم الأربعاء 14 ماي 2025 من الساعة 11:00 صباحا إلى الساعة 12:00 ظهرا بتوقيت القاهرة، حين أكدت على حرصهم على أن تكون القصص المنشورة على المنصة **أصلية وغير متكررة**، حتى تحافظ على طابعها العالمي وتقديمها لقضايا الجنوب العالمي غير الممثلة تمثيلا كافيا في وسائل الإعلام العالمية.

ومن خلال هذا النهج التحريري، تسعى المنصة إلى مكافحة التكرار الإعلامي، واستبداله بمضامين ذات قيمة مضافة، وهو ما يسهم –عن قصد أو دون قصد– في استعادة ثقة الجمهور في الأخبار، ويقدم محتوى إعلاميًا جديدًا محفزًا للاهتمام بدلًا من التغطيات الإخبارية المألوفة التي تفضي إلى الملل والنفور. وهو ما يتقاطع مباشرة مع

[1] تمت دعوتنا للندوة الرقمية في المقابلة التي أجريناها مع "دينا أبو غزالة" مؤسسة المنصة يوم الأربعاء 14 ماي 2025 من أجل التعرف على كيفية عمل المنصة، ومعرفة كيف تجد وتكتب قصص الحلول لوسائل الإعلام العالمية.

إشكالية دراستنا، حيث يتجلى دور صحافة الحلول في تقليل ظاهرة تجنب الأخبار عبر تقديمها لسرديات جديدة، محلية، وإنسانية، مدعومة بحلول واقعية تستجيب لحاجة الجمهور إلى محتوى يلهمه ويحفزه بدلا من يرهقه ويثقله نفسيا.

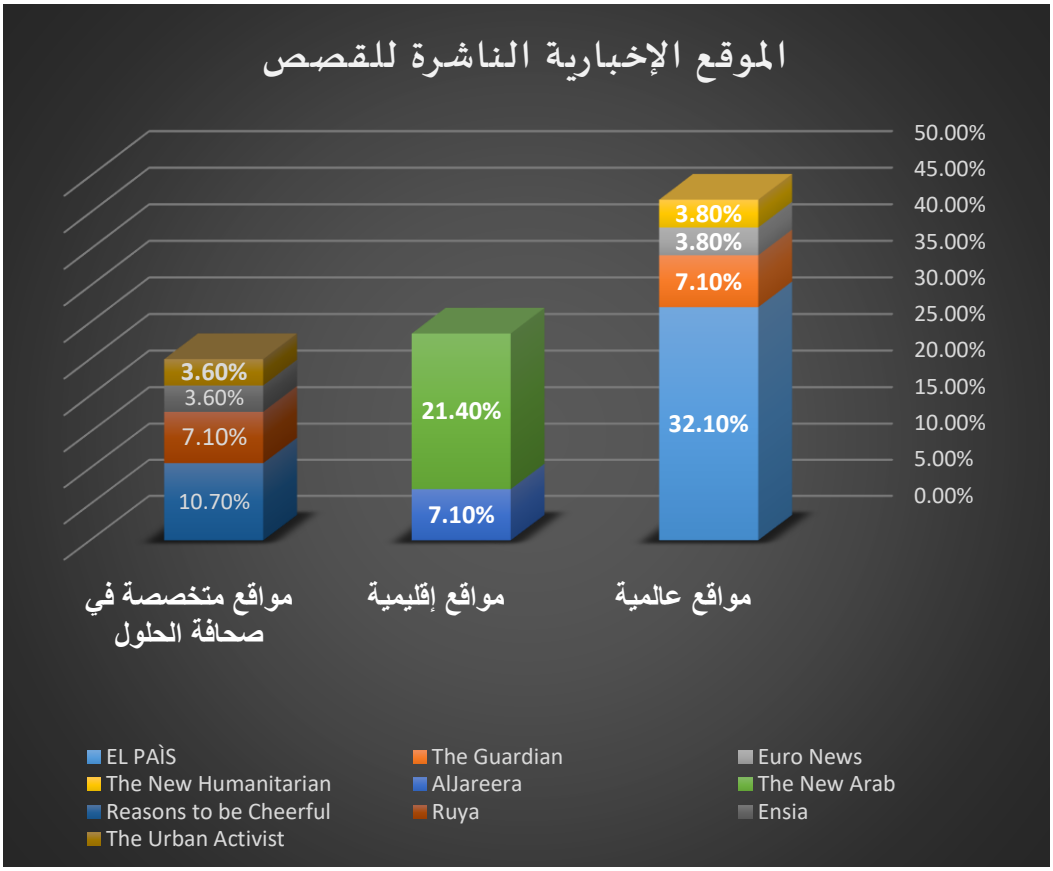
وهنا يتجلى دور صحافة الحلول التي لا تكتفي بعرض المشكلة، ولا تركز عليها، بل تركز على المبادرات التي تقام للحد من المشكلات، مقدمة إياها بأسلوب قصصي مشوق ونابع من السياق المحلي المشابه لسياقات متعددة ما يجعل من الحل قابلا للتكرار، وهو ما يجعل القارئ يرى نفسه في القصة ويجد فيها أملا وإلهاما يدفعه للفعل والتغيير، وبالتالي يعيده إلى متابعة الأخبار التي تجعله يعيش نفس التجربة، وهنا نصل إلى تقليل ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجمهور.

5- فئة الموقع الإخباري الناشر للقصة:

الموقع الإخباري الناشر للقصة	المواقع	التكرار الفرعي	التكرار الكلي	النسبة%
موقع دولي عام	EL PAÌS	09	13	%46.43
	The Guardian	02		
	Euro News	01		
	The New Humanitarian	01		
موقع إقليمي (عربي / إفريقي)	AlJareera	02	08	%28.57
	The New Arab	06		
موقع متخصص في صحافة الحلول	Reasons to be Cheerful	03	07	%25
	Ruya (Goethe-Institut)	02		
	Ensia	01		
	The Urban Activist	01		
المجموع			28	%100

الجدول رقم 09: تكرارات ونسب الموقع الإخبارية الناشرة للقصص

الرسم البياني:



الشكل رقم 06: يمثل أعمدة بيانية لنسب الموقع الإخبارية الناشرة للقصص

5-1- القراءة التعيينية لفئة الموقع الإخباري الناشر للقصة:

يُظهر الرسم البياني أن أكبر عدد من مقالات صحافة الحلول المشرف عليها من قبل منصة إيجاب لعام 2024 نشرت في مواقع إخبارية دولية عامة غير متخصصة، وبلغ عددها 14 مقالًا من أصل 28، أي ما يعادل نصف العينة. حيث تتصدر هذه الفئة موقع و**EL PAÍS** الإسباني بـ09 مقالات، يليه موقع **The Guardian** بمقالين (02)، ثم موقعا **Euro News** و **The New Humanitarian** بمقال 01 لكل واحد. لتكون نسبة هذه الفئة 46.43%.

وفي المرتبة الثانية، جاءت المواقع الإخبارية الإقليمية، بمعدل موقعين ذو توجه يغطي القضايا العربية باللغة الإنجليزية، وهما موقع **The New Arab** الذي يعتبر ثاني أكثر موقع يتعاون مع منصة "إيجاب" بعد موقع **EL PAÍS** بعدد ست (06) مقالات لعام 2024، وفي نفس الفئة يأتي موقع الجزيرة الإنجليزية بمعدل مقالين (02). ما يجعل هذه الفئة تأخذ نسبة 28.57% من النسبة الكلية.

أما في الفئة الثالثة، المتعلقة بالمواقع المتخصصة في صحافة الحلول، فقد ضمت (06) مقالات فقط، رغم كونها المنصات الأصلية التي تتبنى هذا النهج الصحفي بشكل محوري في تغطياتها. وعلى رأسها تأتي منصة **Reasons to be Cheerful** بـ 03 مقالات، تليها منصة **Ruya** التابعة لمعهد جوتة الألماني بمقالين، وبعدها منصتا **Ensia** و **The Urban Activist** بمقال لكل منهما. وبهذا تحوز هذه الفئة على نسبة 25% من العينة الإجمالية.

كما وقد لاحظنا أن أغلب المواقع الإخبارية التي تتعامل معها إيجاب هي مواقع ناطقة باللغة الإنجليزية، ما عدا موقع **EL PAÍS** الناطق بالإسبانية. وهو ما يثير تساؤلات عن عدم وجود مواقع عربية تتعامل مع منصة إيجاب.

5-2- القراءة التضمينية لفئة الموقع الإخباري الناشر للقصة:

إن الحضور القوي لمقالات صحافة الحلول ضمن مواقع دولية عامة مثل **The Guardian** و **EL PAÍS** يعكس تحولا مثيرا للاهتمام في تغيرات الاتجاهات التحريرية للمؤسسات الإعلامية الكبرى. فبعد عقود من التركيز على الأخبار السلبية والمآسي والصراعات، بدأت الكثير من المنصات تدرك –من خلال ردود الفعل غير المحفزة، والدراسات بهذا الشأن– أن جمهورها لم يعد يرغب في التعرض المستمر لهذا النوع من المحتوى الإخبار المنحاز سلبا، والذي تؤكد الدراسات على أنه يؤدي إلى تعب نفسي

وإرهاق ينتهي بتجنب انتقائي للأخبار[1]. ومن هذا المنطلق، يبرز الاعتماد على صحافة الحلول كاستراتيجية تحريرية عكسية للتقليل من ظاهرة تجنب الأخبار التي تعرف تزايدا مخيفا في السنوات الأخيرة، وخصوصا بعد الإغراق الإعلامي مع جائحة كورونا، وذلك عبر تقديم قصص تحمل أملا، وتحفز الجمهور على التفكير الفعال بدل الاستسلام للعجز بتقديمها لنماذج ملهمة في كافة القضايا والمشكلات ذات البعد العالمي.

وبالنسبة للمواقع الإقليمية، التي عرفت حضورا عربيا ولكن باللغة الإنجليزية وتمثلت فقط في موقعين تعاونا مع منصة إيجاب بنسب وتوجهات متباينة لكل واحد منهما. ف **The New Arab** ركزت تغطياتها في صحافة الحلول على القضايا العربية مثل الحرب في غزة، وقضية التحرش الجنسي في أوبر في مصر، ومطابخ الحساء في السودان، وتطوع أطباء الأسنان في سوريا. أما **الجزيرة الإنجليزية** فقد تعاونت مع إيجاب في القضايا الإفريقية مثل مخيمات اللاجئين في كينيا، والحفاظ على الغابات من قبل القبائل في إسواتيني. وهو ما يوضح سعيها لتقديم رواية مغايرة عن العالم العربي والشعوب الإفريقية للجمهور العالمي، تتجاوز التغطيات التي تركز على الحروب والفقر والفساد والمشكلات فقط. فهذه المقالات لا تكتفي بعرض المشكلات، بل تقدم مبادرات فردية أو مجتمعية قابلة للتطبيق. ومن خلال سردياتها الإيجابية، يتم التعامل مع الجمهور بوصفه فاعلا ومهتما، وليس مجرد متلق سلبي. وهنا يبرز الدور الإصلاحي لصحافة الحلول، وأين تستخدم كجسر بين الجمهور والمحتوى الإخباري، يخفف من حدة النفور الذي قد يشعر به المتابع حين يعرض عليه الواقع في صورته السوداوية فقط، متجاهلا الجوانب الإيجابية التي تزخر بها مثل هذه المجتمعات التي عرفت تنميطا وتشويها في وسائل الإعلام العالمية.

وبالنظر إلى النسبة المتواضعة للمقالات المنشورة في مواقع إخبارية متخصصة في صحافة الحلول فيمكن إرجاع محدوديتها إلى عامل نقص التمويل. فبسبب عدم رواج

[1] Nicole Moorefield, "News Fatigue: What It Is and How to Avoid It," UNC-Chapel Hill, September 16, 2022, accessed February 19, 2025, https://www.unc.edu/discover/news-fatigue-what-it-is-and-how-to-avoid-it./

هذا النهج الصحفي بعد وحتى على المستوى العالمي والغربي، يجد أصحاب مثل هذه المنصات المتخصصة صعوبة في إقناع المستثمرين بنجاحها، خصوصا في ظل القناعات القديمة التي تميل إلى الإيمان بأن الأخبار الإشكالية والمثيرة للخوف والقلق مثل الحروب والنزاعات وقضايا الفساد وغيرها هي من تحقق السبق وتجلب أعلى نسب المشاهدات والنقرات، وإن كان هذا الاعتقاد لا يزال محقا، إلا أنه هو تحديدا ما أدى إلى تجنب الأخبار من قبل الجمهور، فاستمرار وسائل الإعلام في ضخ الأخبار الكارثية والمفجعة التي تسبب الإرهاق النفسي جعل الجمهور يلجأ للتجنب عن وعي أو غير وعي منه، والنتيجة.. لم تعد مثل هذه الأخبار تحقق المرجو منها، فلم يعد هناك مستهلكون، والأسوأ أن الثقة بين الطرفين قُوِضَت.

ومن جهة أخرى فإن العدد الضعيف للمقالات المنشورة في المنصات المتخصصة في صحافة الحلول تطرح تساؤلا عن ل مدى قدرتها على التأثير خارج نطاق جمهورها الضيق. ورغم أن هذه المنصات تؤدي دورا مهما لا بد منه لتطوير هذا المفهوم وتقديم نماذج رائدة فيه، إلا أن الجمهور العريض لا يتوجه عادة إليها بل يفضل متابعة الأخبار من منصات شهيرة معتادة، وبالتالي فإن تأثير صحافة الحلول يكون مضاعفا عندما يدمج داخل هذه المنصات الجماهيرية كما هو الحال مع **The Guardian** على سبيل المثال لا الحصر.

وفي المجمل، فإن هذه النتائج تشير إلى أن مستقبل صحافة الحلول مرتبط إلى حد كبير بمدى تبنيها من طرف وسائل الإعلام العالمية وليس فقط المتخصصة، باعتبار أن قدرة هذا النمط على الحد من تجنب الأخبار مشروطة بوجوده في الأماكن التي يرتادها الجمهور أصلا. ومن هنا، فإن دمج صحافة الحلول في أجندة الإعلامية العالمية لا يساهم فقط في إعادة ثقة الجمهور بالإعلام، بل قد يشكل أيضا استجابة مباشرة وفعالة لظاهرة التجنب المتصاعدة، والتي تتمتع بمخاطر مدمرة لصناعة الإعلام وفكرة الديمقراطية.

3- فئات المضمون:

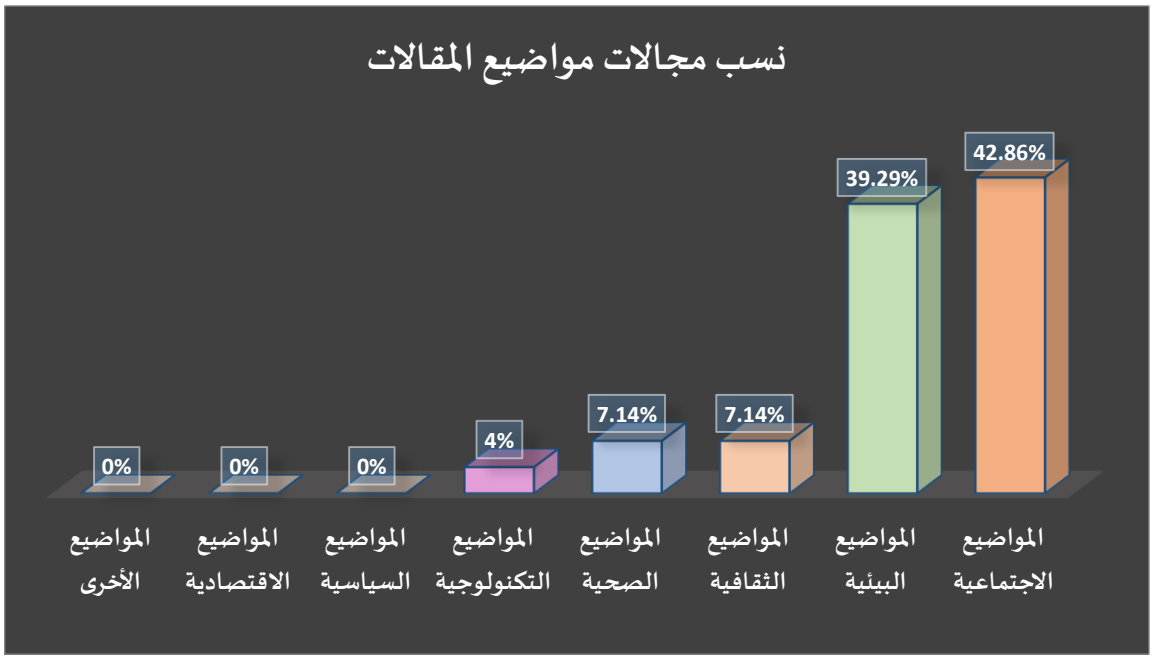
1- فئة الموضوع:

1-1- فئة الموضوع من حيث المجال:

الموضوع من حيث المجال	التكرارات	النسبة %
المواضيع السياسية	00	%00
المواضيع الاقتصادية	00	%00
المواضيع الاجتماعية	12	%42.86
المواضيع الثقافية	02	%7.14
المواضيع البيئية	11	%39.29
المواضيع الصحية	02	%7.14
المواضيع التكنولوجية	01	%3.57
المواضيع الأخرى	00	%00
المجموع	28	%100

الجدول رقم 10: تكرارات ونسب مجالات مواضيع المقالات

الشكل البياني:



الشكل رقم 07: يمثل أعمدة بيانية لنسب مجالات مواضيع المقالات

1-1-1- القراءة التعيينية لفئة الموضوع من حيث المجال:

توزعت مواضيع المقالات محل الدراسة على سبعة مجالات رئيسية. وتظهر النتائج أن المواضيع الاجتماعية قد تصدرت القائمة بـ12 مقال، تلتها المواضيع البيئية بـ11 مقال، ثم المواضيع الثقافية والصحية بمقالين 02 لكل منهما، ومقال واحد 01 صنف في المواضيع التكنولوجية، فيما غابت المواضيع السياسية والاقتصادية، مع عدم وجود ولا موضوع خارج هذه التصنيفات تحت مسمى المواضيع الأخرى.

ربما من أسباب تجنب المواضيع السياسية أنها محبطة وهو ما أكده مؤلفوا كتاب "تجنب الأخبار"2024 بن توف وروث بالمر وراسموس نيلسن تحت طرحهم لسؤال: لماذا نستهلك الأخبار وهي سلبية ومحبطة؟ ووضحوا أنه إلى جانب الشعور بالإرهاق والضغط النفسي يسأم الناس من الأخبار السياسية، تحديدا، إذ يشعرون بفرطها وعجزهم أمامها، خصوصا مع تكرار تغطيتها إعلاميا بشكل مفرط وسلبي غالبا"(الكتاب الذي لا املكه)

1-1-2- القراءة التضمينية لفئة الموضوع من حيث المجال:

يظهر الحضور القوي للمواضيع الاجتماعية بنسبة 42.86٪ من إجمالي العينة، أن صحافة الحلول تميل بشكل واضح إلى معالجة القضايا اليومية للناس، لا سيما تلك التي ترتبط بحقوق الإنسان، والعدالة الاجتماعية، وتمكين الفئات المهمشة، وربما هذا ما يفسر التعريف الذي قدمته شبكة صحافة الحلول لها بأنها "تقارير دقيقة وصارمة تتناول كيفية استجابة الناس **للمشكلات الاجتماعية**، وما يمكننا تعلمه من نجاحاتهم وإخفاقاتهم".[1]

[1] Solutions Journalism Network, "Blog," Solutions Journalism Network, https://solutionsjournalism.org/blog.

كما أنه ومن اللافت أن 05 مقالات من أصل 12 مقالا اجتماعيا ركزت على قضايا النساء، متناولة نماذج نسوية في سياقات معقدة: من عاملات مناجم زمبابوي اللواتي انتقلن من الهامش إلى ريادة الأعمال، إلى نساء أوغندا اللواتي يحدثن ثورة في قطاع القهوة، وإلى مقاومة نساء اليمن ومصر للتحرش والابتزاز الجنسي، وصولا إلى نساء غزة اللواتي ينهضن لمساعدة مجتمعاتهن تحت الإبادة الصهيونية لسكان القطاع. حيث أن هذه القصص، بكل ما تحمله من بعد إنساني وتمكيني، تخاطب مشاعر الجمهور بطريقة إيجابية وفاعلة، كاسرة الصورة النمطية السلبية التي وضعتها الأعراف المجتمعية السلبية للمرأة سواءً في الواقع أو في الإعلام، وذلك من خلال تقديم بديل صحفي يتمثل في نقل استجابات هذه الفئة تحديدا ونجاحاتها ومبادراتها مما يحفز على المبادرة بالفعل بدلا من التجاهل والركون للواقع، وهو ما يجعل نهج صحافة الحلول نهجا ذو قيمة، خصوصا في مواجهة تجنب الأخبار، لا سيما بين فئات الشباب والنساء، والذين غالبا ما يشعرون بأن وسائل الإعلام لا تمثلهم كما يجب.

وبعد المواضيع الاجتماعية، تأتي المواضع البيئية بنسبة بلغت 39.29٪، مؤكدة مكانتها كواحدة من أكثر المجالات ملاءمة لتناولها من زاوية الحلول. فالقضايا البيئية مثل التلوث، والمحافظة على الغابات، وبنوك البذور، والمبيدات، والصيد الجائر، وحماية الحيوانات المهددة بالانقراض، تهم البشرية جمعاء، وتوفر مساحة مفتوحة للتعاون والمبادرات الفردية والجماعية. كما أن الميزة الأساسية هنا أن هذه القصص لا تعرض الكوارث فقط، بل تسرد كيف يمكن إصلاح الأمور، أو على الأقل الحد من الأضرار لحد معين. حيث أن هذا النوع من التغطية القائمة على الاستجابات تقدم جرعة من الأمل، وتكسر دورة "الإرهاق البيئي" الذي يدفع كثيرين إلى تجاهل أو حتى تجنب أخبار الكوكب لأنها ببساطة محبطة للغاية ولا يجد الناس أي شيء ليفعلوه حيالها. وعليه، فإن تناول البيئة عبر حلول عملية هو مدخل ذكي لتجديد علاقة الجمهور بالموضوع البيئي، دون إثقاله بمشاعر العجز، ولعل أبرز مقال من هذه المقالات والذي يوضح تفسيرنا هذه هو المقال رقم 23 المعنون بـ:"**الفرن الذي يعمل بالطاقة الشمسية ينقذ الأشجار في قرية كينية**"، والذي يسرد قصة امرأة كينية اخترعت فرنا للطهي يعمل بالطاقة الشمسية،

ودعت جميع أهل قريتها لاستعماله كبديل مستدام للحطب الذي يؤدي إلى قطع الأشجار وزيادة انبعاثات الكربون.

كما ويمكننا القول أنه من الطبيعي أن نفسر تركيز قصص صحافة الحلول على المواضيع الاجتماعية والبيئية، كونها أكثر المواضيع التي توضع فيها حلول فعالة، والتي يمكن للناس من كل الأطياف المساهمة فيها.

وبالنظر إلى المواضيع الثقافية التي أخذت نسبة 7.14% من العينة، بمعدل مقالين، هما المقال رقم 3 بعنوان: "**إفطارات رمضان الجماعية: تقليد عريق يجد حياة جديدة في الغرب**" والذي يتحدث عن موائد الرحمة التي سجلت كتراث لا مادي في قائمة اليونيسكو، حيث تناقش الصحفية كيف بدأت هذه المبادرات تتناقص في المنطقة العربية بسبب الأوضاع السياسية والاقتصادية المتردية، بينما تزداد في الغرب عند الجالية المسلمة والمهاجرة في أوروبا وأمريكا بسبب جودة المعيشة واستقرار الأوضاع، وهو واحد من المقالات التي رصدت المبادرات الفاشلة. والمقال الثاني هو المقال رقم 16 المعنون بـ"**مقاومة الحرب بالكلمة المكتوبة**"، والذي يتحدث عن المبادرات الأدبية التي يقيمها اليمنيون لمقاومة الحرب الأهلية في مدينة تعز الواقعة في قلب المواجهة ين الحكومة المعترف بها دوليا والحوثيين. وفي سياق تجنب الأخبار، فإن هذه القصص الثقافية لا تقوم على إخبار القراء بما لا يسير كما يجب، بل بكيف يتمسك الناس بهويتهم في مواجهة الحروب والأزمات، وهو ما يعزز شعور الجمهور بالمعنى والانتماء، ويجعل الأخبار أقل قسوة وأكثر قابلية للتقبل.

وبالنسبة للموضوعين الصحيين فنجد أنمها يعكسان بعدا إنسانيا ملموسا: من **أطباء الأسنان المتطوعين في سوريا**، إلى **جهود زمبابوي لمكافحة الكوليرا**، ففي كليهما يتغلب الحس الجماعي على ضعف المنظومة الصحية، وهو ما يضع الجمهور أمام نماذج مقاومة تلهمه لا تحبطهن وكذلك هو الحال في المقال التكنولوجي الوحيد، الذي ناقش كيف أصبحت **تطبيقات الأموال الرقمية في السودان شريان حياة في خضم الحرب**، ما يوضح أن قصص الحلول موجودة في كل المجالات وتحت كل الظروف، ما يجعل من هذا النهج الصحفي نهجا مرِنا، وقابلا للتطبيق على الواقع بمختلف أبعاده.

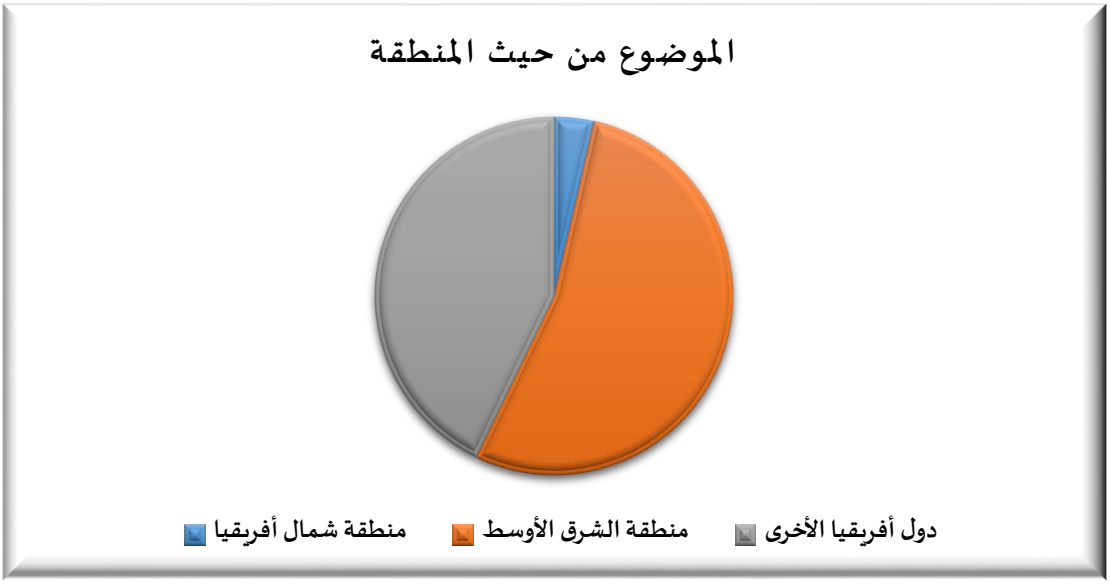
أما عن غياب التناول السياسي والاقتصادي فيمكن لنا تفسيره من زاويتين: أولا: هذان المجالان غالبا ما يرتبطان بالأخبار التقليدية التي تعاني أصلا من التكرار، والسطحية، والإثارة الفارغة، ما جعلها في مقدمة الأسباب التي تدفع الجمهور لتجنب الأخبار. وثانيا، أنه من الصعب تقديم حلول واقعية وفعالة في هذين المجالين دون الدخول في تعقيدات السلطة والنفوذ والتوازنات، وهو ما قد يحد من قابلية النشر في هذا السياق، خاصة إذا لم يكن هناك تغيير ملموس. لكن في المقابل، يثير هذا الغياب تساؤلا لا مفر منه حول إمكانية اكتفاء صحافة الحلول بالمجالات الاجتماعية والبيئية وحتى الثقافية والصحية والتكنولوجية في ظل اقصاء المواضيع السياسية والاقتصادية.

1-2- فئة الموضوع من حيث المنطقة:

الموضوع من حيث المنطقة	التكرارات	النسبة %
منطقة شمال أفريقيا	01	%3.57
منطقة الشرق الأوسط	15	%53.57
دول أفريقيا الأخرى	12	%42.86
المجموع	**28**	**%100**

الجدول رقم 11: تكرارات ونسب موضوع المقالات من حيث المنطقة

الرسم البياني:



الشكل رقم 08: يمثل دائرة نسبية توضح نسب فئة الموضوع من حيث المنطقة

1-2-1- القراءة التعيينية لفئة الموضوع من حيث المنطقة:

يظهر الرسم البياني الناتج عن تحليل عينة المقالات أن معظم المواضيع التي تناولتها منصة "إيجاب" خلال عام 2024، تركزت على منطقة الشرق الأوسط بنسبة 53.57٪، أي مجموع 15 مقالا توزعت بين: فلسطين (04)، اليمن (06)، مصر (02)، سوريا (02)، والأردن (01). تليها منطقة إفريقيا جنوب الصحراء بنسبة 42.86٪، بمعدل 12

مقالا من السودان (2)، نيجيريا (1)، زمبابوي (2)، إستواني (1)، كينيا (2)، ملاوي (1)، ناميبيا (2)، وأوغندا (1). وفي المقابل، لم نرصد من منطقة شمال إفريقيا سوى مقال واحد فقط من المغرب، بنسبة 3.57٪ من إجمالي العينة.

ويعتبر تصنيفنا لمصر ضمن الشرق الأوسط بدلا من شمال إفريقيا قرارا منهجيًا يعتمد على الانتماء الثقافي والسياسي أكثر من الجغرافي، خاصة أن هذا التصنيف يخدم هدف الدراسة في قراءة اتجاهات "إيجاب" نحو الجنوب العالمي.

1-2-2- القراءة التضمينية لفئة الموضوع من حيث المنطقة:

إن الحضور المكثف لدول الشرق الأوسط في قصص صحافة الحلول بنسبة تفوق نصف العينة يعكس توجها واعيا لإعادة تشكيل الصورة النمطية حول المنطقة. فبدلا من الاقتصار على التغطيات الإخبارية التي تطغى عليها الحرب، والقمع، والفقر، تحاول هذه القصص تسليط الضوء على مبادرات فردية وجماعية تعالج المشكلات من زاوية المبادرات التي توضح للحد منها. لذا فإن صحافة الحلول تلعب هنا دورا مباشرا في كسر الحلقة المفرغة لتجنب الأخبار: فحين يعتاد الجمهور على تلقي الأخبار السيئة عن منطقته، يبدأ تدريجيا في تجنب المتابعة لشعوره بالعجز والإرهاق النفسي. أما حين تُقدَّم له قصص تُظهر أن التغيير ممكن رغم الظروف، فإن ذلك يعزز شعور "القدرة على الفعل"، وهو أحد المفاتيح النفسية للعودة إلى استهلاك الأخبار بوعي واهتمام.

أما عن احتلال دول إفريقيا نسبة 42.86٪ من العينة فهو الآخر يبرز تحولا في تغطية مواضيع القارة السمراء، فبدلا من اقتصار القصص على الفقر والمجاعات، نجد تقارير عن نساء يصبحن رائدات أعمال، وأخرى عن مبادرات بيئية وزراعية مبتكرة، وعن حماية الغابات والحيوانات المهددة بالانقراض. كما أن هذا التحول السردي من الشكوى إلى الحل لا يسهم فقط في إعادة ثقة السكان المحليين في وسائل الإعلام، بل يلعب أيضا دورا في كسر تجنب الأخبار لدى فئات واسعة من الجمهور الإفريقي، الذين غالبا

ما شعروا أن وسائل الإعلام تتعامل معهم بمنطق الشفقة أو التهويل، وليس بمنطق الاحترام أو التمكين.

والغريب في هذه النتائج هو التمثيل الضعيف لشمال إفريقيا –باستثناء مصر التي أُدرجت في الشرق الأوسط، إذ لم تُغطَّ سوى قصة واحدة من المغرب. وقد يرجع هذا إلى ضعف التغطية الإعلامية لقصص الحلول في المنطقة، أو إلى قلة انخراط الصحفيين من دول شمال إفريقيا في المنصة، رغم ما تزخر به هذه المنطقة من مبادرات أهلية ومجتمعية، خاصة في الجزائر وتونس. كما يمكن تفسير الأمر بوجود فجوة في الربط بين الصحفيين المحليين ومنصات الإعلام البديل العابرة للحدود مثل "إيجاب"، وهو ما يطرح تحديا وفرصة في آن واحد لتوسيع دائرة المساهمين.

2- فئة أركان صحافة الحلول:

الركن	المقالات التي التزمت بالركن	
	التكرار	النسبة من مجموع المقالات
الاستجابة	27	%96.43
الأدلة	21	%75
الرؤى	25	%89.29
القيود	23	%82.14

الجدول رقم 12: تكرارات ونسب المقالات التي التزمت بالأركان صحافة الحلول

2-1- القراءة التعيينية لفئة أركان صحافة الحلول:

أظهرت نتائج تحليل العينة أن **27 مقالًا** من أصل 28 التزمت بركن **الاستجابة**، في حين التزم **21 مقالًا** بركن **الأدلة**، و**24 مقالًا** بركن **الرؤى**، بينما التزم **23 مقالًا** بركن **القيود** .وبذلك، لم يلتزم بركن الاستجابة سوى مقال واحد، في حين غابت الأدلة عن 7 مقالات، والرؤى عن 4 مقالات، والقيود عن 5 مقالات.

2-2- القراءة التضمينية لفئة أركان صحافة الحلول:

نلاحظ من خلال النتائج السابقة أن "الاستجابة" هي أكثر الأركان حضورا، حيث التزمت به **27 من أصل 28** مقالة، ما يعكس توجيهًا صارمًا من المنصة نحو إبراز الحلول المطروحة في كل قصة تقريبا، وهذا طبيعي، لأنها جوهر صحافة الحلول، ولا يمكن أن تسمى القصة بقصة حلول إلا إذا تضمنت استجابة لمشكلة معينة، وغياب الاستجابة يجعل من المقال مقالا تقليديا، ولأنه يخرج القارئ من "مشكلة بلا مخرج" إلى سردية تُمكّنه من رؤية التحرك على الأرض، سواء كان بسيطا أو محليا. هذا الالتزام يسهم مباشرة في **تقليل ظاهرة تجنب الأخبار**، إذ يمنح الجمهور سببا واقعيا للاهتمام

بالقصة ومتابعتها حتى النهاية، عكس القصص الإخبارية التقليدية التي تترك القارئ عالقًا في الإحباط.

ورغم أن **21 مقالا** تضمن ركن "الأدلة"، فإن **7 مقالات** غابت عنها هذه الدعامة الأساسية. فالأدلة ليست مجرد عنصر توثيقي، بل هي ما يثبت أن الحل المعروض **فعّال بالفعل**، وليس مجرد فكرة أو وجهة نظر. وحين يغيب هذا الركن، تتحول القصة إلى سرد عاطفي، وهو ما يضعف أثرها في **إعادة بناء ثقة الجمهور بالإعلام**، خصوصا أنها تمنح شعورا بالجدية والصرامة في الطرح، وهذا ضروري لإقناع الجمهور الذي هجر الأخبار نتيجة شعوره بأنها مبالغ فيها أو غير موثوقة.

أما ركن "الرؤى" فكان حاضـــرا في **24 مقالا**، وغائبا في 4 فقط. وتعتبر هذه النســـبة جيدة، لأنها تعني أن معظم القصـــص لا تكتفي بعرض الوقائع، بل تقدم فهما أعمق للســـبب والكيف، مما يســـاعد القارئ على اســـتخلاص الدروس وتوســـيع أفقه. فالدروس المســـتخلصـــة لا تســـهم فقط في رفع جودة المحتوى، بل تعزز تجربة القارئ المعرفية، وتجعله يفكر بدلا من أن يســـتهل بســـلبية. وهذه من بين الركائز التي تقاوم التجنب القائم على الملل والسطحية.

فالدروس المستفادة، هي أسمى غاية لصحافة الحلول حسب تصريح مؤسسة المنصـــــة "دينا أبو غزالة" حيث أنها تلهم أخرين في تطبيق هذا الحل في مجتمعاتهم، حيث قالت: "**إذا كانت هناك مشكلة تلوث في مصر، وقرأت عن حل لهذا في تونس، فسـيعجبني هذا الحل وأسـتلهمه، من خلال معرفتي للعوامل التي أدت لنجاحه**"، كما أنها أشارت للفوارق الجغرافية، والبيئية، والثقافية التي تؤدي إلى فشل بعض المبادرات في منطقة دون أخرى موضـــحة أن ما يعمل في الجزائر مثلا قد لا يعمل في تونس، وما يعمل في مصر قد لا يعمل في السعودية وهكذا.

ومع التزام **23 مقالا** بركن القيود، يتضح أن الغالبية حرصت على عرض الحدود أو الصعوبات التي تواجه الحل. وهذا الركن يعتبر ضروريا لأنه يحافظ على الواقعية، لأنه يبين أن الحلول ليست مثالية ولا نهائية، بل قيد التطوير والتحدي. عندما يرى الجمهور قصة تعترف بحدودها، يشعر أنها أكثر نزاهة وشفافية، ما يخفف من شعور التلاعب العاطفي الذي يلازم بعض القصص الإيجابية الساذجة. لذا فإن غياب القيود في **5 مقالات** فقط يعكس مستوى عاليا من النضج التحريري في العينة.

ومنه فإن هذه النتائج تظهر أن منصة "إيجاب" تعمل وفق معايير قريبة جدا من النموذج المثالي لصحافة الحلول كما وضعته شبكة Solutions Journalism Network، مع بعض الفجوات التي يجب الانتباه إليها، خاصة في محور الأدلة، وهو محور لا يمكن تجاهله.

وحين نربط هذا المستوى المهني **بقدرة صحافة الحلول على تقليل تجنب الأخبار**، فإننا نخلص إلى أن هذا النوع من الصحافة، حين يُنفَّذ باحترام لأركانه الأربعة، لا يقدم فقط "قصصا إيجابية"، بل يبني **ثقة حقيقية وواقعية** مع الجمهور، ما يجعله يعود للاهتمام بالأخبار.

3- فئة محظورات صحافة الحلول:

العنصر المحظور	المقالات التي ليس فيها المحظور	
	التكرار	النسبة من مجموع المقالات
الحل السحري	27	%96.43
عبادة البطل	27	%96.43
التركيز على المشكلة بدل الحل	26	%92.86
الترويج للمبادرة	27	%96.43
حل غير مجرب	26	%92.86

الجدول رقم 13: تكرارات ونسب المقالات التي ليس فيها محظورات صحافة الحلول

2-1- القراءة التعيينية لفئة محظورات صحافة الحلول:

من بين 28 مقالا أشرفت عليه منصة "إيجاب" تم رصد عدد محدود من تكرارات محظورات صحافة الحلول. فقد تم تسجيل حالة واحدة فقط لكل من: الحل السحري، وعبادة البطل، والترويج للمبادرة، في حين تكررت فئة التركيز على المشكلة بدل الحل في مقالين، وكذلك فئة الحلول غير المجربة في مقالين آخرين. وبذلك بلغ مجموع المحظورات المسجلة في العينة 7 فقط، ما يعكس حضورا منخفضا نسبيا لهذه المحاذير في مقالات المنصة.

2-2- القراءة التضمينية لفئة محظورات صحافة الحلول:

وتشير النسب المنخفضة لمحظورات صحافة الحلول في مقالات منصة إيجاب إلى التزام واضح من المنصة بمعايير ومبادئ صحافة الحلول التي تتوخى الدقة والموضوعية، وسعيها للسير وفق النهج الصحيح لهذا النمط الصحفي. ورغم تسجيل بعض المحاذير،

إلا أن تكرارها محدود، ما يظهر وعيا متزايدا لدى الصحفيين العرب والأفارقة بضرورة تجنب المعالجات التي قد تفقد الجمهور ثقته في المحتوى الصحفي الإيجابي.

ففيما يتعلق بفئة **الحل السحري**، فقد تم تسجيل حالة واحدة في المقال رقم 20، حيث تناول المقال مبادرة إطلاق تطبيقات مشاركة السيارات المخصصة للنساء في مصر لحمايتهن من التحرش، لكنه قدم الحل كأنه حل سحري، دون التطرق للقيود والتحديات التي تواجه التطبيق. فغياب ركن القيود هنا أضفي على الحل طابعا مثاليا، وهو ما قد يدفع القارئ لاحقا إلى الشك أو خيبة الأمل عند الاصطدام بالواقع، أو حتى أنه سيشعر بعدم واقعية ما يقرؤه. وهو أمر يتناقض مع جوهر صحافة الحلول التي تقدم الواقع كما هو، مع نماذج حقيقية وقابلة للتحقق في سياقات مشابهة.

أما **عبادة البطل**، فقد تم رصدها في المقال رقم 16، الذي سلط الضوء على صالون ميون الأدبي في اليمن، ودوره في بعث الحياة الثقافية وسط الحرب الأهلية. ورغم أهمية هذه المبادرة، إلا أن المقال ركز بشكل مفرط على تمجيد صاحب الصالون دون الإشارة إلى نماذج مشابهة أو إبراز الجهود الجماعية، ما يجعل المقال ينزلق إلى تضخيم الفرد ويَغفل عن البيئة الأوسع التي يعمل فيها، وهو فخ خطير يُفرغ صحافة الحلول من بعدها النقدي والجماعي المسؤول.

وبخصوص **التركيز على المشكلة بدل الحل**، فقد برز ذلك في مقالين: المقال 6 والمقال 26. حيث تناول الأول الأضرار البيئية التي خلفتها الغارات التركية في سوريا، بينما حاول الإشارة إلى غرس الأشجار كاستجابة بيئية. لكن المساحة التي خُصّصت للمشكلة طغت على مساحة الحل، ففقد المقال توازنه ووقع في تأثير سلبي يُشبه تأثير الصحافة التقليدية، التي تُعمق شعور العجز بدل تحفيز الفعل. ونفس النمط تكرر في المقال 26، حيث فشلت المعالجة في إبراز كيف تمكنت زيمبابوي من التغلب على الكوليرا، وبدل ذلك ركزت على حجم الأزمة ونقص المياه النظيفة، لتترك القارئ في حالة تشبه حالة ما قبل الحل، وبمشاعر الإحباط والعجز مجددا.

أما **الترويج للمبادرة**، فقد سُجّل في المقال رقم 17 الذي استعرض بناء منازل بنفايات الفطر والأعشاب الضارة في ناميبيا. ورغم أن الفكرة مبتكرة، إلا أن المعالجة أغفلت ذكر أية حدود أو انتقادات، مما جعل المقال يبدو وكأنه دعاية مجانية للمبادرة لا تقييما

صحفيا موضوعيا لها. لذا فإنه ومن الخطورة بمكان أن تقدم صحافة الحلول المبادرات كأنها منجزات مطلقة، لأن القارئ سرعان ما سيكتشف الفجوة بين التوقعات والواقع، وسيتحول من التفاعل الإيجابي إلى الشك أو حتى السخرية من الإعلام.

وتم تسجيل **الحلول غير المجربة** في حالتين أيضا، أبرزها المقال 17 ذاته، حيث لم تُبنَ سوى وحدة سكنية واحدة من المواد البديلة، ولم يتم اختبارها في ظروف واقعية من قبل السكان، ما يجعل الحل أقرب إلى النموذج النظري منه إلى الاستجابة المجتمعية الفعلية. والأمر ذاته ينطبق على المقال 8 الذي استعرض مشروع بنك البذور المحلية في المغرب، وهو مشروع رائد لكنه لا يزال في بدايته ولم يُعمم بعد، ما يضع القارئ أمام حل غير مضمون النتائج، وهو ما قد يضعف المصداقية لاحقا إذا لم تتابع الوسيلة تطورات هذه المبادرات وتقييمها.

ورغم هذه التكرارات المحدودة، إلا أن دلالاتها مهمة. فمثل هذه المحظورات، وإن جاءت بنسب صغيرة، فهي قادرة على تقويض أهداف صحافة الحلول، خصوصا أنها صحافة تقوم على بناء الثقة والواقعية والتحفيز الصادق. فإذا شعر الجمهور أن الصحفيين "يطعمونه الوهم"أو يميلون للتمجيد أو الترويج، فسيفقدون الثقة بهم، وسينظرون إلى هذه المعالجات على أنها تجميل للواقع أو محاولة لتسويق حلول غير قابلة للتحقق. وهذا الشعور سيعمق من ظاهرة **تجنب الأخبار**، لأن ما لا يبني الثقة بل يدمر العلاقة بين الجمهور والمحتوى.

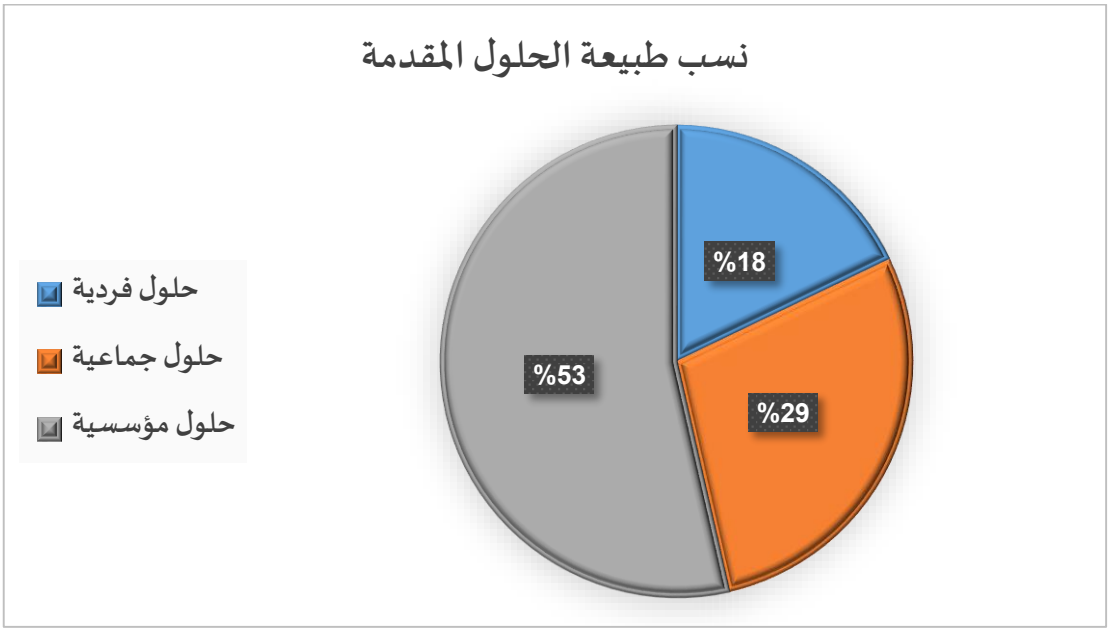
وفي المقابل، فإن انخفاض عدد هذه المحظورات يمكن اعتباره مؤشرا إيجابيا على وعي منصة إيجاب بمنهج صحافة الحلول، وهو ما يتطلب فقط **تحسينات ومراقبة صارمة في المرات القادمة**، من أجل تفادي أي انزلاق قد يُفقد المنصة مصداقيتها ويعرقل مساهمتها في الحد من ظاهرة التجنب.

4- فئة طبيعة الحلول المقدمة:

طبيعة الحلول المقدمة	التكرار	النسبة%
حلول فردية	05	%17.86
حلول جماعية	08	%28.57
حلول مؤسسية	15	%53.57
المجموع	28	%100

الجدول رقم 14: يمثل تكرارات ونسب طبيعة الحلول المقدمة

الشكل البياني:



الشكل رقم 09 : يمثل دائرة نسبية لنسب طبيعة الحلول المقدمة

4-1- القراءة التعيينية لفئة طبيعة الحلول المقدمة:

تنوعت طبيعة الحلول التي طرحت في المقالات التي أشرفت عليها منصة "إيجاب"، حيث سُجِّل حضور متفاوت لكل من الحلول المؤسسية والجماعية والفردية. فمن أصل 28 مقالا، تبين أن 15 منها تطرق لحلول مؤسسية، مقابل 8 مقالات تناولت حلولا جماعية نابعة من جهود المجتمع المحلي، فيما اكتفت 5 مقالات فقط بتسليط الضوء

على حلول فردية، ما يبرز تمايزا واضحا في أنماط الحلول المعروضة ضمن هذه العينة الصحفية.

4-2- القراءة التضمينية لفئة طبيعة الحلول المقدمة:

يُلاحَظ من خلال هذا التوزيع أن الصحفيين في منصة "إيجاب" يولون اهتماما كبيرا للحلول ذات الطابع المؤسسي، والتي كانت الأكثر حضورا بنسبة 53.57٪. وهذا يعكس وعيا متزايدا بدور المؤسسات – بمختلف أشكالها: حكومية، غير حكومية، جمعيات، منظمات، أو حتى شركات – في معالجة المشكلات المجتمعية الكبرى. فهذه الهيئات تتمتع بإمكانات مادية وبشرية تجعلها أكثر قدرة على ابتكار وتنفيذ مبادرات ذات أثر واسع النطاق. والمقال رقم 22 خير مثال على ذلك، حيث أبرز مبادرة الباحثة الأمريكية "**كيسلي بريديجر**" في حماية حيوان البنغول من خلال مؤسسة بحثية مختصة، تظهر كيف يمكن لمؤسسة أن تحدث فارقا فعليا في السياق البيئي المعقد. لذا فإن هذا التركيز على الحلول المؤسسية ليس مجرد صدفة، بل يظهر إدراكا ضمنيا من قبل الصحفيين بأن تسليط الضوء على هذه النماذج يعزز ثقافة المساءلة، فحين يرى الجمهور أن مؤسسات خارجية، رغم التحديات، تنجح في إحداث التغيير، يبدأ في مساءلة الجهات الفاعلة في بلاده، ما يسهم في رفع سقف التوقعات الشعبية من الحكومات والمنظمات المحلية، ويعيد تشكيل علاقة المواطن بهذه المؤسسات على أساس من الفاعلية والمحاسبة.

وفي المرتبة الثانية، جاءت الحلول الجماعية بنسبة 28.57٪، وهي نسبة معتبرة تعكس صورة مغايرة لما تروّجه بعض التغطيات الإخبارية السائدة، والتي غالبًا ما تصور المجتمعات ككيانات منهارة أو سلبية. على العكس، هذه المقالات تكشف أن المجتمعات المحلية تمتلك طاقة كامنة من التضامن والمبادرة، قادرة على تقديم حلول واقعية وقابلة للتطبيق. إحدى أبرز القصص في هذا السياق ما ورد في المقال رقم 25 حول **مخيم "داداب" للاجئين في كينيا**، حيث تحولت كرة القدم إلى وسيلة فعالة لمواجهة تحديات

الانتحار والإدمان وسط الشباب. هذه المبادرات، رغم بساطتها الظاهرة، تعبر عن وعي جمعي وقدرة على التكيف وإيجاد مساحات جديدة للحياة داخل أكثر الظروف قسوة.

أما الحلول الفردية التي شكلت فقط 17.86٪ من العينة، فهي تبرهن أن المبادرة الفردية لا تزال حاضرة، رغم ما تعانيه من محدودية في الموارد والدعم. هذا الحضور الضعيف يمكن أن يُفسَّر بصعوبة المسار الفردي مقارنةً بالمسارات الجماعية والمؤسسية، لكنه لا يقلّل من قيمته. فالفرد، عندما يبادر، يخلق أثرًا ملهمًا يضيء للآخرين طريقًا ممكنًا. من ذلك مثلًا، قصة المبرمج الفلسطيني الذي أنشأ مساحة عمل مجانية على شاطئ البحر في غزة وسط أزمة كهرباء وحصار خانق، متحديًا ظروفه الخاصة ومستخدمًا الطاقة الشمسية كحل بديل. هذه القصة توصل رسالة قوية مفادها أن العجز مجرد شعور، وأن الإمكان بالفعل متاح لمن أراد أن يصنع الفرق.

يمكن القول إن تعدد مستويات الحلول المطروحة (فردية، جماعية، مؤسسية) يوسّع من أفق التلقي عند الجمهور. فعندما يطّلع القارئ على هذه المبادرات، سواء كانت ضخمة تقودها مؤسسات أو صغيرة يبادر بها فرد، فإنه يدرك أن الأمل لا يُحتكر من جهة معينة، وأن التغيير قابل للتحقق على مستويات متعددة. هذا بدوره يُسهم في تقليل ظاهرة تجنب الأخبار، إذ يشعر الجمهور أن المحتوى الإعلامي يحمل له قيمة عملية ودروسًا قابلة للتطبيق، ما يُحفّزه على الاستمرار في استهلاك الأخبار بدل الهروب منها.

5- فئة الإشباعات المتوقعة:

الإشباعات المتوقعة	المقالات التي تحقق الإشباع	
	التكرار	النسبة%
إشباع معرفي	26	%92.86
إشباع عاطفي	09	%32.14
إشباع اجتماعي	19	%67.86
إشباع عملي	13	%46.43
إشباع ترفيهي	02	%7.14

الجدول رقم 15: تكرارات ونسب الإشباعات المتوقعة من المقالات

5-1- القراءة التعيينية لفئة الإشباعات المتوقعة:

تبين من خلال تحليل المقالات أن الإشباع المعرفي تصدر باقي الإشباعات، حيث سُجِّلت له النسبة الأعلى بعدد 26 حالة، يليه الإشباع الاجتماعي بـ19 حالة، ثم الإشباع العملي بـ13 حالة. أما الإشباع العاطفي جاء أقل تكرارا بـ9 حالات، في حين لم يظهر الإشباع الترفيهي سوى في حالتين فقط. وتحسب هذه النتائج بالنظر إلى تكرار تحقق كل نوع من الإشباع في المقالات الـ28، مع السماح بتكرار المقال الواحد في أكثر من خانة.

5-2- القراءة التضمينية لفئة الإشباعات المتوقعة:

يجدر التنويه في مستهل هذه القراءة التحليلية والتفسيرية أن تحديد نوع الإشباع الذي يقدمه كل مقال لم يتم بشكل تلقائي، بل جاء بعد قراءة متأنية واستنتاج دقيق لمضمون المادة الصحفية، وفقًا لتعريفات إجرائية مضبوطة، أدرجناها في استمارة تحليل المضمون[1]. وبما أن المقال الواحد قد يحقق أكثر من نوع واحد من الإشباع، فقد تم

[1] استمارة تحليل المضمون في ملاحق الدراسة.

احتساب الإشباعات كحالات متكررة عبر العينة، وليس بناءً على عدد المقالات. كما أن الملاحظة الأولى التي يمكن استخلاصها من ترتيب نسب الإشباع هي الحضور الطاغي للإشباع المعرفي، ما يعكس تركيز أغلب المقالات على تزويد القارئ بمعلومات جديدة، أو شروح معمقة مرتبطة بالحلول المقدمة. هذا ينسجم تماما مع جوهر صحافة الحلول، التي تسعى إلى تجاوز نقل المشكلة نحو توسيع وعي الجمهور بها، عبر تغذية حاجته للفهم والمعرفة. هذا الإشباع المعرفي يُشكّل أساسا قويا لمقاومة ظاهرة تجنب الأخبار، إذ أن تقديم محتوى يعزز الفهم، بدلا من إثارة القلق أو التكرار، يمكن أن يعيد ثقة الجمهور بالمحتوى الإخباري.

أما الإشباع الاجتماعي، فقد لاحظنا أن القصص الاجتماعية التي تركز على قضايا المرأة، من تمكين وحقوق وانجازات تعطي إشباعا عاطفيا واجتماعيا قويين مثل المقال رقم 04، الذي يتحدث عن نساء يمنيات يصبحن متخصصات في إصلاح الهواتف المحمولة للحد من الابتزاز الجنسي الذي يتعرضن له عند إصلاح هواتفهن عند فنيين ذكور، ما يجعلهن يبقين بدون هواتف لمدة طويلة، وهو ما يجعل القارئ خاصة إذا ما كانت امرأة يشعر بالتمكين، والفخر.

ونجد نفس الشيء في المقال 24 الذي يقدم إشباع عاطفي واجتماعي حيث يشعرك بالأمل عندما ترى نساء افريقيات ناجحات كسرن هيمنة الرجال على سوق القهوة الذي يعتبر أكثر الأسواق نجاحا في أوغندا من خلال تأسيس شركاتهم في إنتاج هذه المادة المهمة وتدريب النساء لتمكينهن على كسب دخل مقبول، وهو ما كان فعدة نساء استطعن من خلال هذا العمل على بدء مشاريعهن هن أيضا.

أما الإشباع العملي، فكان حاضرا بنسبة معتبرة، وهو ما يعد سمة مميزة لصحافة الحلول. ويعتبر المقال رقم 10 مثال واضح على ذلك، حيث عرض فكرة عملية في سياق الزراعة الذكية في ملاوي، حيث يعالج حل بيع القواقع للتجار بدل رشها بالمبيدات الكيميائية التي تفسد المحاصيل والتربة في ظل أزمة اقتصادية وبيئية خانقة في ملاوي، وهو حل يمكن أن يستفيد منها القارئ الذي يزاول الزراعة. وهذا النوع من الإشباع يسهم

في تحويل القارئ من مجرد متلقٍ إلى فاعل، مما يعزز من قيمة الصحافة كأداة تغيير حقيقية. كما نجد هناك المقال 23 الذي يتحدث عن مبادرة الفرن الذي يعمل بالطاقة الشمسية، حيث يعطي إشباعا عاطفيا خصوصا للقراء المهتمين بالبيئة، فعندما يقرؤون أن هناك أناس مهتمين بالتغير المناخي وحياة الأشجار ويبادرون باختراع بدائل تعمل بالطاقة المتجددة الحماية البيئة، فسيشعرون بالأمل والرغبة بالفعل، كما أن ذات المقال يعطي إشباعا اجتماعيا، لأنه يدعو إلى المشاركة المجتمعية، وتبني ممارسات مسؤولة مثل هذه.

أما الإشباع الترفيهي، فكان الأضعف حضورا، رغم قدرته على جذب القارئ وكسر جمود المادة الصحفية، لكنه مع ذلك تمثل بشكل بارز في المقال رقم 2 بعنوان «إيجاد العدالة عبر الاثير»، والذي جمع بين السرد القصصي المشوق، والشهادات، والوسائط البصرية. حيث يسرد الصحفي عبد الله التيجاني القصة بأسلوب مشوق، يجعلك تتابع قصة سعيدو عمر الذي باع أرضه مقابل كل مدخراته قبل سنوات باتفاق شفهي مع مالكها، وبعد 16 عاما طالب ابناء المالك الراحل للأرض حيث يبدأ المقال بهذا السرد: «ظن سعيدو عمر أن مستقبله مضمون عام 2006 عندما أنفق مدخرات حياته على قطعة أرض في سوكوتو، شمال غرب نيجيريا، مقابل 120 ألف نيرة نيجيرية (77 دولارًا أمريكيًا). لكن أحلامه تحوّلت إلى كابوس عندما ادّعى أبناء مالكها الراحل، بعد 16 عامًا، ملكيتهم للأرض. ادّعى أبناء المالك الراحل أن والدهم لم يبع الأرض قبل وفاته، مما يجعلها ملكًا لهم. وفي خضمّ هذه الكارثة القانونية، زعموا امتلاكهم وثائق تثبت ملكيتهم، وطالبوا عمر إما بالتخلي عن الأرض أو بتعويض مالي» وبنفس السرد المشوق يواصل الصحفي روي القصة مع تدعيمها بالشهادات والصور والاحصائيات، وهو ما يجعل القارئ يستمر في القراءة ليعرف كيف استعاد المزارع أرضه، وكيف ساهمت حصة إذاعية في ذلك.

وعند ربط هذه النتائج بنظرية الاستخدامات والإشباعات، يتضح أن الجمهور لا يستهلك الأخبار عشوائيا، بل يختار ما يتماشى مع احتياجاته الشعورية والمعرفية والاجتماعية. إذا كانت الأخبار التقليدية غالبًا ما تُشبع مشاعر القلق أو العجز أو

الغضب، فإن صحافة الحلول، من خلال تنويع الإشباعات، تُعيد تعريف العلاقة بين الجمهور والمعلومة. فهي تقدم بدائل معرفية، وأملا عاطفيا، ونماذج تغيير اجتماعي، وأدوات عملية، وحتى متعة سردية، ما يجعلها منافسًا حقيقًا لمصادر المحتوى الأخرى التي يلجأ إليها الجمهور للهروب من الأخبار.

هذا التنوع في الإشباعات يعزز فكرة أن تجنب الأخبار ليس فعلًا سلبيًا بالضرورة، بل قد يكون خيارًا واعيًا لتجنب الإشباعات السلبية، أو لطلب إشباعات غير متوفرة في الأخبار التقليدية. ومن هنا تظهر أهمية صحافة الحلول كاستجابة ذكية لهذا السلوك الجماهيري، ليس فقط من خلال ما تقوله، بل بكيفية قوله، وماذا تُمكن القارئ من الشعور أو الفعل بعد القراءة.

وفي ضوء هذه النتائج، يصبح من الممكن النظر إلى صحافة الحلول بوصفها إجابة فعالة على سؤال تجنب الأخبار، لأنها تخاطب حاجات الجمهور المتنوعة، لا سيما تلك التي تغيب عن المعالجة الإخبارية التقليدية. إنها لا تنافس الأخبار، بل تُعيد ابتكارها لتتناسب مع الجمهور النشط، الذي يبحث لا عن الواقع فقط، بل عن الأمل، والجدوى، والمشاركة، والانتماء، والتجربة الإنسانية الكاملة.

6- فئة أسباب التجنب المعالجة:

سبب التجنب المعالج	المقالات التي تحقق السبب	
	التكرار	النسبة من إجمالي عدد المقالات %
إرهاق الأخبار	08	%28.57
الانحياز السلبي لوسائل الإعلام	15	%53.57
فقدان الثقة في وسائل الإعلام	10	%35.71
عدم التمثيل الإيجابي للجمهور في وسائل الإعلام	22	%78.57
الشعور بالعجز	15	%53.57
الأخبار الكاذبة	20	%71.43
تعقيد الأخبار	13	%46.43
سطحية الأخبار	14	%50

الجدول رقم 16: تكرارات ونسب أسباب التجنب المعالجة

6-1- القراءة التعيينية لفئة الإشباعات المتوقعة:

في البداية، تجدر الإشارة إلى أن المقال الواحد قد يعالج أكثر من سبب، لذا قد تتجاوز مجموع التكرارات عدد المقالات، كما حدث في الفئات السابقة.

تشير نتائجنا إلى أن من بين 28 مقالة محل الدراسة، جاء إرهاق الأخبار كسبب معالج في 8 مقالات فقط، حيث اتسمت هذه المقالات بالتركيز وعدم الحشو والإطالة المفرطة، ما يخفف من الشعور بالإرهاق المعرفي لدى القارئ. أما الانحياز السلبي لوسائل الإعلام فقد تم معالجته في 15 مقالا، وهو الأعلى من بين الأسباب، ما يعكس وعيا بتحييد السردية السلبية التي عادة ما تثقل كاهل الجمهور.

كما وعالجت 10 مقالات سبب فقدان الثقة في وسائل الإعلام من خلال الاعتماد على مصادر موثوقة، وتقديم قصص شفافة وغير متحيزة أو مؤدلجة، في حين تمثلت أكبر نسبة معالجة في سبب عدم التمثيل الإيجابي للجمهور بمقدار 22 مقالا، عاكسة اهتمام المنصة بإبراز أصوات المهمشين وإعادة تمثيلهم بشكل إيجابي.

وتأتي أسباب الشعور بالعجز بـ 15 مقالا، وتعقيد الأخبار بـ 13 مقالا، وسطحية الأخبار بـ 14 مقالا لتكون من الأسباب التي تلقى اهتماما ملحوظا، ما يشير إلى محاولة تقديم محتوى يحفز القارئ ويعمقه في الفهم، ويتجاوز السطحية والتعقيد المفرط.

6-2- القراءة التضمينية لفئة الإشباعات المتوقعة:

تُظهِر القراءة التعيينية أن المقالات التي اعتُبرت معالجة لإرهاق الأخبار تميزت بخفة الأسلوب وتركيز المحتوى، متجنبة الحشو أو ضخ المعلومات بشكل يرهق القارئ، وهذا ما انعكس في اختيار مواضيع محددة ضمن زاوية الحلول، مما يخفف من الضغط النفسي الناتج عن الأخبار المستمرة واللامتناهية.

وفي معالجة فقدان الثقة، تلعب المقالات التي تتناول قصصا إنسانية مؤثرة عن غزة والسودان دورا محوريا في إعادة بناء ثقة الجمهور بوسائل الإعلام. إذ تبني هذه المقالات سردا يعكس معاناة وواقع هذه الشعوب دون تحيّز أو تزييف، وبإضافة نكهة الأمل والقدرة على التغيير حتى في أسوء الظروف، ما يجعل القارئ يشعر بأن وسائل الإعلام تُظهر الحقيقة بكل أبعادها، ولا تتحيز للسلبية ولا لسردية العدو كالسردية الصهيونية، كما لا تهمش السودانيين كما تفعل أغلب وسائل الإعلام العالمية.

وبالنسبة للانحياز السلبي، فإن المقالات التي تركز على إنجازات ومبادرات إيجابية في القارة الأفريقية، مثل اختراع فرن يعمل بالطاقة الشمسية في كينيا (في المقال 23)، تعزز صورة أكثر أملا وأقل سوداوية للقارة، متجاوزة النظرة النمطية المشوهة والتي تعكس صورة منفرة للقارة الأفريقية وشعوبها، وتسمهم بالفقر، والحروب، والكوارث، والمجاعات، فهي تظهر للجمهور –خصوصا إذا ما كان من هذه الشعوب– أن سكان هذه القارة لديهم أحلامهم، ومشاريعهم، وأفكارهم الخاصة، حيث يسعون من خلالها للتغيير وبناء مجتمعاتهم.

أما عن التمثيل الإيجابي في وسائل الإعلام، فقد عالجته المقالات التي تُصوّر الشعوب الأفريقية كمجتمعات مبادرة ومبدعة، مثل مقالة القبائل الأفريقية التي توحدت لحماية الغابات (في مقال 7) ومقالة بناء منازل مستدامة باستخدام نفايات الفطر

والأعشاب الضارة (في المقال 17)، وهو ما يكسر الصورة النمطية السائدة ويعزز الانتماء والاعتزاز لدى الجمهور. وهو ما تقول عنه مؤسسة المنصة "**دينا أبو غزالة**" في مقابلتنا معها أن الأخبار التقليدية –للأسف– ترسخ صورة نمطية سلبية غالبا، وضربت المثال بالمنطقة العربية التي يُساء تمثيلها دائما وتوصف بأنها دول فقيرة، مهمشة، إرهابية تنتظر المعونة والدعم والمخلص الخارجي ليأتي ويخلصها من مشاكلها، لكن في الحقيقة هناك الكثير من المبادرات في هذه البلدان لا يغطيها أحد، ما يخلق عدم توازن، فيما تحتاج هذه الشعوب إلى حسن تمثيل وهو ما وصفته بالوجبة الإعلامية المتوازنة.

ومع ذلك، يبقى الشعور بالعجز حاضرا في بعض الحالات، خاصة عندما تُعرض قصص حلول في بلدان بعيدة عن القارئ، مما يولد إحساسًا بعدم القدرة على التدخل أو المساعدة، على عكس ما إذا كانت هذه المبادرات في بلد المتلقي فهو سيشعر بالقدرة على الفعل والمشاركة، فالمقالات التي تتناول مبادرات محلية في مناطق النزاع مثل غزة (في المقال 13) تحفز شعور التمكين، إذ تدعو الجمهور إلى المشاركة في التغيير الاجتماعي، وإقامة مدارس مؤقتة من مدرسة رؤية للأطفال النازحين، لعلها تخفف عليهم وطأة الحرب.

وفيما يخص الأخبار الكاذبة، يتضح لنا أن وجود أدلة قوية ووسائط داعمة في المقالات يعزز مصداقيتها ويُبعد الشكوك عنها، ما يقلل من تجنب الأخبار بدافع عدم الثقة، الذي يتولد كثيرا من اضطراب المعلومات وعدم قدرة الجمهور على التمييز بين صحيحها وخاطئها، ما يُدخله في دوامة مرهقة تجعله يختار التجنب.

وفيما يتعلق بتعقيد الأخبار، فتشير القراءة إلى أن بعض قصص الحلول البيئية تحتوي على مصطلحات معقدة نسبيا، لخصوصيتها بالمجال، وهي ما قد يشكل عائقا على القارئ العادي أو غير المتخصص، وعدا هذا، فقد تميزت معظم المقالات بتقديم معلومات ذات عمق وقيمة حقيقية تنفي سطحيتها، مثل أهمية تبني الرقمنة في ظل الحروب (المقال 1) وأهمية بنك البذور لمحاربة الجفاف والتغيرات المناخية (في المقال 8)، مما يرفع من مستوى محتوى صحافة الحلول ويجعلها ملهمة وجاذبة.

وبناءً على التحليل التعييني والتضميني، يتضح لنا أن صحافة الحلول عبر منصة إيجاب تلعب دورا مهما في الحد من ظاهرة تجنب الأخبار من خلال معالجة أسباب عدة للتجنب، أبرزها: التمثيل الإيجابي للجمهور، ومكافحة الانحياز السلبي، وبناء الثقة عبر سرد قصص متوازنة وموثوقة. ورغم بعض التحديات المتعلقة بتبسيط المحتوى الإخباري في مجالات مثل البيئة، واستمرار الشعور بالعجز إلى حد ما رغم تقديم الحلول في سياقات متعددة، إلا أن هذا لا ينفي دور صحافة الحلول في تقديم محتوى متوازن للقراء، حيث يُمكّنهم من التفاعل الإيجابي مع الأخبار عوضًا عن تجنبها.

4- نتائج الدراسة:

من خلال تحليلنا العميق لكل الفئات السابقة، ومن خلال القراءتين التعيينية والتضمينية لنتائج التحليل بأسلوب كمي وكيفي، توصلنا إلى النتائج التالية:

1- تعد القصة الصحفية أفصل قالب للمقالات المكتوبة بصيغة الحلول، نظرا لقدرتها على تقديم المبادرات القائمة على التجربة الإنسانية بأسلوب سردي شيق وملهم يشد القارئ.

2- يلعب عدد كلمات المقالات دورا في استهلاك الأخبار وتجنبها، فالمقالات الطويلة والمعقدة تنفر الجمهور، عكس المقالات القصيرة والبسيطة.

3- تزيد الوسائط المتعددة من دقة ومصداقية مقالات الحلول، حيث تجعل القراء يلمسون -بالأدلة- حجم التغيير الذي تحدثه المبادرات على الأفراد والمجتمعات.

4- يحرص القائمون على منصة إيجاب والصحفيون المتعاونون معهم على أصالة وتفرد قصص الحلول التي ينجزونها، وذلك بعدم تكرار المواضيع المستهلكة، وطرح حلول مبتكرة وذات رؤى قيمة تفيد القراء وتلهمهم التغيير والمبادرة.

5- تعرف وسائل الإعلام العالمية تغيرات راديكالية في توجهاتها التحريرية، حيث تتجه إلى تبني نهج أكثر توازنا في تغطياتها لاستعادة ثقة الجمهور التي فقدتها بسبب انحيازها السلبي، متوجهة بذلك إلى صحافة الحلول لتحقيق هذه الغاية.

6- تركز صحافة الحلول أكثر على المواضيع الاجتماعية والبيئية، نظرا لكون حلولها الأكثرَ فعالية، كما يمكن لأغلب أطياف المجتمع المشاركة فيها، عكس القضايا السياسية والاقتصادية التي تحتاج لوجود مؤسسي منظم.

7- تساهم صحافة الحلول في كسر الصورة النمطية السلبية عن المنطقة العربية والقارة الأفريقية، من خلال إبرازها للمبادرات والمساهمات التي تقدمها شعوب هذه المناطق، وهو ما تحرصه عليه منصة إيجاب بتغطيتها لقضايا الجنوب العالمي من زاوية حلولية.

8- تلتزم منصة إيجاب بأركان صحافة الحلول الأربعة التي وضعتها شبكة صحافة الحلول، كما تتوخى الوقوع في محظوراتها التي تشوه هذا النهج، وتجلب له انتقادات واتهامات بالتضليل والبعد عن الواقع.

9- تغطي صحافة الحلول كل أشكال المبادرات، سواءً كانت فردية، أو مجتمعية، أو مؤسسية، حتى تحقق الأهداف المرجوة منها كإلهام الأفراد، وتحفيز التغيير المجتمعي، وتحقيق المساءلة الفعالة بناءً على نماذج ملموسة وواقعية.

10- تحقق صحافة الحلول إشباعات معرفية، وعاطفية، واجتماعية، وعملية مهمة للجمهور، ما يسمح لها باستعادة الثقة بين هذا الأخير ووسائل الإعلام، لا سيما أن فقدان هذه الثقة يقوض العملية الاتصالية ويلعب دورا كبيرا في تجنب الأخبار.

11- تقلل صحافة الحلول من إرهاق الأخبار الذي يعتبر أحد أهم أسباب التجنب، وذلك من خلال أسلوبها القصصي المبني على التجربة الإنسانية الملهمة والمبنية على أدلة كمية وكيفية.

12- تسهم صحافة الحلول في الحد من تجنب الأخبار من خلال تغطيتها المتوازنة للقضايا العالمية المشتركة، وتمثيلها الإيجابي والفعال لمختلف شرائح المجتمع وخصوصا للفئات المهمشة، وتقديمها للأدلة والدروس القيمة للجمهور. إلا أنها لا تقضي على ظاهرة تجنب الجمهور للأخبار بالمطلق، بل تخففها بنسبة معتبرة. لأن ظاهرة تجنب الأخبار هي ظاهرة حديثة ومتشعبة تحتاج إلى دراسات معمقة لفهم خلفياتها وأبعادها بشكل أوضح، وتطوير النماذج الإعلامية القادرة على تخفيفها كما تفعل صحافة الحلول.

خاتمة:

في ختام هذه الدراســـة التي حاولنا من خلالها مقاربة دور صـــحافة الحلول في الحد من ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجمهور، توصـــلنا إلى أن هذا النهج الصـــحفي يملك قدرة فعلية على المســاهمة في كســر حلقة النفور والعزوف عن الأخبار، إذا ما مورِس وفقًا لمبادئه المهنية الأصـــيلة. فبفضـــل تركيزه على تقديم اســـتجابات فعالة للمشكلات، بدل الاكتفاء بسرد قصص الحروب والكوارث والأزمات، يستطيع أن يوفر للجمهور إشباعات نفسية ومعرفية واجتماعية قَلّما تُحققها الصحافة التقليدية.

فقد كشفت الدراسة أن المقالات التي تنتمي إلى صحافة الحلول، والمنشورة تحت إشـــراف منصـــة إيجاب خلال عام 2024، نجحت في تقديم تغطيات متوازنة ودقيقة إلى حد جيد، ما يعزز فرضية أن طريقة المعالجة الصحفية تلعب دورا حاسما وكبيرا في تشكيل علاقة الجمهور بالأخبار.

لذا، وبناءً على ما توصلنا إليه، نوصي المؤسسات الإعلامية بالسعي إلى توسيع اعتمادها على صـــحافة الحلول كاســـتراتيجية تحريرية، لا فقط لمواجهة ظاهرة تجنب الأخبار، بل أيضـــا لإعادة بناء الثقة وتعزيز حس الانخراط المجتمعي لدى الجمهور. كما نوصـــي الباحثين بمزيد من الدراســـات الميدانية لفحص تأثير هذا النمط في ســـياقات مختلفة، مع التعمق أكثر في فهم ظاهرة تجنب الأخبار خصـــوصـــا على الصـــعيد العربي الذي تكاد تنعدم فيه الدراســـات، ســـواءً عن هذه الظاهرة أو صـــحافة الحلول. وتبقى هذه الدراســـة خطوة أولى في درب طويل من الأســـئلة حول العلاقة المعقدة بين الإعلام والجمهور في العصر الرقمي، لكنها محاولة نأمل أن تسهم –ولو بشـــكل متواضـــع– في فتح آفاق جديدة نحو صـــحافة أكثر وعيًا، وواقع إعلامي أكثر إنصافا وتوازنا.

قـــائمة المراجع:

1- قائمة المراجع باللغة العربية:

➢ **الكتب:**

1. بدوي، عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الكويت، 1977.
2. أنجرس، موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنســـانية (تدريبات عملية)، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر، الطبعة الثانية.
3. المحمودي، محمد ســـرحان علي، مناهج البحث العلمي، الطبعة الثالثة، صـــنعاء: دار الكتب، 2019.
4. بن عيشـــة، عبد الكريم، تحليل المحتوى الإعلامي "خطوات – نماذج – تطبيقات"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2017.
5. الفلاحي، حسين، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، ط1، 2014.
6. هنتر مارك، مسـاق تمهيدي عن الصـحافة الاسـتقصـائية في الجامعات العربية، شـبكة "إعلاميون من أجل صحافة عربية استقصائية" (أريج) 2019.
7. العراقي عمرو، دليل صحافة البيانات لتغطية قضايا حقوق الإنسان، صحفيون من أجل حقوق الانسان الكندية، ط1، عمان، 2017.

➢ **المعاجم والقواميس:**

1. قاموس مرشد الطلاب، منشورات المرشد الجزائرية، الجزائر، 2015، ص43.
2. معجم الوسـيط، الطبعة الخامسـة منقحة (مكتبة الشـروق الدولية، مصـر الجديدة) يناير 2011، ص 222.
3. ابن المنظور، "لسان العرب"، دار صاد، (149/4).

- **المجلات والمقالات العلمية:**

1. الحجامي، عمار حمد، نظريات الاتصـــال، جامعة ذي قار كلية الإعلام، 2023-2024.
2. بخاري، محمد، قاسمي وإبراهيم، الإعلام التقليدي والجديد من خلال نظرية الاستخدامات والإشباعات، مجلة روافد للبحوث والدراسات، مخبر الجنوب الجزائري للبحث في التاريخ والحضارة الإسلامية، جامعة غرداية، العدد السابع، 2019.
3. أنور، رحاب محمد. "محددات صـــحافة الحلول في المواقع الإخبارية الإلكترونية وانعكاساتها على القائم بالاتصـال والجمهور." المجلة العلمية لبحوث الصـحافة، العدد الثالث والعشرون (الجزء الثالث)، يناير/يونيو 2022.

- **المواقع الإلكترونية:**

1. معجم المعـاني الجـامع، الرابط: https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9؟.
2. لعياضـي، نصـر الدين، "صـحافة الحلول: إشـعال شـمعة أفضـل من رجم الظلام"، مجلة خليجنا، 31 ديسمبر 2020.
3. كباشـي، عثمان. "إرهاق الأخبار وتجنبها.. ما الذي عكر مزاج جمهور وسائل الإعلام؟" معهد الجزيرة للإعلام. نشـــر في 9 يناير 2024. اطلع عليه في 15 مارس 2025. http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/2826.
4. أبو غزالة، دينا، "أشباه صحافة الحلول"، شبكة الصحفيين الدوليين، 12 أبريل 2023، تـــم الاطـــلاع عـــلـــيـــه فـــي 12 نـــوفـــمـــبـــر 2023. https://ijnet.org/ar/story/%D8%A3%D8%B4%D8%A8%D8%A7%D9%87-%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%84%D9%88%D9%84

- **الدلائل:**

1. المركز الأوروبي للصـحافة. دليل الصـحفي المسـتقل لصـحافة الحلول. ترجمة: معهد الجزيرة للإعلام، 2021.

2- قائمة المراجع باللغة الإنجليزية:

➢ الكتب:

1. Bethany Albertson et all, The Press and Democratic Backsliding: How Journalism Has Failed the Public and How it can Revive Democracy (Lexington Book, 2024).
2. Toff, Benjamin, Ruth Palmer, and Rasmus Kleis Nielsen. Avoiding the News: Reluctant Audiences for Journalism. New York: Columbia University Press, 2023.
3. Berelson, Bermard, Content Analysis in communicatíonresearch the Free press publischers. Glencoe Illinois,1952.
4. Nathanson, Laura. Mastering the Craft: A Comprehensive Guide to Excellence in Journalism. Richards Education,2015.

➢ القواميس:

1. the Oxford Advanced Learner's Dictionaries (accessed 21 April 2025) https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/news?q= JOURNALIM+

➢ المجلات والمقالات العلمية:

1. Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2022). News avoidance. In G. Borchard (Ed.), The SAGE Encyclopedia of Journalism (Vol. 1, pp. 1099–1103). SAGE Publications, Inc. https://dx.doi.org/10.4135/9781544391199.n274.
2. Moorefield, Nicole. "News Fatigue: What It Is and How to Avoid It." UNC–Chapel Hill, September 16, 2022. Accessed February 19,

2025. https://www.unc.edu/discover/news-fatigue-what-it-is-and-how-to-avoid-it./

3. Hasell, A., and A. Halversen. 2024. "Feeling Misinformed? The Role of Perceived Difficulty in Evaluating Information Online in News Avoidance and News Fatigue." Journalism Studies 25 (12): 1441–1459. https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2345676.
4. Hasell, A., and A. Halversen. 2024. "Feeling Misinformed? The Role of Perceived Difficulty in Evaluating Information Online in News Avoidance and News Fatigue." Journalism Studies 25 (12): 1441–1459. https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2345676.
5. Shen, Fuyuan, Lee Ahern, and Michelle Baker. "Stories that Count: Influence of News Narratives on Issue Attitudes." Journalism & Mass Communication Quarterly 91, no. 1 (2014): 98–117. https://doi.org/10.1177/1077699013514414

➢ **التقارير والدلائل:**

1. Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2015, University of Oxford, 2015, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2015.
2. Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2017, University of Oxford, 2017.
3. Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2023, University of Oxford, 2023. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023.
4. Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2022, University of Oxford, 2022, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022.

5. Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2024, University of Oxford, 2024, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024.
6. Solutions Journalism, “Solutions Journalism: What is it and why should I care?”, The Whole Story, December 9, 2020, accessed January 11, 2025, https://thewholestory.solutionsjournalism.org/solutions-journalism-what-is-it-and-why-should-i-care-e5acd0ab5332.
7. European Journalism Centre and Solutions Journalism Network, *Solutions Journalism: An Introduction for Journalists and Newsrooms*, 2020. https://ejc.net/resources/solutions-journalism-an-introduction-to-solutions-focused-development-reporting

- **المواقع والمجلات الإلكترونية:**

1. Tom Rosenstiel, Reporting ‘the Whole Story’: 9 Good Questions with David Bornstein of Solutions Journalism Network, January 15, 2014, American Press Institute, https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/solutions-journalism-david-bornstein./
2. Solutions Journalism Network, "Blog," Solutions Journalism Network, https://solutionsjournalism.org/blog.
3. Alex Sabadan, "Is Solutions Journalism A Solution?" *The Fix*, February 14, 2020.
4. *Solutions Journalism: An Introduction for Journalists and Newsrooms*, 2020. https://solutionsjournalism.org/blog.

3- المراجع باللغة الفرنسية:

1. Amiel, Pauline. *Le journalisme de solutions*. Fontaine: Presses universitaires de Grenoble, 2020.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة الوطنية للصحافة وعلوم الإعلام والاتصال

قسم الصحافة / تخصص سمعي بصري وصحافة رقمية

استمارة التحليل:

هذه اســـتمارة تحليل نقدمها في إطار إنجاز مذكرة ماســـتر في علوم الإعلام والاتصـــال، تحت عنوان: **دور صـــحافة الحلول في الحد من ظاهرة تجنب الأخبار لدى الجمهور: دراسـة وصـفية تحليلية لعينة من المقالات المنشـورة تحت إشـراف منصـة إيجاب لعام 2024**. وقد اسـتعنا في ذلك بأداة تحليل المضـمون لتحليل هذه المقالات التي بلغ عددها 28 مقالا مكتوبا بصـيغة صـحافة الحلول، والتي تم جمعها وإرسالها لنا من قبل السيدة نادين الشياطي، مسؤولة الاتصالات في إيجاب[126].

وللعلم، فإن منصة إيجاب هي منصة تشبيك رقمية عربية متخصصة في صحافة الحلول، حيث تســاعد الصـــحفيين على إيجاد وســـائل إعلامية توافق على نشـــر قصـصـهم الحلولية، وفي المقابل، تساعد هذه الوسائل الإعلامية في إيجاد صـحفيين يغطون لها قصـصـا أصـلية لا يمكنها الوصـول إليها عادة، حيث تتعاون إيجاب مع العـديـد من المواقع الإخبـاريـة العـالميـة مثـل: The Guardian، El-PAIS، ALJAZEERA، The New Humanitarian وغيرهـا، وذلـك لغـايـة إيصـال أصـوات الجنوب العالمي المهمشة، وتمثيله إيجابا في وسائل الإعلام العالمية من أجل كسر الصورة النمطية عنه.

---

[126] https://docs.google.com/spreadsheets/d/1nCwF-ZddkovOrZFwfIe8XkHJTIA4hgDX0Y326U-88q8/edit?usp=drivesdk

ملاحظة: المقال رقم 27 لم نتمكن من تحليله بسبب كونه مقالا مغلقا يستوجب الاشتراك، مما جعلنا نستثنيه من الدراسة.

وبالعودة إلى تحليل المضـمون، فقد اقتصـر تحليلنا للمقالات عينة الدراسـة على فئتي الشـكل والمضـمون كونهما كافيتين للإجابة على إشـكالية هذا البحث والمتمثلة في: "**مـا هو دور صـــحافـة الحلول في التقليـل من ظـاهرة تجنـب الأخبـار لـدى الجمهور**؟" حيث قسمنا كل فئة تحليل إلى الفئات الأتية:

1- فئات تحليل الشكل: قسمناها إلى 03 فئات رئيسية هي:

1- فئة نوع المقال.

2- فئة المساحة (عدد كلمات المقال).

3- فئة الوسائط.

4- فئة مصدر القصة.

5- فئة الموقع الإخباري الناشر للقصة.

2- فئات تحليل المضمون: قسمناها إلى 06 فئات رئيسية هي:

1- فئة الموضوع (من حيث المجال، ومن حيث المنطقة).

2- فئة أركان صحافة الحلول.

3- فئة محظورات صحافة الحلول.

4- فئة الحلول المقدمة.

5- فئة الإشباعات المتوقعة.

6- فئة أسباب التجنب المعالجة.

لذا نطلب من سيادتكم:

- ✓ قراءة الوثيقة التي بين أيديكم جيدا، والتمعن في دليل التعاريف الإجرائية الذي نشرح فيه كل عنصر ونوضح أهميته في التحليل.
- ✓ قراءة مدى توافق التحليل بفئاته وأقسامها مع العينة محل الدراسة، ومع تساؤلات الدراسة.
- ✓ وضع علامة (+) أمام الفئات أو التعاريف التي ترونها مناسبة، وعلامة (–) أمام الفئات أو التعاريف التي ترونها غير مناسبة.
- ✓ وإذا ما وجدتم أن هناك إضافات ممكنة ولازمة للفئات أو تعريفاتها، فالرجاء منكم كتابتها في المكان المناسب.
- ✓ كما نرجو منكم كذلك النظر في شكل الترميز ودليل الاستمارة مع تسجيل ملاحظاتكم عنها في مكان قريب منها.

وتقبلوا منا فائق التقدير والشكر.

اسم الباحثة: أحلام بوالقرعة

اسم المشرفة: د. مليكة بوخاري

تم الاعتماد على هذه الفئات بعد تحكيم الاستمارة من طرف:

1. الدكتورة **المشرفة مليكة بوخاري** من المدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام.
2. الدكتورة **صبرينة آيت عبد الله** من المدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام.
3. الدكتورة **أمينة بصافة** من جامعة الجزائر 3.

1- دليل التعريفات الإجرائية:

أ- فئات الشكل:

1- فئة نوع المقال:

ترتبط هذه الفئة بالقالب الصحفي الذي اعتمده المقال المنشور تحت إشراف منصة إيجاب، حيث أنها تساعد في الكشف عن مدى تنوع القوالب الصحفية الموظفة في معالجة القضايا، ومدى تأثيرها في تقديم الحلول بطريقة جاذبة للجمهور. وقد شملت الأنواع الآتية:

1-1- تقرير صحفي: مقال يركز على عرض الوقائع والمعلومات حول قضية معينة بشكل موضوعي لكن دون تعمق تحليلي.

1-2- قصة خبرية: مقال يعرض المشكلة مركزا على حلها بأسلوب سردي قائم على الشخصيات، المشاهد، الحوار، والتطور الزمني، لإشعار القارئ بأنه جزء من الأحداث، ما يجعله يتفاعل معها.

1-3- مقال تحليلي: مقال يركز على تحليل أبعاد الاستجابة وخلفيتها، وقياس مدى نجاحها أو أسباب فشلها، ويعرج على إمكانية تطبيقها في سياقات أخرى.

1-4- تحقيق استقصائي: مقال يقوم على جمع أدلة معمّقة حول الاستجابة، معتمدا على التوثيق والتحقيق في جذور المشكلة التي كانت سببا وراءها، أو التحقيق في أسباب نجاحها أو فشلها.

1-5- مقابلة: مقال يُعرض على شكل حوار مع شخصية محورية لها علاقة بالمبادرة، سواء كانت مساهمة فيها، أو شخصية متضررة من المشكلة وساعدتها المبادرة على معالجتها، أو خبير يعطي رأيه أو نقده حول المبادرة.

2- فئة المساحة (عدد الكلمات):

وهنا نقيس إجمالي عدد كلمات المقال كاملا، لنعرف حجم المادة الصـــحفية المكتوبة بصـــيغة الحلول ومدى تأثير هذا الحجم على جذب الجمهور للأخبار أو تجنبها. وقد قسمناها كالآتي:

2-1-1- من 500 إلى 1000 كلمة.

2-1-2- من 1000 إلى 1500 كلمة.

2-1-3- من 1500 إلى 2000 كلمة.

3- فئة الوسائط:

ترتبط هذه الفئة بالشـكل البصـري والوسـائط التفاعلية الموظفة في المقال، وتسـاعدنا على قياس مدى اعتماد المقالات على الدعائم البصـــرية والتقنية والتي يمكنها تعزيز تجربة القارئ أو تعقيدها إذا زادت عن الحد، وقد قسمناها إلى:

3-1- نصية فقط.

3-2- نصية ومدعومة بصور فقط.

3-3- نصية ومدعومة بأنفوجراف.

3-4- متعددة الوسائط (نصوص + صور + فيديوهات + خرائط.. الخ).

4- فئة مصدر القصة:

بمعني من أين استقى الصحفي القصة الصحفية التي كتبها:

4-1- من وكالة أنباء: أي أن مصدر القصة الرئيسي هو وكالة أنباء.

4-2- من وسائل إعلام: أي أن القصة أصلها الأساسي مما تعرضه أو تكلمت عنه وسائل الإعلام، مثل المواضيع التي أصبحت رأيا عاما في هذه الوسائل.

4-3- من تقارير رسمية أو منظمات: سواءً كانت حكومية، أو غير حكومية.

4-4- قصة أصلية: من اجتهاد الصحفي، عن طريق ملاحظته لواقع مجتمعه المحلي، ومقابلاته مع جهات متعددة، أو شبكة علاقاته.

4-5- غير مذكور: أي أن المصدر غير واضح وغير معروف.

5- فئة الموقع الإخباري الناشر للقصة:

عن هذه الفئة نصل إلى معرفة طبيعة المنصات الإخبارية التي تتعامل معها منصة إيجاب، ومن هي المنصات الأكثر نشاطا واهتماما بتغطية الحلول، لذا قسمناها إلى:

5-1- موقع دولي عام.

5-2- موقع إقليمي (عربي / إفريقي).

5-3- موقع متخصص في صحافة الحلول.

ب- فئات المضمون:

1- فئة الموضوع:

1-1- فئة المواضيع من حيث المجال: تشير هذه الفئة إلى المجال العام الذي تنتمي إليه القضية المعالجة في المقال، وتساعد على تحديد طبيعة المواضيع التي يتم تناولها في صحافة الحلول، وقد قسمناها لهذه الأقسام:

1-1-1- سياسية. **1-1-2- اقتصادية.**

1-1-3- اجتماعية. **1-1-6- صحية.**

1-1-4- ثقافية. **1-1-7- تكنولوجية.**

1-1-5- بيئية. **1-1-8- أخرى.**

1-2- فئة المواضيع من حيث المنطقة: تشير إلى **النطاق الجغرافي** الذي يغطيه المقال. حيث تتعاون إيجاب مع صحفيي الجنوب العالمي، خصوصا دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا دون تهميش لقصص الدول الأفريقية غير الناطقة باللغة العربية. بهذا قسمنا الدول إلى 3 فئات:

1-2-1- دول شمال أفريقيا.

1-2-2- دول الشرق الأوسط.

1-2-3- **بقية دول أفريقيا غير الناطقة بالعربية.**

2- فئة أركان صحافة الحلول:

تشير إلى العناصر الأساسية التي يجب توفرها في المقال الصحفي ليصنف ضمن صحافة الحلول، وهي معايير وضعها رواد هذا النمط الصحفي، وقد شرحناها بالتفصيل في قسم أركان صحافة الحلول. لذا فإنها فئة جوهرية تسمح لنا بتقييم مدى **التزام مقالات منصة إيجاب بخصائص صحافة الحلول.**

2-1- الاستجابة: المقال يركز على استجابة لمشكلة اجتماعية.

2-2- الأدلة: المقال يقدم أدلة كمية ونوعية عن فعالية الحل.

2-3- الرؤى: المقال يقدم دروس مستخلصة من الاستجابة.

2-4- القيود: المقال يعرض حدود الحل وتحدياته بموضوعية.

3- فئة محظورات صحافة الحلول:

تقيس مدى **وقوع المقال في أخطاء شائعة** تضعف من مصداقية نهج صحافة الحلول أو تشوه غايتها. حيث تفيدنا هذه الفئة في التحقق من **جودة المقالات عينة الدراسة.** فإذا ما كانت المقالات ضعيفة، فستعيد إنتاج أسباب التجنب بطريقة جديدة. وقد قسمنا المحظورات هنا بنفس التقسيم الذي ذكرناه في قسم أركان صحافة الحلول، وهي كالآتي:

3-1- الحل السحري: المقال يقدم الاستجابة كحل سحري مثالي دون حدود.

3-2- عبادة البطل: المقال يبالغ في تمجيد صاحب المبادرة (شخص أو الجهة).

3-3- التركيز على المشكلة: المقال يركز على أبعاد المشكلة بدلاً من الاستجابة.

3-4- الترويج للمبادرة: المقال أشبه بدعاية أو ترويج لمبادرة معينة.

3-5- حل غير مجرب: المقال يعرض حل جديدا دون دلائل على فاعليته.

4- طبيعة الحلول المقدمة:

تقيس نوع الحلول التي تطرحها المقالات، بحسب الجهة أو الطبيعة التي تنتمي إليها. كما وتكشف هذه الفئة عن نوع الحلول التي قد تشعر القارئ بالتمكين والانتماء، وهما عاملان أساسيان في تقليل الشعور بالعجز وتجنب الأخبار. لذا قسمناها إلى:

4-1- حلول فردية: إجراءات يمكن للأفراد تطبيقها بأنفسهم.

4-2- حلول جماعية: مبادرات مجتمعية أو تعاونية.

4-3- حلول مؤسسية: سياسات أو إصلاحات تقترحها الحكومات أو المنظمات.

5- فئة الإشباعات المتوقعة:

تعتمد هذه الفئة على **نظرية الاستخدامات والإشباعات**، والتي تنطلق من افتراض مفاده أن الجمهور يتجه إلى وسائل الإعلام بغرض تلبية احتياجات معينة. ومن هذا المنطلق، تهدف هذه الفئة إلى الكشف عن أنواع الإشباع التي قد يتوقعها القارئ من خلال استهلاك مقالات صحافة الحلول محل الدراسة. وقد قسمناها إلى:

5-1- إشباع معرفي: ونقصد به أن المقال يقدم معلومات جديدة، أو بيانات دقيقة، أو شروحًا معمّقة حول الاستجابة للمشكلة، بما يلبي حاجة القارئ إلى المعرفة والفهم.

5-2- إشباع عاطفي: ونقصد به أن المقال يمنح القارئ شعورا بالتفاؤل والتحفيز، أو يقلل من الشعور بالقلق والعجز، مشبعا بذلك حاجته إلى التوازن النفسي المنشود.

5-3- إشباع اجتماعي: ونقصد به أن المقال يقدم نماذج مجتمعية ناجحة، أو يدعو إلى المشاركة المجتمعية، معززا شعور الانتماء، ومشبعا رغبة القارئ في التفاعل والانخراط داخل محيطه الاجتماعي.

5-4- إشباع عملي: ونقصد به أن المقال يوفر حلولا مجربة وقابلة للتطبيق، بحيث يمكن للقارئ تطبيقها في حياته الشخصية أو المهنية للتخلص من المشاكل.

5-5- إشباع ترفيهي: ونقصد به أن المقال يوظف أساليب سردية مشوقة، ولغة مرنة واضحة، أو وسائط بصرية تجعل تجربة القراءة ممتعة، وتكسر بها رتابة الأخبار المعتادة.

6- فئة أسباب التجنب المعالجة:

تشـــير هذه الفئة إلى مدى توفر المقالات الحلولية محل الدراســـة على ســـمات أو ممارســات تحريرية تســاهم في معالجة وتقليل أثر أحد أســباب تجنب الأخبار، ســواء بشـكل مباشـر صـريح وواضـح، أو بشـكل غير مباشـر ضـمني ويفهم من السـياق أو الأسلوب. وقد قسمنا هذه الأسباب المعالجة إلى 08 أسباب كنا قد شرحناها بالتفصيل في قسم أسباب تجنب الأخبار في الإطار النظري لهذه الدراسة. وهي كالآتي:

6-1- إرهاق الأخبار: هو إرهاق نفســي من الكمية اللانهائية من المعلومات التي يتم ضـخها باستمرار من وسائل الإعلام مما يؤدي إلى تعب عقل وجسد المستخدم. وسيُعد المقال معالجا لهذا الســبب إذا كان متزنا ومركزا على موضــوع واحد ولم يحتوي على ضخ وحشو للمعلومات التي قد تجعل القارئ يُرهق نفسيا.

6-2- الانحياز السـلبي لوسـائل الإعلام: وهو ميل وسـائل الإعلام إلى التركيز على الأخبار السـلبية مثل الكوارث والصـراعات والأزمات، دون الحديث عن ما هو جيد، أو ما يسـير على ما يرام، لتخلق بذلك حالة من التشـاؤم والإرهاق لدى الجمهور. وسـيُعد المقال معالجا لهذا الســبب إذا كان لا يركز على المشــكلة، بل على الاســتجابة، باستخدام لغة غير سوداوية. مظهرا الجوانب الإيجابية دون تزييف الواقع.

6-3- فقدان الثقة في وســائل الإعلام: هو الشــك في وســائل الإعلام بســبب إديولوجياتها وانحيازها لكل ما هو سلبي ومحاباتها للسلطة وتركيزها على القصص التي لا تفيد الجمهور ما يؤدي إلى تجنب أخبارها. وسيُعد المقال معالجا لهذا السبب إذا كان يعتمد على مصـادر موثوقة ومتنوعة، ويظهر شـفافية في عرض المعلومات، مثل ذكر

حدود الحلول والاعتراف بقصـــره، مع تجنب الترويج للمبادرات أو تمجيد أصـــحابها أو التحيز لأي جهة.

6-4- عدم التمثيل الإيجابي للجمهور في وســـائل الإعلام: وهو شـــعور الأفراد أن وسائل الإعلام لا تعكس واقعهم كما هو، أو لا تمثل هويتهم ومواقفهم بصورة منصفة، أو تتجاهل تغطية قصـــصـــهم في الأســـاس، ما ينمي لديهم شـــعور بالتهميش ويجعلهم يتجنبون الأخبار. وسـيُعد المقال معالجا لهذا السـبب إذا كان يوصـل أصـوات الفئات التي تقصى غالبا من التغطيات الإخبارية، مثل النساء، الأقليات، ذوي الإعاقة، سكان المناطق النائية... إلخ. بحيث يبرز مساهماتهم في المجتمع، ولا يصورهم كضحايا.

6-5- الشـــعور بالعجز: وهو شـعور القارئ أنه لا يسـتطيع فعل أي شـيء حيال ما يشـــاهده من أخبار ســـلبية. فتتضـــخم لديه مشـــاعر الخوف والقلق، ويداهمه تأنيب الضـــمير، ويتعزز لديه الشـــعور بعدم الفاعلية، فيقرر تجنب الأخبار كرد فعل دفاعي عما تجعله يشعر به. وسيُعد المقال معالجا لهذا السبب إذا كان يعرض نماذج أشخاص أو مجموعات اســـتطاعت إحداث تغيير ملموس في قضـــايا معينة أو يعزز إحســـاس القارئ بإمكانية الفعل، عبر تقديم قصص ملهمة وحلول عملية.

6-6- الأخبار الكاذبة: وهي عدم الثقة في صـــحة الأخبار. حيث أن الصـــعوبة في التمييز بين المعلومات الموثوقة والمضـــللة تدفع الأفراد إلى الانســـحاب من متابعة الأخبار، لتجنب الإرباك والإرهاق المعرفي. وسـيُعد المقال معالجا لهذا السـبب إذا كان يتضمن تفنيدا للأخبار الزائفة أو تصحيحا لمفاهيم مغلوطة، أو إذا أرفق أدلة قوية تثبت صحة المعلومات المعروضة، بما يعزز مصداقية المادة الصحفية.

6-7- تعقيد الأخبار: هو المبالغة في ضـــخ المعلومات دون توضـــيح أو تنظيم أو تبســـيط لها، ما يجعل المتلقي ينفر منها ويتوجه إلى محتوى أبســـط. وســـيُعد المقال معالجا لهذا السـبب إذا كان يبسـط المفاهيم المعقدة، ويعتمد لغة مفهومة، ويشـرح دون إسـهاب مبتعدا عن المصـطلحات المتخصـصـة والتحليلات المعقدة التي تشـكل حاجزا للمتلقي.

6-8- ســـطحية الأخبار: وهي افتقاد الأخبار للعمق والقيمة كونها تقدم معلومات لحظية تجعل الجمهور يشـــعر أنها دون معنى حقيقي فيتجنبها. وســـيُعد المقال معالجا لهذا السـبب إذا كان يقدم معلومات قيمة وعميقة تلهم القراء وتنير بصـيرتهم وتسـاعدهم في جانب من جوانب حياتهم.

- **ملاحظة هامة:**

❶ في هذه الفئة قد يُحتسَـــب المقال الواحد أكثر من مرة واحدة، كونه قد يعالج أكثر من سـبب واحد من أسـباب التجنب الثمانية الموضـحة أعلاه، لذا فإن مجموع التكرارات قد يتجاوز عدد المقالات الكلي (28 مقالا).

❷ في الفئات التالية:

- فئة مصدر القصة.
- الإشباعات المتوقعة.
- فئة أسباب التجنب المعالجة.

سنستخلص التصنيفات من خلال قراءنا للمقالات عينة الدراسة.

2- ورقة الترميز:

- **البيانات الأولية:**

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

- **فئات الشكل:**

6- فئة نوع المقال:

1-6	2-6	3-6	4-6	5-6
☐	☐	☐	☐	☐

7-عدد كلمات المقال كاملا:

1-7	2-7	3-7
☐	☐	☐

8- فئة الوسائط:

1-8	2-8	3-8	4-8
☐	☐	☐	☐

9- فئة مصدر القصة:

1-9	2-9	3-9	4-9	5-9
☐	☐	☐	☐	☐

10- فئة الموقع الإخباري الناشر للقصة:

1-10	2-10	3-10
☐	☐	☐

- **فئات المضمون:**

11- فئة الموضوع:

11-1- فئة الموضوع من حيث المجال:

1-1-11	2-1-11	3-1-11	4-1-11
☐	☐	☐	☐

5-1-11	6-1-11	7-1-11	8-1-11
☐	☐	☐	☐

11-2- فئة الموضوع من حيث المنطقة:

1-2-11	2-2-11	3-2-11
☐	☐	☐

12- فئة أركان صحافة الحلول:

1-12	2-12	3-12	4-12
☐	☐	☐	☐

13- فئة محظورات صحافة الحلول:

1-13	2-13	3-13	4-13	5-13
☐	☐	☐	☐	☐

14- فئة طبيعة الحلول المقدمة:

1-14	2-14	3-14
☐	☐	☐

15- فئة الإشباعات المتوقعة:

1-15	2-15	3-15	4-15	5-15
☐	☐	☐	☐	☐

16- فئة أسباب التجنب المعالجة:

1-16	2-16	3-16	4-16
☐	☐	☐	☐

5-16	6-16	7-16	8-16

3- دليل استمارة التحليل:

1) البيانات الأولية:

الرقم 1 = يشير إلى رقم المقال.

الرقم 2 = يشير إلى عنوان المقال.

الرقم 3 = يشير إلى اسم الصحفي كاتب المقال.

الرقم 4 = يشير إلى تاريخ نشر المقال.

الرقم 5 = يشير إلى الموقع الإخباري الذي نشر عليه المقال.

2) فئات التحليل:

أ- فئات الشكل:

الرقم 6 = يشير إلى فئة نوع المقال:

الرقم 6-1 = يشير إلى تقرير صحفي.

الرقم 6-2 = يشير إلى قصة خبرية.

الرقم 6-3 = يشير إلى مقال تحليلي.

الرقم 6-4 = يشير إلى تحقيق استقصائي.

الرقم 6-5 = يشير إلى مقابلة.

الرقم 7 = يشير إلى المساحة:

الرقم 7-1 = يشير إلى الكلمات من 500 إلى 1000 كلمة.

الرقم 7-2 = يشير إلى الكلمات من 1000 إلى 1500 كلمة.

الرقم 7-3 = يشير إلى الكلمات من 1500 إلى 2000 كلمة.

الرقم 8 = يشير إلى فئة الوسائط:

الرقم 8-1 = يشير إلى اعتماد وسائط نصية فقط.

الرقم 8-2 = يشير إلى اعتماد وسائط نصية مدعومة بصور فقط.

الرقم 8-3 = يشير إلى اعتماد وسائط نصية مدعومة بأنفوجراف.

الرقم 8-4 = يشير إلى اعتماد وسائط متعددة.

الرقم 9 = يشير إلى فئة مصدر القصة:

الرقم 9-1 = يشير إلى وكالة أنباء.

الرقم 9-2 = يشير إلى وسائل إعلام.

الرقم 9-3 = يشير إلى تقارير رسمية أو منظمات.

الرقم 9-4 = يشير إلى قصة أصلية.

الرقم 9-5 = يشير إلى غير مذكور.

الرقم 10 = يشير إلى فئة الموقع الإخباري الناشر للقصة:

الرقم 10-1 = يشير إلى موقع دولي عام.

الرقم 10-2 = يشير إلى موقع إقليمي (عربي / إفريقي).

الرقم 10-3 = يشير إلى موقع متخصص في صحافة الحلول.

ب- فئات المضمون:

الرقم 11 = يشير إلى فئة الموضوع:

الرقم 11-1 = يشير إلى فئة الموضوع من حيث المجال:

الرقم 11-1-1 = يشير إلى المواضيع السياسية.

الرقم 11-1-2 = يشير إلى المواضيع الاقتصادية.

الرقم 11-1-3 = يشير إلى المواضيع الاجتماعية.

الرقم 11-1-4 = يشير إلى المواضيع الثقافية.

الرقم 11-1-5 = يشير إلى المواضيع البيئية.

الرقم 11-1-6 = يشير إلى المواضيع الصحية.

الرقم 11-1-7 = يشير إلى المواضيع التكنولوجية.

الرقم 11-1-8 = يشير إلى المواضيع الأخرى.

الرقم 11-2 = يشير إلى فئة الموضوع من حيث المنطقة:

الرقم 11-2-1 = يشير إلى منطقة شمال أفريقيا.

الرقم 11-2-2 = يشير إلى منطقة الشرق الأوسط.

الرقم 11-2-3 = يشير إلى دول أفريقيا الأخرى.

الرقم 12 = يشير إلى فئة أركان صحافة الحلول:

الرقم 12-1 = يشير إلى الاستجابة.

الرقم 12-2 = يشير إلى الأدلة.

الرقم 12-3 = يشير إلى الرؤى.

الرقم 12-4 = يشير إلى القيود.

الرقم 13 = يشير إلى فئة محظورات صحافة الحلول:

الرقم 13-1 = يشير إلى الحل السحري.

الرقم 13-2 = يشير إلى عبادة البطل.

الرقم 13-3 = يشير إلى التركيز على المشكلة بدل الحل.

الرقم 13-4 = يشير إلى الترويج للمبادرة.

الرقم 13-5 = يشير إلى حل غير مجرب.

الرقم 14 = يشير إلى طبيعة الحلول المقدمة:

الرقم 14-1 = يشير إلى حلول فردية.

الرقم 14-2 = يشير إلى حلول جماعية.

الرقم 14-3 = يشير إلى حلول مؤسسية.

الرقم 15 = يشير إلى فئة الإشباعات المتوقعة:

الرقم 15-1 = يشير إلى إشباع معرفي.

الرقم 15-2 = يشير إلى إشباع عاطفي.

الرقم 15-3 = يشير إلى إشباع اجتماعي.

الرقم 15-4 = يشير إلى إشباع عملي.

الرقم 15-5 = يشير إلى إشباع ترفيهي.

الرقم 16= يشير إلى فئة أسباب التجنب المعالجة:

الرقم 16-1 = يشير إلى إرهاق الأخبار.

الرقم 16-2 = يشير إلى فقدان الثقة في وسائل الإعلام.

الرقم 16-3 = يشير إلى الانحياز السلبي في وسائل الإعلام.

الرقم 16-4 = يشير إلى عدم التمثيل الإيجابي للجمهور في وسائل الإعلام.

الرقم 16-5 = يشير إلى الشعور بالعجز.

الرقم 16-6 = يشير إلى الأخبار الكاذبة.

الرقم 16-7 = يشير إلى تعقيد الأخبار.

الرقم 16-8 = يشير إلى سطحية الأخبار.

مقابلة علمية مع الصحفية دينا أبو غزالة

مؤسسة منصة إيجاب التي تعتمد نهج صحافة الحلول

أُقيمت هذه المقابلة العلمية يوم 03 ماي 2025، عن بعد، عن طريق تطبيق ZOOM على الساعة 11 صباحا بتوقيت الجزائر، مع الصحفية المصرية ومؤسسة منصة إيجاب "**دينا أبو غزالة**".

وهدفت إلى الاستفادة من خبرتها الصحفية الطويلة، وفهم الرؤية التحريرية لمنصتها، منصة "إيجاب" التي تركز على صحافة الحلول، وتحليل دور الأخيرة في التأثير إيجابا على الجمهور ودفعه إلى تغيير نظرته السلبية نحو وسائل الإعلام، خصوصًا في ظل تنامي ظاهرة تجنب الأخبار التي تشير إليها عدة تقارير ودراسات دولية حديثة.

ونؤكد أن كل ما ذكر في هذه المقابلة استخدم لأغراض أكاديمية بحتة، مع الحفاظ الكامل على المهنية والدقة في التوثيق.

س 1: ما الذي دفعكِ إلى تأسيس منصة "إيجاب"؟ ولماذا اخترتِ أن تختص المنصة بصحافة الحلول تحديدًا؟

ج 1: (ضحكت من أعماق قلبها ثم أجابت) حسنا، أنا أسست منصة إيجاب لأنني لاحظت عندما كنت أشتغل في البي بي سي من نهاية 2006 حتى نهاية 2020 لأكثر من 14 سنة، في خلال سنوات عملي في البي بي سي الأولى، والتي كانت في وقت الثورة في مصر في 2011، حيث كان هناك هجوم من كل المراسلين الأجانب على القاهرة لتغطية الخبر، وحتى بي بي سي أرسلت مراسليها الأجانب –بالنسبة لنا– ولما أردت الذهاب، رفضوا، وقيل لي أن هذا لضمان موضوعية التغطية، وأنا استغربت لأن بي بي سي كان لها مكتب كبير في القاهرة، فرغم وجود مكتب به صحفيين لكنها ترسل مراسل أجنبي، وأكثر من مراسل وليس مراسلا واحدا، وقالوا وقتها أنه من أجل الحيادية والنزاهة في تغطية الحدث، ووقتها صدقت هذا الكلام لأنني كنت لا زلت بعد شابة في بداية المشوار الصحفي.

وبعد أن سافرت وعشت في لندن لمدة 4 سنوات بداية من 2015، وأنا أسمي هذه السنوات سنوات البريكست –واقعة خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي– وكانت وقتها نهاية الاستقطاب في المجتمع البريطاني المنقسم، وهي قصة معقدة، كنت أتابع أخبارها باستمرار، والغريب أن من يغطيها هو شخص إنجليزي، مراسل إنجليزي!

س 2: أي أن الحيادية التي تحدثوا عنها غائبة في حالتهم؟

ج 2: بالضبط! وأنا كنت متواجدة في مصر، وأعمل معهم، لماذا لم يتواصلوا بي؟ وساعتها.. سألت نفس السؤال، وقلت لهم: "أنت قلتم لي حدثموني سابقا عن الحيادية، ولكن الأن أنتم عادي، تستطيعون الثقة في مراسليكم البريطانيين لتغطية مواضيعكم، أليس هذا انحيازا؟" فردوا علي وقتها بردين، الأول، لم أقتنع به وشعرت أنه استمرار للفكر الإمبريالي، قالوا أن صحفييهم مدربين جيدا وهم يثقون بهم، ما جعلني أتساءل: لماذا تثق في الإنجليزي ولا تثق في العربي؟ هذا كان الرد الأول، أما الرد الثاني فكانت له علاقة بالجودة، وللأسف هم في مرحلة نشرة الأخبار، والتقارير المباشرة ليس لديهم وقت للمراجعات لذا هم يحتاجون أشخاصا يثقون بهم، وهي فعلا في وطننا العربي، وأتكلم عن مصر خاصة، ليس لدينا جودة في التعليم، خاصة في المدارس العامة، للأسف الشديد، وهذا ينتج عنه –وحتى الجامعات– ينتج عنه أن الصحفي يبقى يحتاج مدة تدريب أطول، يحتاج متابعة أكثر فيبقى هو "يشتري دماغو" كما نقول نحن في مصر، لذا يختارون الصحفي الذي يثقون به وانتهى، وهنا جاءتني فكرة أننا نحتاج إلى تغيير هذا، وهذه كانت أول شيء جعلني أشعر أننا نحتاج طريقة نزيد فيها قدرة الصحفي المحلي.

وقد تزامن هذا التفكير مع عدة أشياء حصلت في نفس الوقت، أبرزها معاناة مصر من الإرهاب والأزمة الاقتصادية، مثل التي نمر بها حاليا، حينها كنت أعيش في لندن، وكنت كلما أشغل التلفاز لمتابعة الأخبار، تأتيني حالة من الرعب وأشعر بأن بلدي مصر تنهار، وأنها وصلت لحد مثل الصومال –مع احترامي للبلد الشقيق– وفشلت، فهذا ما كنت أفكر فيه وقتها، لكن عنما أتصل مع أهلي في مصر وأسألهم يقولون: "نعم، ولكن الأوضاع عادية، هنالك تحديات، ولسنا في أفضل حال، ولكن الوضع ليس منهارا، وليس سيئا"، فهذا جعلني أراجع نفسي حول كل الأخبار التي شاهدتها، هل ربما الوضع في سوريا ليس بالسوء الذي تصدره الأخبار؟ ربما الوضع في ليبيا ليس بالسوء الذي يبدو على الأخبار؟ وهذا لا يعني أنه لا يحصل شيء هناك، ولكن ربما هناك تضخيم

للحالة الســـلبية، وفي نفس الوقت، أنا كنت لما أذهب في إجازات لمصـــر، كنت ألاحظ ان هناك أمور جيدة تحصل هناك ولكن لا يعلم عنها أحد، وتزامن هذا مع معرفتي بصحافة الحلول، فشعرت أن هذا ما نحن بحاجة إليه.

س 3: كيف كانت أول مرة تعرفتِ فيها على صحافة الحلول؟

ج 3: في جلسـة في بي بي سـي، حيث كانت هناك صـحفية من المؤسـسـة الدنيماركية، وكانت تعرفنا عن هذه الصـحافة التي يسمونها في أوروبا بالصـحافة البناءة، وشـعرت أنني مثل: واااو! أنا مهتمة بشيء كهذا، وبدأت أبحث عنها، ومن هنا ابتدأت أفهم ما هي صحافة الحلول؟ فهذه الجلسة جعلتني أقع في الحب من الجلسـة الأولى (ضـحكت)، وشـعرت أن هذا بالضـبط ما نحن بحاجته، ليس نحن فقط، ففي كل البلدان حتى و.م.أ مشـــاكل، فعندما نريد الكشـــف عن المشـــاكل نلجأ للصـحافة الاستقصـائية، ولما تكون هناك مبادرات نسلط الضـوء عليها أيضـا، وبالنظر إلى وسـائل الإعلام فهي تركز فقط على الحروب والكوارث، وحقوق الإنسـان، وهذا ما يرسـخ الصـورة النمطية، فهم لا يروننا إلا هكذا.

وخلال دراسـتي للسـياسـة في الجامعة، ذهبت لأمريكا، كجزء من التدريب، وهناك سـألوني: هل يمكن أن أمشـــي هكذا في القاهرة ومن دون حجاب؟ وأنا أجبتهم: نعم، في القاهرة هناك محجبات، وهناك غير محجبات عادي، فهم استغربوا جدا، ونفس السؤال سألوني عنه في مؤتمر عن صحافة الحلول حضـرته في 2019، يعني مرت 15 سـنة ولم تتغير نظرتهم، وهذا نتيجة الأخبار، فأغلب تغطياتهم لقصـــص الســـيدات العرب على أنهن مقهورات، مضـــطهدات، يتم تزويجهن مبكرا، واستغلالهن جنسيا، وأشياء مثل هذه، ولا توجد فكرة أنه نادرا ما تجد أنه لا، هناك حرية، بما يعني أن التي تريـد أن تتحجـب تتحجـب، من تريـد أن تعمـل تعمـل وهكـذا.. وكـل واحـدة حرة عـادي (ضـحكت)، وللأسـف هذا ما ترسـخه الأخبار التقليدية، صـورة نمطية سـلبية عن المنطقة، الدول العربية هي دول إرهابية.. الخ وأننا دائما ننتظر المعونة والدعم والمخلص الخارجي، ليأتي ويخلصنا من مشـاكلنا، لكن في الحقيقة هناك الكثير من المبادرات في بلداننا ولا أحد يغطيها، وهنا شـعرت بوجود فجوة. والإعلام مثل الأكل، يجب أن يكون متوازنا، نحن نحتاج وجبة إعلامية متوازنة.

س 4: ما معايير صـــحافة الحلول التي تنتجونها، وما الذي يميزها عن غيرها من الأنماط الصحفية التقليدية؟

ج 4: أنا دائما أقول أن صحافة الحلول تشبه الصحافة الاستقصائية، فيها أدلة، وتحقيق، وأحيانا نغطي حتى الحلول التي لم تنجح، لأنه هناك مبادرات مثلا لحل مشكلة التحرش في مصر لكنها لم تؤتي ثمارها لحد الأن، فنحن نبحث في "لماذا؟" وما الذي ينقص هذه المبادرة؟ فالذي يأتي فيما بعد ليقدم حلا، يكون مطلعا على حلول سابقة ونقاط ضعفها وقوتها ويستفيد منها، ولصحافة الحلول أربع أركان: الاستجابة طبقت بالفعل، عكس ما يتوقعها البعض بأنني أنا كصحفي أطرح حلا، لا هذا خاطئ وهذه حلول نظرية، والتنظير ســـهل، لكن تحويل النظري إلى عملي هو الصـــعب، فصـــحافة الحلول تهتم بنقل الواقع، ومثل هذه الأفكار والحلول النظرية يمكن لنا كتابتها في مقال رأي، مثل تحســين التعليم بالجزائر، مثلا، هذا مقال رأي، يعبر عن رأيك الشـــخصـــي، لكنه ليس صـــحافة حلول، صـــحافة الحلول تعنى بتغطية حلول حدثت علة أرض الواقع، وأن هناك استجابة وحل تم تطبيقه، مثل مشكلة تعليم، أو مشاركة نسائية، والركن الثاني هو الدليل، وبالدليل توضحين كفاءة هذا الحلل، وهل نحج؟ أو فشـل؟ مثل قصـــة كتبناها في 2020 عن ليبيا وكيف نجحت في مضـاعفة مشـاركة النسـاء في السـياسـة، ولو لم يكن لدينا هذا الرقم، ما الذي يثبت لنا هذا؟ فربما يمكن أنهم قاموا بشيء لكنه لم ينجح؟

وثالث حاجة هي الدروس المسـتفادة، وأنا أقول أن أسـمى غاية لصـحافة الحلول هو أن تلهم أخرين في تطبيق هذا الحل في مجتمعاتهم، وإذا مثلا هناك مشكلة تلوث في مصر، وقرأت عن حل لهذا في تونس، فسـيعجبني هذا وأسـتلهم، وأعرف ما هي العوامل التي أدت لنجاح هذا الحل؟ فربما يعمل في الجزائر ولا يعمل في تونس مثلا؟ أو يعمل في ممصـر ولا يعمل في السـعودية، فقد يكون متعلقا بموروث ثقافي معين لا يصلح إلا في مصر.

وآخر عنصـــر يضـــمن عدم وقوعنا في فخ الترويج أو الدعاية هو القيود، لأنه لا يوجد حل مثالي، دائما هناك قصور في الحل، تكلفته عالية، وليس في قدرة الجميع، أو صعب، وهذا مهم أن نتكلم عنه في صحافة الحلول، لتكون وجبة متوازنة.

س 5: ألا ترين أن هذه المعايير قد تكون صارمة بعض الشيء؟

ج 5: أنظري، هم 4 أركان: الاستجابة، الأدلة، الرؤية الثاقبة، والقيود، اعملهم بكل حرية لكن يجب أن يكون هناك مرجع، فهي أركان لا نختلف عليها، هي أساسية، مثل أسس الإسلام: الصلاة، الصوم.. الخ، ويجب وضع هذه المعايير، وبعدها أنت صمم المنتج الإعلامي الخاص بك وأنت حر بهذا، مثل الهندسة، تدرس الأسس، وابني كما تشاء لكن لا تخالف قواعد الهندسة. وهذه المعايير بالعكس تسهل على الصحفي، بدل ما تتركك بدون إرشاد.

س 6: ما رأيكِ في الانتقادات التي تُوجَّه إلى صحافة الحلول؟ مثل الادعاء بأنها صحافة إيجابية بشكل مفرط أو تبتعد عن الحياد؟ وهل واجهتم مثل هذه الانتقادات كمنصة؟

ج 6: طبعا، طبعا، تأكدي أن المنتقدين هو صحفيون لم يمارسوا صحافة الحلول من قبل، لأنه أي صحفي يمارس صحافة الحلول ويلتزم بالأركان الأربعة، سيكتشف أنها لا يمكن أن تكون دعاية ولا ترويج، لأنه يمكنك إنجاز عمل عن حلول لم تنجح. ونحن عملنا في إيجاب قصة لـ "الإكونومست" عن برنامج حكومي مصري لتشجيع المواطنين على استخدام الطاقة الشمسية في بيوتهم، والمشكلة واضحة هي مشكلة الطاقة، ونحن مؤخرا نعاني من انقطاع متكرر في الكهرباء، ومصر ما شاء الله دولة مشمشة، ومن البديهي أن نعتمد على الشمس كبديل، وعملت وزارة الطاقة برنامج، وكان حلا نظريا رائعا لكنه نتيجته كانت أدنى من المتوقع، والدليل يبين أن صحافة الحلول لا ندخلها لنمجد الحل، بل ندخل ونحن لا نعلم إذا ما كان ناجحا أو فاشلا. والدليل هو ما يثبت لك هذا. الأرقام أثبتت أن الاستجابة المجتمعية لهذا الحل لم تكن كما يجب. وبعدها في الرؤية الثاقبة نفهم ما الصعوبات التي أدت للفشل، وهذه صحافة حلول فكيف تكون مجرد صحافة إيجابية؟ أو دعاية؟

س 7: بما أنكم في إيجاب تشتغلون على القصص الصحفية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا منذ تأسيس المنصة سنة 2020، كيف ترون أهمية هذا النهج الصحفي في السياق العربي؟

ج 7: أنا كدينا، لا أرى أنه من المفروض أن يكون هناك فرق، المفروض أن هناك معايير صحفية ويتم تطبيقها في كل العالم كما هي، وهذه صحافة عالية الجودة، ولكن للأسف صحافة الحلو مع انتشارها تحولت إلى موضة، مثل صحافة البيئة، صحافة المناخ، فعندما يكون هناك موضوع يسلط

عليه الضوء، فيريد الناس أن يمارسوه بدون علم لأنه فيه فرصة لتمويلات ومنح كبيرة. فتجد صحفيا يقدم للمشـرع وهو لا يفهم ما هي صـحافة الحلول، فالنتيجة أننا نملك الكثير من أشـباه صـحافة الحلول في الصـحافة العربية، لأنها لا تلبي الأركان التي تضـمن جودة صـحافة الحلول، وهناك نوعين من صـحافة الحلول منتشـر عندنا، الأول أن الصـحفي يقترح حل، كأن يحاور خبير عن الحلول الممكنة، والثاني أن يكون جل المقال عن المشـكلة وأخر فقرة يتم تغطية حل ويعتبرها صحافة حلول، وهذا خاطئ، فصحافة الحلول تكون من بداية الموضوع.

كما أن ومن أبرز التحديات غياب المواد والإمكانيات التعليمية، بمصداقية عالية باللغة العربية، وللأسـف، بعض المؤسـسـات أخذت دعما ومنحا مالية لعمل كتب توجيهية عن صـحافة الحلول وللأسـف فيها مغالطات كبيرة جدا، وأنا شـخصـيا طلب مني مراجعة دليل في صـحافة الحلول، وعندما فعلت وجدت الكثير من الأخطاء فيه، وعندما طلبت منه وقت للمراجعة مثل 4 أسـابيع مع اشغالي، والدليل طويل، فرفضوا لأنهم يحتاجونه في القريب العاجل، لذا رفضت وضع اسمي عليه كمراجعة. ونشر الدليل بدعم أوروبي وهو موجود وينشر معلومات مغلوطة.

والمشكلة الثانية غياب الأمثلة الجيدة بصحافة الحلول باللغة العربية، وأنا أواج هذا التحدي كلما كنت سأعطي تدريبات فيها، فكيف أجد أمثلة عن صحافة حلول جيدة. فأغلب إنتاجاتنا أجنبية بما أننا نتعامل مع منصـات دولية، فأقوم بإعطائهم مادة ينقصـها أحد الأركان وأصـلب منهم تحديده، وهذه مشكلة! وعائق كبير.

س 8: هل تعتقدين أن الصحفيين العرب متمكنون من صحافة الحلول بالشكل الكافي؟ وإلى أي مدى تلعب إيجاب دورا في دعمهم وتدريبهم؟

ج 8: لا ، أنظري كل الناس عنما بدؤوا لم تكن لديهم فكرة عن صـحافة الحلول، أو لديهم فكرة مغلوطة، لكن من خلال عملهم معنا والممارسـة، تعلموا ، ونحن مؤمنين بأن الصـحافة تُدرس بالممارسـة، وهي تعرضـك للمواقف، مثل غاب الأدلة، والشـواهد، لذا فإن إيجاب ترتكز على الممارسة، وحتى إذا رفضنا مقترحا فنحن نخبرهم لماذا تم رفضهم، لكي يتعلموا. ونحن نقدم تدريبات أيضا كلما سنحت الفرصة.

ملاحظة هامة:

بسبب خلل في التسجيل لم نستطع إكمال تفريغ بقية أجوبة اقسام المقابلة، لذا وضعنا بقية الأسئلة التي تم طرحها على مؤسسة إيجاب، لتوضح النقاط التي تم التحاور فيها أيضا:

س 9: كيف تقيمين منصـــة إيجاب بعد 5 ســنوات من التأســيس؟ وهل ترين أنها منصـــة ناجحة وتحقق الرؤية التي وضعتها لها خاصة فيما يتعلق بصحافة الحلول؟

القسم الثاني من المقابلة: ظاهرة تجنب الأخبار وعلاقتها بصحافة الحلول

س 10: حسب تقرير الأخبار الرقمية الصادر عن معهد رويترز لدراسة الصحافة التابع لجامعة أوكسفورد لعام 2023، فإن ما يقدر بـــ 39% من 95 ألف شخص شملهم الاستطلاع يتجنبون الأخبار تجنبا انتقائيا. والكثير من الدراسات تؤكد هذا أيضا. كيف تفسّرين ظاهرة تجنب الأخبار المتفاقمة عالميًا؟ وما أسبابها من وجهة نظركِ؟

س 11: كونكِ صـــحفية عملت لأكثر من 14 عامًا في هيئة الإذاعة البريطانية BBC ، وأنجزت قصص صحفية متنوعة وبصيغ متعددة، وبعدها أسستِ شركتكِ الناشئة واختصصتِ في نهج صحافة الحلول. هل يمكن لصحافة الحلول أن تساهم في تقليل هذه ظاهرة تجنب الأخبار؟ وكيف ذلك؟

س 12: هل لاحظتم تغيرًا في تفاعل الجمهور مع القصص المكتوبة بأسلوب صحافة الحلول التي تنشرونها؟ هل توجد مؤشرات على أن صحافة الحلول تُقلل من ظاهرة تجنب الأخبار؟ مثل تلقي ردود فعل من القراء أو من المؤسسات الإعلامية التي تنشرون فيها؟ أو ربما لاحظتم تزايد الإقبال على التفاعل عند نشر هذا النوع من القصص؟

س 13: هل هناك أي شـــيء ترغبين في إضـــافته حول أثر صـــحافة الحلول أو ظاهرة تجنب الأخبار؟

فهرس الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
الجدول رقم 01	نشأة وتطور صحافة الحلول	**28**
الجدول رقم 02	أنماط تجنب الأخبار حسب الوعي	**58**
الجدول رقم 03	أنماط تجنب الأخبار حسب الاستمرارية	**59**
الجدول رقم 04	أنماط تجنب الأخبار حسب الشمولية	**59**
الجدول رقم 05	تكرارات ونسب القوالب الصحفية للمقالات المنشورة تحت إشراف منصة إيجاب لعام 2024	**81**
الجدول رقم 06	تكرارات ونسب عدد كلمات المقالات المنشورة	**87**
الجدول رقم 07	تكرارات ونسب الوسائط التي اعتمدت عليها المقالات	**90**
الجدول رقم 08	تكرارات ونسب مصادر قصص المقالات	**96**
الجدول رقم 09	تكرارات ونسب الموقع الإخبارية الناشرة للقصص	**99**
الجدول رقم 10	تكرارات ونسب مجالات مواضيع المقالات	**104**
الجدول رقم 11	تكرارات ونسب موضوع المقالات من حيث المنطقة	**109**
الجدول رقم 12	تكرارات ونسب المقالات التي التزمت بالأركان صحافة الحلول	**112**
الجدول رقم 13	تكرارات ونسب المقالات التي ليس فيها محظورات صحافة الحلول	**115**
الجدول رقم 14	يمثل تكرارات ونسب طبيعة الحلول المقدمة	**118**
الجدول رقم 15	تكرارات ونسب الإشباعات المتوقعة من المقالات	**121**
الجدول رقم 16	تكرارات ونسب أسباب التجنب المعالجة	**125**

فهرس الأشكال:

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
الشكل رقم 01	مخطط توضيحي لأركان صحافة الحلول – من إنجاز الباحثة	**35**
الشكل رقم 02	أسباب تجنب الأخبار – جميع الأسواق – تقرير معهد رويترز لدراسة الصحافة التابع لجامعة أوكسفورد لعام 2017 – ترجمة الباحثة	**68**
الشكل رقم 03	أعمدة بيانية توضح نسب القوالب الصحفية للمقالات المنشورة تحت إشراف منصة إيجاب لعام 2024	**81**
الشكل رقم 04	دائرة نسبية توضح عدد كلمات كل مقال	**87**
الشكل رقم 05	أعمدة بيانية توضح نسب فئة مصادر القصص	**96**
الشكل رقم 06	يمثل أعمدة بيانية لنسب الموقع الإخبارية الناشرة للقصص	**100**
الشكل رقم 07	يمثل أعمدة بيانية لنسب مجالات مواضيع المقالات	**104**
الشكل رقم 08	يمثل دائرة نسبية توضح نسب فئة الموضوع من حيث المنطقة	**109**
الشكل رقم 09	يمثل دائرة نسبية لنسب طبيعة الحلول المقدمة	**118**

فهرس الصور:

رقم الصورة	عنوان الصورة	الصفحة
الصورة رقم 01	شعار منصة إيجاب	**78**
الصورة رقم 02	مثال عن صورة لمبادرة صالون تعز الثقافي في اليمين	**91**
الصورة رقم 03	توضح صاحبة مبادرة محل إصلاح الهواتف النقالة للنساء في اليمين	**91**
الصورة رقم 04	توضح مشكلة غياب التعليم في وسط الحرب في غزة	**91**
الصورة رقم 05	صورة المقال رقم 09 المعنون بـ"كيف يواجه رواد الأعمال في مجال التكنولوجيا في الأردن تحدي النفايات المتزايد في البلاد"	**92**
الصورة رقم 06	صورة المقال رقم 15 بعنوان "مطابخ الحساء في السودان توفر شريان حياة لآلاف المدنيين المتضررين من المجاعة"	**93**
الصورة رقم 07	صورة المقال رقم 01 المعنون بـ"تطبيقات الأموال الرقمية تصبح شريان حياة للسودانيين المتضررين من الحرب"	**93**
الصورة رقم 08	توضح الخريطة التوضيحية لدولة مالاوي التي أدرجت في المقال رقم 10	**94**

فهرس المحتويات:

العنوان	الصفحة
مقدمة	أ
الإشكالية	01
حدود الدراسة	02
التساؤلات الفرعية	03
أسباب اختيار الموضوع	03
أهداف الدراسة	04
أهمية الدراسة	05
منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات	06
مجتمع الدراسة وعينة الدراسة	08
تحديد مفاهيم الدراسة	09
المقاربات النظرية	12
الدراسات السابقة	14
ماهية صحافة الحلول	21
نشأة وتطور صحافة الحلول	27
أركان ومحظورات صحافة الحلول	35
الأدوار التي تؤديها صحافة الحلول	42
الانتقادات الموجهة لصحافة الحلول	47
مفهوم ظاهرة تجنب الأخبار	53
أنماط تجنب الجمهور للأخبار	57
العوامل المؤدية لتجنب الأخبار	62
انعكاسات الظاهرة على الجمهور والمؤسسات الإعلامية	70
علاقة صحافة الحلول بظاهرة تجنب الأخبار	74
بطاقة تقنية عن منصة إيجاب	78

تحليل مضمون المقالات من ناحية الشكل	81
تحليل مضمون المقالات من ناحية المضمون	104
نتائج الدراسة	129
خاتمة	131
المراجع	132
استمارة التحليل	139
المقابلة العلمية	159
فهرس الجداول	166
فهرس الأشكال	167
فهرس الصور	168