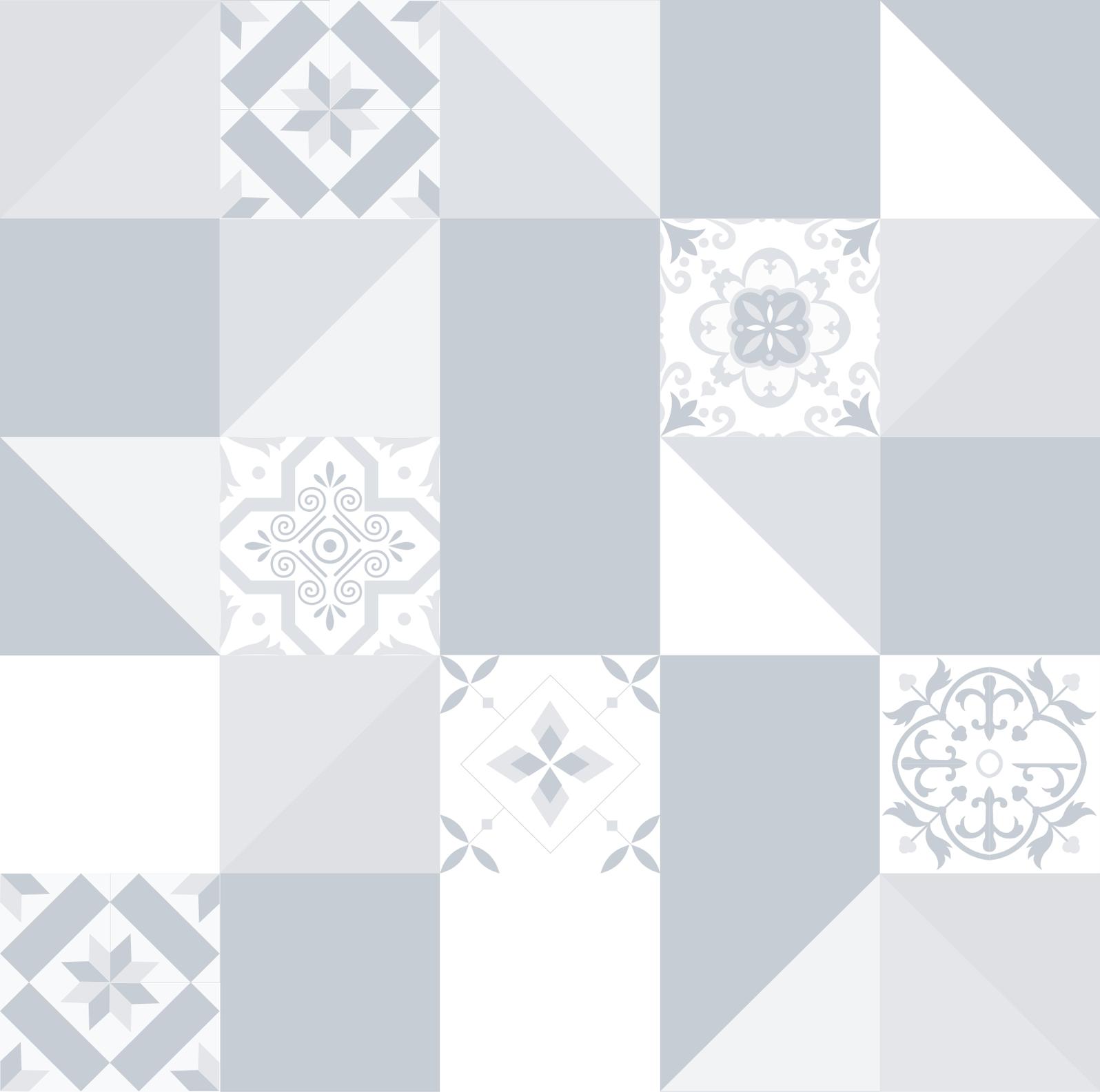




استخدام العواطف في التواصل بشأن سياسة الهجرة

المؤلف: الدكتور جيمس دينيسون





© الاتحاد الأوروبي، 2023

إنّ المعلومات والآراء الواردة في هذه الدراسة خاصة بالمؤلّف (المؤلّفين) ولا تعكس بالضرورة الرأي الرسمي للاتحاد الأوروبي. لا تتحمل مؤسسات وهيئات الاتحاد الأوروبي ولا أي شخص يعمل باسمها مسؤولية أي استعمال محتمل للمعلومات الواردة في هذه الدراسة.

الفهرس

4	موجز تنفيذي
5	مقدمة
7	تصور العواطف
13	التواصل القائم على المشاعر
16	توصيات للتواصل حول الترحيل المستند إلى العاطفة
19	عشرة أمثلة مرئية لاتصالات الهجرة القائمة على العاطفة
33	المناقشة
34	الملحقات
35	المراجع

موجز تنفيذي

- إن المشاعر كثيرا ما يستشهد بها باعتبارها عناصر حيوية في التواصل الاستراتيجي الفعال في عالم الهجرة وما بعده. ولكن حتى صدور هذا التقرير، لم يكن هناك إرشاد يذكر حول كيفية استخدام العواطف في التواصل بشأن سياسة الهجرة.
- المشاعر حيوية للإقناع لأن المواقف لها مكون (تفكير) معرفي وعنصر (شعور) عاطفي. وعلاوة على ذلك، يتسبب استحضار المشاعر في تفاعلات فسيولوجية وسلوكية لا إرادية ولكنها يمكن التنبؤ بها.
- ومن الممكن استخدام المشاعر في التواصل لجعل رسائل المرء أكثر رنيناً وأكثر تأثيراً على كل من المواقف والسلوكيات، ودعم أهداف السياسة من خلال الإقناع.
- وينبغي على أجهزة الاتصال أن تختار التفاعل العاطفي المطلوب وفقاً للتفاعل الفيزيولوجي والسلوكي المطلوب باستخدام المخطط النفسي القائم، والذي يحلل هذا التقرير مع 32 من المشاعر المنفصلة والتفاعلات الفسيولوجية.
- قد يؤدي استحضار مشاعر غير مناسبة إلى ردود فعل سلبية من الجمهور.
- وبوسع القائمين على التواصل أن يستخدموا توصيات هذا التقرير وإطار العمل لضمان اتساق المشاعر والسلوكيات الفسيولوجية والمطلوقة لحملاهم وبالتالي فعاليتها.
- يمكن استخدام السرد والرسائل الشخصية وتعبيرات الوجه ولغة الجسد وعلم الجمال لخلق صدى عاطفي والحد من المسافة النفسية.
- يمكن أيضاً استخدام الإطارات والترتيب ("التدفق العاطفي") والكثافات والتركيبات المحددة لاستخلاص عواطف مختلفة بنتائج يمكن توقعها.
- ولابد من استخدام العواطف لجعل حجبتهم أكثر صدى، ولكن لا ينبغي للحجة أن تستند ببساطة إلى رد الفعل العاطفي - المغالطة المنطقية "مناشدة العواطف". ولكي يعمل التواصل القائم على المشاعر فإنه لابد أن يستخدم الحقائق والقيم والهويات والفعالية أيضاً.
- إن التواصل القائم على العاطفة في مجال الهجرة، رغم استخدامه على نطاق واسع، لم يختبر بعد إلى حد كبير، إذ يجب على القائمين على التواصل اختبار أساليب مختلفة، ولكن يمكنهم أيضاً أخذ الدروس من مجالات أخرى مثل اتصالات الشركات والصحة وتغير المناخ.
- يحلل هذا التقرير بشكل ناقداً 10 أمثلة جيدة على التواصل في مجال الهجرة القائم على العاطفة، فيسلط الضوء على المشاعر المختلفة والتفاعلات الفسيولوجية التي من المرجح أن تحفزها، وإلى أي مدى تتفق هذه الأمثلة مع الأهداف المعلنة لحملة التواصل.

مقدمة

ما الذي يجعل تواصل الهجرة فعالاً؟ فكيف لنا أن نتواصل بشأن الهجرة على النحو الذي يسمح لنا بتلبية أهداف السياسات المعاصرة، مثل أهداف الاتفاق العالمي لهجرة آمنة و منظمة ونظامية التي تسعى الهجرة إلى تحقيقها (الأمم المتحدة، 2018)، والمناقشات "غير المستقطبة" (منظمة الأمن والتعاون في أوروبا، 2021)، والسرديات "المعاد توازنها"، والهدف من **برنامج أورو ميد للهجرة الخامس**، الذي يساهم فيه هذا التقرير. وعلوّة على ذلك، كيف يمكن للتواصل فيما يخص الهجرة أن يساعد الحكومات في دعم أطر سياسات الهجرة القانونية والقائمة على الحقوق ضد القوى التي من شأنها أن تقوضها، وبالتالي تساهم في تعظيم الفوائد المحتملة وتقليل التكاليف الممكنة للهجرة لكل من سكان البلدان الأصلية والمضيفة؟ يمكن أن يكون للتواصل الاستراتيجي وظائف متعددة، لإعلام وإقناع والتأثير على السلوك ولعل النصيحة الأكثر شيوعاً التي تقدم بشأن أشكال التواصل الثلاثة - في الهجرة وغير ذلك - هي التعليمات المعقدة إلى حد مخادع "باستخدام المشاعر وليس الحقائق".

وفي عالم التواصل في مجال الهجرة على وجه التحديد، يشير شريف (2019: 5) إلى أنه بالنسبة إلى "القائمين على التواصل" ... لكي يفوزوا في النقاش فلا بد وأن يعملوا على تطبيق نهج قائمة على القيمة والانفعال، فضلاً عن الأدلة الواقعية، لأن "العواطف تلعب دوراً أكبر من الحقائق في المواقف من الهجرة". وتنصح حركة أمريكا المرحبة (2018: 7) القائمين على التواصل في مجال الهجرة بمناشدة المشاعر وتعلن ببساطة أن "عاطفة < منطق". وهم يزعمون أن المنطق يدعم مشاعرنا ويستخدم لتبرير قراراتنا، ولكن الأبحاث تشير إلى أننا لا نطبق المنطق عادة إلا بعد اتخاذ قراراتنا العاطفية. يلعب المنطق دوراً في صنع القرار، لكن المشاعر هي العنصر الأساسي دائماً. ستحمس المشاعر الأشخاص بشأن قضيتك. ويضيف المرجع اكسب مشاعر جمهورك أولاً وستضمهم الي صفوفك (المرجع نفسه). وهم يزعمون أيضاً أنه "لا يوجد بيان صحفي، ولا رسالة إخبارية، ولا التماس، أو أي شيء آخر لابد وأن يخرج من دون اللمسة الشخصية والعاطفية التي يولدها الخبر" (المرجع نفسه: 16). وتدافع وكالة الحقوق الأساسية التابعة للاتحاد الأوروبي عن استخدام "أمثلة من الحياة الواقعية لإثارة المشاعر" لأن "إثارة المشاعر يمكن أن يكون لها تأثير دائم".

(15: 2022، FRA). وأخيراً، يزعم تقرير حديث صادر عن لجنة Inge التابعة للبرلمان الأوروبي أن قوة المعلومات المضللة على شبكة الإنترنت، وخاصة تلك الموجهة إلى الأقليات، تكمن في جاذبيتها العاطفية، سواء بشكل مباشر أو من خلال الأهمية الذي تحظى بها مثل هذه الرسائل على خوارزميات ملفات الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي، استنتاج أنه "ليس من الفعال الاستجابة للمعلومات المضللة بالحقائق لأن الناس ينخرطون في القضايا على المستوى العاطفي" (Szakács و Bognár، 2021: 27).

ومع ذلك، فإن الاعتقاد في الدور المقنع للتواصل القائم على العاطفة لا يقتصر بأي حال على التواصل بشأن الهجرة. ومؤخراً وصفت مجلة فوربس المشاعر باعتبارها "السلاح الخارق في التسويق والإعلان" (Saitarli، 2019)، مردداً بذلك التدريب والمشورة في مختلف أنحاء عالم الشركات. وقد أظهرت الدراسات أن استجابة العاطفية الناتجة عن الإعلان التلفزيوني تخلف ثلاثة أضعاف التأثير على قرار المستهلك بشراء منتج أو عدم شرائه مقارنة بالمحتوى الحقيقي للإعلان (Murray، 2013). في الإجمال، يبدو من المقبول أن نستمتع إلى رأي مفاده أن "استخدام العواطف" وسيلة بالغة الأثر، بل وربما ضرورية للتواصل. وعلى الرغم من ذلك، فإن عدداً قليلاً من المصادر المذكورة أعلاه يتناول بالتفصيل عدة أسئلة ذات نتيجة منطقية: لماذا تكون العواطف فعالة جداً للإقناع؟ كيف يجب استخدامها في الإقناع؟ ما المشاعر التي يجب استخدامها وتحت أي ظروف؟ ماذا عن التواصل بشأن الهجرة بشكل خاص؟ إلى أي مدى وكيف تستخدم العواطف حالياً في التواصل بشأن الهجرة؟ وأخيراً، ما هي التوصيات التي يمكن أن تقدم إلى جهات التواصل بشأن الهجرة فيما يخص استخدام العواطف؟

إن الإجابة على هذه الأسئلة مهمة من حيث الجوهر، حيث أن استخدام العواطف يعتبر أداة حيوية للتواصل

وبالتالي تحقيق أهداف السياسة العامة مثل تلك الواردة أعلاه، والمثيرة للاهتمام علميا، لأن فهم كيفية تأثير التواصل القائم على المشاعر على المواقف والسلوكيات وسبب تأثيره سوف يقدم الدعم للنظريات الأكثر قابلية للتطبيق على نطاق أوسع والتي تسعى إلى تفسير الأسباب التي تجعل البشر يفكرون ويتصرفون كما يفعلون بشكل عام. وعلى هذا النحو، فإن هذه المادة لا تزال كما يلي. في القسم 2، نلقي نظرة عامة على كيفية تصور العواطف من حيث تعريفها وتصنيفها ووظائفها ومحدداتها على حد سواء. في القسم 3، نسأل عن كيفية استخدام العواطف في التواصل وعن الدروس التي تم تعلمها حول ما يشكل التواصل الجيد القائم على العاطفة. في القسم 4، نلخص النتائج السابقة لتقديم توصيات للممارسين وإطار تواصل في مجال الهجرة قائم على العاطفة. في القسم 5، نحلل عشرة أمثلة في التواصل بشأن الهجرة القائم على العاطفة. وأخيرا، في القسم 6، نعرض نظرة عامة على النتائج التي توصلنا إليها، فضلا عن أوجه القصور التي تعيب تحليلنا والخطوات التالية للبحث.



تصور العواطف

التعريف

على الرغم من أو ربما بسبب المركزية المطلقة للتجربة الإنسانية، فانه من الملاحظ افتقار العواطف لتعريف مقبول بشكل عام (Barrett et al, 2016). على نطاق واسع وببساطة، يمكن اعتبار العواطف حالات عقلية تستخدمها أجسامنا لتنظيم ردود أفعالنا تجاه المحفزات. هذه الحالات العقلية شائعة عبر البشرية على الرغم من أن المحفزات الخاصة التي تستحثها قد تختلف من فرد إلى آخر. هذه الحالات الذهنية لها مكونات فسيولوجية غير إرادية جزئيا (على سبيل المثال، تعابير الوجه، التغيرات في معدل ضربات القلب، الشد العضلي، مقابل مكوناتها التجريبية الذاتية، والإدراكية، والسلوكية، والمعبرة؛ Barrett and Russell, 2015؛ Scherer, 2005). كل عاطفة في المدى القصير قد تكون ممتعة أو غير سعيدة - وإن كانت مع اختلافات نوعية هامة - وبالتالي تعطينا الدافع الفوري لفهم لماذا نشعر بهذه الطريقة ولتغيير سلوكياتنا لتحقيق أو تجنب مثل هذه المشاعر في المستقبل. وعلى هذا النحو، تسمح لنا العواطف بفهم أنفسنا بشكل أفضل داخل العالم من حولنا - كما تسمح من إمكانية التعرف على تعبيرات الوجه - على فهم عالمنا الاجتماعي.

تميز بعض التعريفات (الجمعية النفسية الأمريكية، 2022) العواطف، كحالات عقلية، عن المشاعر (مثل الألم) التي يقال إنها تنتج عن مشاعر معينة، وكذلك عن حالات المزاج، التي يقال إنها أقل حدة وغالبا ما تفتقر إلى حوافز واضحة أو نقاط بدء، بدلا من كونها دورية نوعا ما. غير أن آخرين يعرفون العواطف على أنها مشاعر. وعلاوة على ذلك، ترى بعض النظريات أن العاطفة مرتبطة بشكل أساسي بالإدراك، في حين يرى آخرون أن المشاعر تسبب الإدراك. وبقدر ما يستطيع المرء أن يتعرف على عواطفه ومشاعره، فإنه يستطيع أن يقيم مصادره ومعانيه، وأن يربطها بالخبرات السابقة، ويستطيع أن يتحكم فيها ويمارس نفوذه عليها بنفسه، في حين تم وضع نظريات لتمثيل "الذكاء العاطفي" (Salovey and Mayer, 1990). ويعكس مفهوم آخر "الاستقرار العاطفي" - وهو مفهوم شائع لفترة طويلة باعتباره "نوعا متساويا من المزاج" - المدى الذي قد تنتقل به الحالة الذهنية بسهولة من خلال التحفيز الخارجي، مع مستويات منخفضة للغاية تعرف بالعصبية (Ellis et al, 2018).

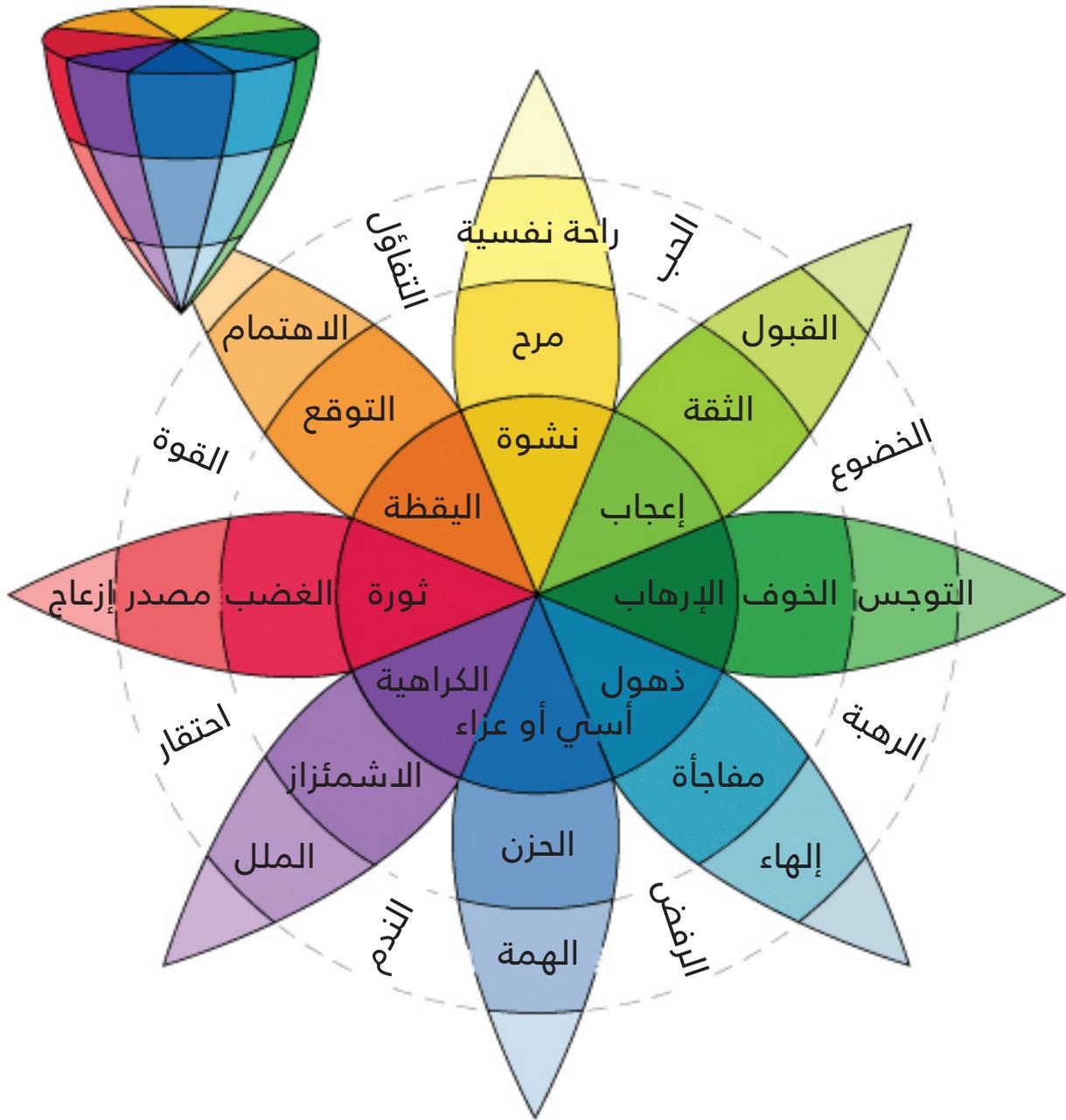
التصنيف

مثل القيم إلى حد كبير (انظر "ما هي سياسة التواصل التي تصلح للهجرة السياسي الذي يصلح للترحيل؟"). فباستخدام القيم لتحويل الاستقطاب" (Dennison, 2020)، سعى الأكاديميون إلى فهم المشاعر من خلال تمييزها وتصنيفها وربطها ببعضها البعض من أجل التكهّن بالأسباب التي قد تؤدي إلى مشاعر معينة، وبالتالي ما هي التأثيرات المترتبة عليها. إذا كانت مجموعة منفصلة من العواطف مرتبطة ببعضها البعض بطرق يمكن التنبؤ بها عبر أبعاد أوسع، فيمكن ترتيبها وفقا لمخطط مرئي يمثل علاقة كل عاطفة بالأخرى من حيث الأبعاد مثل الشدة (عالية أو منخفضة) أو الإثارة (النشاط أو السلبية) أو التأثير (إيجابي أو سلبي)، أو الدافع (مقاربة أو تجنب)، مع وجود بعض العواطف التي تشكل عواطف أساسية أو أولية بينما تكون العواطف الأكثر تعقيدا ثانوية وتتكون من مجموعات من العواطف الأولية.

ومن المثير للاهتمام أن التصور الواضح للعواطف، والذي تم التوصل إليه باستخدام أساليب متنوعة، توصل إلى نتائج مماثلة فيما يتعلق بما يشكل "مشاعر إنسانية أساسية". ومن بين هذه النظريات نظرية إيكمان (1972) "المشاعر العصبية الثقافية" المستمدة من دراسات تعابير الوجه للبالغين؛ و "نظرية العواطف العميقة" (1977) الصادرة عن سلوكيات البالغين والرضع؛ أما بانكيب (1988) فإن النهج "العدائي العصبي" الذي يتبناه السلوك

الحيواني في التعامل مع التحفيز الذهني المباشر، و"نهج النموذج الأولي" (1987) الذي يتبناه شافر آل" (انظر أيضا نموذج Gu وآخرون الأكثر حداثة وتقيد، 2019، "نموذج الألوان الثلاثة الأولي للعواطف الأساسية"). راجع ملحق هذا التقرير (الجدول A1) للحصول على قائمة كاملة بالعواطف ومخطط لها.

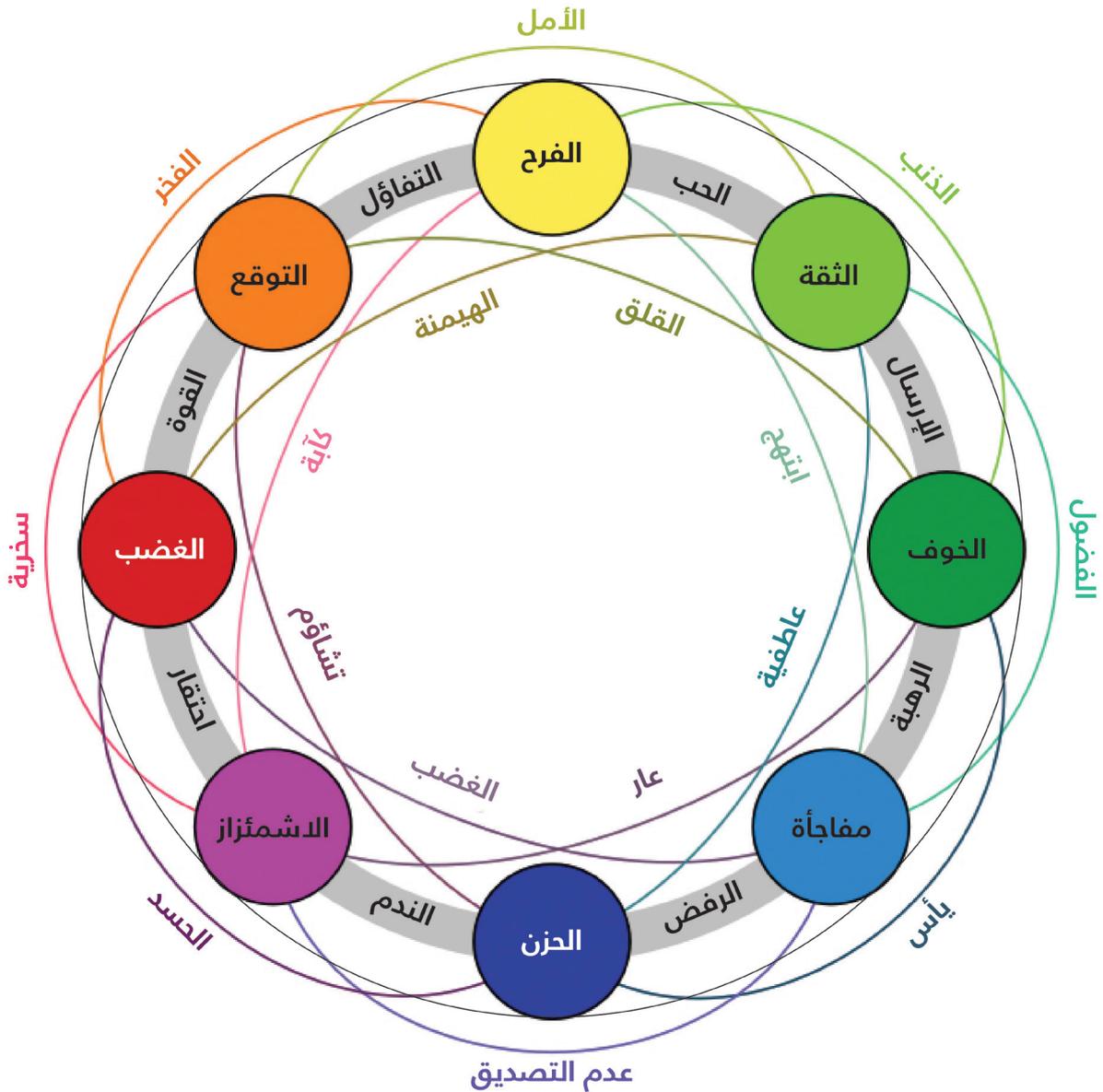
الشكل 1. "عجلة العواطف"



على سبيل المثال، نستطيع أن نرى في الصورة 1 "عجلة العواطف" (1980)، كما اشتقت من "نظرية النشوء النفسي العامة للعواطف الأساسية"، أن عدداً منفصلاً من العواطف يتم ترتيبه وفقاً لشدة كل منها (من خلال الحس الأصولي في المخروط) وتشابهاً مع بعضها البعض (من خلال موقعهم في الدائرة) والعاطفة الأساسية التي يستمدون منها (من خلال لونهم مع العاطفة الأساسية في المنتصف) مما يعطي ثمانية عواطف أساسية مع أربعة أزواج من الحجية. ونحن نرى أيضاً "عسر" أولي بين كل من القطاعات الثمانية - حيث تم وضع هذه النظريات باعتبارها توليفة من عواطف أولية. وعلى سبيل المثال، فإن الرفض عبارة عن مزيج من الحزن والإذلال الأكثر حدة.

وفي الصورة 2، نرى "ثنائيات" ثانوية وثلاثية إضافية تتكون من المشاعر الأولية التي تفصل بين قطاعين (بحيث يكون "الأمل" مزيجاً من "التوقع" و "الثقة") أو ثلاثة قطاعات منفصلة (بحيث يكون "الغضب" مزيجاً من "الغضب" و "المفاجأة")، على التوالي.

الشكل 2. مشاعر " الثنائيات العاطفية"





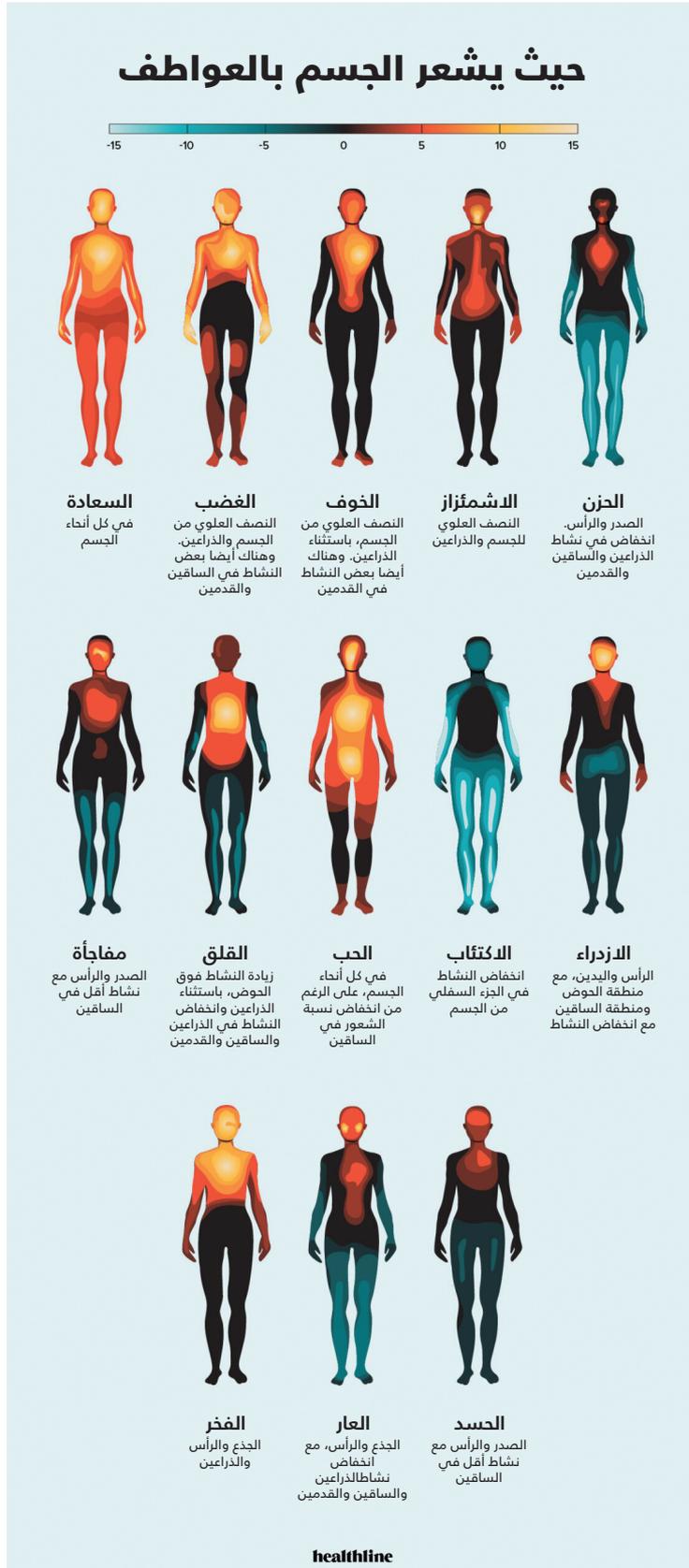
فضلا عن ذلك، وكما تحتوي كل من العواطف الأولية الثمانية أعلاه على أصدادها، فإن التفاعلات الفسيولوجية أيضا تجاه كل حالة من الحالات العاطفية، كما هو موضح في الجدول 1 أدناه:

الجدول 1. ثمانية عواطف أولية متعارضة وردود فعل فسيولوجية خاصة بها

التفاعلات الفسيولوجية المتعارضة	العواطف الأولية المتعارضة في بلوتشيك
الاتصال مقابل الانسحاب	الفرح في مواجهة الحزن
الشعور بالضآلة مقابل الشعور بالضخامة	الخوف في مواجهة الغضب
الفحص مقابل القفز للخلف	التوقع مقابل المفاجأة
الرفض مقابل القبول	الاشمئزاز في مقابل الثقة

تبرز الحقيقة الفسيولوجية وأهمية السلوك للعواطف من خلال الدراسات التي تظهر كيف يتم الشعور باختلاف الحالات العاطفية في أماكن مختلفة من الجسم، مما يجعلها واضحة ومشجعة على بعض التفاعلات السلوكية.





توفر العواطف للبشر مصدرا غنيا للمعلومات لفهم العلاقة بين أنفسهم وبين عالمهم بشكل أفضل. وفي القيام بذلك، تؤدي دوراً تكيفياً رئيسياً في مساعدتنا على التغلب على المشكلات التي تسببها بيئتنا الطبيعية والاجتماعية. ومع ذلك، فإننا نكون قد تركنا جزئياً عرضة لمشاعرنا. في حين تكافئنا السعادة، فإن الحزن يعاقبنا، ويثير الخوف والغضب الإجهاد (قو وآخرون، 2019). ومن بين القدرات الحاكمة للعواطف الأكثر تعقيدا عدم الارتياح الذي نشعر به عندما نتعرض لتنافر إدراكي - عندما نؤمن بشيئين متناقضين - والذي يرغمنا على التوفيق بين مواقفنا ومعتقداتنا وما إلى ذلك، وغالبا في إطار عملية مؤلمة هي عملية "مواجهة الحقائق"؛ ومع ذلك، فإن عواطفنا لن تسمح لنا بالاسترخاء حتى نفعل ذلك. (هارمون-جونز، 2000). في الواقع، لقد قيل إن هذا الشعور بعدم الراحة هو أحد المصادر الرئيسية للإقناع وتغيير المواقف، فنظامنا العاطفي يدفعنا إلى إدراك أن معتقداتنا القديمة كانت خاطئة حتى تتمكن من البقاء والازدهار في عالم متغير باستمرار. المجموعة الغنية من المشاعر التي نشعر بها توجه انتباهنا وتعطينا معلومات نوعية (Glore وGasper، 2000)؛ وكلما كنا أكثر ذكاءً عاطفياً، كلما تمكنا من تفسير مثل هذه المعلومات وتوضيحها وإدارتها بشكل أفضل. وقد تتبلور الخبرات العاطفية المتكررة في المشاعر والمواقف الأبعد أمدا (فريدا وميسكويتا، 2000) بل وحتى الشخصيات، حتى أن فهم مشاعر المرء يشكل جزءاً أساسياً من الفردية والصحة العقلية (إيزارد، 2013). والواقع أن داماسيو (1994) أظهر أن الأفراد الذين عانوا من تلف الجزء في الدماغ الذي يفصل بين الأجزاء المعرفية والعاطفية لم يعد بوسعهم اتخاذ القرارات، برغم قدرتهم على معالجة المعلومات بعقلانية، لأنهم لم يكن لديهم أي فكرة عن شعورهم إزاء كل خيار.

وقد زعم العديد من علماء النفس الاجتماعيين (Zajonc، 1980) أن المواقف تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية تنتج عن العمليات العاطفية إلى حد أكبر من العمليات الإدراكية، لذا فعندما تكون المواقف في حالة صراع، فإنها تعكس العاطفة أكثر منها التقييم (Lavine وآخرون، 1998) وإن كانت بدرجات متفاوتة تبعاً للفرد (Hadock and Zanna، 1999) ونوع الموقف (Kempf، 1999). والواقع أن بعض المواقف قيل إنها تتضمن عنصراً معرفياً (معتقدات)، ومكوناً مؤثراً (المشاعر)، وعنصراً سلوكياً (نوايا) (Breckler، 1984)، وهذا يعني أن المواقف الخالية تماماً من الإدراك قد تكون ممكنة. كما أن النهج الانفعال (انظر Brader and Marcus، 2013) تدعمه أدلة على أثر الاستدلال المتحيز والانحياز (Ajzen، 2001)، بحيث يجد، على سبيل المثال، Burdein وآخرون (2006) دليلاً على وجود شك داهم في المعلومات التي تنطوي على التنافر. وعلى الرغم من كل هذا، فإن Gilens (2001) يظهر أن الحقائق تشكل أهمية كبرى، حيث تؤثر بشكل كبير على التفضيلات السياسية المعلنة.

إن المحددات التي يشعر المرء بأنها عاطفة هي مزيج معقد من الظروف والمشاعر الحالية، وطبيعة المحفزات، وقيم المرء العميقة الجذور، والسرد، ووجهات نظره العالمية (Schacter and Singer، 1962). ومع ذلك، نحن نعلم أن مشاعر الفرد يمكن تغييرها عن طريق العدوى (Hatfield وآخرون، 1993)؛ تفسير أسباب وأثار المحفزات (Ross، 1977) وخاصة من حيث ارتباطها بتلبية الاحتياجات الشخصية (Izard، 2013)؛ الإدارة الذاتية، التي غالباً ما تملئها القواعد الاجتماعية (Hochschild، 1979)؛ والسرد والفهم (Weick وآخرون، 2005) وما بعده. وعلووة على ذلك، فإن محددات العواطف تعتمد إلى حد كبير على النهج النظرية التي يتخذها المرء فيما يتعلق بما إذا كان الإدراك يسبق العاطفة أو العكس، أو ما إذا كان كلاهما من وظائف مفهوم ذاتي أوسع (Izard، 2013: 30-39).

بشكل عام، نعرف أن النظام العاطفي هو أحد المكونات الأساسية لكيفية اكتسبنا للمعلومات عن عالمنا وفهمها والاحتفاظ بها (Bless وآخرون، 1996؛ Bower، 1981؛ Clore وآخرون، 1994؛ Forgas وآخرون، 2001؛ Forgas وCiarrochi، 2001؛ Kupvaas & Kaufmann، 2004) والذي يعمل كمصدر حيوي للمعلومات التي تؤثر على أحكامنا وخياراتنا (Bower، 1981؛ Schwarz، 1990) حتى عندما تتعارض المشاعر والإدراك، غالباً ما تكون المشاعر هي السائدة (Loewenstein وآخرون، 2001).



التواصل القائم على المشاعر

في هذا القسم، ن فكر في كيفية استخدام العواطف في التواصل والدروس التي تم تعلمها حول ما يشكل تواصلًا غير فعال يستند إلى العاطفة، بما في ذلك التمييز بين هذا التواصل والمغالطة المنطقية للعاطفة. وقد أظهرت الدراسات التجريبية أن أجهزة التواصل التي تستخدم العواطف من المرجح أن تحفز الجماهير وتقنعها (Salama & Aboukoura, 2018، للمرجعة). وقد سعى الباحثون أيضا إلى قياس واختبار كيفية إثارة الإعلانات التجارية للعاطفة (Allen وآخرون، 1988) بناء على التصنيفات الموضحة أعلاه. تظهر Hasford وآخرون (2015)) كيف يستخدم المستهلكون المشاعر كمعلومات للمساعدة في اتخاذ قرارات الشراء وقد تمتد أيضا إلى قرارات أخرى. إن المشاعر بالغة الأهمية بشكل خاص في إقناع التواصل الاستراتيجي لأن تفعيلها قد أثبت أنه يتجاوز المخاوف القائمة على الهوية، ويؤدي إلى النظر في المعلومات بشكل أعمق، ويقود الناس إلى المشاركة في التفكير الشخصي وليس السياسي أو الإيديولوجي (Schwarz، 2010؛ Bolsen وآخرون، 2019؛ Feldman and Hart، 2018).

وبعيدا عن التواصل في مجال الهجرة ذاته، فربما كان أكثر أشكال التواصل القائم على العاطفة الاستراتيجية صلة بأعراضنا هو الاتصال بشأن تغير المناخ، والذي أصبح أكثر تطورا إلى حد كبير مع التحقق من آثاره. يظهر Smith (2014) and Leiserowitz أن مشاعر الناس عندما يطلب منهم التفكير في تغير المناخ (على سبيل المثال، الأمل، والقلق، والاهتمام) تفسر نصف التباين في دعم السياسات المناخية - حتى أكثر من العوامل الديموغرافية الاجتماعية (انظر أيضا أوجالدا، 2012، حول الأمل والمشاركة؛ و Meijnde وآخرون، 2001a، حول الخوف والنظر في الحلول. والواقع أن Wong-Parodi and Feygina (2021) اكتشفا أن ردود الفعل العاطفية السلبية القوية إزاء التعلم عن التأثيرات المناخية - من خلال القصص العاطفية عن الانحباس الحراري والحيوانات القطبية - جعلت من المستجيبين المتحفظين يقبلون تغير المناخ ويريدون الانخراط في العمل المناخي بوصفهم أحرار. وعلاوة على ذلك، يظهر Arikian وآخرون (2022) أن تقديم التهديدات المرتبطة بتغير المناخ، على نحو يتسم بالانتشار وعدم اليقين، يؤدي إلى ارتفاع مستويات القلق، في حين تتسبب القصص التي توفر هدفا محددًا لإلقاء اللوم على الغضب، وتلك التي أكدت على إمكانيات التكنولوجيا والجهود البشرية الرامية إلى حل القضايا المتصلة بتغير المناخ (أي كفاءته) تثير مستويات أكبر من الأمل. ولكن فيما يتصل بموضوع بحث تغير المناخ، يزعم Van der Linden وآخرون (2017) أن الثقافة (بما في ذلك المشاعر) في مقابل الإدراك تشكل معضلة زائفة"، وأن الاثنين لابد وأن يستخدموا معا.



المصدر: وونج-بارودي وفيجينا (2021)

أحد أكثر العواطف استخداما في التواصل هو الخوف، الذي عادة ما يثار من خلال عرض التهديدات، والتي تبين أن لها بالفعل تأثيرات مقنعة قوية (Tannenbaum وآخرون، 2015، للمراجعة)، على الرغم من أنها يمكن أن يكون لها تأثيرات غير مقصودة بما في ذلك ردود الفعل ضد الرسالة، المصدر، وحجم المشكلة. وبسبب ردود الفعل السلبية هذه (البوميرانج) إزاء الحملات التي تستند إلى الخوف، جرب الباحثون الحملات التي تركز على الأمل والفعالية وترتكز على الإمكانيات الفردية أو الجماعية لحل المشاكل (Roser-Renuf وآخرون، 2014). ولكن فيما يتصل بقضية تغير المناخ، فقد تبين أن هذه القضايا أكثر فعالية في التعامل مع الليبراليين والمعتدلين من المحافظين (Chadwick، 2015؛ Feldman and Hart، 2016)، الأمر الذي يسلب الضوء على أنه على الرغم من أن الأمل قد يكون مفيدا في تشجيع التحرك بين الأطراف التي تم الاتفاق عليها بالفعل، إلا أنه قد يكون أقل فائدة في تغيير العقول. ورغم أن (Feldman and Hart، 2018) يظهران أن الأبناء والصور النصية التي أثارت الخوف كانت سببا في زيادة الدعم لسياسات تغير المناخ وخاصة بين المحافظين.

الجدل حول ما إذا كانت الرسائل التي تستند إلى الخوف تؤدي إلى عمل إيجابي أو تجنب أو إنكار مما يدعم العجز النتائج المستمدة من أدب الاتصالات الصحية التي تبين أن إثارة الخوف دون تقديم حلول تؤدي إلى آليات مواجهة غير قابلة للتكيف (Brosch، 2021) تبين أنها مماثلة للمواقف السياسية الشعبوية، والتهديدات التي تفرضها التحولات العالمية وحلول الحكم العالمي (Dennison and Turnbull-Dugarte، 2022). ومن ناحية أخرى، زعم البعض أن تقديم رسائل مفردة في الأمل يؤدي إلى الشعور بالرضا عن الذات (Brosch، 2021). وما زالت الرسائل التي تقدم قصص إيجابية تؤكد على تطابق الأهداف (وكذلك تطابق القيمة)، وأهميتها، وجدواها. وردا على ذلك، يظهر (Nabi وآخرون 2018، 2015) أن استخدام "التدفق العاطفي" الذي تستخدم فيه رسائل قائمة على الخوف لتغيير العقول، والتي تليها فوراً رسالة قائمة على الأمل لتشجيع العمل تعد أقوى من رسالة واحدة فقط قائمة على العواطف، لموضوعات متنوعة مثل تغير المناخ واستخدام واقي الشمس للوقاية من سرطان الجلد (Nabi and Myrick، 2018).

وعلاوة على ذلك، كان الاتصال العاطفي السلبي والإيجابي مرتبطين بالأطر القائمة على المكسب والخسارة على التوالي: على سبيل المثال، "إن وقف الهجرة يهدد ازدهارنا" في مقابل "تدعم الهجرة رفاهيتنا"، حيث يزعم البعض أن الأطر القائمة على المكسب أكثر فعالية في مجال تغيير المناخ (Davis, 1995؛ de Vries وآخرون، 2015). فقد قيل إن الأطر القائمة على الخسارة ليس لها ما يؤهلها لأن تكون أكثر ميلا إلى تأثيرات رد الفعل، "مرتدة" (Cho and Sands, 2011؛ Quick وآخرون، 2015) وأن من المرجح أن تتعارض بشكل أكبر مع المعتقدات والقيم العالمية الراسخة (Feinberg and Willer, 2011). وعلاوة على ذلك، بدلا من وجود إطارات صحيحة أو خاطئة، تقوم العواطف بالتوسط في العلاقة بين الإطارات والآثار السلوكية في القضايا الاجتماعية المثيرة للجدل (Kühne و Lecheler؛ Scheme، 2013، وآخرون، 2015، 2013).

وقد ثبت أن السرد هو عنصر حيوي في استخلاص المشاعر (Damasio, 1994؛ Cooper and Nisbet, 2016) بالانتقال من المفاهيم المجردة إلى الآثار الشخصية الفورية، وبالتالي إزالة "المسافة النفسية" وزيادة تعريف الشخصية و"النقل" مع التقليل من المجادلة على المصطلحات المجردة (Van der Linden؛ Dennison, 2021) وآخرون، 2015؛ Van Laer وآخرون، 2014). لقد ثبت أن سرد القصص التي تقوم بها الشخصيات الواقعية والمتصلة هي فعالة بشكل خاص (Baldwin and Lammers, 2016). عندما شبه Gustafson وال (2021) تأثيرات الرواية الشخصية لرياضي في نورث كارولينا حول تأثير تغيير المناخ على الأماكن التي يحبها، فقد تبين أنه يؤثر على معتقدات تغيير المناخ وتصورات الخطر عند المعتدلين والمحافظين السياسيين، وهو تأثير ناتج عن مشاعر الفلق والرحمة.

ومع ذلك، فإن الأهداف المرجوة من القائمين على التواصل في مجال تغيير المناخ ليست هي نفس أهداف القائمين على التواصل في مجال الهجرة. في حين قد يرغب الأولين في تسليط الضوء على المخاطر والتهديدات اللازمة لتشجيع الناس على دعم العمل الجماعي، فمن المرجح أن يكون الأخيرين أكثر اهتماما بتصحيح المفاهيم الخاطئة، والحد من كراهية الأجانب، وتشجيع الاندماج، وإثراء الأفراد عن الهجرة على نحو غير منظم. Theorin (2021)؛)) الأفراد الذين يتعرضون بشكل عشوائي في ستة بلدان في الاتحاد الأوروبي لواحد من أربعة مقالات خيالية تركز على: تجارب مواطن سلبية في مجال الهجرة؛ تجارب مواطن إيجابية في مجال الهجرة؛ معلومات رسمية من أحد الباحثين حول العواقب السلبية المترتبة على الهجرة بالنسبة للمجتمع ككل؛ او معلومات رسمية من باحثة عن الآثار الايجابية للهجرة على المجتمع ككل. وقد تبين أن الأطر العاطفية والإيجابية أكثر تأثيرا.

تستند هذه النتائج إلى عدة دراسات تظهر أن العواطف تتوسط آثار الإطارات الإعلامية على مواقف الهجرة (Brader et al., 2008؛ et al., 2013؛ Esses et al., 2015؛ Lecheler et al. [Matthes] و [Scmuck]، 2017) عن طريق حماس إيجابية وغضب سلبية في الحالة من Lecheler وآخرون، (2015). وعلى النقيض من ذلك، يعرض ثورين وآخرون (2021) المشاركين لمجموعة متنوعة من التغريدات الخيالية - بعضها يحمل رسالة سلبية عن الهجرة، وبعضها يحمل رسالة إيجابية، وبعضها الآخر في هيئة عرضية (أو سردية) وبعضها في هيئة مواضيعية (أو تنويرية) - إظهار أن أيا من الأنواع الأربعة ليس له تأثير ذو دلالة إحصائية واضحة على المواقف من حرية الحركة. وقد عرض Chkhaidze وآخرون (2021) المشاركين في إحدى النسخ الأربعة لمقطع حول زيادة عدد المهاجرين في بلدة واحدة. وكل نسخة منها تضمنت كل الحقائق والأرقام المتطابقة، ولم تختلف إلا في كلمة واحدة في بداية الفقرة، ووصفت الزيادة في العمالة المهاجرة بأنها إما "زيادة"، أو "دفعة"، أو "غزو"، أو "فيضان". وكان لهذا التغيير تأثير كبير على مواقف المشاركين إزاء الزيادة في الهجرة والتكهنات بشأن تأثيراتها على الاقتصاد (انظر أيضا Dennison, 2022).

وأخيرا، في حين يمكن التفكير في التواصل القائم على العاطفة كنتيكة لجعل الحجة المنطقية أكثر صدق من خلال إظهار أهميتها وملاءمتها، فلا ينبغي الخلط بينها وبين مغالطة الانفعال، بحجة أن شيئا ما صحيح بسبب محتواه العاطفي. وهذا يسلب الضوء على حدود الفكرة التي تؤكد أن القائمين على التواصل لابد أن يستخدموا "المشاعر وليس الحقائق"، بل يتعين عليهم بدلا من ذلك أن يستخدموا كلا الأمرين.



توصيات للتواصل المستند إلى العاطفة في مجال الهجرة

وتؤدي المناقشة المذكورة أعلاه إلى عشر توصيات لواضعي السياسات:

1. استخدام العواطف في التواصل لجعل رسائل المرء أكثر رنيناً وأكثر تأثيراً على كل من المواقف والسلوكيات، ودعم أهداف السياسة الأوسع من خلال الإقناع.
2. اختر التفاعل العاطفي المطلوب وفقاً للتفاعل الفيزيولوجي والسلوكي المطلوب باستخدام المخطط النفسي القائم، والذي يحلل هذا التقرير مع 32 عواطف منفصلة وردود فعل فسيولوجية.
3. إن السرد، والرسائل الشخصية، وعلم الجمال، من الممكن أن تستخدم لخلق صدى عاطفي والحد من المسافة النفسية.
4. فالإطارات المختلفة لها ردود فعل عاطفية مختلفة: مثل الانتشار في مقابل التحديد؛ المكسب في مقابل الخسارة؛ التهديد في مقابل عدم التهديد؛ الحاجة إلى العمل في مقابل عدم الحاجة إلى اتخاذ أي إجراء.
5. الرسائل المبنية على العواطف باستخدام مشاعر سلبية مثل (الهلاك، الخوف، الشفقة، الحزن، الخجل، الشعور بالذنب، والغضب) لابد من إقرانها بطول لتجنب التأثيرات التفاعلية أو غير القابلة للتكيف أو ذات تأثير "البوميرانج".
6. ومن الممكن تعزيز تأثير العواطف (أو تقليصها) من خلال الترتيب الذي قد تنشأ به مشاعر مختلفة: ويعرف هذا باسم "التدفق العاطفي".
7. قد تشكل حدة العواطف أهمية كبيرة أيضاً: على سبيل المثال، المفاجأة الشديدة هي مفاجأة مثيرة للدهشة، في حين المفاجأة منخفضة الشدة سبباً في الإلهاء.
8. تجنب التفكير من حيث التفرع الزائف مثل "الثقافة مقابل الإدراك" - يجب استخدام الاثنين في انسجام. استخدم المشاعر كتكتيك لتعزيز رسالة المرء، والتي ينبغي أن تستند في نفس الوقت إلى الحقائق والقيم والهويات والفعالية.
9. لا تخط بين التواصل القائم على العاطفة - وهو تكتيك لجعل الحجج المنطقية أكثر صدى من خلال إظهار أهميتها وعلامتها - مع المنطق الانفعالي، الذي يزعم أن شيئاً ما صحيح بسبب أساسه العاطفي.
10. ولا يزال التواصل القائم على المشاعر في مجال الهجرة جديداً نسبياً وغير مختبر، إذ يمكن أن يستخلص خبراء التواصل دروساً من مجالات أخرى مثل التواصل في مجال الشركات والمجال الصحي أو في مجال تغيير المناخ بشكل خاص.

نظرا للندرة النسبية للدراسات المتعلقة بالهجرة والمتعلقة بالتواصل القائم على العاطفة، والواقع أن العدد المحدود نسبيا من العواطف المدروسة عموما، فضلا عن الافتقار إلى نظرية عامة حول كيفية ارتباط المشاعر بردود الفعل الفسيولوجية، فمن الجدير بنا أن نتوسع في منطوق العواطف الأساسية الثمانية لبلوتشيك وردود فعلها الفسيولوجية إزاء كل من الأربعة وعشرين ثنائي عاطفي". في الجدول أدناه، نقوم بذلك، مع أمثلة على السلوكيات الناتجة التي من المرجح أن تنتج عن كل رد فعل فسيولوجي ومن المرجح أن تشكل جزءا من أهداف سياسة الهجرة.

الاثناون وثلاثون (32) عاطفة والتفاعلات الفسيولوجية والسلوكية الناجمة عن اثارها

العاطفة	التفاعلات الفسيولوجية (مع أمثلة للتفاعلات السلوكية مع العواطف الأساسية).
<i>عواطف أساسية</i>	
الفرح	التواصل (على سبيل المثال الانضمام، الاتصال، اللقاء، التحدث)
الحزن	الانسحاب (على سبيل المثال التقوقع، التجنب، كن سلبيا)
الخوف	الشعور بالضآلة (على سبيل المثال، الملاذ، الخضوع، الدفع)
الغضب	الشعور بالضخامة (على سبيل المثال، المواجهة، التأكيد، فرض، رفض)
التوقع	تفحص (على سبيل المثال، الملاحظة، التفكير، المقارنة)
مفاجأة	القفز للخلف (على سبيل المثال، أسرع، الدفاع، التفاعل)
الاشمئزاز	رفض (على سبيل المثال، إزالة، مسافة، فصل)
الثقة	تقبل (على سبيل المثال، قبول، دعم، الاحتفال)
<i>الثنائي الأولي</i>	
الحب (فرح + ثقة)	تواصل واحتضان الجمال
الخضوع (الثقة والخوف)	احتضان الجمال واشعر بصغر الحجم
الرهبية (الخوف + المفاجأة)	اشعر ب"الصغر" واقفز إلى الوراء
عدم الموافقة (مفاجأة + حزن)	اقفز إلى الوراء وانسحب
ندم (الحزن والاشمئزاز)	انسحاب ورفض
الازدراء (الاشمئزاز والغضب)	ارفض واشعر بالضخامة
الحدة (الغضب + التوقع)	اشعر بالضخامة وافحص
التفاؤل (توقع وفرحة)	افحص وقم بتوصيل

الذبيح الثاني	
الشعور بالذنب (الفرح والخوف)	اتصل واشعر بصغر الحجم
الفضول (الثقة + المفاجأة)	اعتنق واسترجع
اليأس (الخوف والحزن)	اشعر بصغر الحجم وانسحب
غير معتقد (مفاجأة + اشمئزاز)	اقفز إلى الوراء ورفضين
الحسد (الحزن والغضب)	اسحب واشعر بالضخامة
السخرية (الاشمئزاز + التوقع)	الرفض والفحص
الفخر (الغضب + الفرح)	اشعر بالضخامة والاتصال
الأمل (التوقع والثقة)	تفحص واحتضان
رياض الثالث	
المتعة (الفرح + المفاجأة)	قم بالتوصيل واقفز إلى الوراء
عاطفية (ثقة وحزن)	احتضن الجمال وانسحب
العار (الخوف والاشمئزاز)	أشعر بالصغر والرفض
الغضب (مفاجأة + غضب)	القفز إلى الوراء واشعر بالضخامة
التشاؤم (الحزن والترقب)	اسحب وافحص
الاعتلال (الاشمئزاز + البهجة)	الرفض والتواصل
الهيمنة (الغضب والثقة)	اشعر بالضخامة واحتضن الجمال
القلق (توقع + خوف)	افحص واشعر بصغر الحجم

ومن ثم، فإن الجدول أعلاه يعمل كدليل يمكن أن تستخدم فيه العواطف عند الرغبة في اختلاف التأثيرات السلوكية. على سبيل المثال، من المرجح أن ترغب الحملات المؤيدة للهجرة في حمل الأفراد على تبني الهجرة من منظور سلوكي بدلا من رفضها - حيث يقبلها كل منهم باعتبارها سياسة، ويتقبل المهاجرين كأفراد - وهذا يعني أنه يجب عليهم إلهام الشعور بالثقة. ويمكن أن تكون الأهداف الأكثر تعقيدا هي الرغبة في تشجيع الأفراد على دراسة (وهدهم، المستمدة من الشعور بالترقب) وتبني الهجرة، من حيث مكافحة المعلومات المضللة في نفس الوقت، وفي هذه الحالة ينبغي لهم أن يلهمو بالأمل. وقد ترغب حملات أخرى في القيام بكل من هذين الأمرين وتشجيع الأفراد على التواصل مع المهاجرين (وهدهم، المشتقة من الفرح) لتشجيع الاندماج بالإضافة إلى دراسة بعض جوانب الهجرة لمعرفة المزيد — ومن المرجح أن يكون هذا الإجراء مرده إلى الشعور بالتفاؤل. ويمكن العثور على نسخ أكثر وأقل كثافة من هذه المشاعر في الجدول 1.



عشرة أمثلة مرئية للتواصل القائم على العاطفة في مجال الهجرة

والآن ننتقل إلى تطبيق منطوق 32 عاطفة وردود أفعالهم الفسيولوجية والسلوكية على عشرة أمثلة من اتصالات الهجرة القائمة على العاطفة، الأمر الذي يسمح لنا أيضا بأن نرى إلى أي مدى تتفق الأهداف المعلنة لهذه الحملات مع المشاعر التي يجري استخلاصها.

1. حملة المشروع "حماية"

البلد والمنظمة والسنة: هنغاريا، المنظمة الدولية للهجرة، 2021

رابط الفيديو: <https://www.youtube.com/watch?v=KslE6Q7hXe8&t=8s>

الهدف: "تهدف حملة مشروع الحماية إلى إشراك العالم في المحادثة، وتوليد الوعي، وتبادل المعلومات المهمة، وتسليط الضوء على السبل التي يمكننا من خلالها جميعا المساعدة في التصدي للوباء العالمي القائم على العنف الجنسي والعنف القائم على الجنس".

العواطف: الخوف والحزن (اليأس) - الغضب + الثقة (الهيمنة)

التفاعل الفيزيولوجي: : اشعر بصغر الحجم وانسحب - اشعر بالضخامة واحتضان

التدفق العاطفي: نعم

متوسط انفعالي: الموسيقى، تعبير الوجه، حركة، نص

التعليقات: الهدف هو تشجيع المهاجرين على التواصل وذلك باستخدام الفرع عند عرض الدعم؛ الموسيقى لا تلتزم بالتدفق

الشكل 5. الصور الساكنة من حملة المشاريع " الحماية "



يمكن أن يؤذونك، لأنهم أقوى،



إن كونك مهاجرا قد يضعك في موقف ضعيف،



ما زال بإمكانك الحصول على المساعدة والدعم.



ولكن لا أحد يملك الحق في إلحاق الأذى بك.

2. " إنه يحتاج إلى مجتمع "

البلد والمنظمة والسنة: عالمي، الأمم المتحدة، 2021

الرابط: [/https://www.ittakesacomunity.org](https://www.ittakesacomunity.org)

الهدف: " إن المجتمع يحتاج إلى حركة عالمية للاحتفال بالكيفية التي يستطيع بها كل الناس، بصرف النظر عن المكان الذي ولدوا فيه، أن يساهموا في جعل مجتمعاتنا مكانا أفضل للعيش والدعوة إلى البيت ".

العواطف: الفرح، الفرح والثقة (الحب) والفرح والترقب (التفاؤل)

التفاعلات الفسيولوجية: الاتصال والتواصل والاحتضان والتواصل والفحص

التدفق العاطفي: لا

وسط عاطفي: تعبيرات الوجه، مونتاج

التعليقات: قاعدة القيم (انظر Dennison, 2020) من غير المرجح أن تقنع المحافظين (وإن كان الاحتفال وليس الإقناع هو الهدف المعلن للحملة).

الشكل 6. لقطات ثابتة من حملة الفيديو "إنها تأخذ وقتا طويلا"



متنوعة



إنه يحتاج إلى مجتمع



أخبرنا كيف أصدقائك



للحب

3. "الكفاح من أجل البقاء"

البلد والتنظيم والسنة: مؤسسة آديتوس، مالطة، 2021

رابط الفيديو: https://www.youtube.com/watch?list=PLEm-Nx5A_91p6iArQXZQgkiaeWLC-70pf&time_continue=40&v=J4gxFkitAbo&feature=emb_logo

الهدف: زيادة الدعم لعملية التنظيم، و"اتخاذ إجراءات ضد الاستغلال"، و"التكامل الخاص"

العواطف: الحزن والحزن والاشمئزاز (ندم)

التفاعل الفيزيولوجي: الانسحاب والانسحاب والرفض

التدفق العاطفي: لا

متوسط انفعالي: موسيقى؛ نص

التعليقات: من غير المرجح أن تؤدي ردود الفعل الفسيولوجية للانسحاب إلى تحرك فعلي؛ استخدام الحزن + المفاجأة (الرفض) ربما كان أكثر قابلية للتطبيق؛ تعبيرات الوجه غير واضحة؛ استخدام التدفق العاطفي كان ليزيد من قوة الدفع للتحرك

الشكل 7. صور ثابتة من "الكفاح من أجل البقاء على قيد الحياة"



اتخاذ إجراءات ضد الاستغلال



أميينا يبلغ من العمر 39 عاما

التكامل الخاص

أنا أعمل ساعات طويلة مقابل القليل جدا من المال. فهم يدفعون لي 4.50 يورو في الساعة، أي حوالي 700 يورو في الشهر. وليس من الممكن لي أن أعطي احتياجاتي الأساسية. وأرسل المال إلى عائلتي في الصومال كل شهر لمساعدتهم.

4. "أي شخص يتم تهريبه"

البلد والتنظيم والسنة: أيرلندا، حكومة أيرلندا، والمنظمة الدولية للهجرة، 2021

رابط الفيديو: https://www.youtube.com/watch?time_continue=19&v=pwnZzV2R0J4&feature=emb_logo

الهدف: "تهدف الحملة إلى زيادة الوعي لدى عامة الناس بشأن أشكال الإتجار بالبشر، وعلامات الأشخاص المتاجر بهم، والسبل المحتملة لدعمهم وتقديم المساعدة".

العواطف: الفرح، الفرح، الاشمئزاز (الرغبة)، الخوف

التفاعل الفيزيولوجي: الاتصال، الاتصال + رفض، الشعور بالصغر

التدفق العاطفي: نعم

متوسط انفعالي: موسيقى، نص

التعليقات: الاستخدام الواضح للتدفق العاطفي، التحرك بين هذه المشاعر المختلفة بسرعة كبيرة (حوالي 20 ثانية) قد يجعل الرسالة غير واضحة والتفاعلية الفسيولوجية أقل وضوحا.



الشكل 8. صور ثابتة من "أي شخص يتم الاتجار به"



جوزيف الآن يعطي كل شيء لنا،



تم إحضاره إلى أيرلندا من شمال أفريقيا،



إن الاتجار بالبشر جريمة ويحدث اليوم في أيرلندا.



7 أيام في الأسبوع.

5. حملة "أنا أفهمك"

البلد والتنظيم والسنة: خدمة اللاجئين اليسوعيين، أوروبا، 2019

رابط الفيديو: https://www.youtube.com/watch?time_continue=367&v=UFFrIHBRlyc&feature=emb_logo

الهدف: "تهدف الحملة إلى تعزيز أفضل الممارسات لمنع العنصرية وكرهية الأجانب تجاه المهاجرين قسراً من خلال بناء المجتمعات المحلية. وعلى مدار سنتين، اضطلعت منظمة خدمة اللاجئين اليسوعيين وشركاؤها في تسعة بلدان بمشروع بحثي متعمق و ذو نظم بحثية مختلفة، متضمناً حملة توعية جماهيرية، بشأن العمل الذي تقوم به المجتمعات المحلية في الترحيب بالمهاجرين قسراً واللاجئين. وانطلاقاً من هذه التجربة، تم النظر في 351 مبادرة لبناء المجتمعات المحلية، وكيف شجّعوا اللقاءات وصمّموا طرقاً مبتكرة لتعزيز الإدماج الاجتماعي، وبالتالي التصدي للعنصرية وكره الأجانب في المجتمع. وتنفذ الحملة أيضاً في إسبانيا وإيطاليا والبرتغال وفرنسا ومالطة. ألمانيا، ورومانيا، وكرواتيا".

العواطف: الفرح و الفرح و الترقب (التفاؤل) و الفرح و المفاجأة (الفرح)

التفاعل الفيزيولوجي: التوصيل، التوصيل والفحص، التوصيل والانتقال والعودة

التدفق العاطفي: لا

متوسط انفعالي:

التعليقات: إلى جانب الفرح، قد تكون العواطف التي تم استحضارها منخفضة الشدة (الاهتمام بدلا من التوقع، والإلهاء بدلا من المفاجأة، وهو الأمر الأكثر إشكالية).

الشكل 9. صور ثابتة من " حملة أنا أفهمك "



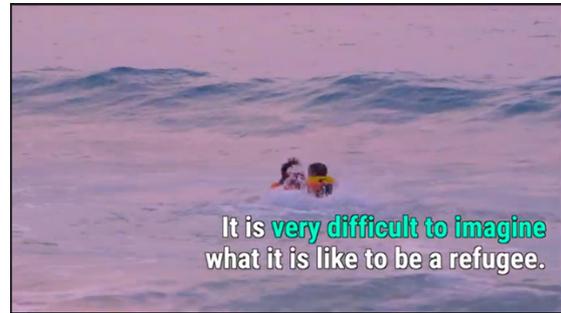
الاضطراب الوحيد هنا هو البحر عندما تكون هناك موجات كبيرة.



9 دول 9 إجراءات مع اللاجئين والسكان المحليين



لوكا - زميل عمل محمد: أنها المرة الأولى التي أعمل فيها مع لاجئ.



من الصعب جدا أن تتخيل ما هيه أن يكون الشخص لاجئا.



لقد أخفى كل هذا في قلبه وعانى كثيرا.



اننا نتحدث ونمزح، فإننا نعمل جيدا معا.



Asier - المنسق: في ظل ظروف مختلفة، كان بإمكانني أن أكون واحدا منهم.



ما يجعلني سعيدا هنا هو أنني قادر أخيرا على إنشاء



خطتي هي جعل هذه الأشياء عظيمة.



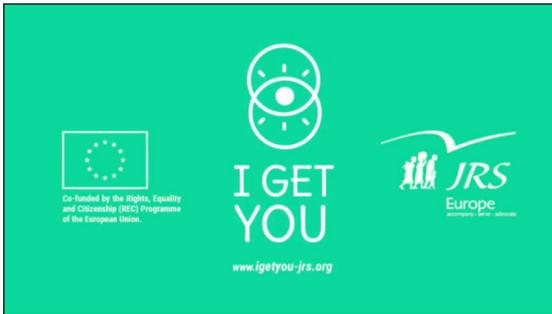
Zinka - المنظم: أول شيء تعلمته من سادو هو الحب الذي تشاركه من خلال الطعام.



بل يتعين على المرء أن يلتزم بالعمل.



نحن دائما نبتسم، هم دائما منفتحون جدا.



فهمت



ولكن ربما يمكنني تغيير حياة شخص واحد.

6. "#الانتماء"

البلد والتنظيم والسنة: مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، عالمي، 2019

رابط الفيديو: <https://www.unhcr.org/ibelong/>

الهدف: "تهدف الحملات إلى زيادة الوعي بوضع عديمي الجنسية في العالم، مع ملاحظة أن الملايين من الناس في مختلف أنحاء العالم محرومون من الجنسية، ولا يسمح لهم بالذهاب إلى المدرسة، أو الذهاب إلى الطبيب، أو الحصول على وظيفة، أو فتح حساب مصرفي، شراء منزل أو حتى الزواج. وتهدف الحملة إلى إنهاء حالة انعدام الجنسية في غضون عشرة أعوام ودعوة المواطنين إلى اتخاذ التدابير اللازمة".

العواطف: الخوف والحزن (اليأس)، الفرح، الترقب، الثقة (الأمل)

تفاعل فسيولوجي: الشعور بالصغر والانسحاب والاتصال والفحص والاعتناق

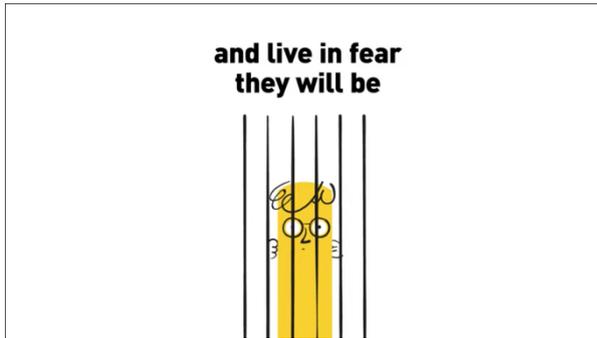


التدفق العاطفي: نعم

وسائط عاطفية: رسوم متحركة، وموسيقى، وتعبيرات الوجه

التعليقات: التدفق العاطفي جيد ولكن ليس واضح تماما، الفرح أكثر وضوحا من التوقع لهذا الهدف المتفائل ليس واضحا

الشكل 10. صور ثابتة من حملة "#الانتماء"



والعيش في خوف



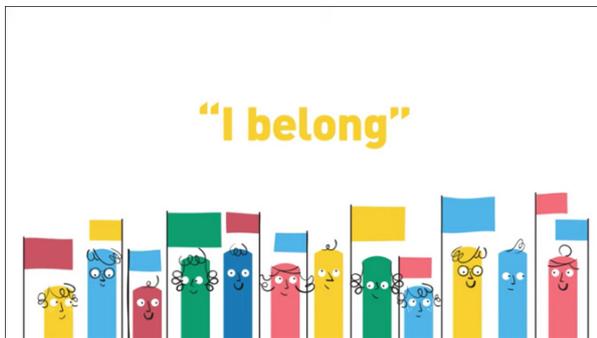
ملايين الأشخاص حول العالم



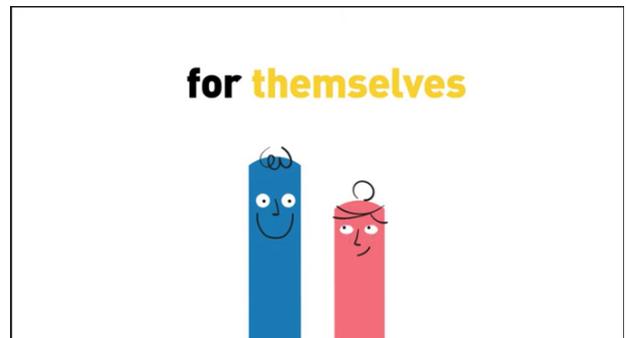
ولكن بوسعنا أن ننهي حالة انعدام الجنسية



تم ترحيله



"أنا أنتمي"



لأنفسهم

7. حملة لاستخدام مستشاري الهجرة المسجلين

البلد والتنظيم والسنة: المملكة المتحدة، 2020، OISC

الرابط: <https://www.gov.uk/government/news/oisc-campaigns-posters>

الهدف: " لقد أنشأ المكتب سلسلة من الملصقات المصممة لرفع مستوى الوعي بين الباحثين عن المشورة بشأن أهمية استخدام مستشاري الهجرة المسجلين وما الذي ينبغي لهم أن يفعلوا إذا تلقوا نصائح رديئة أو غير قانونية".

العواطف: الهيمنة (الغضب والثقة)

التفاعل الفيزيولوجي: اشعر بالضخامة والاحتواء والاحتضان

التدفق العاطفي: لا

وسائط عاطفية: تعبير الوجه ولغة الجسم

التعليقات: استخدام بسيط ولكن فعال للمشاعر حيث تضع زاوية الصورة الشخص في موضع القوة والتوازن الهادئ (الهيمنة)

الشكل 11. ملصق من حملة استخدام مستشاري الهجرة المسجلين

نصيحة سيئة حول الهجرة؟

يمكننا مساعدتك

ينظم مكتب مفوض خدمات الهجرة التابع لمكتب الهجرة الدولي (OISC) مستشاري الهجرة*، مع التأكد من حصولك على المشورة المهنية التي يمكنك الوثوق بها.

إذا كانت لديك مخاوف بشأن مستشار الهجرة أو الخدمة التي قدمها، فاتصل بـ OISC.

لا تشمل المحامين القانونيين والمديرين التنفيذيين القانونيين.

يمكننا مساعدتك

قم بزيارة oisc.gov.uk أو اتصل على 0345 000 0046

Bad immigration advice?

We can help

The OISC (Office of the Immigration Services Commissioner) regulates immigration advisers*, making sure you get professional advice you can trust.

If you have concerns about your immigration adviser or the service they provided, contact the OISC.

*Not including regulated solicitors, barristers and legal executives.

We can help visit oisc.gov.uk or call 0345 000 0046

8. "يمكننا أن نعطي الكثير لبعضنا البعض"

البلد والتنظيم والسنة: اليونان، المنظمة الدولية للهجرة، 2019

رابط النشرة الاعلانية: https://greece.iom.int/sites/g/files/tmzbdl1086/files/documents/HELIOS_A5_01.pdf

الهدف: "تهدف الحملة إلى زيادة الوعي لدى المواطنين اليونانيين بشأن إدماج المهاجرين عن طريق برنامج هيلوس، وتقديم أعمال البرنامج ورسائل عابرة تهدف إلى جعل السكان اليونانيين يشعرون بأنهم أقرب إلى المهاجرين من خلال اكتشاف أن لديهم الكثير من القواسم المشتركة، مثل اللغة، والعادات، والتعليم، في حين قد يستفيد كل منهم من الآخر. وتستهدف الحملة السكان اليونانيين عموماً، ولا سيما أولئك الذين لا يدركون الخصائص الثقافية المشتركة بين السكان المحليين والمهاجرين. وتستهدف الحملة أيضاً المهاجرين في سياق برنامج هيلوس".

العواطف: الفرح

التفاعل الفيزيولوجي: الاتصال

التدفق العاطفي: لا

متوسط انفعالي: تعبيرات الوجه

التعليقات: تظهر هذه الحملة كيف يمكن استخدام العواطف بفعالية حتى في مصطلحات بسيطة جداً، مما يؤدي إلى إثارة الفرح لتشجيع التواصل.



الشكل 12. نشرة من حملة " يمكننا أن نعطي الكثير لبعضنا البعض "

HOW CAN BENEFICIARIES REGISTER IN THE PROJECT?

The **HELIOS** staff offers interested beneficiaries detailed information on the project, its services, and the enrollment process. **HELIOS** teams visit facilities of the official accommodation schemes of the Greek Reception System on a weekly basis, while specialized staff is present Monday to Friday (9am-5pm) at the **HELIOS Integration Learning Centers**:

<ol style="list-style-type: none"> 1. Alkminis 36-38, Kato Petralona, Athens 2. Kolokynthos 23, Metaxourgeio, Athens 3. 3rd Septemvriou 24, Omonoia, Athens 4. 28th Octovriou 20-22, Omonoia, Athens 5. 25th Martiou 7, Tavros, Athens 6. Tsorlini 26, Thessaloniki 7. Kostantinou Oikonomou 5, Thessaloniki 	<ol style="list-style-type: none"> 8. Nikolaou Germanou 1, Thessaloniki 9. Olympiodos 24, Kardamitsia, Ioannina 10. Ef. Polemiston 103, Chania, Crete 11. Andrea Papandreou 107, Amoudara, Heraklion, Crete 12. Piskokefalou KEGE (PO Code: 71202), Sitia, Crete 13. Sokratous 111, Larissa 14. Charilaou Floraki 22, Karditsa 	<ol style="list-style-type: none"> 15. 3rd km Trikala - Kalambaka road, Trikala 16. Chaironeias 39, Livadia 17. Moskof 8, Kilkis 18. Androutsou 30, Katerini 19. Alexandrou Soutsou and Nafpliou, 22100, Tripoli
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

WhatsApp numbers
(Monday - Friday | 9am - 3pm):

Arabic - Sorani - Kurmanji: +30 690 665 6134
Farsi - Pashto: +30 690 665 6125
Urdu - Hindi - Punjabi: +30 690 695 6107
English - Greek - French: +30 690 986 8980

Contact email:
iom_helios_info@iom.int

Learn more
www.greece.iom.int
facebook.com/heliosintegration
instagram.com/iomgreece
twitter.com/IOMGREECE

The views expressed herein should not be taken, in any way, to reflect the official opinion of the European Union, and the European Commission is not responsible for any use that may be made of the information it contains.

HELIOS - HELLENIC INTEGRATION SUPPORT FOR BENEFICIARIES OF INTERNATIONAL PROTECTION

Funded by the Asylum, Migration and Integration Fund of the European Union

كيف يمكن للمستفيدين التسجيل في المشروع؟

يقدم موظفو Helios للمستفيدين المهتمين معلومات مفصلة عن المشروع، وخدماته، وعملية التسجيل. تقوم فرق " هيلوس " بزيارة مرافق أنظمة الإقامة الرسمية في نظام الاستقبال اليوناني على أساس أسبوعي، في حين أن الموظفين المتخصصين موجودين من الاثنين إلى الجمعة (من الساعة 9 صباحاً إلى 5 مساءً) في مراكز تعلم تكامل " هيلوس ":

أرقام WhatsApp

(من الاثنين إلى الجمعة، من الساعة 9 صباحاً حتى الساعة 3 بعد الظهر):

العربية - السوراني - كرمانجي: +30 690 665 9134

الفارسية - البشتو: +30 690 665 6125

الأوردو - الهندية - البنجابية: +30 690 695 6107

الإنجليزية - اليونانية - الفرنسية: +30 690 986 8980

البريد الإلكتروني لجهة الاتصال: iom_helios_info@iom.int

معرفة المزيد

www.greece.iom.int

ولا ينبغي بأي حال من الأحوال أن تؤخذ الآراء المعرب عنها في هذا التقرير على أنها تعبر عن الرأي الرسمي للاتحاد الأوروبي، ولا تتحمل المفوضية الأوروبية أي مسؤولية عن أي استخدام للمعلومات التي يتضمنها.

Helios - دعم التكامل اليوناني للمستفيدين من الحماية الدولية

بتمويل من صندوق اللجوء والهجرة والاندماج التابع للاتحاد الأوروبي

WHAT IS THE HELIOS PROJECT?



HELIOS is a pilot integration project implemented by the International Organization for Migration (IOM) and its partners, aiming to support beneficiaries of international protection to smoothly integrate into the Greek society. The project is funded by the European Commission (DG HOME) and is supported by the Greek Government.



WHO CAN JOIN THE PROJECT?

Beneficiaries of international protection (refugee or beneficiary of subsidiary protection), who have been granted asylum in Greece after 01/01/2018 and are registered and reside in the official Greek reception scheme (Open Accommodation Center, Reception and Identification Center, FILOXENIA hotel or ESTIA apartment) at the moment of the notification of the decision granting them international protection, can enroll in the project and benefit from the support provided under HELIOS.

HOW DOES HELIOS SUPPORT BENEFICIARIES?

INTRODUCTION TO AUTONOMOUS LIVING IN GREECE

HELIOS beneficiaries receive targeted assistance in finding and leasing their own house in Greece. Accommodation support under the project subsidizes (from 6 to 12 months), specialized workshops, interpretation and translation support, and access to the HELIOS pool of apartments.

BRIDGING THE GAP WITH THE HOST COMMUNITY

Integration courses provide enrolled beneficiaries (over 16 years old) with the opportunity to learn how to write and speak Greek and acquire basic soft skills allowing them to navigate through their daily life in Greece. Classes are provided for three (3) hours on a daily basis in three shifts (morning, afternoon, evening), with a total duration of six (6) months.

ENABLING ACCESS TO THE LABOR MARKET

Beneficiaries (over 16 years old) can build on their capacities and enhance their chances to find steady employment in Greece through individual job counselling sessions, connection with the local labor market and targeted events.

ما هو مشروع "هيليوس"؟

هيليوس هو مشروع رائد للإدماج تنفذه المنظمة الدولية للهجرة وشركاؤها، يهدف إلى دعم المستفيدين من الحماية الدولية للاندماج بسلاسة في المجتمع اليوناني. وتمول المشروع المفوضية الأوروبية (DG Home) وتدعمها الحكومة اليونانية.

من يمكنه الانضمام إلى المشروع؟

المستفيدين من الحماية الدولية (اللاجئون أو المستفيدين من الحماية الفرعية)، الذين منحوا حق اللجوء في اليونان بعد 01/01/2018، والمسجلون والمقيمون في نظام الاستقبال اليوناني الرسمي (مركز الإقامة المفتوح، مركز الاستقبال وتحديد الهوية، فندق فيلوكسينيا أو شقة إستيا) في لحظة الإشعار بالقرار الذي يمنحهم الحماية الدولية، يمكن التسجيل في المشروع والاستفادة من الدعم المقدم في هيليوس.

كيف تدعم Helios المستفيدين؟

مقدمة في المعيشة المستقلة في اليونان

يتلقى المستفيدين من هيليوس مساعدة مستهدفة في العثور على منازلهم الخاصة في اليونان واستئجارها. ويشمل دعم أماكن الإقامة في إطار المشروع تقديم إعانات الإيجار (من 6 إلى 12 شهرا)، وحلقات العمل المتخصصة، ودعم الترجمة الشفوية والترجمة التحريرية، وإمكانية الوصول إلى مجمع شقق Helios.

سد الفجوة مع المجتمع المضيف

وتوفر دورات التكامل للمستفيدين المسجلين (الذين تزيد أعمارهم عن 16 عاما) الفرصة لتعلم كيفية الكتابة والتحدث باللغة اليونانية والحصول على المهارات السهلة الأساسية اللازمة للتنقل عبر حياتهم اليومية في اليونان. يتم تقديم الدروس لمدة ثلاث (3) ساعات على أساس يومي في ثلاث نوبات (صباحا، بعد الظهر، مساء)، مع مدة إجمالية قدرها ستة (6) أشهر.

تمكين الوصول إلى سوق العمل

ويمكن للمستفيدين (الذين تزيد أعمارهم على 16 سنة) الاستفادة من قدراتهم وتعزيز فرصهم في الحصول على عمل ثابت في اليونان من خلال دورات فردية لتقديم المشورة بشأن الوظائف، تتصل بسوق العمل المحلي والأحداث المستهدفة.

9. "KnitForRefugee"

الحياكة من أجل اللاجئين، البلد والتنظيم والسنة: عالمي، مجلس حقوق الإنسان، 2019

رابط الفيديو: <https://twitter.com/Refugees/status/1144993482244853760>

الهدف: " هذه حملة توعية وجمع تبرعات من قبل Twitter و UNCHR و Knitate (وهي علامة تجارية رائدة في مجال تصنيع الآلات). وقد نجحت الحملة في جمع 14,000 500 دولار للاجئين الذين يعانون من آثار الشتاء القاسية. على تويتر، حققت الحملة أكثر من ملياري ظهور لتصل إلى أكثر من 76 مليون شخص أكثر من 37,800 تغريدات صدرت عالمياً. وكان المشروع يدار بالكامل من دون حملة ترويج مدفوعة الأجر."

العواطف: التوقع والحزن (التشاؤم) والترقب والثقة (الأمل)

التفاعل الفيزيولوجي: افحص واسحب وافحص وشارك

التدفق العاطفي: نعم

متوسط انفعالي: الموسيقى، مشاهد اللاجئين، السيناريو

التعليقات: ضعف التدفق العاطفي بسبب عدم تغيير نبرة الموسيقى وعدم الوضوح

الشكل 13. صور ثابتة من " حملة الحياكة من أجل اللاجئين "



لقد فات أوان هؤلاء الذين يعيشون على حافة الهاوية



لقد فات أوان اللاجئين الذين يواجهون البرد



انضم إلينا وساعد #KnitForRefugee



زيادة الوعي وتوفير الأموال للاجئين

10. نظرة سريعة ثانية

البلد والمنظمة والسنة: تشيكيا، منظمة لاسرادا غير الحكومية، 2019

رابط الفيديو: <https://www.youtube.com/watch?v=GoxuVd2ykYQ>

الهدف: " تظهر الحملة أشخاصا مختلفين وهم يقولون كيف فهموا الاتجار بالبشر وكيف كانوا مخطئين باللغة الإنجليزية. وهو يهدف إلى إعادة تثقيف الجمهور بشأن التعريفات الدقيقة للاتجار بالبشر وأشكاله المتعددة. ويصاحب الحملة نص مفاده أن الاتجار بالبشر يعرف على نحو متزايد بأنه استرقاق عصرا. ويتم اختيار الأشخاص المتاجر بهم في الأغلب (تجنيدهم)، أو نقلهم أو إخفاؤهم بالقوة، أو الإكراه أو الخداع في ظروف استغلالية قد تشمل الاستغلال الجنسي، أو العمل القسري، أو الخدمات".

العواطف: الحب (الفرح والثقة) والخوف (الشديد: الإرهاب) والمفاجأة والاشمئزاز

التفاعل الفيزيولوجي: تواصل وشارك، والشعور بالضآلة، اقفز إلى الوراء، ارفض

التدفق العاطفي: نعم

وسائط عاطفية: الموسيقى

الشكل 14. صور ثابتة من حملة "لمحة سريعة ثانية"



Global estimation is that around 40,3 million persons are in a slavery-like situation, 3,6 million in Europe and Central Asia. The Global Slavery Index and International Labor organization estimate that only in the Czech Republic, there are around 38,000 trafficked and exploited persons.

That's exactly how the trafficking in human beings doesn't always look like...

ومن التقديرات العالمية أن نحو 40,3 مليون شخص في وضع أشبه بالرق، أي 3,6 مليون شخص في أوروبا وآسيا الوسطى. ويقدر المؤشر العالمي للرق ومنظمة العمل الدولية أنه في الجمهورية التشيكية وحدها يوجد حوالي 38.000 شخص يتم الاتجار بهم واستغلالهم.

هذا هو بالضبط ما لا يبدو عليه الاتجار بالبشر دائما...

المناقشة

إن المشاعر كثيرا ما يستشهد بها باعتبارها عناصر حيوية في التواصل الاستراتيجي الفعال في عالم الهجرة وما ورائها. ولكن حتى صدور هذا التقرير، لم يكن هناك إرشاد يذكر نسبيا حول كيفية استخدام العواطف في التواصل بشأن سياسة الهجرة. المشاعر حيوية للإقناع لأن المواقف لها مكون (تفكير) معرفي وعنصر (شعور) عاطفي. وعلاوة على ذلك، يتسبب استحضار المشاعر في تفاعلات فسيولوجية وسلوكية لا إرادية ولكنها يمكن التنبؤ بها.

ولقد أظهر هذا التقرير كيف يمكن استخدام العواطف في التواصل لجعل رسائل المرء أكثر رنينًا وأكثر تأثيرًا على كل من المواقف والسلوكيات، ودعم أهداف السياسة من خلال الإقناع. وينبغي على القائمين على التواصل أن تختار التفاعل العاطفي المطلوب وفقا للتفاعل الفيزيولوجي والسلوكي المطلوب باستخدام المخطط النفسي القائم، والذي يحلل هذا التقرير مع 32 من المشاعر المنفصلة والتفاعلات الفسيولوجية. قد يؤدي استحضار مشاعر غير مناسبة إلى ردود فعل سلبية من الجمهور. وبوسع القائمين على التواصل أن يستخدموا توصيات هذا التقرير وإطار العمل لضمان اتساق المشاعر والسلوكيات الفسيولوجية والمطلوبة لحملةهم وبالتالي فعاليتها.

يمكن استخدام الروايات والرسائل الشخصية وتعبيرات الوجه ولغة الجسد وعلم الجمال لخلق صدى عاطفي والحد من المسافة النفسية. يمكن أيضا استخدام الإطارات والترتيب ("التدفق العاطفي") والكثافات والتركيبات المحددة لاستخلاص عواطف مختلفة بنتائج يمكن توقعها. ولا بد من استخدام العواطف لجعل حجتهم أكثر صدى، ولكن لا ينبغي للحجة أن تستند ببساطة إلى رد الفعل العاطفي - المغالطة المنطقية "مناشدة العواطف". ولكي يعمل التواصل القائم على المشاعر فإنه لا بد أن يستخدم الحقائق والقيم والهويات والفعالية أيضا.

وقد حلل هذا التقرير بشكل ناقدا 10 أمثلة الجيدة على التواصل القائم على العاطفة في مجال الهجرة، فسلط الضوء على المشاعر المختلفة والتفاعلات الفسيولوجية التي من المرجح أن تحفزها، وإلى أي مدى تتفق هذه الأمثلة مع الأهداف المعلنة لحملة التواصل. ومع ذلك، فإن التواصل القائم على العاطفة في مجال الهجرة، على الرغم من استخدامه على نطاق واسع، لا يزال غير مختبر إلى حد كبير—يجب على العاملين على هذا الموضوع لاختبار أساليب مختلفة ولكن يمكنهم أيضا الاستفادة من الدروس من مجالات أخرى مثل اتصالات الشركات والصحة وتغير المناخ.



الملحقات

التصنيفات البديلة للعواطف

النظرية	العواطف	
بلوتشيك	القبول والغضب والترقب والاشمئزاز والفرح والخوف والحزن والمفاجأة	العلاقة بالعمليات البيولوجية التكيفية
أرنولد	الغضب، النفور، الشجاعة، الانتصاب، الرغبة، اليأس والخوف والكراهية والأمل والحب	العلاقة باتجاهات العمل
إكمان، فريسن، وإلسورث	الغضب والاشمئزاز والخوف والبهجة والحزن	تعبيرات الوجه الشاملة
فريدا	الرغبة والسعادة والفائدة والمفاجأة والعجائب	أشكال الاستعداد للعمل
رمادي	الغضب والإرهاب والقلق والبهجة	متصلة بشكل دائم
إيزارد	الغضب، الازدراء، الاشمئزاز، الضائقة، الخوف، الشعور بالذنب، الاهتمام، الفرح، العار، المفاجأة	متصلة بشكل دائم
جيمس	الخوف والحزن والحب والغضب	المشاركة الجسدية
ماكدوغال	الغضب والاشمئزاز والابتهاج والخوف والتذليل عاطفة - عاطفة ، يتساءل	العلاقة مع الغرائز
Mowrer	ألم، متعة	الحالات العاطفية غير المتعلمة
أوتلي وجونسون-ليرد	الغضب والاشمئزاز والقلق والسعادة والحزن	لا تتطلب محتوى موضعي
بانكيسرب	متوسط العمر المتوقع، والخوف، والغضب، والذعر	متصلة بشكل دائم
تومكينز	الغضب، الاهتمام، الازدراء، الاشمئزاز، الضائقة، الخوف، الفرح، العار، المفاجأة	كثافة الاشتعال العصبي
Watson	الخوف والحب والغضب	متصلة بشكل دائم
وينر وجراهام	السعادة والحزن	الإيعاز مستقل

المصدر: أورتوني تيرنر (1990)

المراجع

- أجزين، 2001. Icek. "الطبيعة وعملية المواقف". الاستعراض السنوي لعلم النفس 52: 27-58.
- ألن، [كريس] [ت.]، [كرن] [أ.] [مشليت]، و [سن] [س.] [مارين] (1988)، "على يقدم ال [إيمووليشن] من يعلن عبر [إيسرد] [س] [برتييل نفوسس] مقياس"، في [نا] - يتقدم في مستهلكة 15 مايكل ج. هيوستن، بروفو، يوتا: جمعية أبحاث المستهلك، الصفحات: 226-231.
- الجمعية النفسية الأمريكية، 2022. قاموس Psychology. تمت الزيارة في <https://dictionary.apa.org> في 3 أكتوبر 2022.
- أريكان، ج.، ميليك، ج. وجوناى، د. (2022). المشاعر في التواصل بشأن تغير المناخ: استقصاء تجريبي. الرسائل، 47 (2)، 307-317. <https://doi.org/10.1515/commun-2020-0036>
- [بلودوين]، [م.]، و [لمرس]، [ج.] (2016). والحقيقة أن المقارنات البيئية التي تركز على الماضي تعمل على تشجيع نتائج المحافظين العقلية المنبوزة. أعمال الأكاديمية الوطنية للعلوم، 113 (52)، 14953-14957.
- باريت LF، راسل جا (2015). البناء النفسي للعاطفة. Guilford Press.
- [برت]، [ليسا] [فيلدمن]؛ مايكل لويس؛ [جنت] [م.] [هافل] - جونس، [إد.] (2016). دليل العواطف. نيويورك: نيويورك.
- بولسن، ت.، بالم، ر.، وكينغسلاند، ج. ت. (2019). التغلب على تسييس علوم المناخ بإطارات وصور فاعلة. التواصل العلمي، 41 (2)، 147-171. دوى: 10.1177/1075547019834565
- برادر، ت.، وماركوس، (2013). G. E. العاطفة وعلم النفس السياسي. في L. Huddy، D. O. Sears، و J. S. ليفي (Eds.)، وكتيب أكسفورد لعلم النفس السياسي (165-204 pp.). مطبعة جامعة أكسفورد.
- برادر، ت.، فالنتينو، N.A. وسوهاي، (2008). E.، ما الذي يثير المعارضة العامة للهجرة؟ القلق، والتلميحات الجماعية، وتهديد الهجرة. المجلة الأمريكية للعلوم السياسية، 52: 959-978. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2008.00353.x>
- بريكلر، س. ج. (1984). التحقق التجريبي من التأثير والسلوك والإدراك كعناصر مميزة للموقف. مجلة الشخصية وعلم النفس الاجتماعي، 47 (6)، 1191-1205. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.47.6.1191>
- [بروش]، [ت.] (2021). التأثير والعواطف كمحركين للتصور والعمل في مجال تغير المناخ: مشاركة. الرأي الحالي في العلوم السلوكية، 42، 15-21. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2021.02.001>
- علم النفس السياسي، 27 (3)، 359-371. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2006.00504.x> Burdein, I., Lodge, M., & Taber (2006). إجراء تجارب على أتمتة المعتقدات والمواقف السياسية. علم

شادويك، (2015). A. E. نحو نظرية أمل مقنع: تأثيرات التقييمات المعرفية، ونداءات الأمل، والأمل في سياق تغيير المناخ. الاتصال الصحي، 30، 611-598. Doi:10.1080/10410236.2014.916777

Chkhaidze, A., Buyruk, P., & Boroditsky, L. (2021). أيار/مايو 24). وتشكل الاستعارات اللغوية للمواقف إزاء الهجرة. <https://doi.org/10.31234/osf.io/qyhgr>

(Cho, H., & Sands, L. (2011). رسائل أمان أشعة الشمس وكسب الإطار وخسارته، بالإضافة إلى التفاعل النفسي المنطقي للمراهقين. تقارير أبحاث الاتصالات، 28، 317-308. Doi:10.1080/08824096.2011.616242

كريستيانو، 2017. "Foreword: بناء مجال اتصالات المصلحة العامة. مجلة اتصالات المصلحة العامة، 1 (1): 4-15

(Cooper, K. E., & Nisbet, E. C. (2016). السرد الأخضر: إن مدى تأثير الاستجابات الصاعقة لرسائل وسائل الإعلام على تصورات المخاطر والسياسات العامة أفضل - بشأن المخاطر البيئية. التواصل العلمي، 38، 654-626. دوى:10.1177/1075547016666843

داماسيو، (1994). A. R. خطأ ديكارت ومستقبل الحياة البشرية. أمريكي علمي، 271 (4)، 144-144.

ديفيس، [ج.] [ج.] (1995). آثار وضع الرسائل على الاستجابة للاتصالات البيئية. الصحافة ووسائل الإعلام ربع السنوية، 72، 285-299. دوى:10.1177/107769909507200203

(Ellemers, N. (2016) و De Vries, G., Terwel, B. W. تصورات التلاعب والأحكام المتعلقة بعدم الشرعية: العثرات في استخدام وضع التأكيد عند الاتصال حول التقاط وتخزين ثاني أكسيد الكربون. الاتصالات البيئية، 10، 206-226. Doi:10.1080/17524032.2015.1047884

دينيسون، ج. (2020) ما هي سياسة الاتصال التي تعمل من أجل الهجرة؟ استخدام القيم من أجل التركيز. تقرير ICMPD: هنا

دينيسون، جيه (2021) "السرد: مراجعة للمفاهيم والمحددات والتأثيرات والاستخدامات في أبحاث الهجرة" في دراسات الهجرة المقارنة 9، 50

دينيسون، ج. (2022) مراجعة للأدلة التجريبية على كيفية تأثير التواصل على المواقف تجاه الهجرة. [كم] 10، 35.

دينيسون، ج. وتيرنبول دوغارت، س. (2022) "المواقف الشعبية وتصورات التهديد للتحويلات العالمية والحكم: أدلة تجريبية من الهند وعلم النفس السياسي في المملكة المتحدة.

إيمان، ص (1972). عالمية وفروق ثقافية في تعبيرات الوجه للمشاعر. في جيه كول (Ed.)، نيبراسكا ندوة حول التحفيز، 1971 (Vol. 19، pp. 282-207). لينكولن: مطبعة جامعة نيبراسكا.

إيمان، بول؛ ديفيدسون، ريتشارد ج. (1994). طبيعة العاطفة: أسئلة أساسية. نيويورك: مطبعة جامعة أكسفورد.

إيليس، لي، أنطوني و. هوسكين، ماليني راتنينغام. 2018. الفصل 4 - الشخصية والعوامل السلوكية في لي إيليس، أنطوني و. هوسكين، ماليني راتنينغام، دليل الحالة الاجتماعية، الصحافة الأكاديمية، ص 118-75

مقالات، V. M., Medyanu, S. و Lawson, A.S. (2013) وعدم اليقين والتهديد ودور وسائط الاعلام في تعزيز إضفاء الطابع الانساني على المهاجرين واللاجئين. مجلة المسائل الاجتماعية، 69: 518-536. <https://doi.org/10.1111/josi.12027>

وكالة الاتحاد الأوروبي للحقوق الأساسية. (2022)، "10 مفتاحا لتوصيل حقوق الإنسان بشكل فعال"، متوفر على الموقع https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2022-10-keys-communicating-human-rights_en.pdf

(2011) Feinberg, M., & Willer, R. نهاية العالم قريبا؟ ذلك أن الرسائل الكئيبة لا تقلل من الإيمان بظاهرة الانحباس الحراري العالمي من خلال معارضة معتقدات العالم العادل. علم نفسانية، 22، 34-38. دوى: 10.1177/0956797610391911

Feldman, L., و Hart, P. S. (2016). استخدام رسائل الفعالية السياسية لزيادة النشاط المناخي: دور الوساطة للعواطف. التواصل العلمي، 38، 99-127. دوى: 10.1177/1075547015617941

Feldman, L., و Hart, P. S. (2018). هل هناك أي أمل؟ كيف تؤثر الصور الإخبارية والرسائل النصية الخاصة بتغير المناخ على مشاعر الجمهور ودعم سياسات تخفيف حدة المناخ. تحليل المخاطر، 38 (3)، 585-602. Doi:10.1111/Risa.12868

Frijda, N., و Mesquita, B. (2000). المعتقدات من خلال العواطف. في [ن.] [فريدا]، [أ.] [منستيد]، و [س.] [م] [إيدس].، عواطف ومعتقدات: كيف تؤثر المشاعر في الأفكار (دراسات في الحركة والتفاعل الاجتماعي، ص 45-77). كامبريدج: مطبعة جامعة كامبريدج. Doi:10.1017/CBO9780511659904.003

جيلينز، مارتن. 2001. "الجهل السياسي وأفضليات السياسة الجماعية". استعراض العلوم السياسية الأميركية 95 (2): 96-379.

Gloer, G. و Gasper, K. (2000). الشعور بالاعتقاد: بعض التأثيرات العاطفية على الاعتقاد. في [ن.] [فريدا]، [أ.] [منستيد]، و [س.] [م] [إيدس].، عواطف ومعتقدات: كيف تؤثر المشاعر في الأفكار (دراسات في الحركة والتفاعل الاجتماعي، ص 10-44). كامبريدج: مطبعة جامعة كامبريدج. Doi:10.1017/CBO9780511659904.002

غو، س.، وانغ، ف.، باتيل، ن. ب.، بورجوا، ج. أ.، وهوانغ، ج. ه. (2019). نموذج للعواطف الأساسية باستخدام ملاحظات السلوك في دروسوفيللا. الحدود في علم النفس، 781.

غوستافسون، أ.، بالو، م. ت.، غولديبرغ، م. ه.، كاتلر، م. ج.، روزنتال، س. أ.، و ليسراويتز، (2020). A. يمكن للقصص الشخصية أن تحول معتقدات تغير المناخ وتصورات المخاطر: دور الوساطة للعاطفة. تقارير الاتصال، 33 (3)، 121-135.

Haddock، جيفري ومارك ب. زانا (1999) الإدراك والتأثير والتنبؤ بالمواقف الاجتماعية، المراجعة الأوروبية لعلم النفس الاجتماعي، 10: 1، 75-99، DOI : 10.1080/14792779943000026

(2016) Harmon-Jones C, Bastian B, Harmon-Jones E أداة جديدة لقياس المشاعر المنفصلة: PLoS One 11(8): e0159915. التي تم الإبلاغ عنها ذاتيا من قبل الدولة.

هارمون-جونز، (E. 2000). منظور نظرية التناظر الإدراكي حول دور العواطف في الحفاظ على المعتقدات والمواقف وتغييرها. في [ن.ن.] [فريدا] ، [أ.] [منستيد] ، و [س.] [م] [إدس.] ، عواطف ومعتقدات: كيف تؤثر المشاعر في الأفكار (دراسات في الحركة والتفاعل الاجتماعي، ص 185-211). كامبريدج: مطبعة جامعة كامبريدج. Doi:10.1017/CBO9780511659904.008

هاسفورد، ج.، هارديسي، د. م.، وكيدويل، ب. (2015). أكثر من مجرد شعور: آثار العدوى العاطفية في التواصل المقنع. مجلة أبحاث التسويق، 52 (6)، 847-836. <https://doi.org/10.1509/jmr.13.0081>

Hatfield, E., Cacioppo, J. T., & Rapson, R. L. (1993). العدوى العاطفية. الاتجاهات الحالية في العلوم النفسية، 3(2)، 100-96. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10770953>

Hochschchchchild, A. R. (1979). تعمل العاطفة، وتحسس القواعد، والبنية الاجتماعية. مجلة علم الاجتماع الأمريكية، 85 (3)، 575-551.

Höijer, B. (2010). الارتساء العاطفي والتحسس في وسائل الإعلام التي تقدم تقارير عن تغير المناخ. الفهم العام للعلوم، 19، 731-717. دوى:10.1177/0963662509348863

إزارد، (C. E. 2013). عواطف الإنسان. Springer Science & Business Media.

إزارد، كارول (E. 1977). نظرية العواطف التفاضلية. بوسطن: Springer.

كمرف، د. س. (1999). تكوين الموقف من تجربة المنتج: أدوار مميزة من الإدراك والتأثير على منتجات hedonic والوظيفية. علم النفس والتسويق، 16 (1)، 50-35. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6793\(199901\)16:1<35::AID-MAR3>3.0.CO;2-U](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6793(199901)16:1<35::AID-MAR3>3.0.CO;2-U)

Kühne, R., & Schemer, C. (2013). الآثار العاطفية للأطر الإخبارية على معالجة المعلومات وتكوين الرأي. أبحاث الاتصالات، 42، 407-387. دوى:10.1177/0093650213514599

Lavine, H., Thomsen, C. J., Zanna, M. B., و بورجيدا، إ. (1998). فيما يتعلق بأولوية التأثير في تحديد المواقف والسلوك: الدور المعتدل للتناقض العاطفي-الإدراكي. مجلة علم النفس الاجتماعي التجريبي، 34 (4)، 421-398.

Lecheler, S., Bos, L., و Vliegenthart, R. (2015). دور الوساطة للعواطف: أخبار [فرمينغ] تأثيرات على آراء حول هجرة. الصحافة ووسائل الاتصال الجماهيري ربع السنوي، 92 (4)، 838-812. <https://doi.org/10.1177/1077699015596338>

de Vreese, G., Lecheler, S., Schuck, A. R. T. (2013). التعامل مع المشاعر: المشاعر الإيجابية والسلبية المنفصلة كوسيط لتأثيرات تأطير الأخبار. الرسائل، 38، 209-189. Doi:10.1515/c.2013-0011

Matthes, J., & Schmuck, D. (2017). تأثيرات الإعلانات الشعبوية اليمينية المعادية للمهاجرين على المواقف الضمنية والصريحة: نموذج وساطة وسيط. أبحاث الاتصالات، 44 (4)، 556-581. <https://doi.org/10.1177/0093650215577859>

(Mijnders, A. L., Midden, C. J., & Wilke, H. A. 2001a). الاتصالات بشأن المخاطر البيئية والسلوك الذي يقلل من المخاطر: أثر الخوف على تجهيز المعلومات. مجلة علم النفس الاجتماعي التطبيقي، 31، 777-754.

(Mijnders, A. L., Midden, C. J., & Wilke, H. A. 2001b). دور العاطفة السلبية في التواصل حول مخاطر ثاني أكسيد الكربون. تحليل المخاطر، 21، 955-955. دوى: 10.1111/0272.

موراي، ب. ن. 2013. كيف تؤثر العواطف على ما نشتره. علم النفس اليوم. تمت الزيارة في <https://www.psychologytoday.com/us/blog/inside-the-consumer-mind/201302/how-emotions-influence-what-we-buy> في 3 أكتوبر 2022

نبي، ر. ل. (2003). تأثيرات تحديد الإطار للعاطفة: هل يمكن للعواطف المنفصلة أن تؤثر على تذكر المعلومات وتفضيلات السياسة؟ أبحاث الاتصالات، 30، 247-224. دوى: 10.1177/0093650202250881

نبي، ر. ل. (2015). تدفق عاطفي في الرسائل الصحية المقنعة. الاتصال الصحي، 30، 124-114. Doi:10.1080.124-114.30.2014.974129/10410236

نبي، ر. ل.، وميرك، ج. ج. (2018). مناقشات الخوف التي تؤدي إلى رفع معنويات: بالنظر إلى دور الأمل في الرسائل المقنعة المستندة إلى الخوف. الاتصال الصحي، 9، 1-12. Doi:10.1080/10410236.2017.1422847

نبي، ر. ل.، غوستافسون، أ.، وجنسن، (R. 2018). وضع إطار لتغير المناخ: استكشاف دور العاطفة في توليد سلوك الدعوة. التواصل العلمي، 40 (4)، 468-442. <https://doi.org/10.1177/1075547018776019>

(Ojala, M. 2012). الأمل وتغير المناخ: أهمية الأمل في مشاركة الشباب في البيئة - تل. أبحاث التعليم البيئي، 18، 642-265. Doi:10.1080/13504622.2011.637157

(Ortony, A., & Turner, T. J. 1990). ما هو الأساس في العواطف الأساسية؟ مراجعة نفسية، 97، 331-315.

منظمة الأمن والتعاون في أوروبا 2021. التصورات والحقائق: نحو مناقشة عامة غير مستقطبة حول الهجرة. تمت الزيارة في <https://www.osce.org/files/f/documents/5/1/499987.pdf> بتاريخ 30 سبتمبر 2022

J Pankeppp. علم الأعصاب المخفي: أسس العواطف البشرية والحيوانية. أكسفورد: [إكسفورد] جامعة مطبعة ، 1998 .

بلوتشيك، (R. 1980). نظرية عامة حول التطور النفسي للعاطفة. في R. Plutchik و H. Kellerman (Eds.)، Emotion: النظرية والبحث والخبرة: المجلد 1. نظريات العاطفة (ص 3-33). نيويورك: أكاديمي.

سريعا، ب. ل.، كام، ج. أ.، مورغان، س. E.، مونتيرو ليبرونا، C. A.، وسميث، (R. A. 2015). نظرية الاحتمال والعواطف المنفصلة وتهديدات الحرية: امتداد لنظرية التفاعل النفسي. مجلة الاتصال، 65 (1)، 61-40. Doi:10.1111/jcom.12134

[روسر]، [س.] (2012). التواصل مع المخاطر، والمشاركة العامة، وتغير المناخ: دور للعواطف. تحليل المخاطر، 32، 1040-1033. Doi:10.1111/J. 1539- 6924.2012.01812.x

روسر - رينوف، سي.، مايباخ، إ. و.، ليسيراويتز، أ.، و زهاو، (2014). (X). الجيل الثاني من المعلومات عن النشاط في مجال تغير المناخ: من المفتاح

روس ، [ل.] 1977. عالم نفسي بديهي وقصور: التشوهات في الإحالة. التقدم في علم النفس الاجتماعي التجريبي، المجلد 10، الصفحات 173-220،

سايتارلي، 2019. V. العاطفة: السلاح السوبر من التسويق والإعلان. مجلة فوربس. تمت الزيارة في <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2019/11/04/emotion-the-super-weapon-of-marketing-and-advertising/> بتاريخ 30 سبتمبر 2022.

سلامة، س.، وأبوكورا، ك. (2018). دور العواطف في التواصل بشأن تغير المناخ.

(Salovey, P., & Mayer, J. D. 1990). الذكاء العاطفي. الخيال والإدراك والشخصية، 9(3)، 185-211. <https://doi.org/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG>

(Schachter, S., & Singer, J. 1962). العوامل المعرفية والاجتماعية والفسولوجية المحددة للحالة العاطفية. مراجعة نفسية، 69(5)، 399-379. <https://doi.org/10.1037/h0046234>.

(Scherer KR 2005). "ما هي المشاعر؟ وكيف يمكن قياسها؟". معلومات العلوم الاجتماعية. 44 (4): 693-727

شوارز، (N. 2010). نظرية المشاعر كمعلومات. في ف. لانجي، ب. أ. كروغلانسكي، وإي. ت. هيغينز (Eds.)، دليل نظريات علم النفس الاجتماعي. ساج.

شريف، 2019. H. "التواصل الفعال بشأن الهجرة: التوصيات وخيارات السياسة". ريسوما: البحث في منهاج العمل الاجتماعي بشأن الهجرة واللجوء. موجز خيار السياسة: ديسمبر 2019. تم الوصول هنا: <https://www.migpolgroup.com/wp-content/uploads/2020/01/POB-Public-Opinion-Hind-Sharif.pdf>

آلة الحلاقة Edotation P, Schwartz J, Kirson D, O'Connor C. المزيد من الاستكشاف لأسلوب النموذج الأولي. [ج] [برس] [سوك] [يسكول]. 1987 يونيو؛ 52(6):1061.

سميث، ن.، وليسراويتز، أ. (2014). إن الدور الذي تلعبه المشاعر في دعم سياسة الانحباس الحراري العالمي ومعارضتها. تحليل المخاطر، 34، 937-948. Doi:10.1111/Risa.12140

Szakács J. و E Bognár. 2021. "تأثير حملات التضليل الإعلامي حول المهاجرين والأقليات في الاتحاد الأوروبي". تحليل معمق: بناء على طلب لجنة Inge. البرلمان الأوروبي. تمت الزيارة في [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2021/653641/EXPO_IDA\(2021\)653641_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2021/653641/EXPO_IDA(2021)653641_EN.pdf) بتاريخ 30 سبتمبر 2022.

Wilson, K., & Albarracín, S., ل.، جاكوبس، س.، سول، ل.، سول، ر.، س.، Tannenbaum, M. B., Hepler, J., Zimmerman D. (2015). مناقشة للخوف: إن التحليل الوصفي للخوف يروق للفعالية والنظريات. نشرة نفسية، 141، 1178-1204. دوى:10.1037

(Theorin , N. 2021). كيف تؤثر الأطر الإخبارية على مواقف الهجرة: التصورات والعواطف باعتبارها آليات تقوم عليها؟ في [ج.] Strömbäck [ك.] [إ.] [ملترز] ، [ج.] - [م.] [إبر] ، [ك.] [سكمر] ، و [ه.] [بوومغاردين] [إدس.] ، أوساط ومواقف عامة نحو هجرة في أوروبا. منحنى المقارنة (ص 190-208). روتلج

ثورين، ن.، ملترز، ج.، إ.، غاليجا، T. Heidenreich، F. Lind، J.-M. Eberl، C. Schemer، J. Strömbäck، S. Boomgaarden، H. G. 2021). هل يؤثر الإطار الإخباري على مواقف الحركة الحرة؟ تحليل مقارن. الصحافة ووسائل الاتصال الجماهيري ربع السنوي، 98 (3)، 725-748. <https://doi.org/10.1177/10776990211006793>

الأمم المتحدة. 2018. A/RES/73/195 الميثاق العالمي للهجرة الآمنة والمنظمة والمنتظمة. تمت الزيارة في <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N18/451/99/PDF/N1845199.pdf?OpenElement> بتاريخ 30 سبتمبر 2022

فان دير ليندن، س.، ماباخ، إ.، وليسراويتز، أ. (2015). تحسين المشاركة العامة في تغير المناخ: خمس رؤى "لأفضل الممارسات" من العلوم النفسية. منظورات حول علم النفس، 10(6)، 758-763. <https://doi.org/10.1177/1745691615598516>

فان دير ليندن، س.، ماباخ، إ.، كوك، [ج.] [إت] الثقافة في مقابل الإدراك هي معضلة زائفة. الطبيعة Clim تغيير، 7 (2017) 457.

فان لير، ت.، دي رويتر، ك.، فيسكونتي، ل. م.، ويتزلز، م. (2014). نموذج النقل والتصوير الممتد: التحليل الوصفي للمبتكرات والعواقب المترتبة على النقل السردى للمستهلكين. مجلة أبحاث المستهلك، 40(5)، 797-817.

ويك، ك. ه.، سوتكليف، ك. م.، وأوبستفيلد، د. (2005). تنظيم عملية صنع الأحاسيس. علم المنظمة، 16 (4)، 409-421.

مرحبا بأمريكا (2018) "معا: رسائل لدعم المسلمين واللاجئين في تحدي تايمز. تمت الزيارة في <https://www.welcomingrefugees.org/sites/default/files/documents/resources/Stand%20Together%20Toolkit.pdf> بتاريخ 30 سبتمبر 2022

Wong-Parodi، G.، و (Feygina، I. 2021). إشراك الناس في تغير المناخ: دور الاستجابات العاطفية. الاتصالات البيئية، 15 (5)، 571-593.

(Zajonc، R. B. 1980). الشعور والتفكير: لا تحتاج التفضيلات إلى استنتاجات. عالم نفسي أمريكي، 35(2)، 151-175. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.35.2.151>

مكتب المركز الدولي لتطوير سياسات الهجرة الإقليمية للمتوسط

Europa Centre, 2nd floor
John Lopez Street
Floriana, FRN 1400
Malta
Tel: +356 277 92 610

@EUROMEDMigr 

Euromed Migration 

www.icmpd.org/emm5 

emm5team@icmpd.org 

