

تحليل التغطية الإعلامية لوكالة وطن للأنباء لحرب غزة: دراسة مقارنة الاطر وتقنيات الدعاية ما قبل و بعد الهدنة في سياق حرب 7 أكتوبر 2023

Analysis of the Palestinian News & Information Agency (WAFA)'s Coverage of the Gaza War: A Comparative Study of Framing and Propaganda Techniques Before and After the Ceasefire in the Context of the October 7, 2023 War

<p>مجاهد جهاد فرح جامعة تونس (تونس). Mojahedhehad2018@hotmail.com</p>	<p>ضحى مزيد جامعة النجاح الوطنية، نابلس (فلسطين).</p>	<p>د. إبراهيم عكة* جامعة النجاح الوطنية، نابلس (فلسطين). Ibrahim.okh@najah.edu</p>
---	---	---

تاريخ القبول : 2025/09/21

تاريخ الارسال : 2025/07/27

ملخص: يهدف هذا البحث إلى تحليل دور وكالة "وطن للأنباء" في تشكيل الإدراك الجماهيري خلال النزاعات السياسية والعسكرية، من خلال دراسة مقارنة لتغطيتها الإعلامية في فترتين متباينتين: الهدنة واستئناف العدوان الإسرائيلي بعد 7 أكتوبر 2023. ويركز البحث على تحليل تحولات الخطاب الإعلامي للوكالة واستراتيجيات التأطير التي تبنتها، إلى جانب دور العلاقات العامة الرقمية في دعم السردية الفلسطينية ومواجهة الرواية الإسرائيلية على المستوى الدولي. ينطلق البحث من نظرية التأطير الإعلامي لفهم كيفية توجيه الرسائل الإعلامية وتشكيل الإدراك العام، كما يستند إلى مفاهيم الدعاية السياسية، خصوصاً ضمن نموذج دعاية البروباغندا، لفهم آليات التأثير والإقناع المستخدمة خلال أوقات التصعيد. اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي يجمع بين التحليل الكمي والنوعي، من خلال تحليل مضمون منشورات وكالة "وطن" الرقمية والتفاعل الجماهيري عبر الوسوم. أظهرت النتائج تحولاً واضحاً في الخطاب الإعلامي للوكالة؛ إذ زاد استخدام مصطلحات مثل "الإبادة" و"الجرائم ضد الإنسانية" بنسبة بلغت نحو 40% بعد استئناف العدوان، مقابل خطاب دبلوماسي وحقوقى خلال الهدنة. كما كشفت الدراسة عن الدور المحوري للعلاقات العامة الرقمية في إدارة الحملات الإلكترونية وتوسيع انتشار المحتوى الفلسطيني، بما ساهم في تعزيز التفاعل الدولي والتصدي لمحاولات تشويه السردية الفلسطينية. وتوصي الدراسة بتبني استراتيجيات إعلامية أكثر مرونة تقوم على التكامل بين التأطير والدعاية السياسية والعلاقات العامة الرقمية، لمواكبة التحولات السياسية والعسكرية وتعزيز التأثير الإعلامي الفلسطيني عالمياً.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الفلسطيني، التأطير الإعلامي، الدعاية السياسية، دعاية البروباغندا، العلاقات العامة الرقمية، إدارة العلاقات الرقمية، وكالة وطن للأنباء، حرب 7 أكتوبر.

Abstract: The study aimed to explore the role of the media in countering rumors during crises in Emirati society. The study's problem was the widespread spread of the COVID-19 pandemic, which has become the focus of media attention and social media platforms. This has created a fertile environment for the spread of rumors and misinformation, especially given people's need for information related to the pandemic and its treatment methods. The study sample consisted of 274 individuals residing in the UAE.

The study concluded that the media plays an effective and essential role in activating health and education programs. The study also found no statistically significant differences between the average responses of sample members to the tool as a whole. This was due to the variables of age and educational qualification. The study recommended the need to raise community awareness of the dangers of rumors through the media, and to work to limit their spread and hold perpetrators accountable.

Keywords: Media, media technologies, social media, rumors, crises.

1- مقدمة

يُعتبر الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي من أكثر النزاعات المزمنة التي نالت تغطية إعلامية شاملة، وأسهمت بفعالية في تشكيل الإدراك الجماهيري وتوجيه المواقف السياسية والدبلوماسية على المستويين الإقليمي والدولي. ومع تطور الوسائل الإعلامية، تجاوز الإعلام دوره التقليدي كوسيط ناقل للأحداث، وأصبح أداة استراتيجية في الصراع السياسي، حيث تتنافس الروايتان الفلسطينية والإسرائيلية عبر الوسائل التقليدية والمنصات الرقمية.

في هذا السياق، تبرز وكالة "وطن للأخبار" كفاعل إعلامي فلسطيني مستقل يلعب دورًا محوريًا في بناء وتعزيز السردية الفلسطينية على الصعيد الدولي، لا سيما من خلال استغلال التقنيات الرقمية والعلاقات الإعلامية العابرة للحدود. وقد شكلت أحداث 7 أكتوبر 2023 نقطة تحول جذرية في التغطية الإعلامية، بعد أن اندلعت حرب عقب عملية عسكرية مفاجئة للفصائل الفلسطينية وتبعها عدوان واسع النطاق على قطاع غزة، مما أسفر عن أزمة إنسانية حادة وزاد من حدة الاتهامات الدولية بارتكاب انتهاكات جسيمة لحقوق المدنيين.

إضافة إلى ذلك، أصبح للقطاع الرقمي دورٌ متزايد في استراتيجيات التأثير الإعلامي؛ إذ أن العلاقات العامة الرقمية وإدارتها تُعدان من الأدوات الأساسية في تنسيق الحملات الإعلامية عبر الإنترنت. فهي تتيح للوكالة مراقبة التفاعل الفوري مع الجمهور وتيسير بناء الشراكات مع الجهات الفاعلة الدولية والمنظمات الحقوقية، مما يعزز من فاعلية الرسالة الوطنية ويوسع نطاق انتشارها عالميًا. تعمل إدارة العلاقات العامة الرقمية على تنظيم المحتوى الإلكتروني وتفعيل منصات التواصل الاجتماعي بطريقة منهجية تضمن استجابة سريعة للتغيرات في السياق السياسي والعسكري.

استنادًا إلى نظرية التأطير الإعلامي لفهم آليات توجيه الرسائل وتشكيل الإدراك الجماهيري، إلى جانب نظرية الدعاية السياسية وبشكل خاص نموذج البروباغندا الذي يركز على أدوات الإقناع مثل تكرار الشعارات واستخدام الصور العاطفية—يهدف هذا البحث إلى دراسة كيفية توظيف وكالة "وطن للأخبار" لهذه النظريات والتقنيات. يتم ذلك من خلال مقارنة خطابها الإعلامي بين فترتي الهدنة واستئناف العدوان، وتحليل مدى تأثير التكامل بين استراتيجيات التأطير والدعاية والعلاقات العامة الرقمية في تشكيل الرأي العام الدولي.

على الرغم من تنوع الدراسات التي تناولت دور الإعلام في النزاعات، إلا أن هناك فجوة بحثية ملحوظة تتعلق بالنقد التحليلي للتكامل بين التأطير الإعلامي، والدعاية السياسية، وإدارة العلاقات العامة الرقمية في السياق الفلسطيني خلال الأزمات الكبرى. يسعى هذا البحث إلى سد تلك الفجوة من خلال تقديم نموذج متكامل لفهم استراتيجيات التأثير الإعلامي الفلسطيني في مواجهة الرواية الإسرائيلية على الساحة الدولية.

2- مشكلة البحث

يلعب التأطير الإعلامي دورًا أساسيًا في تشكيل الإدراك الجماهيري خلال النزاعات، حيث يُسهم في توجيه المواقف السياسية وتنظيم الرأي العام (Entman, 1993; McCombs & Shaw, 1972). وفي سياق حرب 7 أكتوبر 2023، برز صراع السرديات الإعلامية كميدان مواز للصراع العسكري؛ فقد تبنى الإعلام الإسرائيلي خطاب "الدفاع عن النفس"، بينما ركز الإعلام الفلسطيني—ممثلاً بوكالة "وطن للأنباء"—على توثيق الانتهاكات وتقديم السردية الفلسطينية ضمن أطر تُصوّر الأحداث كإبادة جماعية وجرائم حرب ضد المدنيين، استنادًا إلى نظريتي التأطير الإعلامي وإدارة الخبر (Goffman, 1974; Jowett & O'Donnell, 2019). كما تُوظّف الوكالة تقنيات الدعاية السياسية، ولا سيما نمط البروباغندا الذي يتضمن تكرار الشعارات واستخدام الصور العاطفية، لتثبيت الرموز القومية وتوجيه التأثير العاطفي على المتلقي.

إشكالية البحث

تتمثل إشكالية الدراسة في تحليل كيفية توظيف وكالة "وطن للأنباء" لاستراتيجيات التأطير الإعلامي، ونموذج إدارة الخبر، وتقنيات البروباغندا، مدعومة بأدوات العلاقات العامة الرقمية، بهدف تأطير حرب غزة كإبادة جماعية، ودراسة مدى تأثير هذا الخطاب على تشكيل الرأي العام الدولي بعد خرق وقف إطلاق النار.

تساؤلات البحث

ينطلق البحث من السؤال الرئيسي التالي:

كيف وظّفت وكالة "وطن للأنباء" استراتيجيات التأطير الإعلامي، ونموذج إدارة الخبر، وتقنيات البروباغندا، وأدوات العلاقات العامة الرقمية لتأطير حرب غزة كإبادة جماعية، وما مدى تأثير هذا التأطير على تشكيل الرأي العام الدولي بعد خرق الهدنة؟

ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة التالية:

1. ما هي الأطر الإعلامية البارزة في تغطية العدوان على غزة؟
2. كيف ساهمت تقنيات البروباغندا والعلاقات العامة الرقمية في إدارة الخطاب الإعلامي على المستويين المحلي والدولي؟
3. ما النماذج النظرية المعتمدة لتحليل التأطير الإعلامي وإدارة الخبر في سياق تغطية الانتهاكات كجرائم ضد الإنسانية؟

4. ما التغيرات الخطابية التي طرأت على محتوى وكالة "وطن" بين مرحلتي الهدنة واستئناف العدوان؟

5. ما دور الوسوم والحملات الرقمية في توسيع نطاق التفاعل والتضامن الدولي؟

6. كيف يمكن قياس فعالية التكامل بين استراتيجيات التأطير، وتقنيات البروباغندا، وأدوات العلاقات العامة الرقمية في التأثير على الإدراك الجماهيري؟

3- أهمية البحث

تبرز أهمية الدراسة في تقديم تحليل معمق لتحولات الخطاب الإعلامي الفلسطيني خلال مرحلتي التصعيد والهدنة، وتبسيط الضوء على دور تقنيات البروباغندا والعلاقات العامة الرقمية في بناء ونشر السردية الوطنية

الفلسطينية. كما تسهم الدراسة في سد الفجوة المعرفية المتعلقة بتقييم استراتيجيات الإعلام الفلسطيني المستقل خلال الأزمات الكبرى، مما يدعم جهود تعزيز الفعالية الاتصالية على الصعيد الدولي.

4- أهداف البحث

تهدف الدراسة إلى:

1. تحليل الأطر الإعلامية المعتمدة من قبل وكالة "وطن للأخبار" خلال فترتي التصعيد والهدنة.
2. مقارنة الخطاب الإعلامي للفترتين بهدف فهم آليات التغيير التحريري.
3. تقييم دور العلاقات العامة الرقمية وتقنيات البروباغندا في تعزيز الانتشار الدولي والتفاعل الجماهيري.
4. فحص مدى تطبيق نظريتي إدارة الخبر والتأطير الإعلامي في توجيه الإدراك الجماهيري على الصعيد الدولي.

5- منهجية الدراسة وأدواتها

أولاً: المنهج المعتمد

سعيًا لتحقيق أهداف البحث، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي الذي يجمع بين المقاربتين الكمية والنوعية، بما يتيح فهماً مركباً للظواهر الاتصالية المدروسة. وقد تم استخدام أداة تحليل المضمون (Content Analysis) بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات وتحليلها، نظرًا لقدرتها على تفكيك الرسائل الإعلامية واستخلاص الأطر الدلالية والتقنيات الخطابية الكامنة فيها.

ثانيًا: مجتمع وعينة البحث

يتكوّن مجتمع البحث من جميع المنشورات الرقمية الصادرة عن وكالة "وطن للأخبار" عبر منصاتها الرسمية (فيسبوك، تويتر، الموقع الإلكتروني) خلال الفترة الزمنية الممتدة من 18 يناير 2025 إلى 18 أبريل 2025. وتم اختيار عينة قصدية زمنية مقسّمة إلى فترتين متميزتين لأغراض المقارنة:

- الفترة الأولى (فترة الهدنة): من 18 يناير حتى 18 مارس 2025، وبلغ حجم العينة خلالها 116 منشورًا.
- الفترة الثانية (فترة استئناف العدوان): من 18 مارس حتى 18 أبريل 2025، وبلغ حجم العينة خلالها 137 منشورًا.

ثالثًا: تقنية تحليل المضمون وتوضيح الفئات والوحدات

تم توضيح الإجراءات المنهجية المعتمدة على النحو التالي:

- وحدة التحليل (Unit of Analysis): تم اعتماد "المنشور الرقمي الواحد" كوحدة تحليل أساسية، بما يشمل من عناصر نصية (عنوان، متن)، وصور ثابتة، ومقاطع فيديو، ووسوم (Hashtags) مرفقة. وقد تم تحليل كل منشور كوحدة دلالية متكاملة بهدف فهم الرسالة الكلية التي ينقلها.
- وحدة التعداد (Unit of Counting): تمثلت في تكرار ظهور فئات التحليل (الأطر الإعلامية وتقنيات البروباغندا) داخل كل منشور، بما يسمح برصد التكرارات وتحديد الاتجاهات السائدة.

• فئات التحليل (Categories of Analysis): تم تصميم استمارة تحليل مضمون تضمنت فئتين رئيسيتين: 1. الأطر الإعلامية: تم تصنيفها استنادًا إلى نموذج (Gamson & Modigliani, 1989) وغيره، حيث يُرمز للمنشور ضمن إطار معين إذا كان محتواه يركز بشكل أساسي على ذلك البعد. ومن أبرز الأطر المعتمدة: • إطار الصراع: يُستخدم عندما يصوّر المنشور الأحداث كمواجهة عسكرية مباشرة بين طرفين. • إطار المسؤولية: يُستخدم عندما يركز المنشور على تحديد الجهة المسؤولة عن الأحداث أو انتهاك القوانين. • إطار الاهتمام الإنساني: يُستخدم عندما يسلط المنشور الضوء على القصص الشخصية والمعاناة الإنسانية للمدنيين.

• تقنيات البروباغندا: تم تحديدها بناءً على نموذج (Jowett & O'Donnell, 2012)، حيث تم رصد وجود التقنية داخل النص أو الصورة وفقًا للمعايير التالية: • تقنية التسمية (Name Calling): تُرصد عند استخدام ألفاظ سلبية أو شيطنة الطرف الآخر (مثل "العدوان الوحشي"). • تقنية التوصية (Testimonial): تُرصد عند الاستشهاد بتصريحات شخصيات أو منظمات دولية (مثل "الأمم المتحدة تدين...").

• تقنية البطاقة الرابحة (Card Stacking): تُرصد عند تقديم معلومات وإحصائيات بشكل انتقائي يخدم السردية الفلسطينية (مثل التركيز على أعداد الضحايا الفلسطينيين فقط). من خلال هذا التوضيح المنهجي، يتبين أن التحليل لم يقتصر على الكلمات أو النصوص فحسب، بل شمل معالجة شمولية للمنشورات باعتبارها وحدات دلالية متكاملة، مما يتيح فهمًا أعمق للاستراتيجيات الخطابية والجدول الناتجة عنها، ويعزز من موثوقية النتائج وتفسيرها في سياقها الاتصالي والسياسي.

رابعًا: أدوات البحث ومبررات اختيارها

1. تحليل المضمون الإعلامي:

يُستخدم تحليل المضمون لاستكشاف الأطر الإعلامية واستراتيجيات الخطاب عبر تحليل محتوى المنشورات الرقمية لوكالة "وطن"، مع التركيز على تقنيات إعادة التأطير، والمناشدات العاطفية، والرموز القومية، والصور الصادمة؛ وذلك وفقًا لنماذج الدعاية والبروباغندا (Neuendorf, 2017؛ Krippendorff, 2018؛ Jowett & O'Donnell, 2019).

2. التحليل الإحصائي:

يُطبق التحليل الإحصائي لقياس معدلات ظهور الأطر والمصطلحات الدعائية بهدف تقديم بيانات كمية دقيقة تُثبت العلاقات بين المتغيرات الإعلامية وتدعم النتائج (Field, 2018).

خامسًا: حدود البحث

• الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على تحليل دور وكالة "وطن" للأخبار في تغطية العدوان الإسرائيلي على غزة، من خلال استراتيجيات التأطير الإعلامي، وتقنيات البروباغندا، وأدوات العلاقات العامة الرقمية. • الحدود الزمنية: تمتد فترة الدراسة من 18 يناير إلى 18 أبريل 2025 لتشمل مرحلتَي الهدنة والتصعيد، مما يتيح رصد التحولات الخطابية.

• الحدود الجغرافية: يقتصر نطاق الدراسة على المحتوى المنشور باللغة العربية بواسطة وكالة "وطن للأخبار"، دون التطرق إلى وسائل الإعلام الإسرائيلية أو الدولية، بهدف التركيز على الخطاب الإعلامي الفلسطيني المستقل ودوره في توجيه الإدراك الجماهيري العالمي.

6- مصطلحات الدراسة

حرب 7 أكتوبر: (October 7 War)

تشير إلى العدوان الإسرائيلي المكثف على قطاع غزة في 7 أكتوبر 2023، والذي اتسم بارتفاع أعداد الضحايا المدنيين واستهداف البنية التحتية، وفق تقارير أممية وحقوقية، ولعب فيه الإعلام الرقمي الفلسطيني دورًا محوريًا في التوثيق وكشف الانتهاكات (UNHRC, 2023; Amnesty, 2023).

وكالة وطن للأخبار (Watan News Agency)

تُعد وكالة وطن للأخبار مؤسسة إعلامية فلسطينية مستقلة تأسست في عام 1996، متخصصة في تغطية القضايا الوطنية الفلسطينية من منظور إعلامي مقاوم. تعتمد الوكالة على خطاب إعلامي يجمع بين استراتيجيات التأطير الإعلامي والتوثيق الرقمي واستخدام تقنيات الدعاية السياسية لتمكين السردية الفلسطينية ومواجهة الرواية الإسرائيلية. خلال حرب 7 أكتوبر، برهنت الوكالة على دورها الحيوي في توثيق الانتهاكات ونقل الأخبار عبر الوسائل الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي؛ حيث تم تفعيل وسوم إلكترونية مؤثرة مثل #غزة_تحت_القصف و#جرائم_إسرائيل، مما ساهم في توسيع دائرة التفاعل الدولي وتوجيه الرأي العام العالمي (Wattan News Agency, 2025).

التأطير الإعلامي (Media Framing)

يشير إلى الطريقة التي تقوم بها وسائل الإعلام بإعادة تشكيل الأحداث عبر إبراز عناصر معينة وإخفاء أخرى، بما يؤثر على تفسير الجمهور لها. وفقًا لـ (Entman 1993)، يتضمن التأطير الإعلامي تحديد المشكلة، تشخيص أسبابها، إصدار الأحكام عليها، واقتراح الحلول، مما يساهم في بناء السرديات الإعلامية وتوجيه الرأي العام خلال النزاعات.

الدعاية السياسية: (Political Propaganda)

تشير إلى استراتيجيات الاتصال المستخدمة للتأثير على الرأي العام عبر وسائل الإعلام بهدف توجيه المواقف السياسية، وتعبئة الجماهير، وتعزيز سردية معينة. وفقًا لـ (Jowett & O'Donnell 2012)، تعتمد الدعاية السياسية على أدوات مثل التكرار، المناشدة العاطفية، واستخدام الرموز القومية، مما يجعلها أداة مركزية في النزاعات الإعلامية.

البروباغندا الإعلامية (Media Propaganda)

تمثل مجموعة من التقنيات الاتصالية المستخدمة في التأثير على الإدراك الجماهيري وتوجيهه نحو دعم سردية سياسية معينة، عبر استخدام استراتيجيات مثل التسمية، التوصية، والتكرار. وفقًا لـ (Jowett & O'Donnell 2012)، تُستخدم البروباغندا كأداة مركزية في النزاعات، حيث توظف لاستقطاب الجماهير وتعزيز المواقف السياسية المسيطرة.

العلاقات العامة الرقمية (Digital Public Relations)

تشير إلى الأنشطة الاتصالية القائمة على التقنيات الرقمية، والتي تهدف إلى إدارة الأزمات الإعلامية وتعزيز التفاعل الجماهيري خلال النزاعات. وفقاً لـ (Youmans & York (2012)، تُعد العلاقات العامة الرقمية وسيلة فعالة لتجاوز الرقابة التقليدية عبر الحملات الإعلامية الإلكترونية، الصحافة الميدانية الرقمية، واستراتيجيات التفاعل المباشر مع الجمهور عبر المنصات الرقمية.

إدارة العلاقات العامة الرقمية (Digital Public Relations Management)

تمثل العمليات الاستراتيجية التي تُوظف لتنظيم الجهود الإعلامية الرقمية، وتنسيق حملات التفاعل الجماهيري، والتحكم في توجيه الخطاب الإعلامي خلال النزاعات. وفقاً لـ (Kent & Taylor (2002)، تساعد هذه الإدارة على تعزيز سردية الأطراف الفاعلة في النزاع، عبر استخدام أدوات رقمية تهدف إلى التأثير في الرأي العام المحلي والدولي.

التغطية الإعلامية للنزاعات (Media Coverage of Conflicts)

تشير إلى العمليات التحريرية التي تتبعها المؤسسات الإعلامية في نشر المحتوى الإخباري خلال الأزمات، حيث تعتمد على استراتيجيات التأطير الإعلامي لإبراز الروايات المهيمنة وتشكيل إدراك الجمهور حول الأحداث الجارية. وفقاً لـ (Entman (1993)، تُعد التغطية الإعلامية للنزاعات عنصراً جوهرياً في بناء التصورات السياسية، حيث يتم التحكم في زوايا الطرح الصحفي والمصطلحات المستخدمة لتوجيه الإدراك الجماهيري.

7- الدراسات السابقة

تناولت الأدبيات الأكاديمية التغطية الإعلامية للصراع الفلسطيني-الإسرائيلي من زوايا متعددة، إلا أن معظمها ركز على جوانب متفرقة دون تقديم معالجة تكاملية شاملة. يمكن تلخيص أبرز الاتجاهات البحثية في أربعة محاور رئيسية:

تحليل الخطاب الإسرائيلي برز في أعمال شوارب (2024) ومشاركة (2024)، حيث تم توظيف أطر "الدفاع عن النفس" وآليات "الاستبعاد" التي تربط المقاومة بالإرهاب. كما تم الكشف عن هيمنة خطاب القوة والعقاب الجماعي في الإعلام الإسرائيلي الإلكتروني من خلال دراسة العكة وكايد (2024)، التي أبرزت كيف تُستخدم الأطر الدعائية لتبرير الممارسات العسكرية الإسرائيلية.

في مجال العلاقات العامة الرقمية، علاونة وعبد الله (2024) أشارا إلى اعتماد إسرائيل على استراتيجيات اتصال متقدمة لإعادة صياغة صورتها كدولة "متحضرة"، عبر رسائل إنسانية موجهة للجمهور العربي والدولي، مع توصيات ببناء نموذج فلسطيني رقمي تفاعلي مضاد.

على المستوى الدولي، (Rizova & Panayotova (2021 و (Elmasry (2024 أظهرتا انحيازاً واضحاً في وسائل الإعلام الغربية نحو السردية الإسرائيلية، من خلال التركيز على "الأمن الإسرائيلي" وإبراز صور الضحايا الإسرائيليين بشكل انتقائي، مقابل تهميش الرواية الفلسطينية بصرياً وإنسانياً.

الخطاب الفلسطيني ظهر في دراسة العكة (2025)، التي بيّنت ضعفاً في التخطيط الإعلامي واستثمار الأدوات الرقمية. في المقابل، (Entman (1993 و (Kent & Taylor (2002 قدّما إطاراً نظرياً يؤكد أهمية التأطير

الإعلامي والعلاقات العامة الرقمية كأدوات استراتيجية في إدارة الاتصال السياسي، وهي أدوات لم تُستغل فلسطينياً بالشكل الكافي.

التعقيب على الدراسات السابقة والفجوة البحثية

المراجعة النظرية تكشف عن فجوة واضحة في الأدبيات، إذ تفتقر المعالجات إلى دراسة متكاملة لاستراتيجيات الإعلام الفلسطيني المستقل، خاصة في ظل الأزمات الكبرى. معظم الأعمال ركزت على الخطاب الإسرائيلي أو انحياز الإعلام الدولي، دون دمج منهجي بين التأطير الإعلامي، وتقنيات البروباغندا، والعلاقات العامة الرقمية ضمن حالة فلسطينية مستقلة.

البحث الحالي يهدف إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم نموذج تحليلي متكامل لوکالة "وطن للأنباء" باعتبارها فاعلاً إعلامياً فلسطينياً مستقلاً، وتحليل استراتيجياتها الاتصالية في مواجهة السردية الإسرائيلية خلال أزمة حرب أكتوبر 2023، عبر مقارنة زمنية بين مرحلتين الهدنة والتصعيد، باستخدام أدوات تحليل الخطاب والتأطير والدعاية الرقمية.

الفجوة البحثية المحددة

رغم تنوع الدراسات السابقة في معالجة التغطية الإعلامية للصراعات، إلا أن هناك نقصاً واضحاً في النقد التحليلي للتكامل بين التأطير الإعلامي، والدعاية السياسية، وإدارة العلاقات العامة الرقمية في السياق الفلسطيني خلال الأزمات الكبرى. تحديداً، لا توجد دراسة جمعت بين:

- التحليل المقارن لفترتي الهدنة والتصعيد في حرب 7 أكتوبر 2023
- التكامل بين نظريات التأطير الإعلامي وتقنيات البروباغندا والعلاقات العامة الرقمية
- التركيز على وكالة إعلامية فلسطينية مستقلة كحالة دراسة شاملة
- تحليل التحولات الخطابية بين مرحلتين زمنيتين متميزتين

8- الإطار النظري

يرتكز هذا البحث على مجموعة من الأطر النظرية التي تفسر دور الإعلام في النزاعات، مع التركيز على العلاقات العامة الرقمية باعتبارها نموذجاً تحليلياً رئيسياً في تشكيل الإدراك الجماهيري وإدارة الاتصال السياسي خلال حرب غزة (2023). يشمل الإطار النظري نظرية التأطير الإعلامي، نظرية إدارة الخبر، الدعاية السياسية وتقنياتها، ونموذج تقنيات البروباغندا، إضافةً إلى التحليل المفاهيمي للعلاقات العامة الرقمية في البيئات الإعلامية المتأزمة.

- نظرية التأطير الإعلامي (Media Framing Theory)

تشير نظرية التأطير الإعلامي إلى أن وسائل الإعلام لا تعكس الواقع بحياد، بل تعيد تشكيله من خلال إبراز عناصر معينة وإخفاء أخرى، بما يؤثر على كيفية فهم الجمهور للأحداث. (Entman, 1993) يؤكد هذا النموذج أن عملية التأطير الإعلامي تمر بأربع مراحل: تحديد المشكلة، تشخيص أسبابها، تقييمها، واقتراح الحلول، مما يسهم في توجيه الإدراك الجماهيري وتشكيل الأجندة السياسية.

ويُعد نموذج (Gamson & Modigliani (1989) من أكثر النماذج استخدامًا في تحليل التأثير الإعلامي، حيث يحدد الأطر التالية:

- التّأثير الاستراتيجي (Strategic Framing): تقديم الأحداث من منظور سياسي أو أيديولوجي.
 - التّأثير الصراع (Conflict Framing): تصوير النزاع كمعركة بين أطراف متنافسة.
 - التّأثير القانوني (Legal Framing): التركيز على الجوانب القانونية والمساءلة الدولية.
 - التّأثير الاقتصادي (Economic Framing): تحليل آثار الأحداث على الوضع الاقتصادي.
 - التّأثير الإنساني (Human Interest Framing): إبراز القصص الفردية والمعاناة الإنسانية.
 - التّأثير بالمسؤولية (Responsibility Framing): تحديد الجهات المسؤولة عن الحدث.
 - التّأثير الأخلاقي (Moral Framing): تقديم القضية من منظور القيم الأخلاقية.
- خلال النزاعات، يُستخدم التّأثير الإعلامي لتشكيل الرؤية الجماهيرية حول الأحداث، حيث تعمل المؤسسات الإعلامية على تعزيز الأطر التي تتماشى مع مصالحها السياسية والدعائية، كما ظهر في تغطية وكالة "وطن" للأخبار "لحرب غزة".

- نظرية إدارة الخبر (News Management Theory)

تركز نظرية إدارة الخبر على كيفية التحكم في إنتاج وتوزيع المعلومات عبر استراتيجيات تحريرية تهدف إلى التأثير في الإدراك الجماهيري (Jowett & O'Donnell, 2012). تعتمد هذه النظرية على ممارسات مثل:

- اختيار توقيت النشر: التأثير في السياق السياسي من خلال توقيت إطلاق الأخبار.
- التحكم في زاوية التغطية: تقديم سردية معينة عبر التركيز على جوانب محددة من الحدث.
- التلاعب بالمفردات الصحفية: توظيف مصطلحات تعزز أو تضعف موقفًا سياسيًا معينًا.

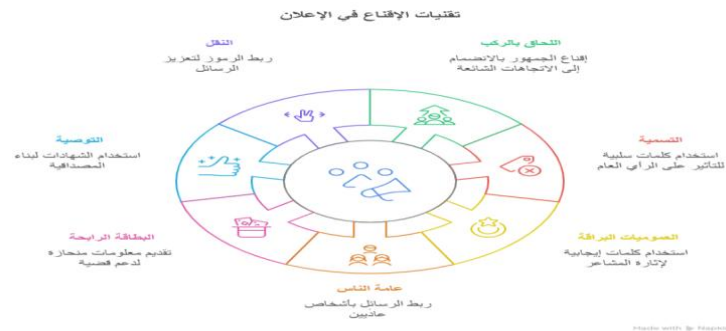
في النزاعات المسلحة، تستخدم هذه الاستراتيجيات للتأثير في النقاش السياسي، حيث تعمل المؤسسات الإعلامية على إعادة توجيه الخطاب العام عبر إدارة محتوى الأخبار والتفاعل الجماهيري، كما ظهر في توظيف وكالة "وطن" للأخبار "للأخبار الرقمية خلال الحرب".

- الدعاية السياسية وتقنياتها:

تُعرف الدعاية السياسية بأنها جهد استراتيجي منظم يهدف إلى التأثير على آراء ومواقف وسلوكيات الجمهور المستهدف، بما يخدم تحقيق أهداف سياسية محددة. وتتمثل جوهرها في نشر أيديولوجية أو سردية معينة عبر قنوات متعددة، بغرض حشد الدعم وتوجيه الرأي العام نحو اتجاهات تخدم مصالح الجهة المُروّجة. وتُعد الدعاية السياسية إطارًا أشمل من مجرد استخدام تقنيات اتصالية محددة، إذ تشمل بناء الرسائل، وتحديد الجمهور، واختيار الوسائط، وتوظيف الرموز والمضامين الثقافية (Jowett & O'Donnell, 2012).

ضمن هذا الإطار، تُعد تقنيات البروباغندا (Propaganda Techniques) أدوات تنفيذية تُستخدم لتحقيق أهداف الدعاية السياسية، وهي مجموعة من الأساليب الاتصالية المصممة للتأثير على إدراك الجماهير وعواطفهم، وتوجيههم نحو تبني مواقف أو اتخاذ سلوكيات معينة. وتُوظف هذه التقنيات في النصوص الإعلامية، والصور، والخطابات، والحملات الرقمية، وتُعد من أبرز آليات التأثير في السياقات السياسية والصراعية.

- من بين هذه التقنيات، يبرز عدد من الأساليب التي تم توثيقها في الأدبيات الاتصالية، ومنها:
- تقنية التسمية (Name Calling): استخدام ألفاظ سلبية أو مشحونة عاطفياً لوصف الطرف الآخر، بهدف تشويهه أو نزع الشرعية عنه. تُستخدم هذه التقنية لتأطير الخصم ضمن صورة نمطية سلبية، مثل وصفه بـ"العدواني" أو "الإرهابي".
- تقنية التوصية (Testimonial): الاستشهاد بتصريحات شخصيات عامة أو مؤسسات ذات مصداقية، بهدف تعزيز الرسالة الإعلامية وإضفاء شرعية عليها. على سبيل المثال، الاستناد إلى مواقف الأمم المتحدة أو منظمات حقوق الإنسان لدعم سرديّة معينة.
- تقنية البطاقة الراحبة (Card Stacking): تقديم معلومات وإحصائيات بشكل انتقائي يخدم السردية المراد ترويجها، مع تجاهل أو تغييب المعلومات التي قد تُضعف الرسالة.
- تقنية المناشدة العاطفية (Emotional Appeal): استغلال المشاعر الجماهيرية من خلال الصور والقصص المؤثرة، بهدف إثارة التعاطف أو الغضب وتوجيه الإدراك الجماهيري.
- تُعد هذه التقنيات جزءاً من منظومة متكاملة تهدف إلى بناء خطاب دعائي مؤثر، وهي تُستخدم في سياقات متعددة، لا سيما في النزاعات السياسية والإعلامية، حيث تسعى الأطراف إلى فرض سرديتها على الجمهور المحلي والدولي. وقد ظهر ذلك بوضوح في تغطية وكالة "وطن للأنباء"، التي دمجت بين التسمية والمناشدة العاطفية والتوصية لإنتاج خطاب تعبوي يخدم السردية الفلسطينية خلال الحرب.



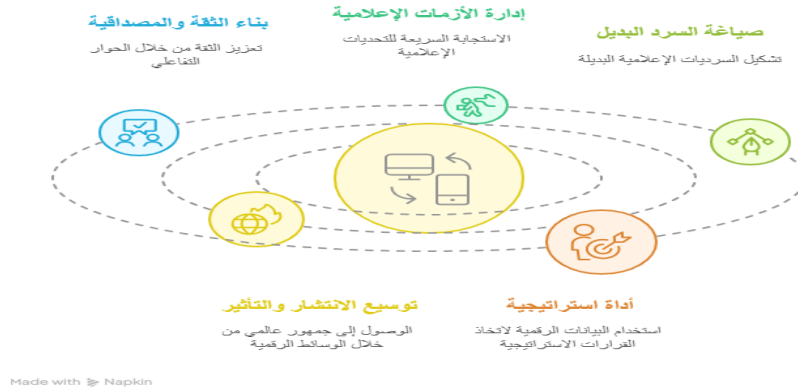
– العلاقات العامة الرقمية كإطار تحليلي في النزاعات

لم تعد العلاقات العامة الرقمية مجرد أداة اتصال، بل أصبحت نموذجاً تحليلياً يُفسر كيف تؤثر الحملات الإعلامية الرقمية في تشكيل الرأي العام خلال النزاعات. وفقاً لـ (Youmans & York 2012)، تُسهم العلاقات العامة الرقمية في:

1. إعادة توزيع القوة الاتصالية عبر تمكين الفاعلين المحليين من تجاوز الرقابة الرقمية.
 2. تعزيز التفاعل الجماهيري من خلال الحملات الرقمية، الوسوم الإلكترونية، والصحافة الرقمية الميدانية.
 3. إدارة الأزمات الإعلامية عبر استراتيجيات اتصال رقمية تدمج بين الإعلام التقليدي والمنصات الرقمية.
 4. تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي في تحسين إدارة الحملات الإعلامية وتأثيرها السياسي.
- في السياق الفلسطيني، لعبت العلاقات العامة الرقمية دوراً محورياً في توثيق الانتهاكات خلال حرب غزة، حيث استخدمت وكالة "وطن للأنباء" حملات إلكترونية مثل #جرائم_إسرائيل و#غزة_تحت_القصف لتوسيع انتشار

السردية الفلسطينية عالميًا، إضافةً إلى الاعتماد على منصات بديلة مثل "تلجرام" و"واتساب" لتجاوز قيود الرقابة الرقمية، وتعزيز الحضور الإعلامي الفلسطيني في الفضاء الرقمي الدولي.

دور العلاقات العامة الرقمية في النزاعات



9- أدوات الدراسة

أولاً: أداة تحليل المضمون

اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون، حيث تم تحليل المنشورات التي تم جمعها من خلال وصف المحتوى ودلالاته (عبد الحميد، 2015). يمثل مجتمع الدراسة جميع المنشورات المنشورة على الصفحة الرسمية لوكالة وطن للأنباء على مواقع وكالة وطن، وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب المسح لمختلف المنشورات المنشورة، والتي تضمنت الأخبار حول العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة خلال الفترة الممتدة بين 18 يناير 2025 وحتى 18 أبريل 2025.

تشير البيانات إلى زيادة حجم التغطية الإعلامية خلال فترة التصعيد مقارنة بالهدنة، حيث تم جمع 116 منشورًا خلال الهدنة الممتدة من 18 يناير حتى 18 مارس 2025، بينما ارتفع العدد إلى 137 منشورًا خلال التصعيد بين 18 مارس و18 أبريل 2025. تعكس هذه الزيادة استجابة الإعلام للأحداث المتصاعدة، مما يعزز فرضية أن التغطية الإعلامية تتكيف مع تصاعد الأوضاع السياسية والأمنية.

تحليل الإطارات الإعلامية التقليدية في تغطية وكالة وطن للإخبارية

الإطار	الفترة الأولى الهدنة 18 يناير - 18 مارس		الفترة الثانية التصعيد (18 مارس - 18 أبريل 2025)	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
إطار الصراع	30.5%	35 مرة	32.0%	40 مرة
إطار المسؤولية	20.2%	23 مرة	17.6%	22 مرة
إطار الاهتمامات الإنسانية	21.2%	24 مرة	24.0%	30 مرة
الإطار الاقتصادي	15.5%	18	28.0%	35 مرة
المجموع	100%	100	100%	127 مرة

* لاحظ أن مجموع تكرارات الأطر لا تساوي مجموع المادة المحللة، لأن المادة الخبرية الواحدة تحتوي على أكثر من موضوع.

أظهرت البيانات (الجدول 1) أنَّ وكالة وطن تعتمد على عدة إطارات إعلامية خلال فترتي التصعيد والهدنة في تغطية حرب 7 أكتوبر. يُشكل إطار الصراع النواة الأساسية للسرد، حيث سجل نسبة 32.0% خلال التصعيد و30.5% في الهدنة، مما يُبرز تركيز الوكالة على تصوير النزاع كمعركة مباشرة بين الاحتلال والمقاومة، مع تحديد الطرف المهاجم والمستهدف وإبراز الفجوة العسكرية.

على الجانب الإنساني، ساهم إطار الاهتمامات الإنسانية في جذب التعاطف الدولي؛ فقد بلغ نسبته 24.0% أثناء التصعيد و21.2% خلال الهدنة من خلال نشر صور معاناة المدنيين مثل أطفال جرحى وأمّهات تحاول حماية أبنائها. أما الإطار الاقتصادي فقد شهد أكبر زيادة، إذ ارتفع نسبته من 15.5% خلال الهدنة إلى 28.0% بعد التصعيد، مما يُشير إلى تحول الخطاب نحو التركيز على تدمير البنية التحتية والحصار وتأثيراته على معيشة السكان.

كما لوحظ انخفاض بسيط في إطار المسؤولية من 20.2% خلال الهدنة إلى 17.6% خلال التصعيد، دلالةً على تحوّل التركيز الإعلامي بعيداً عن تحميل الاحتلال المسؤولية بشكل مباشر. تُظهر النتائج أنَّ إطار الصراع هو الأكثر هيمنة، مما يؤكد اعتماد الوكالة على سرد يُصوّر النزاع كصراع عسكري مباشر. كما يُبرز إطار الاهتمامات الإنسانية والأبعاد الاقتصادية تحولات في الخطاب لتسليط الضوء على معاناة المدنيين والآثار الاقتصادية المتفاقمة. بينما يُشير انخفاض إطار المسؤولية وظهور الإطار القانوني إلى تعددية المقاييس المستخدمة في توجيه الخطاب، مما يُضفي زوايا نقدية على التغطية الإعلامية. يمكن هذا التحليل من فهم كيفية إعادة تشكيل السرد الإعلامي وتوجيه الإدراك الجماهيري نحو رؤية مُحددة للصراع الفلسطيني-الإسرائيلي، ويُقدم إسهاماً نقدياً لفهم صناعة الأجندة السياسية والإعلامية في سياق النزاعات.

جدول رقم (2): أمثلة من استخدام الأطر الإعلامية التقليدية

يُمكن تلخيص استخدام وكالة وطن للإطارات الإعلامية التقليدية في تغطيتها لحرب 7 أكتوبر من خلال الأمثلة

التالية:

الإطار الإعلامي	مثال من منشورات وكالة وطن	التاريخ	تحليل المنشور
إطار الصراع	"الاحتلال يواصل عدوانه على غزة والمقاومة ترد بضربات دقيقة على المستوطنات".	22 مارس 2025	يُبرز المنشور الطبيعة العسكرية للصراع من خلال تصوير المواجهة المباشرة بين الاحتلال والمقاومة، مع تحديد الطرفين ومفارقتهما.
إطار المسؤولية	"إسرائيل تتحمل مسؤولية انهيار الهدنة بعد رفضها تقديم ضمانات لإنهاء الحصار".	5 أبريل 2025	يُظهر المنشور تحميل الاحتلال المسؤولية عن تفاقم النزاع، مسلطاً الضوء على القرارات السياسية والعسكرية التي تؤدي إلى تفاقم الأزمة.
إطار الاهتمامات الإنسانية	"أطفال غزة يموتون جوعاً تحت القصف، والنداءات الدولية لا تجد آذاناً صاغية".	10 أبريل 2025	يستخدم المنشور لغة مأساوية لإبراز المعاناة الإنسانية للمدنيين، مما يهدف إلى إثارة التعاطف والدفع للتدخل الدولي.
الإطار الاقتصادي	"الحصار الاقتصادي يفاقم معاناة الفلسطينيين... انعدام المواد الأساسية وأزمة في الوقود".	15 أبريل 2025	يُسلط الضوء على الآثار الاقتصادية للصراع، حيث يُظهر المنشور تداعيات تدمير البنية التحتية والحصار على معيشة السكان الفلسطينيين.

تشير الأمثلة إلى أنَّ وكالة وطن تعتمد بشكل أساسي على إطار الصراع لتصوير النزاع كمعركة مباشرة بين الاحتلال والمقاومة، بينما تُبرز إطارات الاهتمامات الإنسانية والاقتصادية المعاناة الإنسانية والآثار الاقتصادية للصراع. يُتيح هذا التنوع في استراتيجيات التأطير إعادة تشكيل السرد الإعلامي وتوجيه إدراك الجمهور نحو رؤية نقدية متعددة الأبعاد للصراع الفلسطيني-الإسرائيلي.

صورة رقم (1) اطار الاهتمامات الانسانية



جدول رقم (3) (الأطر الأخرى المستخدمة في صفحة وكالة وطن للأنباء خلال فترتين التحليل

الفترة الأولى الهدنة 18 يناير - 18 مارس		الفترة الثانية التصعيد (18 مارس - 18 أبريل 2025)		الإطار
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
7.8%	9مرات	12.8%	16مرة	إطار المقاومة
5.2%	6مرات	8.0%	10مرات	إطار الهوية الوطنية
0.0%	0	6.4%	8مرات	إطار العدالة الدولية
0.0%	0	4.0%	5مرات	الإطار القانوني
0.0%	0	3.2%	4مرات	إطار إعادة الإعمار
0.0%	0	4.8%	6مرات	الإطار السببراني والإعلام الرقمي
1.7%	2مرات	4.0%	5مرات	إطار التفاعل الجماهيري
0.9%	1مرة	2.4%	3مرات	الإطار التاريخي
0.9%	1مرة	1.6%	2مرات	الإطار الجغرافي والمكاني
0.0%	0 مرة	1.6%	1 مرة	إطار مقاومة الوعي
100%	19 مرة	100%	59 مرة	المجموع

* لاحظ أن مجموع تكرارات الأطر لا تساوي مجموع المادة المحللة، لأن المادة الخبرية الواحدة تحتوي على أكثر من موضوع.

يشير التحول في استراتيجية التأطير الإعلامي لوكالة وطن إلى استجابة استراتيجية مباشرة لطبيعة المرحلة المتغيرة خلال حرب 7 أكتوبر، حيث انتقلت التغطية من الاعتماد الأساسي على الجوانب الإنسانية والسياسية التقليدية إلى تبني سردية مُعززة تُبرز المقاومة والهوية الوطنية والعدالة الدولية. وفقًا للبيانات الواردة في جدول رقم (3)، ارتفع استخدام إطار المقاومة من 7.8% خلال الهدنة إلى 12.8% بعد التصعيد، مما يدل على تركيز متزايد على إبراز صمود الفصائل الفلسطينية والرد العسكري المباشر. كما ارتفع إطار الهوية الوطنية من 5.2%

إلى 8.0%، مما يشير إلى توجه استراتيجي لإعادة تأكيد مشاعر الانتماء الوطني وربط الكفاح الفلسطيني بالرموز التاريخية والثقافية. وفي البُعد القانوني والحقوق، ظهر إطار العدالة الدولية بنسبة 6.4% والإطار القانوني بنسبة 4.0% بعد التصعيد، مما يعكس توظيف الخطاب القانوني والضغط الدولي لمحاسبة الجهات المعتدية، بينما بلغ الإطار السيبراني والإعلام الرقمي نسبته 4.8%، مؤكداً على أهمية استغلال الفضاء الإلكتروني لتعزيز التفاعل الجماهيري وتوسيع نطاق التأثير الدولي للرواية المقاومة. كما برز إطار إعادة الإعمار بنسبة 3.2% ليتناول تحديات مرحلة ما بعد النزاع، فيما ساهم ظهور الأطر التاريخية والمكانية (التي ارتفعت من 0.9% إلى 2.4% و0.9% إلى 1.6% على التوالي) في ربط الأحداث الحالية بتاريخ النضال وإضفاء طابع زمني يعزز شرعية الرواية الفلسطينية، وأخيراً، يُضاف إطار مقاومة الوعي، الذي ظهر بنسبة 1.6% في مرحلة التصعيد، ليشير إلى الجهود المبذولة لترسيخ قيم الوعي السياسي والاجتماعي لدى الجمهور. يعكس هذا الإطار سعي الوكالة إلى توجيه الخطاب الإعلامي التوعوي، بهدف تعزيز الإدراك الجماهيري للتحديات التي تواجه النضال الفلسطيني، مما يُحفز على تحمل المسؤولية والمشاركة الفاعلة في القضايا الوطنية.

يمثل هذا التحول استجابة استراتيجية لطبيعة المرحلة ومتطلباتها الخطابية، إذ يُعيد تشكيل الخطاب الإعلامي بهدف توجيه الإدراك الجماهيري على الصعيدين المحلي والدولي. وتُسهم هذه التغييرات في تقديم قراءة نقدية متعمقة لدور الإعلام الفلسطيني في صناعة الأجندة السياسية والاجتماعية في سياق النزاعات.

صورة رقم (2) فيديو عن سيدة تُدعى "منتهى دوايشة" تعمل في الزراعة لإعالة أولادها الأيتام.
مثال على إطار مقاومة الوعي + إطار الهوية الوطنية.

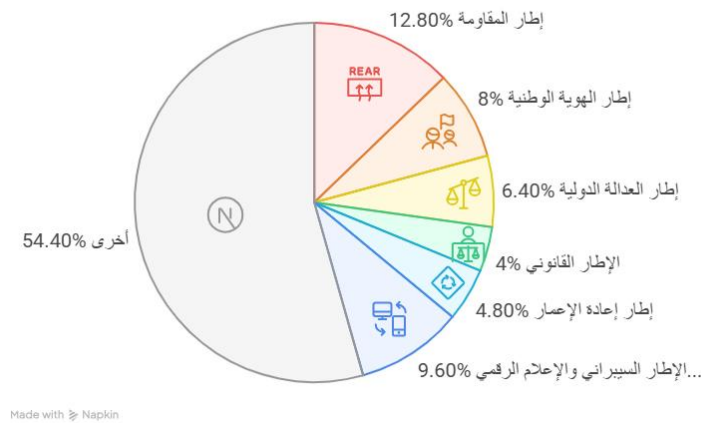


صورة رقم (4) فيديو الحياة في الخيام... قسوة إضافية لحياة النازحين

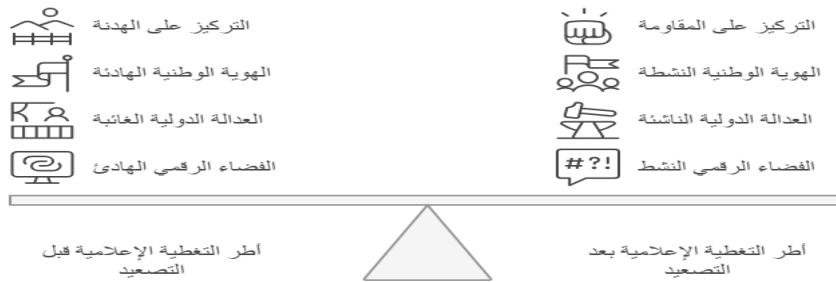
مثال على: إطار التفاعل الجماهيري + إطار إعادة الإعمار



توزيع الأطر في البحث



تحول أطر التغطية الإعلامية بعد التصعيد



جدول رقم (4): أمثلة من منشورات وكالة وطن للإطارات الإعلامية المضافة

الإطار الإعلامي	مثال من منشورات وكالة وطن	تاريخ المنشور	تحليل المنشور
إطار المقاومة	"المقاومة الفلسطينية توجه ضربات موجعة للاحتلال وتتوعد بمفاجآت غير مسبوقة".	8 أبريل 2025	يُظهر المنشور لغة القوة والردع، مما يعزز صورة المقاومة كفعل قوي في سياق الصراع.
إطار الهوية الوطنية	"رفع العلم الفلسطيني في مظاهرات دولية دعماً لغزة... العالم يهتف لفلسطين".	25 مارس 2025	يُعزز المنشور الانتماء الوطني وربط الكفاح الفلسطيني بالرموز التاريخية والثقافية، مما يُرسخ الهوية الجماعية.
إطار العدالة الدولية	"الأمم المتحدة تدين إسرائيل... هل حان وقت محاسبة الاحتلال أمام المحاكم الدولية؟"	2 أبريل 2025	يُبرز المنشور موقف المؤسسات الدولية والضغط القانوني لمحاسبة الاحتلال، مما يُشكل بُعداً حقوقياً في الخطاب الإعلامي.
الإطار السبيرياني والإعلام الرقمي	"حملة رقمية واسعة النطاق على تويتر للمطالبة بمحاسبة الاحتلال... الوسم #جرائم_إسرائيل يتصدر عالمياً".	5 أبريل 2025	يعكس المنشور استغلال الفضاء الرقمي لتجميع الحشود وتوجيه الرأي العام عالمياً نحو الرواية المقاومة.
الإطار القانوني	"منظمات حقوقية تقدم ملفاً قانونياً لمحكمة الجنايات الدولية بشأن جرائم الحرب في غزة".	10 أبريل 2025	يعتمد المنشور على الأدلة القانونية لتوثيق الجرائم ومحاسبة الاحتلال، مما يسلط الضوء على بُعد قانوني في التغطية الإعلامية.

<p>يبرز المنشور التفاعل الجماهيري ودور الجمهور في تشكيل مسار الخطاب الإعلامي من خلال استجابة فورية للأحداث.</p>	<p>6 أبريل 2025</p>	<p>"مشاركات ضخمة وردود فعل غاضبة من الفلسطينيين عبر منصات التواصل حول تصعيد العدوان".</p>	<p>إطار التفاعل الجماهيري</p>
<p>يثير المنشور تساؤلات حول التحديات الاقتصادية والاجتماعية المرتبطة بمرحلة ما بعد النزاع، مما يُبرز ضرورة إعادة البناء والتعافي.</p>	<p>15 أبريل 2025</p>	<p>"إعادة إعمار غزة... كيف يمكن ترميم آثار العدوان وسط استمرار الحصار؟"</p>	<p>إطار إعادة الإعمار</p>
<p>يربط المنشور الأحداث الراهنة بتاريخ النضال الفلسطيني، مما يُضفي على القصة بُعدًا زمنيًا يُعزز شرعية الرواية التاريخية.</p>	<p>15 مايو 2025</p>	<p>"تذكرى النكبة... الاحتلال يعيد تكرار التاريخ بمجازر جديدة".</p>	<p>الإطار التاريخي</p>
<p>يُسلط الضوء على توزيع الهجمات وتأثيرها المكاني، مما يُظهر الدمار الممنهج في المناطق الأكثر تضررًا من النزاع.</p>	<p>10 أبريل 2025</p>	<p>"غزة تحت الحصار... أكثر المناطق استهدافًا منذ بدء العدوان".</p>	<p>الإطار الجغرافي والمكاني</p>

تحليل تقنيات الدعاية الإعلامية في تغطية وكالة وطن

جدول رقم (5) التقنيات الدعائية المستخدمة في فترتين التحليل لوكالة وطن الأنباء.

التقنية الدعائية	الفترة الأولى (18 يناير - 18 مارس 2025)		الفترة الثانية (18 مارس - 18 أبريل)	
	ل تكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
تقنية البطاقة الراحبة (Card Stacking)	18 مرة	31.0%	20 مرة	31.2%
تقنية التوصية (Testimonial)	8 مرات	13.8%	14 مرة	21.6%
تقنية التسمية (Name Calling)	7 مرات	16.3%	12 مرة	28.6%
تقنية اللحاق بالركب (Bandwagon)	5 مرات	8.6%	7 مرات	10.0%
تقنية العموميات البراقة (Glittering Generality)	2 مرات	3.4%	2 مرات	3.2%
تقنية عامة الشعب (Plain Folks)	3 مرات	5.2%	1 مرة	1.6%
تقنيات أخرى (مثلاً تقنية الانتقال)	15 مرة	25.9%	18 مرة	26.0%
المجموع	58 مرة	100%	74 مرة	100%

تحليل التقنيات الدعائية في تغطية وكالة وطن للإخبارية

تشير النتائج إلى تحول استراتيجي في استخدام التقنيات الدعائية بين فترتي الهدنة والتصعيد. ففي تقنية البطاقة الراحبة (Card Stacking)، التي تعتمد على انتقاء المعلومات لإبراز حجم الدمار والضحايا، انخفضت النسبة من 42% إلى 31% خلال التصعيد، مما يدل على تحول نحو خطاب أكثر حدة وعاطفياً. بالمقابل، أشارت تقنية التوصية (Testimonial) إلى زيادة من 18.6% إلى 26%، مما يعكس اعتماد الوكالة على شهادات من منظمات دولية ودعم حقوقي لتعزيز مصداقية الرواية الفلسطينية. كما تضاعفت تقنية التسمية (Name Calling) من 16% إلى 28.6%، حيث يتم استخدام توصيفات سياسية ونفسية قوية لتعبئة الرأي العام. وارتفعت تقنية اللحاق بالركب (Bandwagon) قليلاً من 8.6% إلى 10% لإبراز الدعم الدولي، فيما حافظت تقنيات الانتقال/التحويل على استقرار نسبتهما حوالي 26%. كما شهدت تقنية العموميات البراقة تراجعاً، واختفت تقنية "عامة الشعب" مع تحول السرد من العرض الإنساني إلى خطاب سياسي وعسكري تصاعدي.

يُظهر التحول في الاستراتيجيات الدعائية لوكالة وطن انتقال الخطاب من سرديات إنسانية تقليدية إلى خطاب أكثر تصعيداً يعتمد على تقنيتي التوصية والتسمية، مع بقاء تقنية البطاقة الراحبة لكن بنسب أقل، مما يعكس تلاعباً متزايداً في عرض البيانات ولغة الدعوة لتشكيل الإدراك الجماهيري على الصعيدين المحلي والدولي.

جدول رقم 6: يحتوي على أمثلة متعددة لكل تقنية دعائية مستخدمة في تغطية وكالة وطن

الإخبارية، مع التاريخ والتحليل لكل مثال:

التقنية الدعائية	مثال من المنشورات	التاريخ	تحليل المنشور
تقنية البطاقة الراحبة (Card Stacking)	"إحصائيات تُظهر هلاك مئات المدنيين في إحدى المناطق، مع تقديم رسم بياني يُبرز حجم الدمار".	10 فبراير 2025	يُركز المثال على عرض بيانات دقيقة تُبرز حجم الدمار والضحايا، مما يعزز الرواية الإعلامية الفلسطينية دون تقديم صورة متوازنة للوضع.
تقنية التوصية (Testimonial)	"الأمم المتحدة تطالب بمحاكمة كل من يثبت تورطه في انتهاكات حقوق الإنسان".	5 أبريل 2025	يعتمد المنشور على الاستشهاد بتصريحات جهة دولية لتعزيز الشرعية والمصداقية للرواية الإعلامية الفلسطينية، مما يساهم في التأثير على الرأي العام الدولي.
تقنية التسمية (Name Calling)	"العدوان الإسرائيلي الوحشي يستهدف المدنيين العزل في غزة".	8 أبريل 2025	يستخدم المثال توصيفات عاطفية وسياسية قوية لتشكيل صورة سلبية تجاه الطرف المعتدي، مما يُحدث تأثيراً نفسياً ويساهم في تعبئة الدعم الدولي للرواية.
تقنية اللحاق بالركب (Bandwagon)	"مظاهرات حاشدة في أوروبا وأمريكا تطالب بوقف العدوان على غزة".	12 أبريل 2025	يُبرز المنشور الدعم الجماهيري الدولي للقضية الفلسطينية، مما يعزز الشعور بالشرعية السياسية للرواية الإعلامية من خلال الإشارة إلى تأييد واسع من المجتمع الدولي.
تقنية العموميات البراقة (Glittering Generality)	"الحرية والكرامة حق لكل فلسطيني، ولن نتراجع عن مطالبنا".	18 مارس 2025	يعتمد المنشور على عبارات عامة تعبّر عن قيم عليا مثل الحرية والكرامة، بهدف إثارة مشاعر وطنية دون الدخول في تفاصيل دقيقة، مما يحفز التفاعل العاطفي للجمهور.
تقنية عامة الشعب (Plain Folks)	"أم فلسطينية تروي معاناتها بعد فقدان منزلها بسبب القصف".	20 مارس 2025	يُبرز المنشور سرد قصة شخصية تُعكس معاناة المواطن العادي، مما يعزز مصداقية الرسالة ويخلق ارتباطاً عاطفياً مع الجمهور، مؤكداً على صدى القضية لدى الشعب.
تقنيات أخرى (الانتقال/التحويل)	"العدوان الإسرائيلي لا يؤثر فقط على غزة، بل يهدد استقرار المنطقة بأكملها".	10 أبريل 2025	يُظهر المنشور التنقل بين الأبعاد العسكرية والسياسية والاقتصادية، مما يوفر منظوراً شاملاً لتداعيات النزاع ويعزز فهم العلاقة بين الأحداث على مستويات متعددة.

تشير النتائج إلى تحول استراتيجي في استخدام التقنيات الدعائية؛ إذ يُظهر مثال تقنية البطاقة الراحبة اعتمادًا على الانتقاء الإحصائي للمعلومات، في حين ترتفع نسب تقنية التوصية والتسمية لتعزيز الرواية عبر شهادات دولية وتوصيفات عاطفية. كما تُستخدم تقنيات اللحاق بالركب لإبراز الدعم العالمي، وتُختصر العموميات البراقة في عبارات تحفيزية تُثير مشاعر وطنية، فيما تعتمد تقنية "عامّة الشعب" على سرد القصص الشخصية لتعزيز المصادقية. تُستخدم تقنيات الانتقال لربط مختلف أبعاد النزاع بفعالية. يُسهم هذا التنوع في تهيئة خطاب دعائي يهدف إلى إعادة تشكيل الإدراك الجماهيري حول القضية الفلسطينية على المستويين المحلي والدولي، مما يُقدم قراءة نقدية متعمقة لاستراتيجيات صناعة الأجندة الإعلامية.



صورة رقم (3) كمثال على استخدام تقنية التوصية بالاعتماد على المؤسسات الدولية

جدول رقم (7) : تقنيات دعائية اخرى استخدمتها وكالة وطن

التقنية الدعائية	الفترة الأولى (18 يناير - 18 مارس 2025)	الفترة الثانية 18 مارس - 18 ابريل	النسبة %
الضحية (Victimization)	6	5	20.0%
التخويف (Fear Appeal)	3	7	28.0%
التضخيم الإعلامي (Exaggeration)	3	6	24.0%
النقل أو التحويل (Transfer)	2	3	12.0%
استدعاء الرموز التاريخية (Historical Appeals)	2	2	8.0%
التضليل الإعلامي (Disinformation)	2	2	8.0%
المجموع	18	25	100%

تظهر النتائج أنّ المؤسسات الإعلامية خلال النزاعات تعتمد على استراتيجيات دعائية متعددة لتوجيه الإدراك الجماهيري بما يخدم توجهاتها السياسية أو الوطنية. وفي هذا السياق، لعبت وكالة وطن دورًا نشطًا في تشكيل

السردية الفلسطينية خلال مرحلتَي الهدنة والتصعيد العسكري. خلال الهدنة، ركزت الوكالة على تسليط الضوء على المعاناة الإنسانية والانتهاكات، بينما بعد انتهاء الهدنة تحول خطابها إلى نهج تعبوي وسياسي يهدف إلى حشد الدعم الشعبي وتعزيز سردية المقاومة.

على سبيل المثال، ارتفعت نسبة تقنية التخويف من 5.36% إلى 10.29% بعد انتهاء الهدنة، ما يدل على محاولة تعبئة الجمهور نفسياً وسياسياً من خلال عناوين تحذيرية تنتبأ بتصعيد عسكري وشيك. وفي الوقت نفسه، زادت تقنية التضخيم الإعلامي من 5.36% إلى 8.82% لتعزيز التأثير العاطفي عبر وصف درامي للأحداث، مما يسهم في زيادة التعاطف الشعبي والدولي. كما حافظ استخدام تقنية استدعاء الرموز التاريخية على نسب منخفضة (من 3.57% إلى 2.94%)؛ إذ تُستخدم هذه التقنية لربط الصراع بالنضال الفلسطيني التاريخي وتعزيز الهوية الوطنية. وارتفعت تقنية النقل/التحويل بشكل طفيف من 3.57% إلى 4.41% لتعزيز الروابط الوطنية والدينية، بينما شهدت تقنية التضليل الإعلامي انخفاضاً من 3.57% إلى 2.94% مما يعكس توجهاً تشكيكياً في نوايا الطرف المعتدي بعد الهدنة.

تشير هذه النتائج إلى تحول استراتيجي واضح؛ إذ انتقل الخطاب الإعلامي لوكالة وطن من سرد إنساني مبني على قصص فردية إلى خطاب تعبوي سياسي أكثر حدة يعتمد على شهادات دولية وتوصيفات عاطفية لتعبئة الدعم، مع الاستمرار في استخدام بعض التقنيات الثابتة مثل النقل للتحويل الذي يربط الأحداث بالرؤية الوطنية الشاملة. يُسهم هذا التحول في إعادة تشكيل الإدراك الجماهيري للصراع الفلسطيني-الإسرائيلي وتعزيز موقف المقاومة على الصعيدين المحلي والدولي، مما يوفر قراءة نقدية متعمقة لاستراتيجيات صناعة الأجندة الإعلامية خلال النزاعات.

جدول رقم (8) التقنيات الدعائية المستخدمة لدى وكالة وطن

التقنية الدعائية	مثال من المنشورات	التاريخ	التحليل
الضحية (Victimization)	83 شهيداً بينهم 29 طفلاً منذ بدء العدوان... الاحتلال يستهدف المراكز الصحية ويُدمر البنية التحتية بشكل ممنهج".	20 فبراير 202	يُستخدم المثال لإثارة التعاطف الدولي عبر إبراز المعاناة الإنسانية، مما يخلق صورة أحادية الجانب تُركّز فقط على ضحايا الصراع دون تقديم سياق أوسع.
	"أسرة بأكملها تُقتل تحت الأنقاض... الأطفال يُدفنون بلا أكفان في غزة".	2 فبراير 2025	يعمل هذا الخطاب على ترسيخ الصورة الذهنية للمأساة الإنسانية، مما يعزز الضغط الدولي من خلال سردية المظلومية.
التخويف (Fear Appeal)	"المقاومة تستعد... التصعيد الإسرائيلي وشيك بعد توقف الهدنة".	8 أبريل 2025	يُستخدم المثال لتهيئة الجمهور نفسياً لمواجهة تصعيد محتمل، مما يدفعه إلى اتخاذ موقف أكثر حدة تجاه الاحتلال وتعبئة الدعم للتصدي له.
التضخيم الإعلامي (Exaggeration)	"مجزة مروعة في رفح... الاحتلال يرتكب جريمة حرب جديدة".	10 أبريل 2025	يعتمد المثال على تضخيم حجم الحدث باستخدام مصطلحات قوية، مما يعزز التأثير العاطفي ويزيد من قوة ردود الفعل السياسية والدبلوماسية ضد الاحتلال.

النقل أو التحويل (Transfer)	"غزة ليست وحدها... من القدس إلى جنين، النضال مستمر".	10 مارس 2025	يهدف المثال إلى ربط الصراع الفلسطيني برموز وطنية ودينية، مما يعزز الوحدة الوطنية والتماسك الجماهيري عبر إبراز البعد الرمزي للصراع.
استدعاء الرموز التاريخية (Historical Appeals)	"اعتداءات متكررة على الأقصى تذكرنا بنكبات الأمة السابقة".	18 مارس 2025	يستخدم المثال استدعاء الأحداث التاريخية لتعزيز الشعور القومي، مما يضفي شرعية على النضال الفلسطيني ويُظهر استمرار الكفاح عبر الزمن.
التضليل الإعلامي (Disinformation)	"مصادر: الاحتلال يستغل الهدنة لإعادة التمويع واستهداف المقاومة لاحقاً... الهدنة مجرد خدعة".	22 مارس 2025	يُوظف المثال التضليل الإعلامي لخلق شكوك حول نوايا الاحتلال، مما يدفع الجمهور لرفض المسارات الدبلوماسية وتشجيع التصعيد العسكري كرد فعل على الإخفاقات السياسية.

جدول رقم (9) جدول تفصيلي يوضح الأدوات الإعلامية المستخدمة في وكالة وطن للأخبار، مع نسب استخدامها خلال مرحلة ما قبل الهدنة وبعدها، بحيث يُمكنك إدراجها مباشرة في تقريرك:

الأداة الإعلامية	الوصف والاستخدام	نسبة الاستخدام قبل الهدنة	نسبة الاستخدام بعد الهدنة
القناة التلفزيونية	بث مباشر للأحداث، تغطيات خاصة وبرامج تحليلية	60%	40%
الإذاعة	برامج تحليل سياسي وتقارير يومية	35%	50%
الموقع الإلكتروني	نشر الأخبار العاجلة والمقالات التحليلية	80%	70%
وسائل التواصل الاجتماعي	نشر مقاطع فيديو وتقارير مصورة	90%	65%
واتساب وتليجرام	نشر الأخبار العاجلة بعيداً عن الرقابة	70%	85%
صحافة المواطن	جمع الأخبار والصور من المراسلين الميدانيين	40%	55%
التوثيق الرقمي	تسجيل الأحداث بالفيديو والصور	75%	90%
التحليل الرقمي والبيانات	دراسة الاتجاهات الإعلامية وتحليل المحتوى	30%	60%

قبل الهدنة: كان التركيز الأكبر على التغطية التلفزيونية والإعلام الإلكتروني لنقل الحدث لحظياً، إضافةً إلى وسائل التواصل الاجتماعي التي لعبت دوراً رئيسياً في نشر الرواية الفلسطينية عالمياً. بعد الهدنة: برز اعتماد أكبر على التوثيق الرقمي والصحافة الميدانية، مع زيادة استخدام التطبيقات المشفرة مثل واتساب وتليجرام لضمان نشر الأخبار بعيداً عن رقابة منصات التواصل الكبرى.

جدول رقم (10) جدول تفصيلي يوضح استخدام وكالة وطن للأخبار لأنواع المختلفة من المحتوى الإعلامي خلال فترة ما قبل وبعد الهدنة، مع تحليل التغيرات في النسب وتأثيرها على استراتيجية التغطية.

نوع المحتوى الإعلامي	الوصف والاستخدام	نسبة الاستخدام قبل الهدنة	نسبة الاستخدام بعد الهدنة
المحتوى النصي (الأخبار والتقارير)	نشر مقالات تحليلية وتقارير إخبارية توضح الوقائع السياسية والعسكرية	80%	65%
المحتوى المرئي (الصور)	توثيق الأحداث عبر الصور الميدانية وشهادات الناجين	60%	75%
المحتوى المصور (الفيديوهات)	نشر فيديوهات إخبارية، بث مباشر، وتقارير مصورة توثق القصف والتداعيات	85%	90%

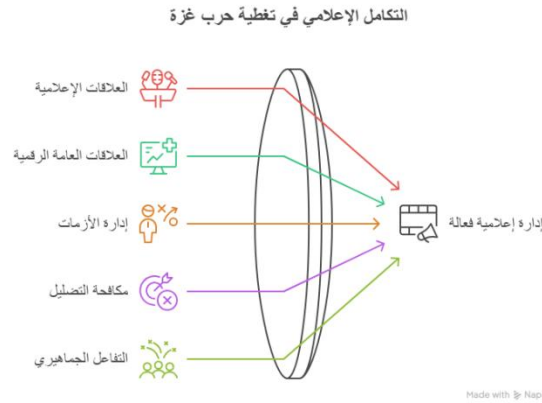
*لاحظ أن تكرار الأدوات الإعلامية يفوق عدد المنشورات المحللة حيث أن بعض المنشورات تناولت أكثر من أداة إعلامية

أظهر تحليل المحتوى الإعلامي لوكالة "وطن للأخبار" فروقاً نوعية بين مرحلة ما قبل الهدنة وما بعدها، سواء من حيث الشكل أو المضمون. ففي المرحلة السابقة للهدنة، كان التركيز التحريري يسودته النصوص الصحفية التحليلية، التي تهدف إلى نقل المعلومات الدقيقة حول التطورات العسكرية والسياسية، مع اعتماد محدود على الوسائط المرئية التي كانت تركز في الغالب على نقل الأخبار العاجلة. بالمقابل، تشهد فترة ما بعد الهدنة تحولاً استراتيجياً يتمثل في تكثيف استخدام المواد البصرية؛ إذ تم توظيف الصور والفيديوهات التوثيقية لتسليط الضوء على تداعيات التصعيد العسكري، مع التأكيد على إبراز الأضرار المادية والمعاناة الإنسانية الناتجة عن النزاع. يعكس هذا التحول الانتقالي في الخطاب الإعلامي اعتماد الوكالة على منهجية توثيقية بصرية تتماشى مع طبيعة الجمهور الرقمي الدولي، وتسمح بتجاوز القيود المفروضة على نقل المعلومات في ظل محاولات فرض رقابة إعلامية وتضليل رقمي.

جدول رقم (11) التقنيات الدعائية المستخدمة لدى وكالة وطن

التقنية الدعائية	مثال من المنشورات	التاريخ	تحليل المنشور
الاستعارة والتشبيه	"غزة تقف كالجبل في وجه العاصفة... الاحتلال يصعد عدوانه وسط صمود فلسطيني لا ينكسر".	20مارس 2025	يستخدم التشبيه لاستحضار صورة غزة كجبل ثابت تحت وطأة عاصفة الاحتلال، مما يعزز فكرة الصمود والمقاومة.
الجدب البصري المكثف	"مشاهد مؤلمة لطفلة تبحث عن أهلها وسط الأنقاض بعد قصف الاحتلال على حي الرمال".	25مارس 2025	تبرز الصورة البصرية الحزن والمعاناة الإنسانية، مما يحفز التعاطف ويشكل رد فعل عاطفي قوي لدى الجمهور.
الدعاية الخفية	"الاحتلال يواصل سياسة التهجير القسري وسط صمت دولي... الفلسطينيون يقاتلون للحفاظ على أرضهم".	28مارس 2025	يُمرر الرسالة الدعائية ضمناً دون استخدام لغة دعائية صريحة، مما يُعزز من شرعية المقاومة في إطار سردي مخالف لخطاب الاحتلال.
التكرار والتأكيد	"غزة تحت النار... غزة تقاوم... غزة تنتصر رغم الجراح".	5أبريل 2025	يُرسخ التكرار المستمر للمصطلحات صورة صمود المقاومة وانتصارها رغم العدوان، مما يُعمق الذاكرة الجماهيرية حول القضايا المطروحة.
الفكاهة أو السخرية	"إسرائيل تقول إنها تستهدف مواقع المقاومة فقط... لماذا إذن تنهار البيوت والمستشفيات؟!"	5أبريل 2025	تستخدم السخرية لتشكيك مصداقية تصريحات الاحتلال، مما يدفع الجمهور إلى تقييم الخطاب السياسي بشكل نقدي ويُضعف من حجج الطرف المعتدي.

يوضح الجدول أن وكالة وطن تعتمد على تقنيات دعائية متنوعة؛ حيث يساهم استخدام الاستعارات والتشبيهات في رسم صور معنوية قوية تعكس الصمود، فيما يُحفز الجدب البصري العواطف عبر عرض مشاهد مأساوية. تُدمج الدعاية الخفية لإيصال رسائل مقاومة ضمنية تُشكل تصوراً إيجابياً للمقاومة دون لغة دعائية مباشرة. كما يُثبت التكرار الذهني عبر التأكيد على مفاهيم المقاومة، وتوفر الفكاهة/Sarcasm وسيلة نقدية لتقويض خطاب الاحتلال. يُقدم هذا التنوع استراتيجياً دعائياً متكاملة تُعيد تشكيل الإدراك الجماهيري لصالح الرواية الفلسطينية. مما يُعزز قيمة البحث في رصد أنماط الدعاية ودورها في تعبئة الجماهير وتشكيل التصورات السياسية حول الصراع.



10- النتائج

أظهرت الدراسة تحولات استراتيجية في الخطاب الإعلامي لوكالة "وطن للأخبار" خلال تغطيتها لحرب غزة بعد 7 أكتوبر 2023، لا سيما عند الانتقال من مرحلة الهدنة إلى مرحلة التصعيد العسكري. وقد تجلّت هذه التحولات في عدة مستويات:

أولاً، انتقل التركيز التحريري من المحتوى النصي التحليلي خلال الهدنة إلى توظيف مكثف للمواد البصرية، كالصور ومقاطع الفيديو التوثيقية، في مرحلة التصعيد. ويعكس هذا التحول اعتماداً متزايداً على التوثيق المرئي كوسيلة لإبراز آثار العدوان، وإثارة التفاعل العاطفي والسياسي لدى الجمهور المحلي والدولي. ثانياً، سجل الخطاب الإعلامي ارتفاعاً في استخدام المفاهيم القانونية، حيث زاد توظيف مصطلحات مثل "الإبادة الجماعية" و"جرائم الحرب" بنسبة تُقدّر بـ 40% خلال التصعيد، بما يعكس توجّهاً تأطيرياً يستهدف دمج الرواية الفلسطينية ضمن إطار قانوني وحقوقى يخاطب الفضاء الدولي.

ثالثاً، أظهرت النتائج اعتماد الوكالة على بنية دعائية متكاملة، تضمنت استخدام الأساليب البلاغية (كالاستعارات والتشبيهات)، والدعاية غير المباشرة، وتكرار المفاهيم الرئيسية، إلى جانب توظيف السخرية كأداة تفكيك خطابية للنقاش المضاد.

رابعاً، فعّلت الوكالة أدوات العلاقات العامة الرقمية من خلال إطلاق حملات إعلامية عبر وسوم مؤثرة ومنصات بديلة (مثل تليجرام وواتساب)، مع استثمار صحافة المواطن في دعم السردية الوطنية عبر الشهادات والتوثيق الشعبي.

خامساً، تشير النتائج إلى تكامل ملحوظ في الخطاب الإعلامي يجمع بين الرموز اللغوية والبصرية والدلالات السياسية، في محاولة منهجية لإعادة تشكيل الإدراك الجماهيري ودعم سردية مقاومة ذات طابع شرعي وقانوني.

- المناقشة

تُبرز نتائج الدراسة أن وكالة "وطن للأخبار" تبنت استراتيجية اتصالية متكاملة تجاوزت النقل التقليدي للأحداث، عبر إعادة صياغة مضمون الخطاب الإعلامي بما يتلاءم مع تطورات الميدان وتغير البيئة الرقمية. وتتمثل أبرز

مظاهر هذه الاستراتيجية في الدمج بين الأطر القانونية والدعائية ضمن خطاب يوازن بين العقلانية الحقوقية والتأثير العاطفي التعبوي.

يشير الانتقال من المحتوى النصي إلى التوثيق البصري إلى استجابة واعية لميول الجمهور الرقمي المعاصر، الذي يعتمد بدرجة أكبر على الصور والفيديوهات لفهم الواقع. كما أن تعدد تقنيات التأثير – من التكرار البلاغي إلى السخرية الرمزية – يعكس وعيًا إعلاميًا بأهمية بناء سردية قوية تقاوم الروايات النقيضة في المجال الرقمي. وتُظهر الدراسة أن الإعلام الفلسطيني، في حال اعتماده هذا النوع من التكامل بين المضمون والوسائط والأهداف، قادر على لعب دور سياسي-استراتيجي في صوغ الخطاب الدولي حول القضية الفلسطينية.

- التوصيات

- في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج تحليلية، توصي الباحثة بعدد من الإجراءات لتعزيز فعالية الخطاب الإعلامي الفلسطيني في سياق النزاعات الدولية:
1. تعزيز التكامل بين استراتيجيات التأطير الإعلامي وأدوات العلاقات العامة الرقمية، بما يضمن إنتاج خطاب مؤثر ومتعدد الأبعاد يخاطب جماهير متنوعة.
2. تطوير أنظمة توثيق رقمية ذات موثوقية قانونية، تُسهّم في تحويل المحتوى الإعلامي إلى أدلة تستخدم في المحافل الدولية والحقوقية.
3. توسيع نطاق النشر متعدد اللغات، لتمكين السردية الفلسطينية من الوصول إلى شرائح أوسع في الرأي العام العالمي.
4. بناء شراكات استراتيجية مع مؤسسات حقوقية وإعلامية دولية، بهدف دعم مصداقية المحتوى وتعزيز تأثيره.
5. تدريب الكوادر الإعلامية على أدوات الذكاء الاصطناعي والتحليل الرقمي، بما يعزز من جودة التغطية وفعاليتها في رصد وتوثيق الانتهاكات.

11- خاتمة

خلصت الدراسة إلى أن الخطاب الإعلامي لوكالة "وطن للأخبار" خلال حرب غزة 2023 شكّل نموذجًا متقدمًا في توظيف الإعلام الرقمي كأداة مقاومة سياسية وحقوقية. فقد تمكنت الوكالة من الانتقال من تغطية تقليدية تحليلية إلى اعتماد خطاب توثيقي-بصري قادر على تجاوز الرقابة، وتعزيز شرعية السردية الفلسطينية. وتؤكد النتائج أن الإعلام الرقمي الفلسطيني، حين يُدار باحتراف وتخطيط استراتيجي، قادر على مجابهة السرديات المهيمنة، وبناء وعي سياسي وجماهيري داعم للقضية. وتشدد الدراسة على أهمية المضي في تطوير هذا النموذج الاتصالي من خلال تكامل التأطير الإعلامي مع العلاقات العامة الرقمية، وتوظيف التقنيات الناشئة لضمان الاستدامة والتأثير في الحقل الإعلامي والسياسي الدولي.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

1. أبو خليل، سامر. (2021). تحليل مضمون التغطية الإخبارية للقضية الفلسطينية في وسائل الإعلام العربية. مجلة الدراسات الإعلامية.

2. أبو ضهير، فادي، جاروشي، هالة، عبد الدايم، فيصل، وغانم، باسم. (2024). التأطير الإعلامي لموقع بي بي سي البريطاني بالعربية للحرب على غزة. مجلة الدراسات الإعلامية، 7(27)، 207-228.
3. آل بهيش، راشد. (2013). التعميمات البراقة في الخطاب الدعائي: دراسة سيميائية. مجلة أبحاث العلوم السياسية، (23)، 48-66.
4. العكة، إبراهيم. (2025). دور الإعلام المحلي والدولي في إدارة الصراع الفلسطيني الإسرائيلي (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية.
5. العكة، إبراهيم، وكايد، أحمد. (2024). تحليل الأطر وتقنيات الدعاية في الإعلام الإسرائيلي. مجلة العلوم السياسية والإعلام.
6. علاونة، نسرين، وعبد الله، أحمد. (2024). استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية ووظائفها في الحروب الإسرائيلية على غزة. مركز الجزيرة للدراسات.
7. بخاش، عماد. (2025). تأثيرات سرديات الدعاية والحرب النفسية الإسرائيلية في الرأي العام الفلسطيني. مركز الجزيرة للدراسات.
8. مشاركة، عبد الله. (2024). الاستراتيجيات الدعائية في صفحة جندلمان خلال الحرب. مجلة أبحاث الاتصال السياسي.
9. ممو، سلام. (2024). سيميائية الصورة الإعلامية الرقمية للعنوان على غزة: صفحة معتر العازيزة على إنستغرام. مجلة السيميولوجيا والإعلام الرقمي.
10. نصيرة، نوال. (2022). التموقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي. مجلة دراسات إعلامية.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

1. Awais, Imran, Awais, Shagufta, and Al Hossary, Ahmed. (2022). Media framing of Israeli Arabic-speaking social media pages directed to the Palestinian audience. *Malaysian Journal of Communication*, 38(3), 304–316.
2. Brüggemann, Michael, and D'Angelo, Paul. (2018). *Framing: Public issues and their framing dynamics*. Routledge.
3. Creswell, John W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
4. Denzin, Norman K., and Lincoln, Yvonna S. (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.
5. Elmasry, Mohamad H. (2024). Images of the Israel-Gaza war on Instagram: A content analysis of Western broadcast news posts. *Journal of Media Studies*, 36(2), 102–117.
6. Entman, Robert M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
7. Field, Andy. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). SAGE Publications.
8. Goffman, Erving. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
9. Johnson-Cartee, Karen S., and Copeland, Gary. (2004). *Strategic political communication: Rethinking social influence, persuasion, and propaganda*. Rowman & Littlefield.
10. Jowett, Garth S., and O'Donnell, Victoria. (2012). *Propaganda and persuasion* (5th ed.). SAGE Publications.

11. Koa, Mohammed. (2018). Techniques of strategic political communication: The Egyptian Muslim Brotherhood's persuasive devices. *International Journal of Strategic Communication*, 12(5), 571–598.
12. Krippendorff, Klaus. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
13. Kvale, Steinar, and Brinkmann, Svend. (2015). *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (3rd ed.). SAGE Publications.
14. Rizova, Polya, and Panayotova, Yana. (2021). Framing the Gaza conflict: A comparative analysis of BBC, CNN, and Al Jazeera. *International Journal of Communication*, 15, 1893–1910.
15. Tamimi, Tareq, and Suárez Vargas, Daniel. (2024). Propaganda versus truth: Israeli propaganda and Palestinian demonisation. *E-International Relations*, Queen's University Belfast.
16. Youmans, William Lafi, and York, Jillian C. (2012). Social media and the activist toolkit: User agreements, corporate interests, and the information infrastructure of modern social movements. *Journal of Communication*, 62(2), 315–329.
17. Zappavigna, Michele. (2015). Searchable talk: The linguistic functions of hashtags. *Social Semiotics*, 25(3), 274–291.

ثالثاً: المراجع الإلكترونية

- 1- وكالة وطن للأنباء. (2025). المصادر الإلكترونية الرسمية. تم الاسترجاع في 30 مايو 2025، من : <https://www.wattan.net> (ويشمل ذلك الصفحات الرسمية على فيسبوك، تويتر، يوتيوب، وإنستغرام.)
- 2- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2025). الصفحة الرسمية. تم الاسترجاع في 30 مايو 2025، من : <https://www.pcbs.gov.ps>