

جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الانسانية والحضارة
قسم علوم الاعلام والاتصال



العنوان :

القضية الفلسطينية ما بين صناع المحتوى العرب والإعلام العربي
الكلاسيكي
(دراسة مقارنة تشمل آراء عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط)
- أنموذجا -

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر اعلام واتصال

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف :

د/ النوعي عبد القادر

من إعداد الطالبين:

- زروقي عامر
- بن صغير البشير

الموسم الجامعي 2025/2024



شكر وعرفان

قال الله تعالى " فاذكروني أذكركم وأشكروني ولا تكفرون " وعملا بقوله صلى الله عليه وسلم: " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

الحمد لله العظيم الكريم نحمده ونشكره ونسترضيه على فضله وجزيل بذله، الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل.

نتقدم أولاً بالشكر الجزيل إلى من مد يد المساعدة وساهم معنا في تذليل ما واجهنا من صعوبات الأستاذ المشرف " النوعي عبد القادر " على مساعدته لنا دون أن يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة، وله منا خالص التقدير والاحترام كما نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة قسم علم الإعلام والاتصال ونشكر كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد ولم نذكره .

إهداء

" و قضى ربك ألا تعبدوا إلا اياه و بالوالدين احسان "

نهدي هذا العمل المتواضع إلى من هي الأولى بصحبتى "أبنا الغالية"
- إلى من رباني صغيرا وأشفق عليا كثيرا ، سندي العزيز "أبانا الغالي"
- إلى اخوتي وأخواتي الذين كانوا سندا وداعمين وعونا لي
في حياتنا كلها ومسيرتنا
وتحصيلنا العلمي خاصة كل واحد باسمه
إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد ولو بكلمة
فنسأل الله أن ييسر لنا عملنا هذا ويوفقنا فيه.



ملخص الدراسة :

عنوان الدراسة : القضية الفلسطينية ما بين صناع المحتوى العرب والإعلام العربي الكلاسيكي (دراسة مقارنة تشمل آراء عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط) نموذجاً

الإشكالية: كيف تُطرح القضية الفلسطينية لدى صناع المحتوى العرب مقارنة بالإعلام العربي الكلاسيكي؟
❖ الأسئلة الفرعية:

1. كيف يتناول صناع محتوى العرب العربي القضية الفلسطينية
2. كيف يتناول الإعلام الكلاسيكي العربي القضية الفلسطينية؟
3. هل يوجد تكامل أم تناقض بين الخطابين الإعلاميين الكلاسيكي والرقمي؟

-الفرضيات:

الفرضية العامة : هناك تفاوتاً في فعالية تناول القضية الفلسطينية بين صناع المحتوى العرب والإعلام العربي الكلاسيكي، من حيث الخطاب، التأثير، القرب من الجمهور، والتفاعل الجماهيري

الفرضيات الجزئية :

1. الإعلام الكلاسيكي العربي ما يزال يحافظ على دور تقليدي في تغطية القضية الفلسطينية، مع ميل إلى الخطاب الرسمي.
2. صناع المحتوى العرب يقدمون معالجة أكثر قرباً وواقعية للقضية، وتفاعلهم أقوى
3. صناع المحتوى يلعبون دوراً موازياً وربما بديلاً عن الإعلام الكلاسيكي في التأثير على الرأي العام الجامعي.

-أسباب اختيار الموضوع:

● أسباب ذاتية:

- اهتمام الباحث الشخصي بالقضية الفلسطينية كقضية مركزية في الضمير العربي.
- التوجه الأكاديمي في مجال الإعلام والاتصال، والرغبة في فهم ديناميكيات التأثير الإعلامي.

● أسباب موضوعية:

- راهنية الأحداث في فلسطين وتجدد الهبة الجماهيرية في العالم العربي عبر منصات التواصل.
- ملاحظة الفجوة بين الإعلام التقليدي والمحتوى الرقمي، وضرورة تحليلها علمياً.
- قلة الدراسات الأكاديمية المقارنة بين الإعلام الرسمي وصناع المحتوى في هذا السياق.

-أهداف الدراسة:

- تحليل كيفية تناول القضية الفلسطينية في الإعلام الكلاسيكي العربي.
- دراسة خصائص تناول صناع المحتوى العرب للقضية.
- قياس تمثيلات الجيل الجامعي لهذه التغطيات المختلفة.
- المقارنة بين الأثر الإعلامي لكلا الطرفين.
- تقديم تصور علمي لتكامل الأدوار الإعلامية حول القضية الفلسطينية.

-أهمية الدراسة:

- تسهم في رصد التحولات في الخطاب الإعلامي العربي حول فلسطين.
- تساهم في فهم موقع الإعلام الرقمي في التأثير السياسي والجماهيري.
- تتيح الوقوف على آراء الجيل الجامعي، الذي يمثل جمهور المستقبل.
- قد توجه المؤسسات الإعلامية لتحسين معالجتها للقضايا القومية الكبرى.

المجال الزمني والمكاني للدراسة: المجال الزماني 2025/2024، خلال الفترة الممتدة من شهر مارس إلى ماي 2025. وقد نُفذت الدراسة ميدانياً داخل كلية الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط، من خلال توزيع الاستبيانات مباشرة على الطلبة في قاعات الدراسة ومرافق الكلية.

المنهج المتبع في الدراسة (المنهج الوصفي التحليلي)

متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: نوع الوسيط الإعلامي (إعلام كلاسيكي / صنّاع المحتوى)
- المتغير التابع: تمثيلات واتجاهات طلبة الإعلام نحو القضية الفلسطينية.

أدوات الدراسة (الاستبيان / المقابلة)

عينة الدراسة: تم اختيار عينة احتمالية عشوائية من طلبة كلية الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط، بلغ عددها 36 طالباً، منهم:

صعوبات الدراسة:

- محدودية التغطية الموضوعية للقضية الفلسطينية في بعض الوسائل.
- صعوبة تصنيف صناع المحتوى المؤثرين بدقة.
- وجود انحيازات مسبقة لدى بعض الطلبة تجاه وسائل الإعلام.
- عدم توفر قاعدة بيانات موحدة عن الإنتاج الإعلامي الفلسطيني الرقمي.

نتائج الدراسة :

تُبرز هذه النتائج أن الإعلام التقليدي، رغم تاريخه العريق في تغطية القضية الفلسطينية، لم يعد قادراً وحده على التأثير في وعي الجيل الجامعي، الذي أصبح أكثر انجذاباً للمحتوى الرقمي السريع والمباشر. وهذا يدعو إلى ضرورة تطوير الإعلام الكلاسيكي، وبناء شراكات مع صناع المحتوى الشباب، لتعزيز رسالة القضية الفلسطينية في عالم رقمي سريع التحول.

Résumé:

du titre de l'étude :La cause palestinienne entre les créateurs de contenu arabes et les médias arabes classiques (Étude comparative basée sur les opinions d'un échantillon d'étudiants en médias et communication à l'Université de Laghouat) – Cas d'étude

Problématique :

comment la question palestinienne est-elle présentée par les créateurs de contenu arabes par rapport aux médias arabes traditionnels ?

Questions secondaires :

1. Comment les créateurs de contenu arabes ont-ils abordé la question palestinienne ?
2. Comment les médias arabes classiques traitent-ils la cause palestinienne ?
3. Existe-t-il une complémentarité ou une contradiction entre les discours médiatiques classiques et numériques ?

Hypothèses :

Hypothèse générale : Il existe une disparité dans l'efficacité du traitement de la cause palestinienne entre les créateurs de contenu arabes et les médias classiques, en termes de discours, d'impact, de proximité avec le public et d'interaction.

Hypothèses spécifiques :

1. Les médias arabes classiques continuent à jouer un rôle traditionnel dans la couverture de la cause palestinienne, avec une tendance vers le discours officiel.
2. Les créateurs de contenu arabes offrent un traitement plus proche et réaliste de la cause, avec une interaction plus forte.
3. Les créateurs de contenu jouent un rôle parallèle, voire alternatif, aux médias classiques dans l'influence de l'opinion publique universitaire.

Motifs du choix du sujet :

Motifs personnels :

- Intérêt personnel du chercheur pour la cause palestinienne, considérée comme centrale dans la conscience arabe.
- Orientation académique dans le domaine des médias et de la communication, avec le désir de comprendre les dynamiques de l'influence médiatique.

Motifs objectifs :

- L'actualité de la situation en Palestine et la résurgence du soutien populaire arabe sur les réseaux sociaux.
- Constat d'un écart entre les médias traditionnels et le contenu numérique, nécessitant une analyse scientifique.
- Rareté des études académiques comparatives entre les médias officiels et les créateurs de contenu dans ce contexte.

Objectifs de l'étude :

- Analyser la manière dont la cause palestinienne est traitée dans les médias arabes classiques.
- Étudier les caractéristiques du traitement par les créateurs de contenu arabes.
- Mesurer les représentations de la génération universitaire concernant ces différentes couvertures.
- Comparer l'impact médiatique des deux approches.
- Proposer une vision scientifique pour une complémentarité des rôles médiatiques autour de la cause palestinienne.

Importance de l'étude :

- Contribue à observer les transformations du discours médiatique arabe sur la Palestine.
- Aide à comprendre la place des médias numériques dans l'influence politique et populaire.
- Permet d'accéder aux opinions de la génération universitaire, qui représente le public de demain.
- Peut orienter les institutions médiatiques vers une amélioration du traitement des grandes causes nationales.

Cadre spatio-temporel de l'étude :

Période : Année universitaire 2024/2025, de mars à mai 2025.

Lieu : Faculté des médias et de la communication de l'Université de Laghouat. L'étude a été menée sur le terrain via la distribution directe de questionnaires aux étudiants dans les salles de cours et les installations de la faculté.

Méthodologie :

Méthode descriptive et analytique.

Variables de l'étude :

- Variable indépendante : Type de média (média classique / créateurs de contenu).
- Variable dépendante : Représentations et attitudes des étudiants en médias envers la cause palestinienne.

Outils de recherche :

Questionnaire / Entretien.

Échantillon de l'étude :

Un échantillon aléatoire a été sélectionné parmi les étudiants de la Faculté des médias et de la communication à l'Université de Laghouat, composé de 36 étudiants.

Difficultés rencontrées :

- Couverture limitée et parfois biaisée de la cause palestinienne dans certains médias.
- Difficulté à classer avec précision les créateurs de contenu influents.
- Existence de préjugés chez certains étudiants envers certains médias.
- Absence d'une base de données unifiée sur la production médiatique numérique palestinienne.

Résultats de l'étude :

Les résultats montrent que, malgré son histoire riche dans la couverture de la cause palestinienne, les médias traditionnels ne sont plus capables, à eux seuls, d'influencer la conscience de la génération universitaire. Celle-ci est désormais plus attirée par le contenu numérique, rapide et direct. Cela souligne la nécessité de développer les médias classiques et de construire des partenariats avec les jeunes créateurs de contenu pour renforcer le message de la cause palestinienne dans un monde numérique en constante évolution.



Summary:

Study Title: The Palestinian Cause Between Arab Content Creators and Classical Arab Media (A Comparative Study Based on the Opinions of a Sample of Media and Communication Students at the University of Laghouat) – A Case Study

Problem Statement:

How is the Palestinian cause presented in classical Arab media compared to its treatment by Arab content creators?

Sub-questions:

1. How does classical Arab media address the Palestinian cause?
2. What are the main features of how Arab content creators deal with this issue?
3. Is there a complementarity or contradiction between classical and digital media discourse?

Hypotheses:

General Hypothesis:

There is a disparity in the effectiveness of addressing the Palestinian cause between Arab content creators and classical Arab media in terms of discourse, influence, proximity to the audience, and public interaction.

Specific Hypotheses:

1. Classical Arab media still maintains a traditional role in covering the Palestinian cause, leaning toward official discourse.
2. Arab content creators offer a more relatable and realistic approach to the issue, with stronger interaction.
3. Content creators play a parallel or even alternative role to classical media in influencing university students' public opinion.

Reasons for Choosing the Topic:

Personal Reasons:

- The researcher's personal interest in the Palestinian cause as a central issue in Arab consciousness.
- Academic orientation in the field of media and communication, with a desire to understand the dynamics of media influence.

Objective Reasons:

- The current relevance of events in Palestine and the renewed popular uprisings across the Arab world through social media platforms.
- Observing the gap between traditional media and digital content, and the need for its scientific analysis.
- The lack of comparative academic studies between official media and content creators in this specific context.

Study Objectives:

- Analyze how the Palestinian cause is covered in classical Arab media.
- Study the characteristics of the way Arab content creators address the issue.
- Measure the perceptions of the university generation regarding these different types of coverage.
- Compare the media impact of both parties.
- Propose a scientific framework for the integration of media roles around the Palestinian cause.

Importance of the Study:

- Contributes to tracking transformations in Arab media discourse regarding Palestine.
- Helps understand the role of digital media in political and popular influence.
- Offers insights into the opinions of university students, who represent the future audience.
- May guide media institutions toward improving their coverage of major national causes.

Time and Location of the Study:

Timeframe: Academic year 2024/2025, during the period from March to May 2025.

Location: Conducted on-site at the Faculty of Media and Communication, University of Laghouat, through direct distribution of questionnaires to students in classrooms and campus facilities.

Methodology Used:

Descriptive and analytical approach.

Study Variables:

- **Independent Variable:** Type of media platform (Classical media / Content creators).
- **Dependent Variable:** Media students' perceptions and attitudes toward the Palestinian cause.

Research Tools:

Questionnaire / Interview

Study Sample:

A random probability sample of 36 students was selected from the Faculty of Media and Communication at the University of Laghouat.

Study Challenges:

- Limited objective coverage of the Palestinian cause in some media outlets.
- Difficulty in accurately classifying influential content creators.
- Pre-existing biases among some students toward certain media platforms.
- Lack of a unified database on Palestinian digital media production.

Study Results:

The results show that despite its rich history in covering the Palestinian cause, traditional media alone is no longer capable of influencing the awareness of the university generation, which has become more attracted to fast, direct digital content. This highlights the need to develop classical media and build partnerships with young content creators to strengthen the message of the Palestinian cause in a rapidly evolving digital world.

فهرس المحتويات

فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
---------	--------

.....	❖ شكر و عرفان :
.....	-الاهداء
.....	-لملخص :
أ.....	●مقدمة :

الجانب التمهيدي :الاطار المنهجي للدراسة

2.....	تمهيد:
3.....	1- الإشكالية:
4.....	2-الفرضيات:
5.....	3-تحديد مصطلحات الدراسة:
6.....	4-النموذج المفاهيمي:
7.....	5-أسباب اختيار الموضوع:
8.....	6-أهداف الدراسة:
8.....	7-أهمية الدراسة:
8.....	8-الدراسات السابقة:
11.....	9-صعوبات الدراسة:
11.....	10-المقاربة النظرية:
12.....	خلاصة:

الجانب النظري

الفصل الأول: القضية الفلسطينية – أبعادها التاريخية والسياسية والإعلامية

14.....	تمهيد:
15.....	المبحث الأول: الإطار التاريخي للقضية الفلسطينية
15.....	المطلب الاول : تعريف القضية الفلسطينية وباديات الاستعمار الصهيوني في فلسطين
17.....	المطلب الثاني : وعد بلفور والانتداب البريطاني
18.....	المطلب الثالث : نكبة 1948 وتأسيس إسرائيل
19.....	المبحث الثاني: الأبعاد السياسية للقضية الفلسطينية
19.....	المطلب الاول : موقف المجتمع الدولي
20.....	المطلب الثاني : المفاوضات واتفاقيات السلام
21.....	المطلب الثالث : الانقسام الفلسطيني الداخلي
22.....	المبحث الثالث: البعد الإعلامي في القضية الفلسطينية
22.....	المطلب الاول : تغطية الإعلام العربي التقليدي للقضية

- 23.....المطلب الثاني : دور الإعلام الرقمي وصناع المحتوى
- 23.....المطلب الثالث : التحديات الإعلامية في تغطية القضية
- 25..... خلاصة :

الفصل الثاني: صنّاع المحتوى العرب ودورهم في القضية الفلسطينية

- 27..... تمهيد:
- 28.....المبحث الأول: نشأة وتأثير صنّاع المحتوى في العالم العربي
- 28.....المطلب الاول : تعريف صنّاع المحتوى الرقمي
- 28.....المطلب الثاني : العوامل المساعدة على بروز صنّاع المحتوى
- 29.....المطلب الثالث : تأثير صنّاع المحتوى في تشكيل الرأي العام
- 30.....المبحث الثاني: الأساليب الإعلامية لصنّاع المحتوى في تغطية القضية الفلسطينية
- 30.....المطلب الاول : التغطية الميدانية المباشرة
- 31.....المطلب الثاني : السرد القصصي والبُعد الإنساني
- 31.....المطلب الثالث : إنتاج المحتوى القصير والمؤثر
- 32.....المبحث الثالث: التحديات التي تواجه صنّاع المحتوى العرب في دعم القضية الفلسطينية
- 32.....المطلب الاول : الرقابة الرقمية وحذف المحتوى
- 32.....المطلب الثاني : التهديدات الأمنية والملاحقة القانونية
- 34.....المطلب الثالث : نقص التمويل والاستدامة
- 34..... خلاصة :

الفصل الثالث: الإعلام العربي الكلاسيكي والقضية الفلسطينية

- 37..... تمهيد:
- 38.....المبحث الأول: تعريف الإعلام العربي الكلاسيكي وسياقه التاريخي
- 38.....المطلب الاول : تعريف الإعلام العربي الكلاسيكي
- 38.....المطلب الثاني : السياق التاريخي لتغطية القضية الفلسطينية
- 39.....المطلب الثالث : العلاقة بين الإعلام الرسمي والحكومات
- 40.....المبحث الثاني: آليات تغطية القضية الفلسطينية في الإعلام الكلاسيكي
- 40.....المطلب الاول : التغطية الإخبارية للأحداث الفلسطينية
- 41.....المطلب الثاني : البرامج الحوارية والوثائقيات
- 41.....المطلب الثالث : تغطية العدوان والحروب
- 43.....المبحث الثالث: التحديات والانتقادات الموجهة للإعلام الكلاسيكي
- 43.....المطلب الاول : التسييس وضعف الاستقلالية
- 43.....المطلب الثاني : منافسة الإعلام الجديد وفقدان التأثير
- 44.....المطلب الثالث : الحاجة إلى إصلاح شامل
- 45..... خلاصة :

الجانب الميداني :

الفصل لاول : إجراءات البحث الميداني

1. الدراسة الاستطلاعية (كلية الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط) 49
2. التعريف بميدان الدراسة (كلية الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط) 49
3. المجال الزمني والمكاني للدراسة 49
4. المنهج المتبع في الدراسة (المنهج الوصفي التحليلي) 49
5. ضبط متغيرات الدراسة 50
6. أدوات الدراسة (الاستبيان / المقابلة) 50
7. الشروط العلمية لأدوات الدراسة 50
8. عينة الدراسة 50
9. الاساليب والبرامج المستخدمة في المعالجة الإحصائية 51

الفصل الثاني : عرض ومناقشة نتائج الدراسة

- 1/ مناقشة وتحليل نتائج الدراسة : 58
- مناقشة وتحليل نتائج البيانات الشخصية : 58
- عرض ومناقشة نتائج محاور الاستبيان 62
- عرض ومناقشة نتائج المحور الاول : التغطية الإعلامية العربية الكلاسيكية للقضية الفلسطينية 72
- عرض ومناقشة نتائج المحور الثاني : دور صناع المحتوى العرب في تغطية القضية الفلسطينية 75
- عرض ومناقشة نتائج المحور الثالث : المقارنة بين الإعلام العربي الكلاسيكي وصناع المحتوى خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
- عرض ومناقشة نتائج المحور الرابع : التفاعل الطلابي والإعلامي مع القضية خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
- 2/ مناقشة وتفسير نتائج الدراسة 81
- 3/ التحليل والتفسير العام لمحاور الاستبيان 81
- 4/ الاستنتاج العام وتفسير نتائج الفرضيات 82
- الخاتمة : 76
- التوصيات والاقتراحات: 77
- قائمة المراجع باللغة العربية : 80
- الملاحق : 84

مقدمة

مقدمة

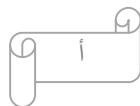
مُقَدِّمَةٌ:

تُعدّ القضية الفلسطينية من أقدم وأعقد القضايا السياسية في التاريخ المعاصر، إذ لم تشهد نزاعاً إقليمياً استمر بهذا الزخم السياسي والعاطفي والإعلامي لعقود طويلة كما شهدته فلسطين. فهي ليست مجرد قضية احتلال واستعمار استيطاني، بل هي قضية شعب يسعى للحرية والكرامة واسترجاع حقوقه المسلوبة، وسط صمت دولي وتواطؤ استعماري طالما ساهم في تعقيد الأزمة بدل حلّها.

لقد كان للإعلام بمختلف أنواعه دورٌ محوري في تشكيل الرأي العام حول هذه القضية، من خلال إبراز الحقائق أو تزييفها، توجيه الخطاب أو مصادرته. وبينما ظلت وسائل الإعلام العربية الكلاسيكية ملتزمة إلى حد بعيد بالخطاب الرسمي والسياسي للدول، فإن بروز فئة جديدة من الفاعلين في الحقل الاتصالي، وهم صنّاع المحتوى الرقمي، قد أعاد رسم المشهد الإعلامي وأعطى للقضية الفلسطينية صوتاً شعبياً، عاطفياً، وميدانياً في أحيان كثيرة.

في هذا السياق، تأتي هذه الدراسة الأكاديمية لتسلّط الضوء على الفروقات الجوهرية في تمثيل القضية الفلسطينية بين الإعلام العربي التقليدي وصنّاع المحتوى العربي، وذلك من خلال مقارنة خطاب كل منهما وتحليل تأثيره على وعي طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط كنموذج تحليلي. كما تسعى هذه الدراسة إلى فهم كيف يتفاعل الجيل الجامعي مع هذه التمثيلات الإعلامية المتعددة، ومن أي مصدر يستقي تصوراتَه بشأن أحد أعقد القضايا في الوطن العربي.

وتندرج هذه الدراسة ضمن التوجهات الحديثة في علوم الإعلام والاتصال، التي تهتم بدراسة أثر الإعلام الرقمي، والانتقال من المركزية الإعلامية إلى اللامركزية التفاعلية التي يمثلها الإعلام الجديد، خاصة في زمن التحولات الرقمية الكبرى



الجانب التمهيدي

الإطار المنهجي للدراسة

الجانب التمهيدي : الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد:

تُعد القضية الفلسطينية من أكثر القضايا حضورًا في وجدان الشعوب العربية والإسلامية، لما تحملها من رمزية دينية وتاريخية وسياسية، وقد كانت محط اهتمام وسائل الإعلام منذ نشأتها. ومع تطور البيئة الاتصالية، برز جيل جديد من المؤثرين وصناع المحتوى على المنصات الرقمية، باتوا يلعبون دورًا بارزًا في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، خاصة في أوساط الشباب.

وتقف هذه الدراسة عند التفاعل الإعلامي العربي مع القضية الفلسطينية، من خلال مقارنة بين أداء الإعلام الكلاسيكي العربي من جهة، والمحتوى الذي يصنعه المؤثرون وصناع المحتوى من جهة أخرى، وذلك من خلال رصد تمثيلات هذه الظاهرة لدى عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط.

1- الإشكالية:

تعدّ القضية الفلسطينية من القضايا المركزية في الوجدان العربي والإسلامي، ومن أبرز القضايا التي رافقت تطورات المشهد الإعلامي العربي منذ عقود. فقد شكّلت هذه القضية محوراً رئيسياً في السياسات التحريرية لوسائل الإعلام العربية التقليدية، التي طالما خصّصت لها تغطيات موسّعة، وتحليلات معمقة، ونشرات دورية، خصوصاً خلال فترات التصعيد والاعتداءات الإسرائيلية على الفلسطينيين. غير أن التحوّلات التي شهدتها الإعلام في العقدین الأخيرين، مع بروز وسائل الإعلام الرقمية، وصعود "صنّاع المحتوى" كمؤثرين مستقلين، دفعت إلى إعادة النظر في الأدوار الإعلامية التقليدية، بل وأعدت ترتيب أولويات الجمهور، خصوصاً فئة الشباب الجامعي.

لقد أصبح من الواضح أن تأثير الإعلام العربي الكلاسيكي (التلفزيون، الصحف، الإذاعة) أخذ في التراجع، نتيجة عدة عوامل، أهمها: اعتماده على الخطاب الرسمي، بطء تفاعله مع المستجدات، وضعف التشاركية في مضامينه. بالمقابل، برز صنّاع المحتوى العرب على منصات مثل "يوتيوب"، "إنستغرام"، "تيك توك"، و"فيسبوك"، كأصوات إعلامية بديلة، تنقل الرواية الفلسطينية بطريقة مباشرة، عاطفية، وبصرية، ما جعلهم أكثر قرباً من الجمهور، وأكثر تأثيراً في تشكيل الرأي العام.

التساؤل العام :

كيف تُطرح القضية الفلسطينية لدى صنّاع المحتوى العرب مقارنة بالإعلام العربي الكلاسيكي ؟

❖ الأسئلة الفرعية:

1. كيف تناول صنّاع المحتوى العرب القضية الفلسطينية ؟
2. كيف يتناول الإعلام الكلاسيكي العربي القضية الفلسطينية؟
3. هل يوجد تكامل أم تناقض بين الخطابين الإعلاميين الكلاسيكي والرقمي؟

2-الفرضيات:**الفرضية العامة :**

هناك تفاوتاً في فعالية تناول القضية الفلسطينية بين صنّاع المحتوى العرب والإعلام العربي الكلاسيكي، من حيث الخطاب، التأثير، القرب من الجمهور، والتفاعل الجماهيري
الفرضيات الجزئية :

1. الإعلام الكلاسيكي العربي ما يزال يحافظ على دور تقليدي في تغطية القضية الفلسطينية، مع ميل إلى الخطاب الرسمي.
2. صنّاع المحتوى العرب يقدمون معالجة أكثر قرباً وواقعية للقضية، وتفاعلهم أقوى مع
3. صنّاع المحتوى يلعبون دوراً موازياً وربما بديلاً عن الإعلام الكلاسيكي في التأثير على الرأي العام الجامعي.

3-تحديد مصطلحات الدراسة:

أ - القضية الفلسطينية

● لغة:

كلمة القضية في اللغة العربية مشتقة من الفعل "قَضَى"، وتعني الأمر أو المسألة التي يُحْتَكَمُ فيها أو يُفَصَّلُ فيها أمام جهة مختصة، وهي تعني أيضًا الشأن أو الأمر المهم.

جاء في لسان العرب لابن منظور:

"القضية: ما يُقضى فيه، وكل أمر يُتَنَازَعُ فيه ويُطَلَبُ فيه الحكم فهو قضية".¹

● اصطلاحاً:

القضية الفلسطينية هي الصراع التاريخي والسياسي والاجتماعي الذي نشأ نتيجة الاحتلال الصهيوني لأرض فلسطين، وما نتج عنه من تهجير قسري للشعب الفلسطيني، وانتهاك لحقوقه الوطنية والإنسانية، وتعد من أبرز القضايا الدولية المعاصرة لما تحمله من أبعاد دينية وسياسية وإنسانية.

وجاء تعريفها في كتاب "القضية الفلسطينية" لـ د. محسن محمد صالح كما يلي:

"القضية الفلسطينية هي قضية شعب عربي مسلم احتلت أرضه فلسطين، وتم تهجيره قسراً، وهي قضية تحرر وطني لشعب يسعى لاستعادة حقوقه المشروعة في وطنه، وإقامة دولته المستقلة".²

ب - صناع المحتوى العرب

أولاً: تعريف "صناع المحتوى العرب" لغةً

صُنَاع: جمع صانع، وهو الشخص الذي يقوم بعمل شيء بطريقة مدروسة أو يدوية أو فكرية.

المحتوى: من مادة "حَوَى"، ويقصد به ما يحتويه الشيء. في اللغة الحديثة، المحتوى هو مضمون النص أو الرسالة أو الوسيلة الإعلامية.

¹ - ابن منظور، لسان العرب، دار صادر - بيروت، الطبعة الأولى، مجلد 15، ص: 06

² - صالح، محسن محمد. القضية الفلسطينية: خلفياتها التاريخية وتطوراتها المعاصرة، المركز العربي للدراسات الإنسانية، الطبعة السابعة، 2020، ص: 12.

العرب: نسبة إلى الأمة العربية، وهم الناطقون باللغة العربية وينتمون إلى الدول العربية¹.

ج - الإعلام العربي الكلاسيكي

● لغة:

الإعلام من الفعل "أَعْلَمَ"، أي أخبر وبيّن.

قال ابن منظور في "لسان العرب":

"الإعلام: الإخبار بالشيء وجعله معلوماً للناس"².

● اصطلاحاً:

الإعلام الكلاسيكي (أو التقليدي) هو:

"الوسائل المعتمدة على البث الجماهيري التقليدي، كالراديو، الصحف، والتلفزيون، والتي تتسم باتجاه أحادي في نقل الرسائل من المرسل إلى الجمهور، مع سيطرة مؤسسات الدولة أو جهات خاصة على المحتوى"³.

● إجرائياً (Operational Definition):

يُقصد بـ "الإعلام العربي الكلاسيكي" إجرائياً في البحوث الإعلامية:

"مجموعة الوسائط المؤسسية (الصحف، الإذاعة، التلفزيون الرسمي والخاص) التي تعمل وفق أنظمة تحريرية تقليدية، وتستخدم اللغة العربية، وتُدار غالباً ضمن إطار تنظيمي رسمي أو شبه رسمي في الدول العربية، وتُوظف أساساً لأغراض إعلامية، تثقيفية، أو سياسية وفق أجنداث محلية أو قومية"⁴.

4-النموذج المفاهيمي:

يعتمد هذا البحث على مقارنة وظيفية بين نموذجين إعلاميين:

¹ - ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط1، مجلد 2، مادة "صنع" ومادة "حوى".

² - ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، الطبعة الأولى، مجلد 12، مادة "علم"، ص: 609.

³ - الزين، محمد شومان. مدخل إلى دراسات الإعلام، دار الفارابي، بيروت، 2018، ص: 85.

⁴ - علي، عبد الرزاق. الإعلام في الوطن العربي: بين التقليد والتجديد، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 20، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 2020، ص: 33.

- الإعلام الكلاسيكي، ذو الطابع المؤسسي الرسمي، الذي يتبنى غالبًا الخطاب السياسي العربي الرسمي.
- الإعلام الرقمي، الممثل في صناع المحتوى المستقلين، الذين ينقلون أحداث فلسطين بأساليب إبداعية وشخصية.

يتم تحليل التلقي الجماهيري (طلبة الإعلام) لهذين النموذجين، ومدى تأثير كل منهما على تشكيل الوعي السياسي والوجداني بالقضية الفلسطينية.

5-أسباب اختيار الموضوع:

●أسباب ذاتية:

- اهتمام الباحث الشخصي بالقضية الفلسطينية كقضية مركزية في الضمير العربي.
- التوجه الأكاديمي في مجال الإعلام والاتصال، والرغبة في فهم ديناميكيات التأثير الإعلامي.

●أسباب موضوعية:

- راهنية الأحداث في فلسطين وتجدد الهبة الجماهيرية في العالم العربي عبر منصات التواصل.
- ملاحظة الفجوة بين الإعلام التقليدي والمحتوى الرقمي، وضرورة تحليلها علميًا.
- قلة الدراسات الأكاديمية المقارنة بين الإعلام الرسمي وصناع المحتوى في هذا السياق.

6-أهداف الدراسة:

- تحليل كيفية تناول القضية الفلسطينية في الإعلام الكلاسيكي العربي.
- دراسة خصائص تناول صناعات المحتوى العرب للقضية.
- قياس تمثيلات الجيل الجامعي لهذه التغطيات المختلفة.
- المقارنة بين الأثر الإعلامي لكلا الطرفين.
- تقديم تصور علمي لتكامل الأدوار الإعلامية حول القضية الفلسطينية.

7-أهمية الدراسة:

- تسهم في رصد التحولات في الخطاب الإعلامي العربي حول فلسطين.
- تساهم في فهم موقع الإعلام الرقمي في التأثير السياسي وال جماهيري.
- تتيح الوقوف على آراء الجيل الجامعي، الذي يمثل جمهور المستقبل.
- قد توجه المؤسسات الإعلامية لتحسين معالجتها للقضايا القومية الكبرى.

8-الدراسات السابقة:**الدراسات الجزائرية:****الدراسة الاولى :**

بوخميس أمينة (2021) معالجة القنوات التلفزيونية الجزائرية للقضية الفلسطينية –

قناة الجزائرية الثالثة أنموذجًا، جامعة الجزائر 3، ماستر إعلام.

- الهدف: قياس كيفية تغطية القناة للأحداث بفلسطين.

- النتائج: اعتماد أسلوب تقريرى محدود، ضعف التحليل السياسي.

الدراسة الثانية :

عطية فاطمة الزهراء (2020) القضية الفلسطينية في الصحافة الجزائرية – دراسة تحليلية لجريدة الشروق اليومي، جامعة باتنة 1، ماستر صحافة.

- النتائج: غلبة الطابع الشعائري، ضعف المتابعة اليومية.

الدراسات العربية :

الدراسة الاولى :

خالد عبد اللطيف (2019) القضية الفلسطينية في محتوى القنوات الفضائية العربية – قناة الجزيرة نموذجًا، جامعة القاهرة، دكتوراه إعلام.

- النتائج: تركيز على الأخبار العاجلة، غياب العمق الاستقصائي.

الدراسة الثانية :

منال أبو ريا (2022) تأثير الإعلام الرقمي على وعي الشباب العربي بالقضية الفلسطينية، جامعة بيرزيت، ماستر إعلام رقمي.

- النتائج: حضور قوي للمحتوى المؤثر من صناعات المحتوى الفلسطيني.

الدراسات الاجنبية :

الدراسة الاولى :

Smith, James (2020): *Digital Advocacy for Palestine: A Social Media Case Study*, University of London, MA in Media Studies.

○ **النتائج:** صناع المحتوى الفلسطينيون يمارسون ضغطاً عالمياً ضد الرواية الصهيونية.

الدراسة الثانية :

Ali, Noor (2021): *The Role of Independent Content Creators in Political Activism – The Case of Palestine*, University of Toronto, PhD Communication.

○ **النتائج:** وسائل التواصل ساهمت في خلق رواية بديلة، يتبناها الشباب.

التعليق على الدراسات السابقة :

رغم أهمية هذه الدراسات، إلا أن معظمها يركز إما على الإعلام الكلاسيكي أو على المنصات الرقمية بشكل منفصل، بينما تقتصر الساحة البحثية لدراسات مقارنة بينهما في السياق الفلسطيني خاصة على عينة جامعية عربية. كما أن غياب المقاربة الميدانية في بعضها يحول دون فهم واقعي للتلقي الطلابي.

9- صعوبات الدراسة:

- محدودية التغطية الموضوعية للقضية الفلسطينية في بعض الوسائل.
- صعوبة تصنيف صناعات المحتوى المؤثرين بدقة.
- وجود انحيازات مسبقة لدى بعض الطلبة تجاه وسائل الإعلام.
- عدم توفر قاعدة بيانات موحدة عن الإنتاج الإعلامي الفلسطيني الرقمي.

10- المقاربة النظرية:

تعتمد الدراسة على ثلاث مقاربات:

1. مقارنة تحليل الخطاب: لفهم طبيعة الرسائل الإعلامية المقدمة حول فلسطين.
2. مقارنة التأثير الإعلامي: لقياس مدى التأثير في وعي المتلقين.
3. مقارنة المقارنة الإعلامية: لتحديد الفروقات البنوية والوظيفية بين الإعلام التقليدي وصناعات المحتوى.

خلاصة:

يشكل هذا الجانب التمهيدي مدخلاً نظرياً وتبريراً للدراسة، التي تروم استكشاف وتحليل معالجة القضية الفلسطينية من زاويتين إعلاميتين مختلفتين، في ظل تحولات المشهد الإعلامي العربي، ووعي شبابي متجدد يتفاعل مع فلسطين من منصات متعددة.

القضية الفلسطينية

– أبعادها التاريخية

والسياسية والإعلامية

تمهيد:

تُعد القضية الفلسطينية من أكثر القضايا مركزية في الوعي العربي والإسلامي، حيث تجمع بين البعد التاريخي والديني والسياسي، وتشكل رمزاً لمقاومة الاحتلال والظلم الاستعماري. ومنذ نشأتها في بدايات القرن العشرين، تطورت هذه القضية تبعاً للتحويلات الدولية، وتعددت أساليب تناولها بين الإعلام التقليدي وصناع المحتوى الرقمي في العصر الحديث. يهدف هذا الفصل إلى تناول السياق التاريخي والسياسي والإعلامي الذي ساهم في تشكيل معالم هذه القضية، من خلال ثلاثة مباحث رئيسية.

المبحث الأول: الإطار التاريخي للقضية الفلسطينية

المطلب الأول: تعريف القضية الفلسطينية وبدايات الاستعمار الصهيوني في فلسطين

تعريف القضية الفلسطينية

أولاً: التعريف اللغوي

تُشتق كلمة قضية من الجذر الثلاثي (ق-ض-ي)، وتعني في اللغة العربية المسألة التي يُتنازع فيها، أو الأمر الذي يُحكم فيه، ويُطلق على الشأن العام أو الموضوع محلّ الاهتمام الاجتماعي والسياسي أما فلسطين فهي اسم علم جغرافي يُطلق على المنطقة التاريخية الواقعة شرق البحر¹ الأبيض المتوسط، والتي تضم حالياً الأراضي المحتلة في الضفة الغربية، قطاع غزة، وأراضي 1948، بذلك، يمكن القول إن:

أولاً: القضية الفلسطينية لغويًا هي المشكلة أو المسألة المتعلقة بأرض فلسطين وشعبها، وما نشأ حولها من صراع سياسي وتاريخي طويل الأمد.

ثانياً: التعريف الاصطلاحي

اصطلاحاً، تشير القضية الفلسطينية إلى الصراع القائم منذ نهاية القرن التاسع عشر بين سكان فلسطين العرب من جهة، والحركة الصهيونية المدعومة من القوى الاستعمارية من جهة أخرى، والذي تطور إلى صراع شامل بعد تأسيس دولة إسرائيل عام 1948، وتهجير أغلب السكان الفلسطينيين قسراً من أرضهم، وتتضمن هذه القضية جملة من الأبعاد، أهمها:

¹ - عبد الوهاب الكيالي، تاريخ فلسطين الحديث، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2005، ص22.

- الاحتلال العسكري المستمر للأراضي الفلسطينية.
- التهجير القسري لما يزيد عن 750 ألف فلسطيني عام 1948.
- الاستيطان الذي يسعى لتغيير البنية الديموغرافية للأرض.
- النكبات المتكررة التي تعرّض لها الشعب الفلسطيني، مثل نكبة 1948، ونكسة 1967.
- حرمان الفلسطينيين من حقوقهم الوطنية والسياسية، بما فيها حق العودة وتقرير المصير.

تُعدّ القضية الفلسطينية اليوم من أطول وأعقد قضايا الاحتلال في التاريخ الحديث، ويُنظر إليها باعتبارها قضية تحرر وطني، وقضية عدالة دولية تتقاطع فيها المصالح الإقليمية والدولية، وتحمل بُعدًا إنسانيًا وأخلاقيًا عميقًا.

بدايات الاستعمار الصهيوني في فلسطين

تعود جذور المشروع الصهيوني إلى أواخر القرن التاسع عشر مع تأسيس الحركة الصهيونية في مؤتمر بال عام 1897 بقيادة تيودور هرتزل، والتي دعت إلى إقامة وطن قومي لليهود في فلسطين، باعتبارها "أرض الميعاد" حسب الرؤية الدينية اليهودية. وقد استغلت هذه الحركة الأوضاع السياسية المتدهورة في الدولة العثمانية، والتواطؤ الأوروبي لتشجيع هجرة اليهود إلى الأراضي الفلسطينية¹.

شهدت تلك الفترة محاولات مبكرة لشراء الأراضي وطرد الفلاحين الفلسطينيين منها، حيث ظهرت جمعيات استيطانية مثل "أحوزات بايت" و"شركة الاستعمار اليهودي"، التي لعبت دورًا رئيسيًا في الاستيلاء على الأراضي الزراعية الفلسطينية. كما أنشأ الصهاينة

¹ - عبد الوهاب الكيالي، *تاريخ فلسطين الحديث*، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2005، ص 22.

مؤسسات مالية لتوفير الدعم المالي للمستوطنين، ما أدى إلى تقليص المساحة التي يملكها الفلسطينيون تدريجيًا.

أمام هذا التوسع الاستيطاني، نشأت مقاومة فلسطينية مبكرة تمثلت في ثورات الفلاحين، وحركات شعبية مثل ثورة البراق (1929) وثورة 1936، والتي شكلت مؤشرًا على وعي الفلسطينيين بخطورة المشروع الصهيوني منذ بداياته.

المطلب الثاني : وعد بلفور والانتداب البريطاني

في عام 1917، أصدر وزير الخارجية البريطاني آرثر بلفور وعدًا للحركة الصهيونية ينص على دعم بريطانيا لإقامة وطن قومي لليهود في فلسطين، وهو ما عُرف بوعد بلفور الشهير. هذا التصريح القصير المكوّن من 67 كلمة كان له تأثير كبير على مسار القضية، لأنه أضفى شرعية دولية زائفة على طموحات الحركة الصهيونية¹.

مع بداية الانتداب البريطاني عام 1920، باتت فلسطين تحت إدارة استعمارية تسهّل للمشروع الصهيوني تحقيق أهدافه. فقد وفرت بريطانيا الغطاء القانوني لإنشاء الوكالة اليهودية، وأمدتها بالسلح والتدريب، كما منحت اليهود امتيازات على حساب السكان الفلسطينيين.

ورغم المواقف الراضية من قبل المجتمع الفلسطيني، عبر الاحتجاجات والثورات، إلا أن الآلة الاستعمارية كانت موجهة نحو قمع هذه التحركات، وتسهيل قيام الكيان الصهيوني. وقد شهدت هذه الفترة العديد من المذابح، كحادثة مسجد الخليل، وظهور التنظيمات الصهيونية المسلحة مثل الهاغاناه والأرغون.

¹ - محمد عزة دروزة، *حول القضية الفلسطينية*، دار القلم، بيروت، 1990، ص 39.

المطلب الثالث : نكبة 1948 وتأسيس إسرائيل

في 15 ماي 1948، أعلن ديفيد بن غوريون قيام دولة إسرائيل، عقب انسحاب بريطانيا من فلسطين، مستغلاً دعم الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي آنذاك. هذا الإعلان جاء بعد تنفيذ مخطط تطهيري واسع (خطة دالت)، أفضى إلى تهجير أكثر من 750 ألف فلسطيني من أراضيهم، وتدمير أكثر من 500 قرية فلسطينية.

المجازر التي ارتكبتها الجماعات الصهيونية كانت ممنهجة، وهدفت إلى بث الذعر بين السكان الفلسطينيين لدفعهم إلى الفرار، مثل مجزرة دير ياسين، ومجزرة الطنطورة، ومجزرة اللد. كما رافق إعلان قيام إسرائيل صدور قرار تقسيم فلسطين (قرار 181)، الذي تجاهل حق الفلسطينيين في تقرير مصيرهم¹.

ورغم اعتراف الأمم المتحدة بدولة إسرائيل، فإنها لم تعترف بحق العودة، ما أدى إلى أزمة لجوء فلسطيني لا تزال مستمرة حتى اليوم. شكّلت النكبة بداية لصراع طويل لم يتوقف، بل تكرر في الاحتلال الكامل لباقي أراضي فلسطين عام 1967.

¹ - وليد الخالدي، *قبل الشتات*، مؤسسة الدراسات الفلسطينية، بيروت، 1992، ص 117.

المبحث الثاني: الأبعاد السياسية للقضية الفلسطينية

المطلب الأول : موقف المجتمع الدولي

رغم أن القضية الفلسطينية نالت دعمًا واسعًا من الشعوب الحرة ومنظمات حقوق الإنسان، إلا أن الموقف الرسمي للمجتمع الدولي كان يتسم بازدواجية المعايير. صدرت عشرات القرارات الأممية التي تؤكد حقوق الشعب الفلسطيني في تقرير مصيره وعودة اللاجئين، مثل القرار 194 (1948)، والقرار 242 (1967) بعد احتلال الضفة وغزة، والقرار 338 (1973)، ولكن هذه القرارات لم تنفذ.

ويرجع ذلك إلى الفيتو الأمريكي المتكرر في مجلس الأمن، الذي أعاق تنفيذ هذه القرارات وحمى إسرائيل من المساءلة الدولية. كما أن التواطؤ الأوروبي مع إسرائيل تجلّى في صفقات الأسلحة، والتطبيع الاقتصادي، والدبلوماسي، مما جعل القانون الدولي أداة غير فعالة عند التطبيق في حالة فلسطين¹.

من جانب آخر، تسعى منظمات حقوقية مثل "هيومن رايتس ووتش" و"أمнести" إلى فضح جرائم الاحتلال، لا سيما بعد الحصار على غزة والمجازر المتكررة، لكنها تفتقد القوة التنفيذية. وبذلك، فإن المجتمع الدولي، رغم بياناته وتصريحاته، لم يرتقِ إلى مستوى الردع، بل ساهم في إدامة الاحتلال.

¹ UN Security Council Resolution 242, 1967. [4-1] Amnesty International, *Israel's Apartheid Against Palestinians*, 2022.

المطلب الثاني : المفاوضات واتفاقيات السلام

منذ انعقاد مؤتمر مدريد للسلام سنة 1991، دخلت القضية الفلسطينية في منعطف تفاوضي واسع النطاق، تمخض عنه توقيع اتفاقيات أوسلو سنة 1993، التي نصت على الاعتراف المتبادل بين منظمة التحرير الفلسطينية وإسرائيل، وتأسيس سلطة حكم ذاتي فلسطيني¹.

لكن هذه الاتفاقيات لم تحقق سلاماً عادلاً، بل رسخت الهيمنة الإسرائيلية على الأرض، حيث استمرت سياسات الاستيطان، وحصار غزة، ورفض عودة اللاجئين. كما قسمت الضفة الغربية إلى مناطق (A)، B، C، مما قيد حرية الحركة للفلسطينيين، وأبقى السيطرة الفعلية بيد الاحتلال.

الاتفاقيات كانت خاضعة لاختلال موازين القوى، وقد استثمرت إسرائيل هذا الضعف لفرض وقائع جديدة على الأرض، بينما لم تفلح القيادة الفلسطينية في ضمان التزامات ملموسة. من هنا، ينظر قطاع واسع من الفلسطينيين إلى هذه المفاوضات باعتبارها فاشلة، ولا تلبى الحد الأدنى من الحقوق الوطنية².

¹ - عزمي بشارة، المسألة الفلسطينية: من تحرير الأرض إلى تحرير الإنسان، المركز العربي للأبحاث، الدوحة،

2013، ص 143

² Edward Said, *The End of the Peace Process*, Vintage Books, 2001.

المطلب الثالث : الانقسام الفلسطيني الداخلي

منذ سنة 2007، دخلت الساحة الفلسطينية في حالة انقسام داخلي غير مسبوق، بعد الخلاف بين حركتي فتح وحماس، والذي أدى إلى انفصال جغرافي وإداري بين الضفة الغربية وغزة. هذا الانقسام أضعف الجبهة الداخلية، وشتت القرار السياسي، وأضر بصورة القضية أمام العالم.

أدى الانقسام إلى ظهور سلطتين متنافستين، وتوقف عمل المجلس التشريعي، وتعطل المسار الديمقراطي. كما انعكست حالة¹ الانقسام على الأوضاع الاجتماعية، فزادت البطالة، وانهارت البنية التحتية في غزة، وصار المواطن الفلسطيني ضحية الانقسام قبل الاحتلال.

من جهة أخرى، استغلت إسرائيل هذا الانقسام لتبرير فشل المفاوضات، وفرض الحصار على غزة، والتملص من المسؤوليات الدولية، بل روجت لخطاب "لا يوجد شريك فلسطيني موحد". وقد فشلت جميع المبادرات السابقة في إنهاء الانقسام، ما يطرح إشكالية غياب الإرادة السياسية².

¹ - محسن صالح، *الانقسام الفلسطيني وتأثيره على القضية الفلسطينية*، مجلة دراسات الشرق الأوسط، مجلد 13، العدد 2، 2021، ص64.

² - المركز الفلسطيني للدراسات، *تداعيات الانقسام الفلسطيني*، 2020.

المبحث الثالث: البعد الإعلامي في القضية الفلسطينية

المطلب الأول: تغطية الإعلام العربي التقليدي للقضية

لعب الإعلام العربي في خمسينيات وستينيات القرن الماضي دورًا تعبويًا كبيرًا في دعم القضية الفلسطينية، وكان يحمل طابعًا وحدويًا، حيث تبنت الدول العربية خطابًا رسميًا يدين الاحتلال ويدعم المقاومة. لكن هذا الزخم تراجع لاحقًا، خاصة بعد توقيع اتفاقيات السلام، وانشغال الدول العربية بقضاياها الداخلية.

اتسمت التغطية الإعلامية الرسمية بالمركزية والانتقائية، حيث تم التركيز على التصريحات الحكومية، والاجتماعات الرسمية، في حين غابت معاناة الفلسطينيين اليومية. وغالبًا ما كان الإعلام يتعامل مع القضية من منظور قومي بعيد عن التفاصيل الحقوقية. ومع صعود القنوات الفضائية، بقيت التغطية محكومة بسياسات التحرير للدولة المالكة، ما جعل الخطاب الإعلامي غير موحد، ومتفاوتًا بين إعلام مقاوم، وإعلام مهادن. كما أن بعض الأنظمة فرضت رقابة صارمة على المحتوى المؤيد للمقاومة، مما أدى إلى تغييب الأصوات الميدانية¹.

¹ - لطيفة أخرياش، الإعلام العربي وقضايا التحرر، دار الطليعة، بيروت، 2010، ص80.

المطلب الثاني : دور الإعلام الرقمي وصناع المحتوى

شهد العقد الأخير طفرة نوعية في استخدام الإعلام الرقمي لنصرة القضية الفلسطينية، خصوصاً مع انتشار الهواتف الذكية، وتطبيقات التواصل الاجتماعي، ما مكنّ النشطاء من توثيق الجرائم الإسرائيلية لحظة وقوعها. باتت فيديوهات الأطفال، وهدم البيوت، واستهداف المدنيين تنتشر في لحظات عبر تويتر، فيسبوك، وإنستغرام¹.

صناع المحتوى العرب، والفلسطينيون خصوصاً، قدموا صورة أكثر إنسانية وأقرب إلى الواقع، بعيداً عن الخطاب الرسمي. كما وظفوا تقنيات حديثة كالسرد القصصي الرقمي، والبودكاست، وصناعة الإنفوغراف، لجذب جمهور عالمي واسع.

هذا التحول الإعلامي أسهم في تغيير وعي الرأي العام العالمي، ودفع بعض الشخصيات الغربية لمناصرة فلسطين، كما ظهر في احتجاجات الأميركيين بعد أحداث حي الشيخ جراح، وعدوان 2021 على غزة. ومع ذلك، ما زالت هذه الجهود تواجه تقييداً من شركات التقنية الكبرى.

المطلب الثالث : التحديات الإعلامية في تغطية القضية

تواجه تغطية القضية الفلسطينية عدة تحديات بنيوية، أولها القيود المفروضة من قبل الاحتلال الإسرائيلي، مثل منع الصحفيين من دخول غزة، أو اعتقال مراسلين ميدانيين.

¹ Nour Ali, *Digital Resistance and the Palestinian Struggle*, Social Media Studies Journal, Vol. 4, Issue 1, 2022, p. 33

كما تستخدم إسرائيل تقنية حجب الإنترنت، ومهاجمة الأبراج الإعلامية، كما حدث في قصف برج الجلاء بغزة عام 2021.

أما على مستوى الإعلام الرقمي، فإن المحتوى الفلسطيني غالبًا ما يُحذف من المنصات الكبرى بدعوى مخالفته "سياسات النشر"، رغم أنه يوثق انتهاكات موثقة. كذلك، تعاني المؤسسات الإعلامية الفلسطينية من نقص في الموارد المالية والتدريب، مما يؤثر على جودة الإنتاج الإعلامي¹.

إضافة إلى ذلك، يواجه الصحفيون تهديدات بالقتل، والاعتقال، كما في حالة الشهيدة شيرين أبو عاقلة، والتي كشفت عن هشاشة الحماية الدولية للصحفيين في مناطق النزاع، وضعف مساءلة الاحتلال أمام القانون الدولي.

¹ - ريم عواضة، الإعلام الفلسطيني في مواجهة الرقابة والحذف الرقمي، مجلة الإعلام العربي، العدد 65، 2022،

خلاصة :

إنّ القضية الفلسطينية ليست مجرد نزاع إقليمي، بل هي قضية تحرر وكرامة وعدالة، تكشف عن اختلالات النظام الدولي وانحيازه الاستعماري. وقد أظهرت التحولات السياسية والإعلامية أن رواية الفلسطيني ما تزال تُهمّش، إلا أن صعود الإعلام الرقمي وصناع المحتوى العرب ساهم في إعادة طرح هذه القضية بلغة أكثر قربًا للجيل الجديد، ما يستدعي دعمًا مؤسسيًا وإعلاميًا أكبر لإبراز الحق الفلسطيني في وجه الاحتلال وتزييف الرواية التاريخية.

الفصل الثاني

صُنَاعُ المحتوى العرب

ودورهم

في القضية الفلسطينية

تمهيد:

شهد العالم العربي خلال العقد الأخير صعودًا ملحوظًا لدور صنّاع المحتوى الرقمي في التأثير على الرأي العام، وتشكيل التصورات حول قضايا مركزية مثل القضية الفلسطينية. وقد ساهمت الثورة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي في إعادة إحياء الخطاب الفلسطيني، بأساليب عصرية ومؤثرة، تتجاوز القوالب التقليدية للإعلام الكلاسيكي. أصبح صانع المحتوى فاعلاً اجتماعياً وإعلامياً جديداً، ينقل الأحداث لحظة بلحظة، ويخاطب الجماهير بلغتهم، مما يمنحه شرعية ومصداقية في أوساط واسعة من المتابعين. في هذا الفصل، نستعرض السياق العام لصنّاع المحتوى، ونحلل أساليبهم ومضامينهم، والتحديات التي تواجههم في تغطية القضية الفلسطينية.

المبحث الأول: نشأة وتأثير صنّاع المحتوى في العالم العربي

المطلب الأول : تعريف صنّاع المحتوى الرقمي

صانع المحتوى هو الفرد أو الفريق الذي يقوم بإنتاج ونشر محتوى رقمي عبر المنصات الإلكترونية مثل يوتيوب، إنستغرام، تيك توك، فيسبوك، تويتر، وغيرها، ويعتمد على أدوات رقمية بسيطة مثل الهاتف المحمول والكاميرا والمنصات السحابية. يهدف هذا المحتوى إلى التثقيف أو الترفيه أو التأثير في الرأي العام، ويتنوع بين المرئي والمسموع والمكتوب¹.

في سياق القضية الفلسطينية، ظهر صنّاع محتوى تخصصوا في تغطية أخبار فلسطين، أو الدفاع عن الرواية الفلسطينية، أو توثيق الاعتداءات الإسرائيلية بالصوت والصورة. وقد تطور هذا الدور بفعل تفاعل الجمهور، وسرعة الانتشار التي تتيحها المنصات الرقمية.

المطلب الثاني : العوامل المساعدة على بروز صنّاع المحتوى

ساهمت عدة عوامل في بروز صنّاع المحتوى العرب، منها:

- الانتشار الواسع للهواتف الذكية والإنترنت.

¹ - ناصر الهويمل، التحول الرقمي وصناعة المحتوى العربي، المجلة الدولية للإعلام الرقمي، العدد 5، 2021، ص14.

- ضعف الثقة في الإعلام الرسمي.
 - تعطش الجمهور لمحتوى بديل حر وواقعي.
 - الدعم الجماهيري للمبادرات الفردية.
 - وجود قضايا عادلة مثل فلسطين، تثير التعاطف وتخلق جمهورًا متفاعلًا¹.
- كما أن طبيعة المحتوى السريع والمباشر، واستخدام اللغة العامية، والسرد الشخصي، ساعد على تقريب صانع المحتوى من الجمهور، ومنحه مكانة شبيهة بالإعلامي أو الناشط السياسي.

المطلب الثالث : تأثير صُنَاع المحتوى في تشكيل الرأي العام

يملك صانع المحتوى قدرة مؤثرة على تشكيل الرأي العام، خاصة في أوساط الشباب الذين يهجرون الإعلام التقليدي. وتُظهر الدراسات أن المحتوى الذي يتضمن قصصًا واقعية، شهادات مباشرة، أو مشاهد صادمة، يحقق تفاعلًا واسعًا، ويؤثر في المواقف السياسية والاجتماعية.

¹ - رنا الحسيني، من الإعلام إلى التفاعل: صُنَاع المحتوى في الفضاء العربي، مركز دراسات الإعلام الجديد، 2022، ص30.

وقد تمكن صُنَاع المحتوى من توسيع دوائر التعاطف مع الفلسطينيين عالمياً، من خلال الترجمة، والنشر بلغات أجنبية، واستغلال الوسوم¹ (#FreePalestine) ، مما يجعل من تفاعلهم نوعاً من المقاومة الإعلامية الحديثة.

المبحث الثاني: الأساليب الإعلامية لصُنَاع المحتوى في تغطية القضية الفلسطينية

المطلب الاول : التغطية الميدانية المباشرة

يعتمد العديد من صُنَاع المحتوى الفلسطينيين والعرب على التغطية الميدانية للأحداث في الضفة الغربية، غزة، القدس، ومخيمات الشتات. وغالباً ما يستخدمون البث المباشر لتوثيق الانتهاكات، مما يضع المتابع أمام الحدث لحظة وقوعه.

ويُعدّ هذا الأسلوب فاعلاً لعدة أسباب²:

- يكشف الرواية الحقيقية قبل أن تُفلتر من الإعلام الرسمي.
- يمنح الضحايا صوتاً مباشراً.
- يُخرج الإعلام الغربي المنحاز لإسرائيل.

¹ Khaled Elgindy, **Digital Narratives and the Palestinian Struggle**, Middle East Media Review, Vol. 7, No. 2, 2023, p. 44.

² Nour Ali, **Live Streaming the Occupation: Palestinian Influencers and Digital Resistance**, Social Media Studies Journal, Vol. 4, Issue 1, 2022, p. 52.

وقد لعب هذا الأسلوب دورًا مهمًا خلال أحداث حي الشيخ جراح في القدس سنة 2021، حيث وثّق صانعو المحتوى مشاهد الطرد والاعتداءات، ما فجّر موجة تضامن عالمية.

المطلب الثاني : السرد القصصي والبُعد الإنساني

تستخدم فئة واسعة من صُنَاع المحتوى أسلوب السرد القصصي لعرض المعاناة اليومية للفلسطينيين، سواء عبر شهادات العائلات، الأطفال، أو المصابين. ويُعدّ هذا الأسلوب فعالاً لأنه يحفّز التعاطف، ويكسر الحواجز الثقافية، ويُظهر¹ الجانب الإنساني خلف الأرقام والإحصائيات.

كما يلجأ صانعو المحتوى إلى توثيق القصص الإيجابية، مثل نجاحات الأسرى المحررين، أو تحديات الشباب الفلسطيني، بهدف خلق توازن بين الأمل والألم.

المطلب الثالث : إنتاج المحتوى القصير والمؤثر

من أكثر الأساليب انتشارًا بين صُنَاع المحتوى، إنتاج مقاطع قصيرة (Reels) ، (Shorts، TikToks)، لا تتجاوز الدقيقة، لكنها محمّلة بمضامين قوية، وصور مؤثرة، وموسيقى معبّرة. هذا الشكل السريع يواكب إيقاع العصر، ويُسهل الانتشار الفيروسي².

¹ - مروة أبو زيد، السرد الرقمي في مقاومة الاحتلال: حالة فلسطين، مجلة السرد العربي، العدد 6، 2022، ص 91.

² - هالة كيوان، المحتوى المختصر والتأثير العاطفي في الخطاب الرقمي، المجلة العربية للإعلام الرقمي، العدد 9، 2023، ص 64.

ويعتمد صُنَاع المحتوى على أساليب المونتاج البسيط، والتكرار، والعناوين الجذابة، بهدف إيصال الرسالة في وقت وجيز. وقد أظهرت الإحصاءات أن هذه المقاطع تحقق نسب تفاعل تفوق ما تحققه التقارير الإخبارية الطويلة.

المبحث الثالث: التحديات التي تواجه صُنَاع المحتوى العرب في دعم القضية الفلسطينية

المطلب الاول : الرقابة الرقمية وحذف المحتوى

تواجه الحسابات المؤيدة لفلسطين تضييقاً من قبل المنصات الكبرى مثل فيسبوك، إنستغرام، ويوتيوب، حيث يتم حذف المحتوى أو تقييد الوصول إليه، بذريعة خرق سياسات النشر. وتشير تقارير إلى وجود تعاون بين هذه المنصات والحكومة الإسرائيلية في تصنيف المحتوى الفلسطيني على أنه "تحريضي"¹.

هذا النوع من الرقابة يُضعف من قدرة صُنَاع المحتوى على الوصول إلى جمهورهم، ويدفعهم أحياناً لتغيير المصطلحات أو التحايل على الخوارزميات.

المطلب الثاني : التهديدات الأمنية والملاحقة القانونية

يتعرض العديد من صُنَاع المحتوى، خاصة الفلسطينيين داخل الأراضي المحتلة، للاعتقال أو الاستدعاء من قبل قوات الاحتلال، بتهم مثل "التحريض" أو "تشويه صورة

¹ 7amleh – The Arab Center for the Advancement of Social Media, The Index of Racism and Incitement 2022, p. 37.

الجيش¹ الإسرائيلي". كما يتعرض بعضهم للتهديد من جهات غير رسمية أو جماعات ضغط.

حتى في الدول العربية، يواجه البعض ملاحقات أمنية أو سياسية، خاصة إن تطرّقوا لقضايا التطبيع أو انتقدوا السياسات الرسمية. ما يضع صنّاع المحتوى أمام خطر دائم بين حرية التعبير والسلامة الشخصية.

المطلب الثالث : نقص التمويل والاستدامة

تعاني معظم المبادرات الفردية لصنّاع المحتوى من غياب التمويل، ما يعيق قدرتها على الاستمرار، وتطوير أدواتها التقنية. كما يفتقر العديد منهم إلى التدريب المهني في مجالات الإنتاج، الأمن الرقمي، وصياغة الرسائل المؤثرة.

وغالبا ما يعتمد صنّاع المحتوى على مجهود شخصي، ما يجعله عرضة للإرهاق، أو التوقف، أو الانسحاب أمام الضغوط. ومن هنا تظهر الحاجة إلى مؤسسات داعمة، وبيئة إعلامية حاضنة².

¹ - منظمة العفو الدولية، قمع المحتوى الفلسطيني عبر المنصات الرقمية، تقرير حقوق الإنسان 2023، ص45

² - ريم الديب، استدامة المبادرات الإعلامية الفردية في العالم العربي، المجلة الدولية لريادة الإعلام، العدد 4، 2023، ص77.

خلاصة :

برز صُنَاع المحتوى العرب كمكون إعلامي فاعل ومؤثر في نصره القضية الفلسطينية، حيث تمكنوا من كسر الحصار الإعلامي، وتقديم رواية شعبية حية، تخاطب الوجدان قبل العقل. ورغم التحديات الأمنية والرقابية، فقد شكلوا نموذجًا للمقاومة الرقمية، يستحق الاحتضان والتطوير. إن مستقبل دعم القضية الفلسطينية يعتمد إلى حد كبير على قدرة هؤلاء الفاعلين على الاستمرار، وبناء شبكات دعم، وتكوين خطاب رقمي متجدد قادر على مجابهة الرواية الصهيونية العالمية.

الفصل الثالث

الفصل الثالث: الإعلام
العربي الكلاسيكي والقضية
الفلسطينية

تمهيد:

لعب الإعلام العربي الكلاسيكي منذ نشأة القضية الفلسطينية، دورًا محوريًا في نقل أخبار الصراع وتشكيل الرأي العام العربي والدولي. لكن هذا الدور لم يكن ثابتًا، بل تأثر بالتحويلات السياسية، والتوجهات الرسمية للدول، وطبيعة الأنظمة الإعلامية في الوطن العربي. وقد شهد الإعلام العربي مراحل من الزخم والتراجع في تعامله مع القضية الفلسطينية، تبعًا للمتغيرات السياسية الإقليمية والدولية. ومع ظهور الإعلام الجديد، بدأت تظهر تساؤلات حول مدى فاعلية هذا الإعلام التقليدي في مناصرة القضية الفلسطينية، ومدى قدرته على الاستمرار كمصدر موثوق للجمهور في ظل منافسة الإعلام الرقمي. يهدف هذا الفصل إلى دراسة واقع الإعلام العربي الكلاسيكي في تعامله مع القضية الفلسطينية، من خلال ثلاث مباحث تشمل ملامح هذا الإعلام، آليات عمله، والتحديات التي تعترض أدائه وتأثيره.

المبحث الأول: تعريف الإعلام العربي الكلاسيكي وسياقه التاريخي

المطلب الأول : تعريف الإعلام العربي الكلاسيكي

يقصد بالإعلام العربي الكلاسيكي الوسائل الإعلامية التقليدية التي تشمل الصحف الورقية، الإذاعة، والتلفزيون الرسمي وشبه الرسمي، التي تملكها الدولة أو تخضع لرقابتها المباشرة. ويتسم هذا الإعلام بطابعه المؤسسي، ومحدودية حرية التعبير، واعتماده على الأخبار الرسمية والبيانات الحكومية. وفي معظم الدول العربية، يشكّل الإعلام الكلاسيكي جزءاً من أدوات السلطة، ويُستخدم للتعبير عن السياسات الوطنية والمواقف الرسمية، مما يقلل من استقلاليته المهنية¹.

رغم ذلك، كان لهذا الإعلام أثر كبير في تشكيل الوعي العربي تجاه فلسطين، خاصة في الفترات التي كان فيها الإعلام الأداة الوحيدة لنقل المعلومات. وقد تراوحت وظيفته بين التثقيف والتعبئة السياسية، لكنه اليوم يجد نفسه في موقف صعب أمام تسارع الإعلام البديل.

المطلب الثاني : السياق التاريخي لتغطية القضية الفلسطينية

منذ نكبة 1948، تركزت تغطية الإعلام العربي الكلاسيكي على الصراع العربي الإسرائيلي باعتباره قضية مصيرية للأمة، واعتمد خطاباً تعبويًا وحدويًا، خاصة في

¹ - جابر عصفور، الإعلام العربي التقليدي والتحويلات الحديثة، مجلة الثقافة والإعلام، العدد 15، 2020، ص12.

الخمسينيات والستينيات، حيث لعبت الإذاعات الوطنية دورًا بارزًا في تحفيز الجماهير، مثل إذاعة صوت العرب من القاهرة.

غير أن هذه التغطية بدأت تفقد زخمها تدريجيًا مع تراجع المشروع القومي العربي، وصعود أنظمة ذات توجهات براغماتية، لا تولي¹ القضية الفلسطينية نفس الأهمية، خاصة بعد توقيع اتفاقيات السلام مثل كامب ديفيد وأوسلو. ومنذ ذلك الوقت، تغيرت زاوية المعالجة الإعلامية، وأصبح التركيز ينصب على العملية السياسية والمفاوضات، أكثر من سرد الانتهاكات اليومية التي يتعرض لها الشعب الفلسطيني.

المطلب الثالث : العلاقة بين الإعلام الرسمي والحكومات

يخضع الإعلام العربي الكلاسيكي بدرجة كبيرة إلى سلطة الدولة، حيث يتم توجيه الخطاب الإعلامي بما يتماشى مع السياسات الخارجية والداخلية للدولة. وهذا ما يجعل التغطية الإعلامية للقضية الفلسطينية مرتبطة بالموقف السياسي للحكومة من الصراع، بل وتتحول أحيانًا إلى وسيلة لتميرير التطبيع أو تبرير الحياد.

وقد أدت هذه التبعية إلى تناقضات في التغطية، حيث تلتزم بعض القنوات الصمت في أوقات العدوان، بينما تقوم أخرى بتغطية متقدمة،² مما أدى إلى انقسام إعلامي عكسته طبيعة الأنظمة السياسية أكثر مما عبّر عن الموقف الشعبي. ولأن بعض الأنظمة تخشى

¹ - خالد منصور، تاريخ الإعلام العربي في تغطية القضية الفلسطينية، مركز دراسات الشرق الأوسط، 2019، ص33.

² - فؤاد بوعلي، الإعلام الرسمي والقرار السياسي في العالم العربي، دار الأمة، الرباط، 2021، ص58.

من إثارة التوترات الداخلية أو انتقاد سياساتها، فإنها تفرض على وسائل الإعلام الرسمية لغة حذرة ومعتدلة.

المبحث الثاني: آليات تغطية القضية الفلسطينية في الإعلام الكلاسيكي

المطلب الاول : التغطية الإخبارية للأحداث الفلسطينية

تعتمد المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية على وكالات الأنباء الرسمية والمراسلين الميدانيين في تغطية الأحداث، وغالبًا ما يتم نقل الخبر في إطار بروتوكولي، يفتقر إلى التفاصيل الإنسانية. ويلاحظ أن التغطية تركز على الأرقام والبيانات الرسمية دون التركيز على القصص الإنسانية والمعاناة اليومية للفلسطينيين¹.

كما تُفتقر نشرات الأخبار إلى المتابعة المستمرة، حيث تكتفي بتغطية الأحداث الكبرى، دون تحليل أو استقصاء لما يحدث بين فترات التصعيد. ويؤدي هذا الأسلوب إلى ضعف في التأثير، إذ يُشعر المتلقي بأن القضية بعيدة عن حياته اليومية، على عكس الإعلام الرقمي الذي يخلق حالة من التفاعل والتعاطف.

¹ - علي محرز، النمط الخبري في القنوات الرسمية العربية، المجلة الجزائرية للإعلام، العدد 27، 2022، ص44.

المطلب الثاني : البرامج الحوارية والوثائقيات

البرامج الحوارية في الإعلام العربي الكلاسيكي تمثل نافذة مهمة لنقاش القضايا المصيرية، ومنها القضية الفلسطينية، لكنها تعاني من غلبة الرأي الرسمي، وضعف تعدد وجهات النظر. وغالبًا ما يتم استضافة شخصيات حكومية أو خبراء محسوبين على خط الدولة السياسي.

أما الوثائقيات فهي نادرة الإنتاج، وتُثبت غالبًا في المناسبات، ما يحرم الجمهور من التوثيق المستمر والمتجدد للأحداث. وفي كثير من الأحيان، تفتقد هذه الوثائقيات إلى الجودة الفنية، أو تقف عند الماضي دون مواكبة التطورات الميدانية¹.

المطلب الثالث : تغطية العدوان والحروب

خلال العدوان الإسرائيلي على غزة، يركز الإعلام الكلاسيكي العربي على البيانات الرسمية واللقطات العامة، دون التعمق في الجانب الإنساني أو استضافة شهود عيان. وتُعاني التغطية من بطء في النقل، ومحدودية في استخدام الوسائط التفاعلية، مما يقلل من حجم التفاعل الشعبي.

¹ - ليلي الحاج، الوثائقي العربي والقضية الفلسطينية، مجلة الفيلم الوثائقي العربي، العدد 5، 2021، ص22.

كما يتم في بعض الحالات استخدام لغة محايدة أو مضللة، مثل وصف العدوان بـ"الاشتباكات" أو "التوترات"، دون تسمية المعتدي والمعتدى عليه. وهذا يضعف الرسالة الإعلامية، ويفقد الإعلام مصداقيته أمام الجمهور المتابع للمصادر الرقمية المباشرة.¹

¹ - مركز إعلام الشرق، تحليل تغطية القنوات العربية لعدوان غزة 2021، تقرير خاص، 2022.

المبحث الثالث: التحديات والانتقادات الموجهة للإعلام الكلاسيكي

المطلب الأول : التسييس وضعف الاستقلالية

أكبر تحدٍ يواجه الإعلام العربي التقليدي هو تبعيته السياسية، حيث يخضع لمقص الرقابة، ولا يستطيع تناول القضايا الحساسة بحرية. هذا التسييس يؤدي إلى تناقض في الخطاب الإعلامي، ويُفقد المصداقية، خصوصًا عندما يتناقض¹ مع الرأي الشعبي الداعم لفلسطين.

وقد أدى ذلك إلى عزوف الجمهور عن متابعة الإعلام الرسمي، ولجؤه إلى بدائل رقمية أكثر حرية وجرأة. كما أن الرقابة تمنع الصحفيين من المبادرة أو التحري، وتُجبرهم على الالتزام بالسردية الرسمية.

المطلب الثاني : منافسة الإعلام الجديد وفقدان التأثير

بات الإعلام الكلاسيكي في ظل تصاعد دور الإعلام الرقمي وصناع المحتوى يعاني من فقدان الجمهور الشاب، وتراجع نسب المشاهدة. فالمحتوى الرقمي أكثر تفاعلية وسرعة وتأثيرًا، وهو ما جعل كثيرًا من المتابعين يلجؤون إلى شبكات التواصل بدلًا من القنوات الرسمية.

¹ - أحمد الأزرق، حرية الإعلام في الدول العربية، مركز دراسات الحريات، القاهرة، 2020، ص35.

وقد كشفت الأحداث الكبرى أن صناعات المحتوى هم من يقودون التغطية أحياناً، بينما يتأخر الإعلام الكلاسيكي أو يُعيد نشر ما هو متداول رقمياً. وهذا التراجع يُظهر الحاجة إلى تطوير استراتيجيات إعلامية جديدة تستجيب لتحولات الجمهور¹.

المطلب الثالث : الحاجة إلى إصلاح شامل

أمام هذه التحديات، يُطالب العديد من المهنيين بضرورة إصلاح الإعلام الرسمي العربي، من خلال²:

- ضمان الاستقلالية التحريرية.
- تدريب الصحفيين على التغطية الميدانية المتقدمة.
- إدماج الوسائط الرقمية في الأداء الإعلامي.
- تعزيز حضور القضية الفلسطينية في البرامج اليومية.
- إشراك أصوات حرة وناشطين في التغطيات.

كما يُقترح إنشاء وحدات خاصة بالتغطية الفلسطينية في كل مؤسسة إعلامية عربية، تواكب التطورات الميدانية باستمرار، وتُقدّم محتوى تحليلياً وميدانياً، يحفظ للرواية الفلسطينية مصداقيتها.

¹ - نوال فقيه، الإعلام الكلاسيكي في عصر التحول الرقمي، المجلة اللبنانية للإعلام، العدد 11، 2021، ص71.

² - المركز العربي للإعلام، إصلاح الإعلام الرسمي في العالم العربي، تقرير سنوي، 2022.

خلاصة :

رغم التاريخ الطويل للإعلام العربي الكلاسيكي في نصرة القضية الفلسطينية، إلا أنه يعاني اليوم من تراجع التأثير، وسط هيمنة الإعلام الرقمي. ويظل دوره مهمًا إذا ما تم تحديثه، وتحريره من القيود السياسية، ليتحول إلى منصة حقيقية لنقل الحقيقة الفلسطينية، ومواجهة آلة التزييف الصهيونية. كما أن استعادة ثقة الجمهور تتطلب من هذا الإعلام أن يكون جريئًا، حرًا، متفاعلاً، وأقرب إلى نبض الشارع العربي، لا صوتًا تابعًا للأنظمة.

الجانب الميداني

الفصل الاول : إجراءات البحث الميدانية.

الفصل الثاني : عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية.

الفصل الاول

إجراءات البحث الميدانية

الجانب الميداني :

الفصل لاول : إجراءات البحث الميدانية

1. الدراسة الاستطلاعية (كلية الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط)

قبل الشروع في الدراسة الميدانية الفعلية، تم إجراء دراسة استطلاعية داخل كلية الإعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي بالأغواط، قصد اختبار فعالية أدوات البحث، ومدى وضوح الأسئلة، واستجابة الطلبة. وقد ساهمت هذه الدراسة في تعديل صياغة بعض الأسئلة، وتحديد طبيعة العينة المناسبة، كما وفرت تصورًا أوليًا حول مدى وعي الطلبة وتمثلاتهم المتعلقة بتغطية القضية الفلسطينية عبر مختلف الوسائط الإعلامية.

2. التعريف بميدان الدراسة (كلية الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط)

تُعدّ كلية الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط إحدى الكليات النشطة في مجال التكوين النظري والتطبيقي في مجالات الصحافة، العلاقات العامة، والإعلام الرقمي. تضم الكلية عددًا من الطلبة والأساتذة المتخصصين، كما تُنظم بانتظام ملتقيات وأيامًا دراسية، مما يجعلها بيئة مثالية لاختيارها ميدانًا للدراسة، خاصة أن موضوع القضية الفلسطينية يحظى باهتمام شريحة واسعة من الطلبة المهتمين بالإعلام السياسي والرقمي.

3. المجال الزمني والمكاني للدراسة

تمت الدراسة في الفصل الثاني من الموسم الجامعي 2025/2024، خلال الفترة الممتدة من شهر مارس إلى ماي 2025. وقد نُفذت الدراسة ميدانيًا داخل كلية الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط، من خلال توزيع الاستبيانات مباشرة على الطلبة في قاعات الدراسة ومرافق الكلية.

4. المنهج المتبع في الدراسة (المنهج الوصفي التحليلي)

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يُعدّ من أكثر المناهج ملاءمة في الدراسات الإعلامية. فهو لا يكتفي بوصف الظواهر الإعلامية والاتصالية، بل يسعى إلى تحليلها وتفسيرها وربطها بالسياقات الاجتماعية والثقافية. وقد مكّن هذا المنهج من تحليل

تمثلت الطلبة لوسائل الإعلام المختلفة في تغطية القضية الفلسطينية، مع التركيز على الفروق بين الإعلام الكلاسيكي وصنّاع المحتوى.

5. ضبط متغيرات الدراسة

- المتغير المستقل: نوع الوسيط الإعلامي (إعلام كلاسيكي / صنّاع المحتوى).
- المتغير التابع: تمثيلات واتجاهات طلبة الإعلام نحو القضية الفلسطينية.
- المتغيرات المتداخلة: الجنس، المستوى الدراسي، نوع الاستهلاك الإعلامي.

6. أدوات الدراسة (الاستبيان / المقابلة)

اعتمدت الدراسة على أداتين أساسيتين:

- الاستبيان: وُزِعَ على عينة من طلبة الإعلام والاتصال، وتضمّن مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة تغطي محاور متعددة حول تغطية القضية الفلسطينية.
- المقابلة: أُجريت بشكل محدود مع بعض الأساتذة والطلبة النشطين قصد تعميق فهم تمثيلات الطلبة وتحليل تفضيلاتهم الإعلامية.

7. الشروط العلمية لأدوات الدراسة

تم مراعاة الشروط المنهجية في تصميم الاستبيان والمقابلة:

- الصدق: تم التحقق من صدق المحتوى من خلال عرض الاستبيان على مختصين في مجال الإعلام.
- الثبات: تم تجريب الاستبيان في الدراسة الاستطلاعية للتأكد من ثبات نتائجه عند إعادة تطبيقه.
- الوضوح: صيغت الأسئلة بلغة بسيطة وسهلة مناسبة للمستوى الجامعي.

8. عينة الدراسة

تم اختيار عينة احتمالية عشوائية من طلبة كلية الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط، بلغ عددها 115 طالبًا، منهم:

• 65 طالبة (إناث)

• 50 طالبًا (ذكور)

9. الأساليب والبرامج المستخدمة في المعالجة الإحصائية

تم اعتماد برنامج **Microsoft Excel** في مرحلة أولى لتفريغ وترتيب البيانات، ثم تم استخدام برنامج **SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)** لإجراء التحاليل الإحصائية المتقدمة، نظرًا لما يوفره من دقة ومرونة في التعامل مع العينات والتكرارات.

الأساليب الإحصائية المعتمدة

تم استخدام الأدوات والوسائل الإحصائية التالية:

أولاً: التكرارات والنسب المئوية

النسبة المئوية (Percentage)

❖ تعريف:

النسبة المئوية تُستخدم لتوضيح حجم أو وزن فئة معينة من مجموع البيانات الكلي. وهي مفيدة خاصة في تحليل الأسئلة المغلقة ذات الخيارات المتعددة.

❖ القانون:

تُستخدم النسبة المئوية للتعبير عن عدد أو كمية ما باعتبارها جزءًا من مائة. ويُعبر عنها غالبًا بالرمز (%). ويُحسب ذلك باستخدام القانون التالي:

$$\text{النسبة المئوية} (\%) = \frac{\text{القيمة الجزئية}}{\text{القيمة الكلية}} \times 100$$

• حيث أن:

- -النسبة المئوية (%): تمثل نسبة الجزء إلى الكل.
- -القيمة الجزئية: هي الجزء المراد حساب نسبته من الكل.
- -القيمة الكلية: هي العدد أو الكمية الكلية.

ثانيًا: الوسط الحسابي (Mean)

- يُستخدم لحساب المعدل العام لاستجابات المبحوثين حول عبارة معينة.
- يساعد في معرفة الاتجاه العام نحو كل بند من بنود الاستبيان.

$$\frac{\text{مجموع القيم}}{\text{عدد القيم}} = \text{الوسط الحسابي}$$

$$\bar{x} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_n}{n} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

ثالثًا: الانحراف المعياري (Standard Deviation)

❖ تعريف:

هو مقياس لمدى تشتت البيانات حول المتوسط الحسابي. كلما كان الانحراف المعياري صغيرًا، دلّ ذلك على تجانس القيم.

❖ القانون: الانحراف المعياري:

وهو أهم مقاييس التشتت لأنه أدقها حيث يدخل استعماله في الكثير من قضايا التحليل الإحصائي والاختبار، ويرمز له بالرمز: ع، فإذا كان قليلاً أي قيمته صغيرة فإنه يدل على أن القيم متقاربة، والعكس صحيح.⁽¹⁾

هذه الصيغة ل: ع تكتب في حالة ما تكون العينة أقل من 30 لاعب وتكتب على الصيغة التالية:

$$ع = \sqrt{\frac{\sum (s - \bar{s})^2}{n - 1}}$$

حيث:

ع: تمثل الانحراف المعياري.

س: قيمة عددية (نتيجة الاختبار).

س: المتوسط الحسابي.

(1) نزار الطالب، محمود السامرائي: مبادئ الإحصاء والاختبارات البدنية والرياضية، دار الكتاب والطباعة والنشر، جامعة الموصل، 1975، ص 55.

ن: عدد العينة.

رابعًا: معامل الارتباط (Correlation)

- يُستخدم لفحص العلاقة بين متغيرين، مثل العلاقة بين عدد سنوات استخدام الوسائل الرقمية ومدى الرضا عن الاتصال الإداري.
- يساعد في فهم الروابط بين العناصر المؤثرة في الظاهرة المدروسة.

❖ القانون : معامل الارتباط (Correlation)

$$r = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 \sum (y_i - \bar{y})^2}}$$

معدل قيمة المؤشر خلال سنة معدل قيمة السهم خلال سنة

قيمة للمؤشر قيمة السهم

معامل بيرسون للارتباط

- لحساب قيمة معامل الارتباط مع المؤشر نحتاج الى بيانات سنة على الأقل للسهم وللمؤشر
- اذا كانت قيمة معامل الارتباط أعلى من 0.5 فهناك ارتباط طردي كبير بين السهم والمؤشر. يعني ان السهم يتبع المؤشر في حالة صعوده وهبوطه
- اذا كانت قيمة معامل الارتباط أقل من -0.5 فالسهم يرتبط مع المؤشر بشكل عكسي. أي ان السهم يخالف المؤشر في حالة الصعود والهبوط
- اذا كانت قيمة معامل الارتباط بين 0.5 و -0.5 فالسهم غير مرتبط بالمؤشر!
- يمكن حسابها بسهولة باستخدام البايثون python

عرض ومناقشة
نتائج الدراسة

أولاً/مناقشة وتحليل نتائج الدراسة :

مناقشة وتحليل نتائج البيانات الشخصية :

الجدول 1: المركب 1: الجنس × الجهة التي تعكس الواقع الفلسطيني بدقة

الجنس	الإعلام العربي الكلاسيكي	صناع المحتوى	الإعلام الفلسطيني المحلي	الإعلام الغربي
أنثى	27.78%	27.78%	22.22%	22.22%
ذكر	22.22%	33.33%	33.33%	11.11%
المجموع	25.00%	30.56%	27.78%	16.67%

القراءة الوصفية :

يعرض الجدول المركب توزيع تقييم أفراد العينة للجهة التي تعكس الواقع الفلسطيني بدقة، بحسب متغير الجنس. وتُظهر الأرقام تفاوتاً ملحوظاً بين الذكور والإناث في اختياراتهم. فعلى مستوى الإعلام العربي الكلاسيكي، تميل الإناث أكثر إلى اعتباره معبراً عن الواقع الفلسطيني بنسبة 27.78%، مقابل 22.22% فقط من الذكور. أما بخصوص صنّاع المحتوى، فيبدو أن الذكور يثقون بهم بدرجة أكبر (33.33%) مقارنة بالإناث (27.78%)، ما قد يشير إلى تقبل الذكور للأسلوب الرقمي والتفاعلي أكثر من الأسلوب التقليدي. ويلاحظ أيضاً أن الذكور يميلون أكثر إلى اعتبار الإعلام الفلسطيني المحلي الأقدر على عكس الواقع الفلسطيني، بنسبة 33.33%، وهي نسبة أعلى من تلك المسجلة لدى الإناث (22.22%)، ما قد يُفهم على أنه ارتباط أكبر للذكور بالمصادر الميدانية المباشرة أو بثقة أعلى بالمصادر الداخلية.

أما في ما يخص الإعلام الغربي، فقد تساوت الإناث بينه وبين الإعلام المحلي والعربي بنسبة 22.22%، بينما عبّر فقط 11.11% من الذكور عن ثقتهم به، ما يعكس موقفاً نقدياً أكبر من الإعلام الغربي لدى الذكور، ربما بسبب وعي أعلى بتحيزاته تجاه القضية الفلسطينية.

وعلى مستوى المتوسط العام (الكل)، فإن صنّاع المحتوى تصدروا النسبة بـ30.56%، يليهم الإعلام الفلسطيني المحلي بـ27.78%، ثم الإعلام العربي الكلاسيكي بـ25.00%، وأخيراً الإعلام الغربي بـ16.67%، وهو ما يعكس التوجّه العام نحو الوسائط الجديدة والمصادر المحلية، مقابل تراجع ثقة الجمهور في الإعلام الأجنبي والتقليدي الكلاسيكي.

التحليل:

يعكس هذا الجدول المركب أن المتغير الجندي يؤثر بشكل متفاوت في إدراك مصادر المعلومة ومدى مصداقيتها، ويؤكد أن الذكور أكثر ميلاً إلى الإعلام المحلي والرقمي، بينما تُظهر الإناث نسبةً متقاربة في تفضيل عدة مصادر. كما أن النسبة العامة ترجّح كفة صنّاع المحتوى والإعلام المحلي، مما يبرز أهمية تطوير المحتوى الرقمي الفلسطيني القائم على المصداقية والاحترافية.

الجدول 02: المركب 2: المستوى الدراسي × مدى اهتمام الجيل الجامعي بالقضية الفلسطينية

المستوى الدراسي	لا يهتم	نعم بقوة	نوعاً ما
السنة الأولى	57.14%	42.86%	0.00%
السنة الثانية	84.62%	7.69%	7.69%
السنة الثالثة	0.00%	0.00%	100.00%
ماستر 1	18.18%	45.45%	36.36%
ماستر 2	75.00%	0.00%	25.00%
المجموع	55.56%	25.00%	19.44%

القراءة الوصفية :

يبين الجدول المركب وجود تفاوت ملحوظ في درجة الاهتمام بالقضية الفلسطينية بحسب المستوى الدراسي لدى طلبة الجامعة، وهو ما ينعكس في أنماط الوعي والانخراط بالقضية.

• بالنسبة لطلبة السنة الأولى، فإن نسبة المهتمين بـ**"نعم بقوة"*** بلغت **42.86%**، وهي نسبة مرتفعة نسبياً مقارنة بباقي المستويات، ما يدل على اهتمام مبكر لدى الطلبة الجدد، في مقابل نسبة **57.14%** ممن لا يهتمون، وهو ما يظل مؤشراً سلبياً نسبياً في هذه المرحلة.

• طلبة السنة الثانية أظهروا أقل درجات الاهتمام، إذ صرّح **84.62%** بعدم اهتمامهم بالقضية، مقابل نسبة ضئيلة (**7.69%**) لكل من "نعم بقوة" و"نوعاً ما"، ما يشير إلى تراجع كبير في الارتباط بالقضية في هذه المرحلة، ربما بفعل الانشغال بالدراسة أو غياب التوعية الكافية.

• أما المفاجأة في النتائج، فهي في فئة السنة الثالثة، حيث كانت جميع الإجابات **100%** في خانة "نوعاً ما"، ما يُظهر غياب المواقف الحاسمة، ويعكس ربما نوعاً من الحياد أو عدم تحديد موقف واضح تجاه القضية.

• في مستوى ماستر 1، نجد توازناً نسبياً، حيث عبّر **45.45%** عن اهتمام قوي، و **36.36%** عبّروا عن اهتمام "نوعاً ما"، بينما فقط **18.18%** صرّحوا بعدم اهتمامهم، وهو ما يعكس نضجاً نسبياً في الوعي السياسي أو القيمي لدى هذه الفئة.

• في المقابل، أظهرت نتائج ماستر 2 عودة ملحوظة إلى عدم الاهتمام، بنسبة **75.00%**، مقابل **25.00%** أبدوا اهتماماً "نوعاً ما"، فيما لم تسجل أي نسبة لاهتمام قوي، ما قد يعكس الإرهاق الدراسي، أو ضعف التحفيز في نهاية المسار الجامعي.

• وبشكل عام، تشير النسب الإجمالية إلى أن **55.56%** من العينة لا يهتمون بالقضية الفلسطينية، مقابل **25.00%** فقط مهتمون بقوة، و **19.44%** نوعاً ما، وهو ما يعكس ضعفاً مقلّفاً في التفاعل العام داخل الجامعة مع قضية محورية مثل فلسطين.

التحليل:

تكشف هذه النتائج عن ضعف نسبي في الوعي السياسي والتعبئة الطلابية بشأن القضية الفلسطينية، خاصة في المستويات الدراسية المتقدمة، وهو ما قد يرتبط بعدة عوامل منها:

- نقص الندوات والأنشطة الجامعية المرتبطة بالقضية.
- تأثير المحتوى الرقمي الترفيهي على اهتمامات الشباب.
- غياب الربط التربوي بين المناهج الأكاديمية والقضايا القومية.

كما تُظهر النتائج أن الاهتمام الأقوى يتركز في مرحلة ماستر 1 والسنة الأولى، ما يشير إلى إمكانية بناء وعي مبكر ومستدام إذا توفرت الأدوات المناسبة.

الجدول 03: المركب 3: مصدر المتابعة × الجهة الأكثر تأثيرًا في الرأي العام

مصدر المتابعة	الإعلام الكلاسيكي	صناع المحتوى	كلاهما	لا أحد
الإعلام العربي الكلاسيكي	40.00%	30.00%	20.00%	10.00%
صناع المحتوى العرب	25.00%	33.33%	16.67%	25.00%
مواقع إعلامية أجنبية	33.33%	33.33%	0.00%	33.33%
مواقع التواصل الاجتماعي	36.36%	9.09%	27.27%	27.27%
المجموع	33.33%	25.00%	19.44%	22.22%

القراءة الوصفية:

يبين الجدول المركب وجود علاقة ارتباطية بين مصدر متابعة أخبار القضية الفلسطينية وتصوّر المبحوثين حول الجهة الأكثر تأثيرًا في تشكيل الرأي العام. وتُظهر البيانات تباينًا في التقديرات، يعكس تعدد أنماط التلقي واختلاف مستويات الثقة والتأثر بالمصادر الإعلامية.

- بالنسبة للفئة التي تعتمد على الإعلام العربي الكلاسيكي، فإنها ترى في هذا الإعلام الجهة الأكثر تأثيرًا بنسبة 40.00%، تليها صناع المحتوى (30.00%)، ثم كلا الطرفين (20.00%)، في حين أن 10.00% فقط يرون أن لا أحد منهما يؤثر.

وتُظهر هذه النسبة أن هذه الفئة لا تزال تتمسك بثقتها بالإعلام التقليدي، مع إدراك نسبي لتصاعد تأثير الإعلام الرقمي.

- أما متابعو **صناع المحتوى العرب**، فقد منحوا الأفضلية لصناع المحتوى بنسبة **33.33%**، يليها الإعلام الكلاسيكي بنسبة **25.00%**، بينما رأى **25.00%** أن لا أحد مؤثر، و **16.67%** يرون أن التأثير مشترك. وتدل هذه المعطيات على أن هذه الفئة أكثر ثقة في الإعلام الرقمي من التقليدي، لكنها في ذات الوقت تُظهر درجة من التردد أو عدم الاقتناع بفعالية الطرفين معًا.

- أما فئة متابعي **المواقع الإعلامية الأجنبية**، فقد توزعت إجاباتهم بالتساوي على ثلاثة خيارات: الإعلام الكلاسيكي، صناع المحتوى، ولا أحد (**33.33%** لكل خيار)، مع غياب كامل لثقة هذه الفئة في وجود تأثير مشترك بين الطرفين (**0.00%**)، ما يعكس نظرة نقدية أو حتى تشكيكية تجاه كلا النموذجين العربيين التقليدي والرقمي، ربما بتأثير الخلفية الإعلامية الغربية التي تتناول القضية الفلسطينية من منظور مختلف أو منحاز.

- ومن جهة أخرى، فإن فئة متابعي **مواقع التواصل الاجتماعي** قدّرت تأثير الإعلام الكلاسيكي بنسبة **36.36%**، بينما لم تمنح سوى **9.09%** فقط لصناع المحتوى، ما يُعدّ نسبة ضعيفة بشكل ملحوظ، رغم أن هذه الفئة تُفترض أنها أقرب للمؤثرين الرقميين. في المقابل، رأت **27.27%** أن الطرفين مؤثران، والنسبة ذاتها (**27.27%**) صرّحت بأن لا أحد مؤثر، وهو ما يعكس تشتتًا في إدراك هذه الفئة لأدوات التأثير الإعلامي الحقيقي رغم استخدامهم الكثيف للمنصات الرقمية.

- بالنظر إلى **الإجمال العام**، يتضح أن الإعلام الكلاسيكي لا يزال في صدارة التأثير المفترض بنسبة **33.33%**، يليه صناع المحتوى بـ **25.00%**، ثم الرأي القائل بأن الطرفين مؤثران معًا بـ **19.44%**، بينما عبّر **22.22%** من المبحوثين عن عدم قناعتهم بتأثير أي طرف، ما يُعدّ مؤشرًا مهمًا على ضعف فعالية الخطاب الإعلامي في مجمله، أو غياب رسالة موحدة ومقنعة تجاه الجمهور.

التحليل:

من يتابع الإعلام العربي الكلاسيكي يرى أنه ما زال مؤثرًا، في حين أن متابعي صناع المحتوى يميلون لهم. اللافت أن متابعي مواقع التواصل لديهم تشتت في الرأي، ما يعكس ضبابية الصورة بسبب تنوع المصادر الرقمية

الجدول 04: المركب 4: الجنس × الوسيلة المفضلة لتتبع أخبار فلسطين

الجنس	برامج إخبارية	تغريدات ووسوم	مقالات رأي	فيديوهات قصيرة
أنثى	11.11%	22.22%	33.33%	33.33%
ذكر	5.56%	33.33%	27.78%	33.33%
المجموع	8.33%	27.78%	30.56%	33.33%

القراءة الوصفية :

يعرض الجدول المركب تباينًا واضحًا في تقدير الجهة الأكثر تأثيرًا في الرأي العام حول القضية الفلسطينية، بحسب مصدر متابعة الأخبار لدى الأفراد. وتكشف النتائج عن علاقة قوية بين مصدر التلقي ونظرة المتلقي لطرف التأثير، وهو ما يعكس التوجيه الإعلامي الذي تلعبه هذه المصادر.

• أولاً، من يعتمد على الإعلام العربي الكلاسيكي كمصدر رئيسي للمتابعة يرى بنسبة 40.00% أن هذا الإعلام هو الأكثر تأثيرًا، تليه نسبة 30.00% لصالح صناع المحتوى، و 20.00% لكلا الطرفين، في حين يرى 10.00% أنه لا أحد مؤثر. ويشير ذلك إلى نوع من الولاء أو الثقة النسبية لدى جمهور الإعلام التقليدي بمصدريتهم الخاصة، دون إغفال إدراكهم المتزايد لتأثير صناع المحتوى.

• أما من يعتمد على صناع المحتوى العرب، فإن 33.33% منهم يرون أن هؤلاء هم الأكثر تأثيرًا، بينما أعطى 25.00% فقط الأفضلية للإعلام الكلاسيكي، واعتبر 25.00% أنه لا أحد له تأثير فعلي، في حين رأى 16.67% أن كليهما مؤثر. وتدل هذه المعطيات على أن هذه الفئة تميل إلى تصديق وتقدير الفاعلين الرقميين أكثر من المؤسسات الرسمية.

• الفئة التي تتابع عبر مواقع إعلامية أجنبية، كانت رؤيتها موزعة بالتساوي بين الإعلام الكلاسيكي (33.33%)، وصناع المحتوى (33.33%)، و"لا أحد" (33.33%)، بينما لم يعتبر أيٌّ منهم أن الطرفين معًا مؤثران. وهذا يعكس نظرة نقدية أو تشكيكًا عامًا لدى جمهور هذه المصادر، سواء في الإعلام العربي أو الرقمي، وربما يتأثرون بتحليلات وسياقات مغايرة خارجيًا.

• أما المتابعون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فقد أعطى 36.36% الأفضلية للإعلام الكلاسيكي، في مقابل نسبة ضعيفة جدًا لصالح صناع المحتوى (9.09%)، بينما فضّل 27.27% خيار "كلاهما"، ونسبة مماثلة قالت "لا أحد". ويبدو أن هذه الفئة تتسم بتنوع في مصادر التلقي وصعوبة في تحديد جهة موحدة ذات تأثير قوي، ما يعكس تشتتًا في الثقة أو التأثير.

• وبالنظر إلى المجموع العام، نجد أن 33.33% من العينة تعتبر أن الإعلام الكلاسيكي هو الأكثر تأثيرًا، مقابل 25.00% لصالح صناع المحتوى، و 19.44% رأوا أن كلا الطرفين لهما تأثير متكامل، بينما يرى 22.22% أن لا أحد من الطرفين مؤثر فعليًا.

التحليل:

تُظهر هذه النتائج أن مصدر التلقي يلعب دورًا محوريًا في تشكيل التصوّر حول الجهة الأكثر تأثيرًا في الرأي العام، كما تكشف عن استمرار هيمنة الإعلام الكلاسيكي على الثقة العامة لدى فئات معتبرة، رغم تصاعد دور صناع المحتوى، خاصة لدى متابعي الإعلام الرقمي.

لكن يُلاحظ أيضًا أن نسبة معتبرة ترى أن لا جهة مؤثرة، أو أن التأثير منقسم، ما يدل على تراجع الثقة العامة في فعالية التغطية الإعلامية، أو شعور بالضعف في الرسالة الإعلامية الموجهة نحو القضية الفلسطينية.

ثانيا/ عرض ومناقشة نتائج محاور الاستبيان

عرض ومناقشة نتائج المحور الاول: التغطية الإعلامية العربية الكلاسيكية للقضية الفلسطينية

الجدول 05: تقييم تغطية الإعلام العربي الكلاسيكي للقضية الفلسطينية (سؤال 5)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
سيئة	35	30.56%
ضعيفة	15	19.44%
جيدة	15	19.44%
متوسطة	28	19.44%
ممتازة	22	11.11%

القراءة الوصفية :

يوضح الجدول توزيع آراء المبحوثين حول مستوى الاستجابة، حيث صرح 35 مبحوثاً (30.56%) أن الاستجابة كانت سيئة، وهي النسبة الأعلى بين الردود. بينما اعتبر 28 مبحوثاً (19.44%) أنها متوسطة، وهي قريبة من نسب من رأوها ضعيفة (15 مبحوثاً، 19.44%) وجيدة (15 مبحوثاً، 19.44%) على حد سواء. أما نسبة من وصفوا الاستجابة بالممتازة فكانت الأدنى، حيث بلغت 11.11% بمجموع 22 مبحوثاً.

التحليل:

تُظهر النتائج أن أكثر من 50% من الطلبة يعتبرون التغطية الكلاسيكية سيئة أو ضعيفة، مما يدل على تراجع ثقة الجيل الجامعي بهذا النوع من الإعلام في تعاطيه مع القضية الفلسطينية.

الجدول 06: موضوعية الإعلام الكلاسيكي في تغطية القضية (سؤال 6)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	52	41.67%
لا	48	33.33%
إلى حد ما	15	25.00%

القراءة الوصفية :

يوضح الجدول أن نسبة 41.67% من أفراد العينة، أي ما يعادل 52 مبحوثًا، أجابوا بـ"نعم" حول السؤال المطروح. بينما بلغت نسبة الذين أجابوا بـ"لا" 33.33%، وهو ما يمثل 48 مبحوثًا. أما فئة الذين كانت إجاباتهم "إلى حد ما"، فقد بلغ عددهم 15 شخصًا، بنسبة 25.00% من العينة الكلية.

التحليل:

بشكل عام، تعكس هذه النتائج تفاوتًا في المواقف، مما يستدعي تحليلًا أعمق للعوامل التي تؤثر في هذه الاستجابات، خاصة وأن نسبة المعارضين والمتريدين (58.33%) تفوق نسبة الموافقين (41.67%)، وهو ما يمكن أن يكون مؤشرًا على وجود تحديات أو قصور في الواقع المدرّوس، وما يعكس مستوى متدنٍ من المصادقية المدركة لدى الإعلام الرسمي.

الجدول 07: الأسلوب الذي يغلب على تغطية هذه الوسائل (سؤال 7)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
تحليلي	44	38.89%
عاطفي وشعائري	38	25.00%
خبري	19	19.44%
تسطيحي	14	16.67%

القراءة الوصفية :

يتبين من خلال الجدول أن النمط التحليلي يحتل المرتبة الأولى من حيث التكرار، حيث صرّح 44 مبحوثاً باعتماد هذا النوع من الاستجابة، ما يمثل نسبة 38.89% من مجموع العينة. يليه النمط العاطفي والشعائري بنسبة 25.00% وبعده قدره 38 مبحوثاً، وهو ما يدل على وجود توجه تعبيرى انفعالي لدى ربع العينة. أما النمط الخبري فقد ورد في إجابات 19 مبحوثاً بنسبة 19.44%، بينما احتل النمط التسطيحي المرتبة الأخيرة بـ14 مبحوثاً فقط، بنسبة 16.67%.

التحليل:

وتعكس هذه المعطيات أن الطابع التحليلي هو الغالب لدى أفراد العينة، وهو ما يدل على مستوى معين من الوعي النقدي والقدرة على تفسير الأحداث أو المواضيع بعمق، مما يمكن اعتباره مؤشراً إيجابياً في سياق الدراسة. في المقابل، فإن نسبة غير قليلة من العينة عبّرت عن مواقفها من خلال أسلوب عاطفي أو شعائري، مما قد يُفسر بوجود تفاعل وجداني قوي أو تبين مواقف جاهزة غير مدعومة بالتحليل الموضوعي، أما انخفاض نسبة النمط الخبري والتسطيحي فقد يشير إلى أن غالبية العينة لا تكتفي بنقل المعلومات المجردة أو التعبير السطحي، بل تميل إلى تبني مواقف مركبة وتحليلية، وهو ما يعزز من جودة التفاعل مع الموضوع المدروس. غير أن وجود نسبة من التسطيح لا تزال قائمة (16.67%) يستوجب الانتباه، خاصة في حال تعلق الأمر بمضامين إعلامية أو قضايا تتطلب الوعي النقدي.

الجدول 08: النقاىص في تناول الإعلام التقليدي للقضية (سؤال 8)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
التركيز على الرسمي	37	30.56%
تجاهل الأحداث	35	25.00%
التكرار والجمود	22	22.22%
ضعف التفاعل	21	22.22%

القراءة الوصفية :

يوضح الجدول أن أبرز ملاحظة سجلها أفراد العينة تتعلق بالتركيز على الطابع الرسمي، حيث عبّر عن ذلك 37 مبحوثاً، أي بنسبة 30.56%، ما يعكس هيمنة الخطاب الرسمي أو المؤسسي في التغطيات أو الاستجابات المدروسة. يلي ذلك مظهر تجاهل الأحداث، الذي أشار إليه 35 مبحوثاً بنسبة 25.00%، وهو ما قد يدل على فجوة بين ما يحدث في الواقع وما يُنقل أو يُتناول إعلامياً أو مؤسسياً.

أما كل من ظاهرتي التكرار والجمود وضعف التفاعل، فقد تقاربتا من حيث النسبة، حيث عبّر عنهما على التوالي 22 و 21 مبحوثاً بنسبة 22.22% لكل منهما، وهو ما يكشف عن ضعف في الابتكار، ومحدودية في استجابة الجهات المعنية أو الوسائط المستخدمة، سواء في معالجة القضايا أو في التواصل مع الجمهور.

التحليل:

وتعكس هذه النتائج بوضوح وجود نمط تقليدي ومحدود الفعالية في التعامل مع المواضيع أو الأحداث، تتجلى في الميل إلى الشكلية، وتهميش جوانب الواقع، وعدم مواكبة المستجدات، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى ضعف ثقة الجمهور، أو إلى خلق فجوة بين الرسالة والمتلقي. كما أن تكرار المحتوى وجموده قد يحدّ من التأثير والقدرة على إحداث تغيير فعلي، في حين أن ضعف التفاعل يشير إلى غياب البعد التشاركي، الذي يُعد أحد مقومات التواصل الحديث، خاصة في ظل التحول الرقمي.

بناءً على هذه المعطيات، يبدو أن هناك حاجة ملحة إلى تجديد الخطاب، وتعزيز التغطية الواقعية، وتفعيل آليات التفاعل الحي مع الجمهور من أجل تحقيق فعالية أكبر في التواصل.

عرض ومناقشة نتائج المحور الثاني: تغطية صناع المحتوى للقضية الفلسطينية

المحور الثاني : تغطية صناع المحتوى للقضية الفلسطينية

الجدول 09: . تقييم تغطية صناع المحتوى للقضية الفلسطينية (سؤال 9)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
لا	47	52.78%
باستمرار	43	27.78%
أحياناً	25	19.44%

القراءة الوصفية :

تشير الجدول إلى تباين واضح في آراء العينة بشأن مدى تغطية صناع المحتوى للقضية الفلسطينية. إذ جاءت إجابة "لا" في المرتبة الأولى بنسبة 52.78%، ما يعادل 47 مبحوثاً، وهي النسبة الأكبر في الجدول، ما يدل على أن أكثر من نصف العينة ترى أن صناع المحتوى لا يغطون هذه القضية، أو لا يولونها الاهتمام اللازم في محتواهم. في المقابل، يرى 43 مبحوثاً، بنسبة 27.78%، أن هناك تغطية "بشكل مستمر"، بينما اعتبر 25 مبحوثاً، أي 19.44%، أن التغطية تحدث "أحياناً" فقط.

التحليل:

تُظهر هذه المعطيات وجود فجوة معتبرة في الاهتمام الرقمي بالقضية الفلسطينية من طرف صناع المحتوى، حيث تشير الأغلبية إلى غياب التغطية أو ضعفها، وهو ما يطرح تساؤلات حول أولويات المحتوى العربي على المنصات الرقمية، ودور القائمين عليه في توجيه الرأي العام والدفاع عن القضايا العادلة. من جهة أخرى، فإن نسبة الذين أكدوا وجود تغطية دائمة (27.78%)، رغم أهميتها، لا ترقى إلى مستوى التحديات التي تواجه القضية الفلسطينية إعلامياً ورقمياً، خاصة في ظل ما تتعرض له من تزييف أو تغييب على منصات كبرى.

أما نسبة الذين أشاروا إلى أن التغطية تحدث "أحياناً"، فتعكس وجود تعامل ظرفي أو موسمي مع القضية، غالباً ما يرتبط بتصاعد الأحداث أو الهجمات، دون وجود خطة تواصلية منتظمة ومستمرة.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن نتائج الجدول تعكس حاجة ملحة إلى تحفيز صناع المحتوى العرب على تبني القضية الفلسطينية ضمن أجندتهم الرقمية بشكل مستدام وهادف، وتعزيز الوعي الإعلامي بقيم التضامن، لا سيما في ظل اتساع تأثير المحتوى الرقمي على تشكيل الرأي العام المحلي والدولي.

الجدول 10: صناع المحتوى يعرضون القضية الفلسطينية بشكل موضوعي (سؤال 10)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
أقل تأثيراً	44	44.44%
متكامل	42	30.56%
أكثر تأثيراً	29	25.00%

القراءة الوصفية :

يبين الجدول أن 44 مبحوثاً، بنسبة 44.44%، يرون أن صناع المحتوى يعرضون القضية الفلسطينية بشكل "أقل تأثيراً"، وهي النسبة الأعلى في الجدول، مما يعكس وجود انتقاد واضح لمستوى التناول الرقمي للقضية من حيث العمق والموضوعية. في المرتبة الثانية، صرّح 42 مبحوثاً، بنسبة 30.56%، أن العرض يتم بشكل "متكامل"، ما يشير إلى وجود شريحة معتبرة من العينة ترى أن هناك جهوداً نوعية تبذل من قبل بعض صناع المحتوى. أما النسبة الأقل، والمقدرة بـ 25.00% (أي 29 مبحوثاً)، فقد رأت أن صناع المحتوى يعرضون القضية بشكل "أكثر تأثيراً"، وهو تقييم إيجابي لكنه يبقى محدوداً مقارنة ببقية الإجابات.

التحليل:

تكشف هذه المعطيات أن الأغلبية تعتبر أن المحتوى المتعلق بالقضية الفلسطينية يعاني من ضعف في التأثير والموضوعية، سواء من حيث الدقة، العمق التحليلي، أو الاتساق في الطرح. هذا قد يكون نتيجة لعوامل متعددة، مثل التركيز على العاطفة بدل المعالجة الموضوعية، أو نقص المصادر الموثوقة، أو حتى غياب التكوين المهني في مجال الإعلام الرقمي الموجّه للقضايا السياسية والحقوقية.

من جهة أخرى، فإن نسبة من ترى الطرح "متكاملاً" أو "أكثر تأثيراً" لا يمكن تجاهلها، حيث تعكس وجود محتوى جاد ومسؤول في بعض المنصات أو من قبل بعض الفاعلين الرقميين، إلا أن هذه الجهود تبقى محدودة وغير كافية لإحداث التوازن المطلوب في السرد الإعلامي الرقمي.

وبالتالي، تُبرز نتائج الجدول ضرورة تطوير أداء صنّاع المحتوى العرب في تناولهم للقضية الفلسطينية، عبر تعزيز المهارات التحليلية، وضمان التغطية القائمة على الموضوعية والدقة، بهدف خلق محتوى أكثر تأثيراً واحترافية يواكب التحديات الإعلامية الحديثة.

الجدول 11: الأسلوب الذي يغلب على تغطية هذه الوسائل (سؤال 11)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
تسطيحي	55	27.78%
عاطفي وشعائري	25	25.00%
خبري	25	25.00%
تحليلي	10	22.22%

القراءة الوصفية :

يوضح الجدول أن أسلوب "التسطيح" هو النمط الغالب في تغطية الوسائل محل الدراسة، حيث حصل على أعلى نسبة بين الاستجابات، بـ 55 مبحوثاً أي ما يعادل 27.78% من مجموع العينة. في حين تقاسمت نسبتا "الأسلوب العاطفي والشعائري" و "الأسلوب الخبري" * * المرتبة الثانية، بـ 25 مبحوثاً لكل منهما، وبنسبة متساوية بلغت 25.00% لكل منهما. أما الأسلوب التحليلي، فقد جاء في المرتبة الأخيرة، حيث لم يُشر إليه سوى 10 مبحوثين، بنسبة 22.22% فقط.

التحليل:

وتكشف هذه الأرقام أن التغطية الإعلامية أو الرقمية للقضية المعنية تتسم بضعف العمق والمضمون التحليلي، وتغلب عليها السطحية والطرح البسيط، مما يؤثر سلباً على فاعلية الرسالة الإعلامية وعلى وعي المتلقي. فالنسبة المرتفعة للأسلوب التسطيحي تشير إلى أن المضامين قد تنقر إلى التفاصيل، التحليل، أو السياق التاريخي والسياسي الضروري لفهم تعقيدات القضية، ما يؤدي إلى اختزالها في مشاهد أو عبارات عامة.

في المقابل، فإن تساوي نسبي الأسلوبين العاطفي والخبري يعكس توجهًا مزدوجًا بين نقل الوقائع بشكل مباشر دون تفسير (خبري)، وبين اللجوء إلى إثارة المشاعر والشعائر دون مضمون تحليلي (عاطفي)، وكلاهما لا يرتقي إلى مستوى التغطية الإعلامية الاحترافية المطلوبة في القضايا الحساسة والمعقدة مثل القضية الفلسطينية.

أما الأسلوب التحليلي، والذي يُفترض أن يكون الأكثر فاعلية في نقل صورة موضوعية ومستتيرة، فقد جاء في المرتبة الأخيرة، مما يدل على غياب الخطاب النقدي العميق، وهو ما يحد من قدرة هذه الوسائل على التأثير الحقيقي في الرأي العام، سواء العربي أو الدولي. بناءً على ما سبق، تبرز الحاجة الملحة إلى تعزيز المحتوى التحليلي العميق، وتقوية التكوين الإعلامي لصناع المحتوى، لضمان تغطية تخرج من نطاق التكرار والتأثير السطحي إلى التأثير الواعي والبناء.

الجدول 12: أبرز النقائص التي تلاحظها في تناول الإعلام التقليدي للقضية (سؤال 12)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
التكرار والجمود في الطرح	38	30.56%
تجاهل بعض الأحداث	37	27.78%
ضعف التفاعل مع المتابع	23	22.22%
التركيز على الخطاب الرسمي فقط	17	19.44%

القراءة الوصفية :

يُظهر الجدول أن أهم نقص يُسجل على الإعلام التقليدي في تناوله للقضية الفلسطينية يتمثل في التكرار والجمود في الطرح، حيث اختار هذا الخيار 38 مبحوثاً، بنسبة 30.56%، ما يشير إلى غياب التجديد في المعالجة الإعلامية، واعتماد صيغ تقليدية تُعيد إنتاج نفس الخطاب دون تطوير أو ابتكار. في المرتبة الثانية، اعتبر 37 مبحوثاً، بنسبة 27.78%، أن الإعلام التقليدي يعاني من تجاهل بعض الأحداث المرتبطة بالقضية، ما يُفقد المصادقية ويضعف من شموليته في التغطية.

أما ضعف التفاعل مع المتابع، فقد عبّر عنه 23 مبحوثاً بنسبة 22.22%، في دلالة على أن الإعلام التقليدي لا يوفّر مساحات كافية للتواصل أو التفاعل مع الجمهور، خصوصاً في ظل الانتقال إلى نماذج الاتصال التشاركي في الإعلام الجديد. وأخيراً، جاءت ملاحظة التركيز على الخطاب الرسمي فقط في المرتبة الأخيرة، بنسبة 19.44%، حسب

رأي 17مبحثًا، ما يعكس نوعًا من التوجّه الأحادي في الطرح، المرتبط غالبًا بأجندات حكومية أو رسمية، دون فتح المجال لوجهات نظر بديلة أو أصوات مستقلة.

التحليل:

تُبيّن هذه النتائج أن الإعلام التقليدي في معالجته للقضية الفلسطينية لا يزال محصورًا في قوالب جامدة وخطاب مكرر، بعيدًا عن الحركية والواقعية التي تميز التطورات الميدانية والسياسية المتسارعة. كما أن ضعف التفاعل وغياب التعدد في المصادر يحدّان من قدرة هذا الإعلام على كسب ثقة الجمهور، لا سيما في زمن الإعلام الرقمي الذي يُتيح إمكانيات أوسع للتفاعل والانتشار والتأثير.

بناءً على ما سبق، يبدو من الضروري أن يعمل الإعلام التقليدي على إعادة النظر في أساليبه، وتوسيع نطاق تغطيته، وتبني مقاربات أكثر انفتاحًا وواقعية وتشاركية، إذا أراد أن يواكب التحديات المعاصرة ويستعيد مكانته في الدفاع عن القضايا العادلة.

عرض ومناقشة نتائج المحور الثالث: المقارنة بين الإعلام العربي الكلاسيكي وصناع المحتوى

الجدول 13: أي الطرفين أكثر تأثيراً في الرأي العام تجاه القضية الفلسطينية (سؤال 13)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
صناع المحتوى	45	41.67%
كلاهما	40	27.78%
الإعلام الكلاسيكي	20	19.44%
لا أحد	10	11.11%

القراءة الوصفية :

توضح معطيات الجدول أن غالبية أفراد العينة يعتبرون أن صناع المحتوى هم الطرف الأكثر تأثيراً في تشكيل الرأي العام تجاه القضية الفلسطينية، حيث صوّت لهذا الخيار 45 مبحوثاً بنسبة 41.67%، ما يدل على تنامي دور المنصات الرقمية والشخصيات المؤثرة على مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه النقاش العام وتشكيل الوعي الجماعي، خاصة في ظل التطور التكنولوجي وسرعة تداول المعلومات.

في المرتبة الثانية، اعتبر 40 مبحوثاً، بنسبة 27.78%، أن كلا الطرفين معاً (أي الإعلام الكلاسيكي وصناع المحتوى) لهما تأثير مشترك في الرأي العام، ما يعكس قناعة بوجود تكامل نسبي بين الإعلام التقليدي الذي يمتلك الشرعية والمهنية، وبين الإعلام الرقمي الذي يتميز بالسرعة والانتشار والتفاعل المباشر.

أما الإعلام الكلاسيكي، فقد حصل فقط على 20 صوتاً، بنسبة 19.44%، وهو ما يُعد مؤشراً على تراجع تأثيره في وعي الجمهور، خاصة لدى الفئات الشابة التي تميل أكثر إلى الوسائط الحديثة. في حين صرح 10 مبحوثين فقط، بنسبة 11.11%، بأن لا أحد من الطرفين يؤثر فعلياً في الرأي العام، ما قد يعكس نوعاً من فقدان الثقة في الخطابات الإعلامية بشكل عام، أو شعور بالإحباط من الأداء الإعلامي في تناول القضية الفلسطينية.

التحليل:

تشير هذه النتائج إلى تحوّل جوهري في موازين التأثير الإعلامي، حيث لم يعد الإعلام الكلاسيكي هو المصدر الأوحّد أو الأبرز، بل حلّ محله أو تجاوزه في كثير من الأحيان صنّاع المحتوى الرقمي، الذين أصبحوا يوجهون الرأي العام من خلال لغة قريبة من الجمهور، وتغطيات آنية، وأساليب إبداعية تجذب المتابعين، وتواكب اللحظة. بناءً على ذلك، تبرز الحاجة إلى إعادة هيكلة الخطاب الإعلامي التقليدي، وتعزيز التعاون بين الإعلاميين الكلاسيكيين وصنّاع المحتوى الرقمي، بما يضمن تغطية أكثر تأثيراً وفعالية، خاصة في القضايا المصيرية مثل القضية الفلسطينية، مما يدعم الفرضية الثالثة.

الجدول 14: هناك تنسيق أو تكامل بين الطرفين في التغطية (سؤال 14)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
إلى حد ما	49	47.22%
لا	36	30.56%
نعم	30	22.22%

القراءة الوصفية :

تُظهر نتائج الجدول أن أغلب المشاركين، وعددهم 49 مبحوثاً بنسبة 47.22%، يرون أن هناك تنسيقاً أو تكاملاً بين الإعلام الكلاسيكي وصنّاع المحتوى "إلى حد ما"، ما يعكس وجود رؤية متحفظة أو مترددة لدى شريحة واسعة من العينة بشأن مدى التعاون الفعلي بين الطرفين. في المقابل، يرى 36 مبحوثاً، بنسبة 30.56%، أن لا يوجد تنسيق أو تكامل، وهي نسبة مرتفعة نسبياً تدل على وجود نقص واضح في التعاون أو التكامل الوظيفي بين الإعلاميين التقليديين والمؤثرين الرقميين. أما الذين أجابوا بـ"نعم" فقط، فقد بلغ عددهم 30 مبحوثاً، أي 22.22% من العينة، وهي نسبة أقلية تشير إلى قناعة محدودة بوجود تنسيق فعلي بين الطرفين.

التحليل:

تعكس هذه النتائج أن التنسيق بين الإعلام التقليدي وصناع المحتوى لا يزال غير ممنهج وغير مستقر، حيث يسود التعاون المحدود أو المناسباتي، غالبًا في أوقات تصاعد الأحداث الكبرى، دون وجود شراكة استراتيجية أو تكامل إعلامي مؤسساتي. هذا النقص في التنسيق قد يؤدي إلى تشتت الخطاب، وتكرار الجهود بدل تكاملها، وفقدان تأثير موحد وفعال في دعم القضية الفلسطينية.

كما تشير النسبة المرتفعة لفئة "إلى حد ما" إلى وجود فرص كامنة للتكامل، إلا أنها لم تُستثمر بعد بالشكل الكافي، وقد تعود لأسباب مختلفة مثل اختلاف الأهداف، غياب قنوات تواصل رسمية، أو التباين في أساليب التغطية بين الوسيلتين.

وبالتالي، فإن نتائج هذا الجدول تبرز أهمية تعزيز قنوات التعاون والتنسيق بين الإعلام الكلاسيكي وصناع المحتوى، سواء عبر حملات إعلامية موحّدة، أو تبادل الخبرات، أو التكامل في الأدوار، بما يساهم في خلق خطاب إعلامي أكثر قوة وتماسكًا في مواجهة تحديات التضليل والتعتيم الإعلامي حول القضية الفلسطينية.

الجدول 15: الجهة التي تعكس الواقع الفلسطيني بشكل أدق (سؤال 15)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
الإعلام الفلسطيني المحلي	43	36.11%
صناع المحتوى	38	30.56%
الإعلام الكلاسيكي	19	22.22%
الإعلام الغربي	15	11.11%

القراءة الوصفية :

تُظهر نتائج الجدول أن الإعلام الفلسطيني المحلي يُعد الجهة التي تعكس الواقع الفلسطيني بشكل أدق من وجهة نظر أغلبية المبحوثين، حيث اختار هذا الخيار 43 شخصًا، أي بنسبة 36.11%. ويأتي ذلك في الترتيب صناعات المحتوى بـ38 مبحوثًا يمثلون 30.56%، ما يدل على تنامي ثقة الجمهور في الأصوات الرقمية التي تعبّر عن القضية الفلسطينية بطرق جديدة ومباشرة. أما الإعلام الكلاسيكي، فقد حصل على نسبة 22.22%، وهو ما يعادل 19 مبحوثًا، ما يعكس تراجع الثقة في أدائه أو محدوديته في تقديم صورة دقيقة وشاملة. وأخيرًا، جاء الإعلام الغربي في المرتبة الأخيرة، حيث صوّت له 15 مبحوثًا فقط، بنسبة 11.11%، ما يشير إلى ضعف مصداقيته في أعين المشاركين فيما يخص نقل الواقع الفلسطيني.

التحليل:

تدل هذه النتائج على أن المصدر الأقرب إلى الحدث والواقع الميداني هو الأكثر قدرة على التعبير بموضوعية وواقعية، وهو ما يفسّر تصدّر الإعلام الفلسطيني المحلي، نظرًا لقربه الجغرافي والوجداني من القضية، وقدرته على تغطية الأحداث من الداخل بلغته وسياقه. في حين أن صناعات المحتوى - رغم تنوعهم - استطاعوا تقديم خطاب مرّن وشعبي، يتفاعل بسرعة مع الأحداث ويخاطب الجمهور بلغة بسيطة ومؤثرة، وهو ما أكسبهم ثقة متزايدة، خاصة بين فئة الشباب.

أما الإعلام الكلاسيكي، فرغم خبرته، إلا أنه يعاني من جمود الأسلوب، أو تبعية سياسية أحياناً، مما يُضعف من دقته في تمثيل الواقع الفلسطيني بشكل حيّ، بينما الإعلام الغربي يعاني من انحياز أو تحريف في كثير من الأحيان، ما يجعله غير موثوق به لدى الجمهور العربي في هذا السياق.

بناءً على ما سبق، توضح هذه المعطيات أهمية دعم الإعلام الفلسطيني المحلي وتعزيز التعاون مع صناعات المحتوى المستقلين، من أجل بناء خطاب إعلامي أكثر دقة وتأثيراً في نقل معاناة الشعب الفلسطيني ومواجهة الخطابات المضلّة.

عرض ومناقشة نتائج المحور الرابع : التفاعل الطلابي والإعلامي مع القضية

الجدول 16: الوسيلة المفضلة لتتبع أخبار فلسطين

الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية (%)
فيديوهات عبر تيك توك/يوتيوب	44	38.89%
برامج إخبارية	38	27.78%
تغريدات ووسوم عبر تويتر	18	19.44%
مقالات رأي وتحليل	15	13.89%

القراءة الوصفية :

تشير نتائج الجدول إلى أن الفيديوهات المنتشرة عبر منصّات مثل تيك توك ويوتيوب تمثل الوسيلة الأكثر تفضيلاً لتتبع أخبار فلسطين، حيث اختارها 44 مبحوثاً، بنسبة 38.89%، وهي أعلى نسبة في الجدول. تليها في المرتبة الثانية البرامج الإخبارية التقليدية، والتي نالت تفضيل 38 مبحوثاً، بنسبة 27.78%. أما التغريدات والوسوم على تويتر فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 19.44% (18 مبحوثاً)، بينما جاءت مقالات الرأي والتحليل في المرتبة الأخيرة، بنسبة 13.89% (15 مبحوثاً فقط).

التحليل:

تدل هذه النتائج على أن الجمهور، خصوصاً الفئات الشابة، بات يفضل المضامين البصرية السريعة والمباشرة التي توفرها المنصات الرقمية مثل تيك توك ويوتيوب، نظراً لقدرتها على نقل الأحداث بشكل حيّ وآني، وبأسلوب سهل وقابل للمشاركة والتفاعل. كما

أن هذا النوع من الوسائط يوقّر محتوى مؤثراً وسريع الانتشار، يعزز من حضور القضية الفلسطينية في الفضاء الرقمي العالمي.

في المقابل، ورغم تراجع نسبي، لا تزال البرامج الإخبارية التقليدية تحتفظ بجزء معتبر من المتابعة، ما يعكس استمرار ثقة شريحة من الجمهور بالمصادر الإخبارية الرسمية أو المعمّقة. أما الاعتماد على تويتر كوسيلة للاطلاع، فهو يرتبط غالباً بالمستخدمين النشطين سياسياً أو إعلامياً، حيث يشكّل منصة لتبادل الأخبار العاجلة والمواقف السريعة.

أما مقالات الرأي والتحليل، فحلولها في المرتبة الأخيرة يبرز تراجعاً في الإقبال على المحتوى المكتوب والطويل، لصالح الوسائط السريعة، وهو ما يعكس تغيراً في أنماط الاستهلاك الإعلامي، خاصة لدى الجيل الرقمي، الذي يفضل الصورة والمشهد على النصوص المطولة.

بناءً على هذه المعطيات، يمكن القول إن المشهد الإعلامي المتعلق بالقضية الفلسطينية يشهد تحولاً في أدوات التأثير والمتابعة، حيث أصبحت المنصات الرقمية المرئية هي الفاعل الأول في تشكيل الرأي العام ونقل الأحداث، وهو ما يفرض على المؤسسات الإعلامية والمناصرين للقضية تبني استراتيجيات تواصل مرنة وبصرية ومواكبة لتفضيلات الجمهور.

ثالثاً/ مناقشة وتفسير نتائج الدراسة :

أظهرت نتائج الاستبيان الميداني الذي وُزِعَ على عينة من 115 طالبًا وطالبة من كلية الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط، تفاوتًا في المواقف والتوجهات الإعلامية تجاه القضية الفلسطينية. وتبيّن من خلال إجابات الطلبة وجود توجه قوي نحو الإعلام الرقمي وصناع المحتوى العرب كمصدر رئيسي للمعلومات حول القضية، مقابل تراجع ثقة نسبي في الإعلام العربي الكلاسيكي.

وتشير النتائج إلى أن الجيل الجامعي يميل إلى الأنماط الإعلامية الحديثة والسريعة مثل الفيديوهات القصيرة والبث المباشر عبر الإنترنت، ما يدل على تحول جذري في طريقة استهلاكهم للرسائل الإعلامية المتعلقة بالقضية الفلسطينية.

كما تكشف الدراسة عن نسبة مرتفعة من اللامبالاة أو التراجع في الاهتمام بالقضية، خاصة لدى الطلبة في مستويات الليسانس، ما يعكس تحديات حقيقية في تعزيز الوعي السياسي والوطني داخل الأوساط الجامعية.

رابعاً/ التحليل والتفسير العام لمحاوَر الاستبيان :

المحور الأول: الإعلام العربي الكلاسيكي والقضية الفلسطينية

يتضح من إجابات الطلبة أن الإعلام العربي الكلاسيكي ما يزال حبيسًا للأساليب التقليدية والخطاب الرسمي، حيث اتسمت تغطيته بـ"التكرار"، و"الجمود"، وضعف التفاعل. كما سجل الطلبة ملاحظات على غياب التغطية الموضوعية، ووجود ميل نحو المعالجة العاطفية.

المحور الثاني: صناع المحتوى العرب والقضية الفلسطينية

جاءت آراء الطلبة لتؤكد أن صناع المحتوى العرب يتمتعون بحيوية وواقعية في تناولهم للقضية، ويتميز محتواهم بـ"الجرأة" و"السرعة في النشر" و"الاقتراب من المتلقي". وتُعد هذه المؤشرات دليلاً على صعود ما يُعرف بالإعلام المواطن، الذي يُعيد تشكيل الرأي العام من خارج المؤسسات التقليدية.

المحور الثالث: المقارنة بين الطرفين

من خلال مقارنة تأثير الطرفين، تظهر النتائج أن الطلبة يميلون إلى اعتبار صناع المحتوى أكثر تأثيرًا أو مكملين للإعلام الكلاسيكي، مع وجود ثقة متزايدة بالإعلام

الفلسطيني المحلي كمصدر مباشر للحقيقة. ويلاحظ غياب التكامل بين الإعلاميين، وهو ما يراه الطلبة ثغرة في الجهود الاتصالية المشتركة.

المحور الرابع: التفاعل الطلابي

سجلت الدراسة نسبة مقلقة حول ضعف اهتمام الجيل الجامعي بالقضية الفلسطينية، خاصة في السنوات الأولى. كما فضل الطلبة وسائل رقمية مثل "تيك توك" و"يوتيوب"، في حين اقترحوا ضرورة إدماج القضية في المناهج الدراسية وتنظيم حملات إعلامية شبابية لتعزيز الوعي.

خامساً/ الاستنتاج العام وتفسير نتائج الفرضيات :

الفرضية العامة:

هناك تفاوت في فعالية تناول القضية الفلسطينية بين صناع المحتوى العرب والإعلام العربي الكلاسيكي من حيث الخطاب، التأثير، القرب من الجمهور، والتفاعل الجماهيري.

الاستنتاج:

تؤكد نتائج الدراسة صحة الفرضية العامة؛ حيث تبين أن صناع المحتوى يحققون مستويات أعلى من القرب والتفاعل والجاذبية لدى الطلبة، بينما ما يزال الإعلام الكلاسيكي محافظاً على دور تقليدي محدود في التأثير.

الفرضيات الجزئية:

1. الفرضية 1: الإعلام العربي الكلاسيكي ما يزال يحافظ على دور تقليدي في تغطية

القضية الفلسطينية، مع ميل إلى الخطاب الرسمي.

✓**محققة** :دلّت النتائج على هيمنة الأسلوب الرسمي، وغياب الابتكار، وضعف

التفاعل، وتكرار الطرح، وهو ما عبّر عنه معظم المستجوبين.

2. الفرضية 2 :صناع المحتوى العرب يقدمون معالجة أكثر قرباً وواقعية للقضية،

وتفاعلهم أقوى مع الجمهور.

✓**محققة** :أظهرت النتائج أن الطلبة يعتبرون المحتوى الرقمي أكثر تأثيراً وواقعية،

خاصة عبر البث المباشر والفيديوهات القصيرة.

3. الفرضية 3 :صناع المحتوى يلعبون دوراً موازياً وربما بديلاً عن الإعلام الكلاسيكي

في التأثير على الرأي العام الجامعي.

✓ **محققة:** أقرّ أكثر من نصف العينة بأنّ صناع المحتوى هم المصدر الرئيسي للوعي بالقضية، مع تراجع واضح في فعالية الإعلام التقليدي. تُبرز هذه النتائج أنّ الإعلام التقليدي، رغم تاريخه العريق في تغطية القضية الفلسطينية، لم يعد قادرًا وحده على التأثير في وعي الجيل الجامعي، الذي أصبح أكثر انجذابًا للمحتوى الرقمي السريع والمباشر. وهذا يدعو إلى ضرورة تطوير الإعلام الكلاسيكي، وبناء شراكات مع صناع المحتوى الشباب، لتعزيز رسالة القضية الفلسطينية في عالم رقمي سريع التحول.

الخاتمة :

إنّ القضية الفلسطينية، بما تحمله من أبعاد سياسية، إنسانية، إعلامية، وهوياتية، ما تزال تُشكّل مرآة لعدالة مغيبّة ونضال مستمر ضد سياسات التهويد والاستعمار. وقد كشفت هذه الدراسة، من خلال تحليل آراء عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط، عن واقع التحول في مصادر التأثير والتلقي الإعلامي المرتبط بهذه القضية، حيث تراجع دور الإعلام العربي الكلاسيكي لصالح بروز صناع المحتوى العرب الذين باتوا يشكلون مرجعية بديلة لدى فئات واسعة من الشباب الجامعي.

وقد تبين من نتائج الاستبيان أنّ الخطاب الرسمي والتقليدي فقد جزءاً كبيراً من جاذبيته لدى الجيل الجديد، في حين أن الخطاب الرقمي المرن، الذي يتسم بالسرعة، والقرب من المتلقي، وملامسة الواقع الميداني، أصبح أكثر تأثيراً، خصوصاً حين يُوظف ضمن إطار نضالي أخلاقي وإنساني.

غير أنّ هذه التحولات، رغم دلالاتها الإيجابية، تفرض تحديات جديدة أمام صانعي السياسات الإعلامية والمؤسسات التربوية والثقافية، تستدعي التفكير في سبل تجديد الخطاب الإعلامي، ودمج الإعلام البديل ضمن منظومات التأطير والتوجيه، بما يُعزز من حضور القضية الفلسطينية في الوعي الجمعي، وخاصة لدى فئة الطلبة، التي تُعدّ خزاناً استراتيجياً لأي تغيير قادم.

التوصيات والإقتراحات:

على مستوى المؤسسات الإعلامية:

1. ضرورة تطوير آليات العمل في وسائل الإعلام العربي الكلاسيكي، وجعلها أكثر تفاعلية وواقعية في تناول القضية الفلسطينية.
2. تشجيع الإنتاج الإعلامي المهني الذي يعكس حقيقة الميدان الفلسطيني، ويُقاوم روايات التشويه والتطبيع.
3. فتح المجال للتعاون بين الصحفيين المحترفين وصناع المحتوى الرقمي المستقل، بهدف توحيد الجهود الإعلامية وتوجيه الخطاب نحو خدمة القضايا العادلة.

على مستوى الجامعات والمعاهد:

4. إدماج القضية الفلسطينية كمحور ثابت في المقررات الأكاديمية لطلبة الإعلام، والعلوم السياسية، والعلوم الاجتماعية.
5. تنظيم ملتقيات، وورشات، ونشاطات طلابية تُعزّز وعي الطلبة وتدريبهم على إنتاج محتوى إعلامي ملتزم بالقضايا الإنسانية.
6. إطلاق مسابقات إعلامية جامعية تحفّز الطلبة على تناول القضية الفلسطينية بإبداع ومسؤولية.

على مستوى صنّاع المحتوى والشباب:

7. دعم المبادرات الرقمية الشبابية التي تُعنى بفلسطين، وتوفير منصات تدريب وتطوير لهم في مجالات السرد الإعلامي المؤثر.
8. بناء شبكات تواصل بين صنّاع المحتوى العرب من مختلف الدول لتنسيق الحملات الإعلامية الإلكترونية الداعمة لفلسطين.
9. تعزيز ثقافة الإعلام المقاوم، والتميز بين المحتوى الإخباري النضالي والمحتوى الترفيهي السطحي الذي قد يختزل القضية.

على مستوى السياسات الثقافية والإعلامية:

10. ضرورة سنّ استراتيجيات إعلامية عربية موحدة لمواجهة الروايات الصهيونية المضللة، عبر محتوى مؤسسي وشعبي مشترك.
11. مقاومة التضييق الرقمي على المحتوى الفلسطيني، وتوثيق حالات الحذف والحظر من منصات التواصل، والسعي لإيجاد بدائل عربية.

المصادر والمراجع

المَصَادِرُ

المَرَاجِعُ

قائمة المصادر والمراجع:

قائمة المراجع باللغة العربية :

1. أبو زيد، مروة .السرد الرقمي في مقاومة الاحتلال: حالة فلسطين .مجلة السرد العربي، العدد 6، 2022.
2. أخرياش، لطيفة .الإعلام العربي وقضايا التحرر .دار الطليعة، بيروت، 2010.
3. الحسيني، رنا .من الإعلام إلى التفاعل: صنّاع المحتوى في الفضاء العربي .مركز دراسات الإعلام الجديد، 2022.
4. الديب، ريم .استدامة المبادرات الإعلامية الفردية في العالم العربي .المجلة الدولية لريادة الإعلام، العدد 4، 2023.
5. الزركلي، خير الدين .الأعلام .دار العلم للملايين، بيروت، الطبعة الخامسة، 1980.
6. الكيالي، عبد الوهاب .تاريخ فلسطين الحديث .المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2005.
7. بشارة، عزمي .المسألة الفلسطينية: من تحرير الأرض إلى تحرير الإنسان .المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2013.
8. دروزة، محمد عزة .حول القضية الفلسطينية .دار القلم، بيروت، 1990.
9. الخالدي، وليد .قبل الشتات: تاريخ الفلسطينيين 1876-1948 .مؤسسة الدراسات الفلسطينية، بيروت، 1992.
10. الخالدي، وليد .قضية فلسطين: خلفياتها التاريخية وتطوراتها المعاصرة .مؤسسة الدراسات الفلسطينية، بيروت، 2001.
11. الحسيني، رنا .من الإعلام إلى التفاعل: صنّاع المحتوى في الفضاء العربي .مركز دراسات الإعلام الجديد، 2022.
12. الصالح، محسن .الانقسام الفلسطيني وتأثيره على القضية الفلسطينية .مجلة دراسات الشرق الأوسط، مجلد 13، العدد 2، 2021.
13. الكيوان، هالة .المحتوى المختصر والتأثير العاطفي في الخطاب الرقمي .المجلة العربية للإعلام الرقمي، العدد 9، 2023.
14. الهويل، ناصر .التحول الرقمي وصناعة المحتوى العربي .المجلة الدولية للإعلام الرقمي، العدد 5، 2021.

15. منظمة العفو الدولية. قمع المحتوى الفلسطيني عبر المنصات الرقمية. تقرير حقوق الإنسان، 2023.
16. المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية. الجزء الأول، دار الدعوة، القاهرة، 2004.
قائمة المراجع باللغة الفرنسية :
17. Nour Ali. Digital Resistance and the Palestinian Struggle. Social Media Studies Journal, Vol. 4, Issue 1, 2022.
18. Nour Ali. Live Streaming the Occupation: Palestinian Influencers and Digital Resistance. Social Media Studies Journal, Vol. 4, Issue 1, 2022.
19. UN Security Council. Resolution 242, 1967.7amleh – The Arab Center for the Advancement of Social Media. The Index of Racism and Incitement 2022

الملاحق

الملاحق



جامعة عمارثليجي بالأغواط

كلية العلوم الانسانية والحضارة

قسم علم الاعلام والاتصال

إستبيان

في سياق تحضير مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الانسانية تخصص : علم الاعلام والاتصال المعنونة ب: " القضية الفلسطينية ما بين صناع المحتوى العرب والإعلام العربي الكلاسيكي "

(دراسة مقارنة تشمل آراء عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط) أنموذجا

" نرجو منكم التكرم بالإجابة على هذه الاستمارة بعناية ودقة ووضع علامة (√) امام الخيار الانسب لكم، نود ان نؤكد لكم ان كافة المعلومات والبيانات التي ستقدمونها ستكون مخصصة لأغراض البحث العلمي فقط، وستعامل بسرية تامة، نشكركم جزيل الشكر على تعاونكم ونقدر وقتكم الثمين.

اشراف الأستاذ :

د / عبد القادر النوعي

إعداد الطالبين :

- زروقي عامر

- بن صغير البشير

السنة الجامعية :

2025/2024

المعلومات الشخصية :

1. الجنس:

أنثى ذكر

2. المستوى الدراسي:

ماستر 2 ماستر 1 السنة الثالثة السنة الثانية

السنة الأولى

3. هل تتابع القضية الفلسطينية عبر وسائل الإعلام؟

لا نعم

4. ما هو مصدر متابعتك الرئيسي للأخبار المتعلقة بفلسطين؟

الإعلام العربي الكلاسيكي (قنوات تلفزيونية، صحف، إذاعة)

صناع المحتوى العرب على الإنترنت (يوتيوب، إنستغرام، تيك توك..)

المحور الأول: تغطية الإعلام العربي الكلاسيكي للقضية الفلسطينية:

5. كيف تقيم تغطية الإعلام العربي الكلاسيكي للقضية الفلسطينية؟

سيئة ضعيفة متوسطة جيدة ممتازة

6. هل ترى أن الإعلام العربي الكلاسيكي يعرض القضية الفلسطينية بشكل موضوعي؟

لا إلى حد ما نعم

7. ما الأسلوب الذي يغلب على تغطية هذه الوسائل؟

تسطيحي عاطفي وشعائري خبري تحليلي

8. ما أبرز النقائص التي تلاحظها في تناول الإعلام التقليدي للقضية؟

التكرار والجمود في الطرح

تجاهل بعض الأحداث

ضعف التفاعل مع المتابع

التركيز على الخطاب الرسمي فقط

المحور الثاني : تغطية صناع المحتوى للقضية الفلسطينية

9. كيف تقيم تغطية صناع المحتوى للقضية الفلسطينية؟
 سيئة ضعيفة متوسطة جيدة ممتازة
10. هل ترى أن صناع المحتوى يعرضون القضية الفلسطينية بشكل موضوعي؟
 لا إلى حد ما نعم
11. ما الأسلوب الذي يغلب على تغطية هذه الوسائل؟
 تسطيحي عاطفي وشعائري خبري تحليلي
12. ما أبرز النقائص التي تلاحظها في تناول الإعلام التقليدي للقضية؟
 التكرار والجمود في الطرح
 تجاهل بعض الأحداث
 ضعف التفاعل مع المتابع
 التركيز على الخطاب الرسمي فقط

المحور الثالث : المقارنة بين الإعلام العربي الكلاسيكي وصناع المحتوى

13. في رأيك، أي الطرفين أكثر تأثيرًا في الرأي العام تجاه القضية الفلسطينية؟
 الإعلام الكلاسيكي
 صناع المحتوى
 كلاهما
 لا أحد منهما
14. هل ترى أن هناك تنسيق أو تكامل بين الطرفين في التغطية؟
 إلى حد ما لا نعم
15. ما الجهة التي تعكس الواقع الفلسطيني بشكل أدق؟
 الإعلام العربي الكلاسيكي
 صناع المحتوى
 كلاهما
 لا أحد منهما

المحور الرابع : التفاعل الطلابي والإعلامي مع القضية

16. ما الوسيلة التي تفضلها لتتبع أخبار فلسطين؟

فيديوهات عبر تيك توك/يوتيوب

برامج إخبارية

تغريدات ووسوم عبر تويتر

مقالات رأي وتحليل