

دور المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية في تشكيل صورة مصر: دراسة تحليلية مقارنة *

المستخلص:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف للتعرف على الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية في تشكيل صورة جمهورية مصر العربية والتعرف على العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة والشخصيات المحورية في الأخبار المتعلقة بمصر، واستخدمت الدراسة منهج المسح التحليلي للحصول

على المعلومات من خلال استخدام أداة تحليل المضمون لتحليل كافة الاخبار المتعلقة بمصر المنشورة على المواقع الإلكترونية لوكالات الانباء الفلسطينية عينة الدراسة وهي وكالة الانباء الفلسطينية وفا ووكالة معاً الإخبارية المستقلة ووكالة شهاب الإخبارية في فترة العدوان الإسرائيلي على فلسطين مايو ويونيو ٢٠٢١ ونفس الفترة في العام ٢٠٢٢.

وتوصلت الدراسة على أن صورة مصر في الأخبار المنشورة في المواقع الإلكترونية لوكالات الانباء الفلسطينية عينة الدراسة كانت إيجابية بنسبة (٨٢.٩٪)، وأن القضايا السياسية تصدرت التغطية الإخبارية للمواقع بنسبة (٧٥.٣٪)، وأن أبرز القضايا السياسية التي حازت على تغطية أكبر كانت الدعم السياسي المصري لفلسطين بنسبة (١٥٪)، وكان أبرز الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية لوكالات الانباء الفلسطينية كانت القيادات المصرية بنسبة (١٦.٤٪) ثم الشخصيات الحكومية الفلسطينية بنسبة (١٣.٢٪)، وأوصت الدراسة بضرورة التركيز على الأخبار المتعلقة بمصر الصادرة من محافظة القدس.

* أ.م.د/ توفيق أبو جراد أستاذ الإعلام المساعد بجامعة غزة

Summary

This study is a descriptive analysis aiming to explore the role of Palestinian news agencies websites in shaping the image of the Arab Republic of Egypt. It also seeks to identify the factors influencing this image and the key figures in news related to Egypt. The study employed an analytical survey method, utilizing content analysis to examine all news related to Egypt published on the websites of the Palestinian news agencies included in the sample: the Palestinian News Agency (WAFA), the independent Ma'an News Agency, and Shehab News Agency. The analysis covers the period of the Israeli aggression on Palestine during May and June 2021, and the same period in 2022. The study found that Egypt's image in the news published on the websites of the sampled Palestinian news agencies was predominantly positive (82.9%). Political issues dominated the news coverage, accounting for 75.3% of the content. The most prominently covered political issue was Egypt's political support for Palestine, which constituted 15% of the coverage. Key figures in the news coverage were primarily Egyptian leaders (16.4%), followed by Palestinian government officials (13.2%), the study recommended focusing on news related to Egypt originating from the Jerusalem governorate.

مقدمة الدراسة:

أصبحت وسائل الاتصال الحديثة جزءاً أساسياً في حياة المجتمعات المعاصرة، فطال تأثيرها كافة مناحي الحياة سياسياً واقتصادياً واجتماعياً (إسماعيل، ٢٠٠٣)، ويمثل الاتصال القلب النابض لأي دولة حيث تعتبر جمهورية مصر العربية من الدول ذات التأثير القوي على شعوب الدول الإقليمية والعربية لامتلاكها وسائل اتصال قوية تحقق من خلالها التواصل الاجتماعي والسياسي بين طوائف المجتمع المحلي والدولي.

ويؤكد كثير من الباحثين على تزايد أهمية الاتصال العام لمصر نظراً لطبيعتها التي تسعى إلى بناء جسور الثقة مع الجمهور الخارجي، وقدرتها على كسب تأييدهم ومن ثم التأثير على قرار حكوماتهم، وتعتمد جمهورية مصر العربية في تأثيرها الدولي على شبكة واسعة من وسائل الاتصال المنتشرة في سفاراتها ومكاتبها الإعلامية في كثير من الدول العربية والإقليمية والدولية.

ونظراً لمكانة جمهورية مصر العربية ودورها، تعمل هذه الدراسة لمعرفة جوانب الصورة الذهنية لمصر لدى أكبر وكالات الأنباء الفلسطينية من خلال مواقعها الإلكترونية، ودراسة أوجه التأثير في الصورة والعوامل التي أدت إلى تشكيل هذه الصورة.

تحديد المشكلة البحثية:

تعتبر الصورة الذهنية للدول من المؤشرات المهمة على قدرتها الاتصالية في الوصول إلى الجمهور المحلي والدولي ومع تزايد الاهتمام بدراسة الصورة الذهنية عن الدول والشعوب المختلفة، والدور الذي تقوم به وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية تتضح الحاجة إلى رصد وتوصيف الصورة الذهنية لجمهورية مصر العربية، باعتبارها الدولة المحورية الأكبر في الشرق الأوسط لما لها من تأثيرات كبيرة في الساحة الفلسطينية والساحة الدولية، لذلك كان لزاماً على القوى المؤثرة في فلسطين على اختلاف توجهاتها السياسية أن تعمل على تشكيل صورة مصر وفق أسس علمية

صحيحة في ظل قلة الدراسات العلمية التي تناولت صورة جمهورية مصر العربية لدى المجتمعات العربية رغم أهميتها.

وعليه يمكن تحديد المشكلة البحثية في التساؤل ما دور وكالات الأنباء الفلسطينية في تشكيل صورة جمهورية مصر العربية.

أهمية الدراسة:

١. الأهمية العلمية:

تكمن أهمية الدراسة العلمية فيما يلي:

- قلة الدراسات المتعلقة بدراسة صورة مصر لدى المجتمع الفلسطيني، ومدى تأثير وسائل الاعلام الفلسطينية في تشكيل هذه الصورة.
- تساعد دراسة وكالات الانباء الفلسطينية في إضافة رصيد علمي حول قدرة هذه الوكالات في توجيه الرأي العام تجاه الدول الصديقة وخصوصا مصر.

- تكمن أهمية الدراسة في تناولها موضوع الصورة الذهنية، حيث تعتبر من الموضوعات التي تستحوذ على اهتمام وسائل الإعلام، والتي تتال الأولوية عند التخطيط لحملات الاتصال مع الشعوب والمنظمات والدول.

٢. الأهمية العملية:

تكمن أهمية الدراسة العملية فيما يلي:

- دور جمهورية مصر العربية كرائدة العمل العربي في تنفيذ برامجها من أجل تحقيق الأهداف المصرية وقيادة الامة العربية.
- المساهمة في وضع آليات تقييم الأداء، وتحديد معايير واتجاهات الرسالة الإعلامية لوكالات الأنباء الفلسطينية المتعلقة بجمهورية مصر العربية.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى مجموعة من الأهداف تتركز في النقاط التالية:

١. التعرف على العوامل المؤثرة على صورة مصر كما تشكلها وكالات الانباء الفلسطينية.
٢. التعرف على الصورة الذهنية لمصر كما توضحها وكالات الانباء الفلسطينية.
٣. تحديد المواقع الجغرافية الأكثر بروزا في الاخبار المتعلقة بمصر التي قامت بتغطيتها وكالات الانباء الفلسطينية.
٤. معرفة السمات العامة لصورة مصر في الاخبار التي قامت بتغطيتها وكالات الانباء الفلسطينية.

الدراسات السابقة:

حرص الباحث على الوصول لدراسات خاصة بدور وسائل الاتصال المختلفة في تشكيل صورة الدول والمؤسسات السياسية ومعرفة أهم السمات التي شكلت من خلالها هذه الصورة.

- ١- دراسة صباح أنور محمد (٢٠٢٠): تشكيل الصورة الذهنية للقوى السياسية العراقية وانعكاسها على نتائج الانتخابات البرلمانية للعام ٢٠١٨ (محمد، ٢٠٢٠).

تعدُّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الميداني للحصول على البيانات والمعلومات، وتهدف الدراسة للتعرف على صورة القوى السياسية العراقية لدى جمهور النخبة العراقية، والتعرف على الدور الذي مارسته هذه القوى لتحسين صورتها الذهنية لدى الجمهور، وقد اختارت الباحثة عينة عمدية قوامها (٢٠٠) مفردة، موزعين على (٥٠) مفردة لكل من أساتذة الجامعات، ورجال الدين، والإعلاميين، والعسكريين.

أهم نتائج الدراسة:

- أثرت وسائل الإعلام الخاصة بالقوى السياسية العراقية بشكل كبير على تحسين صورة هذه القوى لدى الجمهور، وضمان أكبر عدد من المؤيدين لها في الانتخابات البرلمانية.

- بينت الدراسة أن القوى السياسية العراقية تحاول باستمرار الوصول إلى الصورة المثالية عن طريق عرض قناعاتها وتصوراتها على الجمهور من خلال التسويق لحملاتها الانتخابية.

٢- دراسة نجاح أبو سلطان (٢٠١٦): دور وسائل الاتصال في دعم الصورة الذهنية للدول (سلطان، ٢٠١٦).

تهدف الدراسة لمعرفة أبرز وأهم الأدوار الاتصالية للدبلوماسية العربية في دعم الصورة الذهنية للدول والوسائل الاتصالية المستخدمة والانتقالات الموجهة للأداء الاتصالي للسفارات، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت فيها الباحثة على منهج المسح الإعلامي عن طريق اختيار عينة من الجمهور المصري المتابع للأنشطة الاتصالية قوامها (٤٠٠) مفردة، فيما اختارت الباحثة عينة من السفارات العربية في مصر قوامها (٦) سفارات، وهي الأردن، فلسطين، اليمن، العراق، السودان، والسعودية، كما اختارت الباحثة أدوات المقابلة، وصحيفة الاستبيان من أجل الحصول على المعلومات والبيانات.

أهم نتائج الدراسة:

- تصدرت المملكة السعودية المرتبة الأولى لدى المبحوثين حول ملامح الصورة الذهنية لدى الجمهور العربي كدولة صديقة بنسبة (١٠٠٪)، فيما كانت فلسطين كدولة صديقة بنسبة (٤٩٪).
- تصدرت فلسطين المرتبة الأولى في أنها دولة مناضلة بنسبة (٨٥.٢٪)، العراق (١٨٪)، اليمن (٦.٥٪)، السودان (٤.٥٪)، والأردن (٤٪).
- الاتصال المباشر كان له الأثر الكبير في تشكيل الصورة الذهنية بشكل إيجابي بنسبة (٤٩٪)، وبشكل سلبي بنسبة (٥١٪).
- وسائل الاتصال التي كانت لها دور في تغيير الصورة كانت التلفزيون بنسبة (٣٥٪)، مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٣٥٪)، الصحافة الورقية بنسبة (١٤٪)، والراديو بنسبة (٥٪).

- الجمهور يتابع أنشطة وفعاليات السفارات من خلال وسائل الإعلام المختلفة بنسبة (٤٤٪)، صفحات التواصل الاجتماعي للسفارات بنسبة (٣٢٪) من خلال تقاريرها ونشراتها المطبوعة بنسبة (٩٪)، وموقع السفارة الإلكتروني بنسبة (١٥٪).

٣- دراسة نور اختياري موحان، باقر موسى جاسم: (٢٠١٦): مؤشرات الصورة الذهنية لدى طلبة جامعة بغداد إزاء الأحزاب السياسية العراقية (موحان، ٢٠١٦).

هدفت الدراسة لتحديد ملامح الصورة الذهنية للأحزاب العراقية وسماتها والعوامل المؤثرة فيها، وتحديد مؤشرات الصورة الذهنية لدى طلبة جامعة بغداد إزاء دور الأحزاب في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتعدُّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدم فيها الباحث منهج المسح لعينة من طلبة جامعة بغداد قوامها (٣٦٧) مبحوثاً. أهم نتائج الدراسة:

- يرى (٥٦.٧٪) من المبحوثين أن الأحزاب السياسية العراقية تمتلك وسائل اتصال تعبر عن سياساتها.

٤- دراسة نجم عيد العيساوي (٢٠١٥): العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للحزب السياسي في العراق كما يراها الإعلاميون العراقيون في عمان (العيساوي، ٢٠١٦).

هدفت الدراسة لمعرفة مدى تأثير أو إسهام بعض العوامل في تشكيل الصورة الذهنية للحزب السياسي لدى الإعلاميين العراقيين المقيمين في عمان، وتعدُّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج البحث الميداني، وقد استخدم الباحث أداة الاستبانة من أجل الحصول على المعلومات، واختار عينة قوامها (١٢٠) إعلامياً عراقياً كعينة للدراسة الميدانية.

أهم نتائج الدراسة:

- تركز الأحزاب السياسية على العناصر القديمة في المهام القيادية، وتعتمد في القرارات على المؤسسين والمقربين منهم.
- شكّل تاريخ الحزب السياسي ومواقفه الوطنية عاملاً مهماً في تحسين الصورة الذهنية للإعلاميين العراقيين.
- وجود دلالة إحصائية في مستوى تشكيل الصورة الذهنية المتولدة لدى الإعلاميين العراقيين في عمان، ويعزى إلى متغير النوع الاجتماعي، حيث كانت الفروق لصالح الذكور أكثر من الإناث.
- وجود فروق دالة إحصائية في تشكيل الصورة الذهنية المتولدة للحزب السياسي في العراق يعزى إلى المؤهل العلمي، حيث كانت لديهم مستويات متفاوتة باختلاف مؤهلاتهم العلمية، حيث كانت الصورة إيجابية لدى الحاصلين على مؤهل علمي دبلوم فأقل، وأن المؤهلات الأخرى كانت تتجه نحو المحايدة أو السلبية.
- أكثر المبادئ التي أسهمت في تشكيل صورته الذهنية كان الاستناد على مرجعية فكرية يبنى مبادئه على أساسها.
- مخاطبة الجمهور بأسلوب مهذب كان أهم إسهامات الحزب السياسي ومواقفه في تشكيل صورته، تليه التعرف على مواقفه تفصيلاً من خلال جهازه الإعلامي.

- ٥- دراسة راشد فريحات (٢٠١٥): دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي (فريحات، ٢٠١٥).

تهدف الدراسة لتقديم رؤية حقيقية متكاملة عن الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي، وتصوراتهم حول بعض الممارسات الإيجابية والسلبية لأعضاء مجلس النواب، وتعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدم الباحث المنهج التحليلي، وقد اختار الباحث عينة عشوائية منتظمة قوامها (٤٠٠) مفردة من جامعتي البترا والجامعة الأردنية

بواقع (٢٠٠) مفردة من كل جامعة، واعتمد الباحث على أداة الاستبانة لجمع المعلومات والبيانات الخاصة بالدراسة الميدانية.

أهم نتائج الدراسة:

- أكدت نتائج الدراسة بأن عينة المبحوثين يتابعون أخبار وفعاليات وأنشطة مجلس النواب الأردني بشكل دائم بنسبة (٣٠.٨٪)، ويتابعونها أحياناً بنسبة (٣٥.٥٪)، ولا يتابعونها بنسبة (٣٣.٨٪).
- أكدت نتائج الدراسة بأن أفراد العينة يعتمدون في الحصول على معلومات حول المجلس النيابي الأردني على القنوات الفضائية بنسبة (٢٤.٥٪)، الصحافة الإلكترونية بنسبة (١٩٪)، وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة (١٧.٣٪)، الإذاعات بنسبة (١٥.٨٪)، الاتصال المباشر مع فئات المجتمع بنسبة (١٣٪)، والصحف والمجلات المطبوعة بنسبة (١٠٪).
- أكدت نتائج الدراسة بأن مساهمة المصادر في تشكيل صورة ذهنية عن مجلس النواب كانت بشكل كبير بنسبة (٢٦.٣٪)، وبشكل متوسط بنسبة (٥٠.٥٪)، ولم تساهم بنسبة (٢٣.٣٪).
- أكدت نتائج الدراسة بوجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لتشكيل الصورة الذهنية تبعاً للسمات الديموغرافية للمبحوثين وكان لصالح الإناث، فيما لم يكن هناك فروق دالة إحصائية في العمر والمستوى التعليمي.

٦- دراسة عبيد الله وحيد الله (٢٠١٣): دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية لأفغانستان لدى الشباب العربي (وحيد، ٢٠١٣).

هدفت الدراسة للتعرف على الوسائل الاتصالية التي يتعرض لها الشباب العربي، ومدى تأثير الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي في تشكيل صورة أفغانستان لديهم، ومعرفة الصورة الذهنية التي تكونت لديهم، وتعدّ هذه الدراسة من البحوث الاستطلاعية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي للجمهور، حيث اختار الباحث عينة من الجمهور قوامها (٤٠٠)

مفردة من طلبة الجامعات، كما أجريت الدراسة على الصحف القومية، وجريدة الشرق الأوسط، والمصري اليوم، وجريدة الشروق، والتلفزيون المصري، وقناة النيل للأخبار، وقام الباحث بتجميع المعلومات عن طريق استمارة استقصاء.

أهم نتائج الدراسة:

- كانت نشرات الأخبار في الترتيب الأول بنسبة (٨٨.٣٪) من نوعية المواد الإعلامية ثم البرامج بنسبة (١٩.٤٪).
- تصدّر موضوع الصراع بين الفصائل الأفغانية والقوات الدولية مقدمة الموضوعات التي يتابعها أفراد العينة.
- جاء الانترنت في مقدمة المصادر الاتصالية التي اعتمد عليها المبحوثون في تكوين الصورة الذهنية عن أفغانستان، ثم جاءت الكتب في الترتيب الثاني، ثم التلفزيون، ثم جاءت الإذاعة والصحف في الترتيب الرابع.

٧- دراسة (٢٠١٢) Moolenaar (2012):

Image farming of politicians.

هدفت الدراسة لمعرفة دور وسائل الإعلام بتصوير المرشحين، وكيف تشكّل الصورة الذهنية لهم لدى جمهور الناخبين، وتعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي استخدم فيها منهج المسح الإعلامي لعينة من وسائل الإعلام التي قامت بتغطية الحملات الانتخابية للمرشحين الثلاثة في الانتخابات الهولندية، وقد استخدم الباحث أدوات المقابلة وتحليل المحتوى من أجل الحصول على البيانات المتعلقة بالدراسة.

أهم نتائج الدراسة:

- وسائل الاتصال ذات فعالية كبيرة في تشكيل الصورة الذهنية للمرشحين.
- تستخدم الحملات الانتخابية خبراء في الاتصال السياسي للعمل لتشكيل صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور عن المرشحين باستخدام وسائل الاتصال.

- ضرورة استخدام وسائل الاتصال بأشكالها كافة بشكل يظهر المرشح بأنه الأقوى، حيث أكدت الدراسة بأن المرشح مارك كانت له الأفضلية في التواصل المباشر مع الجمهور.
 - وسائل الإعلام تهتم بالمرشحين الأكثر نشاطاً ميدانياً، وتحاول تسويق برامجهم أكثر من المرشحين الخاملين.
 - الصورة الذهنية للحزب السياسي تكون متطابقة مع الصورة الذهنية للمرشح، ولا يوجد اختلافات جوهرية بينهم.
 - إن تحليل محتوى المقالات والأخبار المتعلقة بالمرشحين أثبتت تفاوت وتنوع قوة العبارات الخاصة بموقف المرشحين بناءً على الانتماء والولاء الحزبي والشخصي لكتاب المقالات والأخبار.
 - هناك فروق كبيرة في مقدار دعم وتأييد الصحف للمرشحين، مما أثر بشكل مُلفت في تشكيل الصورة الذهنية عن المرشحين.
 - الخبرة السياسية للمرشح كان لها الأثر الكبير في التعامل بحرفية مع وسائل الاتصال.
 - استخدمت الحملات استراتيجيات مختلفة في التعامل مع الصورة، وكان أبرز من تفوق في ذلك حملة المرشح رومر.
- ٨- دراسة (Lupu, 2011):

Party brands in crisis: Partisanship, brand dilution, and the breakdown of political parties in Latin America.

هدفت الدراسة لمعرفة الصورة الذهنية للأحزاب العاملة في أمريكا اللاتينية والأسباب وراء تراجعها، وتعدُّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج الوصفي المسحي والمنهج التحليلي المقارن، حيث قارن الباحث بين الأحزاب في كل من الأرجنتين وفنزويلا، وقد استخدم الباحث أداة الاستبانة للحصول على المعلومات.

أهم نتائج الدراسة:

- تعتبر الصورة الذهنية للأحزاب السياسية سلبية حسب آراء الجمهور عينة الدراسة، وذلك بسبب الصراعات السياسية بين الأحزاب.
- الشباب أكثر عرضة لوسائل الاتصال الجماهيري، ولديهم القابلية للتفاعل مع الرسالة الإعلامية أكثر من الكبار سناً.
- كلما كانت المعلومات متوفرة لدى الجمهور عن الأحزاب السياسية يكون التعصب للحزب أقل، وتكون العملية السياسية أكثر نضوجاً.
- أكدت الدراسة بأن (٧٠٪) من المنتمين للأحزاب شكلوا صورتهم الذهنية عن الأحزاب من خلال والديهم المنتمين للحزب نفسه.
- إن نسبة (٢٤.٢٪) من عينة الجمهور ينتمون لأحزاب سياسية، وأن (٧.١٪) تلقوا معلومات حول الأحزاب قبل الانتماء إليها.
- وسائل الاتصال والمعلومات تؤثر بشكل كبير في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب لدى الجمهور، كما تؤثر في تقبل الجمهور للمتغيرات السياسية.
- توفر المعلومات والتواصل مع وسائل الاتصال يؤثر إيجابياً في تقليل التعصب والحزبية السلبية.

٩- دراسة (Fitzpatrick, 2008) (٢٠٠٨):

The collapse of American public diplomacy: what diplomatic experts say about rebuilding America's image around the world- A view from the trenches.

هدفت الدراسة لمعرفة صورة الولايات المتحدة الأمريكية بعد أحداث ١١ سبتمبر، ودور الوكالة الأمريكية للإعلام في تحسين الصورة الذهنية لها، كما تهدف لمعرفة رأي خبراء الإعلام في قدرة الدبلوماسية الأمريكية من الوصول إلى الجمهور العالمي، وتعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بالعينة، حيث اختار الباحث عينة عمدية قوامها (١٠٠) خبيراً في الدبلوماسية الأمريكية، وقد استخدمت الدراسة أداة الاستبانة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة.

أهم نتائج النتائج:

- الصورة الذهنية المثقلة للولايات المتحدة لدى الجمهور صورة سلبية.
 - نسبة (٩٨٪) من خريجي وكالة الإعلام الأمريكية يشعرون بالقلق إزاء صورة أمريكا في العالم.
 - إن نسبة (٨٣٪) من الخبراء أن الدبلوماسية الأمريكية تعتبر هامشية.
 - إن نسبة (٩٥٪) من خبراء الإعلام السابقين أن هناك حاجة إلى موارد إضافية لتمويل البعثات الدبلوماسية الأمريكية من أجل تحسين صورة أمريكا.
 - إن نسبة (٧٥٪) من الباحثين أن إدارة جورج بوش لا تعتبر الرأي العام العالمي ذو تأثير مهم للنهوض بمصالح الولايات المتحدة الأمريكية.
 - إن نسبة (٢٤٪) من الباحثين يرون بأن مبادرات المجتمع المدني الأمريكي والشركات الخاصة أكثر ثقة ومصداقية لدى الجمهور العالمي.
- ١٠- دراسة (٢٠٠٥) Dalto & Weldon , Dalto & Weldon (2005):

Public images of political parties: a necessary evil?.

هدفت الدراسة لمعرفة الصورة الذهنية للأحزاب السياسية لدى المواطنين، ومدى ثقتهم بأحزابهم، وكيفية الاندماج في الحياة الديمقراطية من خلال مشاركتهم في الأنشطة الاتصالية للأحزاب، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج التحليلي، حيث استخدمت الدراسة أداة الاستبانة لجمع المعلومات من عينة قوامها (١,٣٨٩) موزعين على (١٣) دولة.

أهم نتائج الدراسة:

- الأحزاب السياسية تستخدم الاتصال المباشر كأثر وسيلة اتصالية مع جمهورها، وكذلك تستخدم وسائل غير تقليدية للتأثير عليهم.
- يرى الغالبية من الجمهور عينة الدراسة بأن الأحزاب السياسية ضرورية، وعنصراً مهماً في العملية الديمقراطية، وتساهم بشكل فعال فيها.

- انخفاض الثقة بالأحزاب السياسية من قبل الجمهور عينة الدراسة، حيث انخفضت نسبة الذين يتقون في أحزابهم في المجتمع الأمريكي من (٤٣٪) عام (١٩٧٩) إلى (٢٦٪) عام (١٩٩٣).
- قادة الرأي والنخب السياسية يعملون على تحسين الصورة الذهنية للأحزاب لدى المواطنين.
- صورة الأحزاب السياسية لدى الجمهور صورة سلبية من خلال عدم ثقتهم بها، وأنها لا تستجيب لمصالح الشعب.
- كلما زاد الرضا عن الأحزاب السياسية زادت نسبة المشاركة في الحياة السياسية، وفي العملية الديمقراطية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

تساؤلات الدراسة:

قام الباحث وضع عدد من التساؤلات التي ستجيب عليها نتائج الدراسة التحليلية المطبقة على عينة من المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية:

١. ما القضايا المتعلقة بمصر التي تركز عليها وكالات الأنباء الفلسطينية؟
٢. ما سمات الصورة الذهنية المتعلقة بمصر التي تناولتها وكالات الأنباء الفلسطينية ؟
٣. ما أهداف المضامين الاتصالية المتعلقة بمصر المقدمة في وكالات الأنباء الفلسطينية ؟
٤. ما المصادر التي ظهرت في وكالات الأنباء الفلسطينية المتعلقة بأخبار جمهورية مصر العربية؟
٥. ما مدى تغطية وكالات الأنباء الفلسطينية للأحداث المتعلقة بجمهورية مصر العربية والتي لها علاقة بالقضية الفلسطينية؟

نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة الظاهرة، وهذا البحث يستهدف جمع الحقائق والبيانات

وتصنيفها، ثم تجميعها وتفسيرها وتحليلها تحليلاً شاملاً، واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها، حيث تستهدف هذه الدراسة التعرف صورة جمهورية مصر العربية كما وكالات الأنباء الفلسطينية، ويعتمد هذا البحث على التحليل الإحصائي في العدّ والقياس، واستخلاص المؤشرات التي يستند إليها الاستدلال مع استخدام التحليل الكيفي لاستكمال جوانب البحث وتفسير النتائج.

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح، وتوظفه ببعده التحليلي فيما يتعلق بتحليل المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية، وتعتبر أداة تحليل المضمون من الأساليب المهمة في استخلاص نتائج دقيقة في التعبير عن الظاهرة. (Dominick & Rog، ٢٠٠٥)

وهو أسلوب يمنح الباحث إمكانية رصد الظاهرة البحثية عبر تحليل مختلف عناصرها داخل سياق زمني محدد وفق إجراء منهجي منضبط، وبما يتيح الخروج باستخلاصات تجيب على تساؤلات الدراسة وتحقق فروضها (طابع، ٢٠٠٤).

أدوات جمع البيانات:

استخدم الباحث استمارة تحليل المضمون كأداة للدراسة حيث تعتبر استمارة تحليل المضمون إحدى أدوات جمع المعلومات والبيانات الأساسية خصوصاً في بحوث الإعلام (حسين، ١٩٩٩).

وتستخدم كأداة لوصف المضمون الظاهر والصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً وكماً منتظماً للسمات الظاهرة، وتحليل المضمون طريقة بحث متعددة الأغراض وجدت للبحث في أنواع عديدة من المشاكل التي تعتبر الأساس المرجعي لها محتوى وسائل الإعلام.

المجال الزمني للدراسة:

اختار الباحث الأول من مايو عام ٢٠٢١ وهو بداية الأحداث المتعلقة بتهجير أهالي الشيخ جراح في مدينة القدس، حيث كان ذلك بداية التحركات الدولية والعربية من أجل وقف الاعتداءات الإسرائيلية بحق أهالي هذا الحي وكان لجمهورية مصر العربية الدور الكبير في حشد الرأي العام الدولي تجاه ذلك، وانتهى الباحث يوم ٣٠ من يونيو بعد انتهاء العدوان على غزة وكذلك اجتماعات القوى والفصائل الفلسطينية في القاهرة، كما اختار الباحث نفس التوقيت من العام ٢٠٢٢ التي شهدت أحداث مشابهة.

عينة الدراسة:

ترتبط بحوث المسح بنظام العينات، حتى أن الكثير من الباحثين يطلقون عليه المسح بالعينة (The Sample Survey)، ونظام العينات يسمح للباحث باستنتاج خصائص عدد كبير جداً من المفردات (الحمد، ١٩٩٣). واختار الباحث عينة المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية وهي وكالة الأنباء الفلسطينية وفا وكالة شهاب الإعلامية وكالة معا الإخبارية المستقلة حيث قام الباحث بمسح شامل لكافة الرسائل الاتصالية المتعلقة بجمهورية مصر العربية التي قامت بنشرها الوكالات عبر مواقعها الإلكترونية.

نتائج الدراسة ومناقشتها

نعالج من خلال الجداول التالية نتائج الدراسة التحليلية التي طبقت على المواقع الإلكترونية للوكالات الإخبارية الفلسطينية وهي وكالة الأنباء الفلسطينية وفا، وكالة شهاب الإخبارية ووكالة معا الإخبارية المستقلة من الفترة بين الأول من مايو ٢٠٢١ وحتى الثلاثين من يونيو ٢٠٢١ وهي الفترة ما بين بداية أحداث القدس وقرار تهجير أبناء حي الشيخ جراح مروراً بالعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة وحتى انتهاء جولات الحوار الفلسطيني في القاهرة.

وحرص الباحث على تحليل مضمون المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية عينة الدراسة في نفس التوقيت من العام ٢٠٢٢ .

جدول رقم (١)

القضايا المتعلقة بمصر في المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية

م	القضايا	وفا		معا		شهاب		المجموع	النسبة
		٢٠	٢١	٢٠	٢١	٢٠	٢١		
١	القضايا السياسية	١٤٦	٩٦	١١١	٢٨	٥٣	٠	٤٣٤	٧٥.٣%
٢	القضايا الاقتصادية	٣١	٢	٢٦	٣	٥	١	٦٨	١١.٨%
٣	قضايا أخرى	٧	٢	٢٧	٢٢	٩	٧	٧٤	١٢.٩%
	المجموع	١٨٤	١٠٠	١٦٤	٥٣	٦٧	٨	٥٧٦	١٠٠%
	المجموع الكلي	٢٨٤		٢١٧		٧٥			

يتضح من الجدول السابق أن القضايا السياسية استحوذت على غالبية التغطية الإخبارية في المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية بنسبة (٧٥.٣٪)، وهذا نابع عن حجم الأحداث السياسية في تلك الفترة المتعلقة بالأحداث الميدانية في القدس والتأثير المصري القوي فيها، وكانت القضايا الأخرى مثل القضايا الثقافية والمعايير وغيرها بنسبة (١٢.٩٪) حيث عملت مصر في هذه الفترة على إعفاء الطلبة الفلسطينيين الدارسين في مصر من الرسوم الدراسية، وكانت القضايا الاقتصادية في المرحلة الثالثة بنسبة (١١.٨٪) وركزت على حجم المساعدات التي تقدمها مصر للشعب الفلسطيني وفتح المعابر الاقتصادية وغيرها.

جدول رقم (٢)

القضايا السياسية المتعلقة بمصر التي تناولتها المواقع الإلكترونية
لوكالات الأنباء الفلسطينية

م	القضايا السياسية	وفا		معا		شهاب		المجموع	النسبة
		٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢		
١	الدعم السياسي المصري لفلسطين	٢٨	١٩	٨	٥	٥	٠	٦٥	٪١٥
٢	الدعم العربي لفلسطين من خلال مصر	١٧	٣٨	٢	١	١	٠	٥٩	٪١٣.٦
٣	العلاقات المصرية الفلسطينية	١٢	١٦	١٧	٥	٤	٠	٥٤	٪١٢.٤
٤	دور مصر في حشد الدعم الدولي لفلسطين	٢٣	٦	٨	١	٠	٠	٣٨	٪٨.٨
٥	جهود مصر في وقف إطلاق النار	١٢	٠	١٧	٠	٧	٠	٣٦	٪٨.٣
٦	محورية الدور المصري عربيا	٨	١٥	٢	٣	١	٠	٢٩	٪٦.٧
٧	العلاقات المصرية الدولية	٨	٢	٦	٧	٦	٠	٢٩	٪٦.٧

٨	تفاعل مصر مع الاحداث في القدس	٢٠	٠	٥	٢	٠	٠	٢٧	٦.٢%
٩	جهود مصر في إتمام المصالحة الفلسطينية	٥	٠	١٣	٠	٦	٠	٢٤	٥.٥%
١٠	متابعة مصرية للأوضاع فسي فلسطين	١٢	٠	٥	٢	٠	٠	١٩	٤.٤%
١١	جهود مصر في إتمام صفقة تبادل اسرى	٠	٠	١٤	٠	٥	٠	١٩	٤.٤%
١٢	العلاقات المصرية الإسرائيلية	٠	٠	٥	٢	٧	٠	١٤	٣.٢%
١٣	زيارة مسئول لفلسطين	١	٠	٦	٠	٥	٠	١٢	٢.٨%
١٤	قضية سد النهضة	٠	٠	٣	٠	٦	٠	٩	٢%
المجموع		١٤٦	٩٦	١١١	٢٨	٥٣	٠	٤٣٤	١٠٠%
المجموع الكلي		٢٤٢	١٣٩		٥٣				

يتضح من نتائج الجدول السابق بان اهم القضايا السياسية المتعلقة بمصر التي تناولتها المواقع الالكترونية لوكالات الانباء الفلسطينية كانت الدعم السياسي المصري لفلسطين بنسبة (١٥٪)، وهذا نابع من الدور الكبير الذي قامت به مصر لوقف العدوان الإسرائيلي على غزة والمساعدات الإنسانية التي قدمها الشعب والحكومة المصرية للشعب الفلسطيني، وكان في المرتبة الثانية

الدعم العربي لفلسطين من خلال مصر بنسبة (١٣.٦٪) وهذا يؤكد على محورية الدولة المصرية وقدرتها على التأثير عربياً ودولياً، وفي المرتبة الثالثة كانت العلاقات المصرية الفلسطينية بنسبة (١٢.٤٪) وهذه النسبة الكبيرة تؤكد على عمق العلاقات المصرية الفلسطينية وحرص الوكالات الفلسطينية على إبراز هذه العلاقات والزيارات المتبادلة بين مصر وفلسطين حيث تعددت زيارات القيادات المصرية إلى رام الله وغزة.

ونتائج الجدول تؤكد اهمال وكالة الأنباء الفلسطينية وفا لقضايا العلاقات المصرية الإسرائيلية ولك نظراً لسياستها التحريرية المتطابقة مع سياسة السلطة الوطنية الفلسطينية.

جدول رقم (٤)

القضايا غير السياسية المتعلقة بمصر التي تناولتها المواقع

الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية

م	قضايا أخرى	وفا		معا		شهاب		المجموع	النسبة
		٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢		
١	قضايا داخلية مصرية	٠	٢	٩	١١	٦	٦	٣٤	٢٤٪
٢	دور مصر في إعادة اعمار غزة	٥	٠	١٩	٢	٣	١	٣٠	٢١.١٪
٣	المساعدات المصرية الإنسانية لغزة	١٩	٠	٥	١	٢	٠	٢٧	١٩٪
٤	الدعم الثقافي المصري لفلسطين	٥	٠	٩	١	١	٠	١٦	١١.٣٪
٥	قضايا معبر رفح	٠	٠	٦	٤	٢	١	١٣	٩.٢٪

٦	الحرب المصرية على الإرهاب	٢	١	٣	٥	٠	٠	١١	٧.٧%
٧	الدعم الطبي المصري لفلسطين	٧	٢	٢	٠	٠	٠	١١	٧.٧%
المجموع		٣٨	٥	٥٣	٢٤	١٤	٨	١٤٢	١٠٠%
المجموع العام		٤٣		٧٧		٢٢			

يتضح من الجدول السابق بأن قضايا مصر الداخلية تستحوذ على النسبة الأكبر من القضايا غير السياسية المتعلقة بمصر التي تناولتها المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية بنسبة (٢٤٪)، ويأتي دور مصر في إعادة اعمار غزة في المرتبة الثانية بنسبة (٢١.١٪)، وفي المرتبة الثالثة المساعدات الإنسانية المصرية لقطاع غزة بنسبة (١٩٪).

وتأتي هذه النسب نظراً لأهمية ومكانة مصر التي تستحوذ على تغطية مناسبة في وكالات الأنباء الفلسطينية، كما ان نتائج الجدول السابق تؤكد على تغطية الوكالات للدعم الثقافي المصري لفلسطين من خلال اعفاء طلبة فلسطين من الرسوم الدراسية وكذلك قضايا معبر رفح حيث دخول المساعدات منه وقصف الاحتلال لمحيطه عدة مرات والحرب المصرية على الإرهاب كان لها نصيب وفير في التغطية.

جدول رقم (٥)

مصدر الاخبار المتعلقة بمصر في المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية

م	المصدر	وفا		معا		شهاب		المجموع	النسبة
		٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢		
١	مصدر خاص بالوكالة	٦٠	٥١	٣٢	٥	٢١	١	١٧٠	٪٣٩.٨
٢	بيانات صحفية	٤١	١٣	٤١	١٣	١٩	٠	١٢٧	٪٢٩.٧
٣	وسائل اعلام مصرية	١٠	٤	١٩	١٤	٦	٢	٥٥	٪١٢.٩
٤	وسائل اعلام خارجية	٣	٠	١٣	٤	٤	٢	٢٦	٪٦.١
٥	وسائل اعلام اسرائيلية	٠	٠	١٤	٢	٩	٠	٢٥	٪٥.٩
٦	وسائل اعلام محلية	٧	١	٨	٥	٢	١	٢٤	٪٥.٦
المجموع		١٢١	٦٩	١٢٧	٤٣	٦١	٦	٤٢٧	٪١٠٠
المجموع الكلي		١٩٠		١٧٠		٦٧			

يتضح من الجدول السابق أن وكالات الانباء الفلسطينية تعتمد

بشكل كبير على مصادرها الخاصة بنسبة (٣٩.٨٪) وهذا ما يؤكد على قدرتها للوصول الى المعلومات بشكل مباشر فيما تعتمد في المرتبة الثانية على البيانات الصحفية بنسبة (٢٩.٧٪)، وتعتمد على وسائل الاعلام المصرية بسبة (١٢.٩٪) والملفت في نتائج الجدول بأن وكالة الأنباء الفلسطينية وفا لا تعتمد بتاتا على وسائل الاعلام الإسرائيلية وهذا نابع من كونها وكالة رسمية تابعة للسلطة الوطنية الفلسطينية وسياستها التحريرية تتطلب ذلك.

كما يتضح من نتائج الجدول السابق أن وكالتي شهاب ومعا اعتمدت على وسائل الاعلام الإسرائيلية في عام ٢٠٢١ بشكل اكبر من العام ٢٠٢٢ وهذا يعزوه الباحث لان احداث الشيخ جراح الذي حاول الاحتلال الإسرائيلي تهجير أبناء الحي كانت في هذا العام وكانت وسائل الاعلام

الإسرائيلية تنقل بشكل كبير تصريحات المسؤولين وردود الفعل الحكومية جراء هذه الممارسات لذلك كان الاعتماد بشكل أكبر على هذه الوسائل.

جدول رقم (٦)

الموقع الجغرافي للأخبار المتعلقة بمصر في المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية

م	الموقع الجغرافي	وفا		معا		شهاب		المجموع	النسبة
		٢٠٢	٢٠٢	٢٠٢	٢٠٢	٢٠٢	٢٠٢		
١	جمهورية مصر العربية	٩٠	٥٥	٦٢	٢٦	٣٦	٢	٢٧١	٦٣.٥ %
٢	قطاع غزة	٨	٤	٣٣	٩	١٣	٢	٦٩	١٦.٢ %
٣	الضفة الغربية	١٧	٧	١٢	١	١	٠	٣٨	٨.٩ %
٤	الخارج	٦	٣	١٠	٦	٣	٢	٣٠	٧ %
٥	إسرائيل	٠	٠	١٠	١	٨	٠	١٩	٤.٤ %
٦	القدس	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠ %
المجموع		١٢١	٦٩	١٢٧	٤٣	٦١	٦	٤٢٧	١٠٠ %
المجموع الكلي		١٩٠		١٧٠		٦٧			

يتضح من الجدول السابق على أن تغطية الأخبار والتصريحات التي تصدر من داخل جمهورية مصر العربية بنسبة كبيرة بلغت (٦٣.٥٪) وهذه كانت في كافة الوكالات مجتمعة ومنفردة وهذا نابع عن التأثير المصري الكبير على الأحداث ومحاولة مصر التوصل لوقف إطلاق النار في الأراضي الفلسطينية، وفي المرتبة الثانية كان الموقع الجغرافي قطاع غزة بنسبة (١٦.٢٪) وهذا نابع بأن الأحداث الكبيرة متزامنة بين الشيخ جراح وبين قطاع غزة التي كان بها عدوان إسرائيلي على غزة ورد المقاومة الفلسطينية على الاعتداءات الإسرائيلي، وفي المرتبة الثالثة كانت الاخبار الصادرة من الضفة الغربية بنسبة (٨.٩٪).

ويتضح من نتائج الجدول السابق بأن مدينة القدس لم يكن بها بتاتا اخبار متعلقة بمصر.

جدول رقم (٧)

اتجاه الاخبار المتعلقة بمصر في المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية

م	الاتجاه	وفا		معا		شهاب		المجموع	النسبة المئوية
		٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢		
١	إيجابي	١١٩	٥٨	٩٦	٢٨	٤٣	٤	٣٤٨	٪٨١.٥
٢	سلبي	٠	٠	١٦	٨	٧	٠	٣١	٪٧.٣
٣	غير محدد	٢	١١	١٥	٧	١١	٢	٤٨	٪١١.٢
المجموع		١٢١	٦٩	١٢٧	٤٣	٦١	٦	٤٢٧	٪١٠٠
المجموع الكلي		١٩٠		١٧٠		٦٧			

يتضح من نتائج الجدول السابق بأن اتجاه غالبية الأخبار المتعلقة بمصر في المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية كان إيجابياً بنسبة (٨١.٥٪) وهذا مؤشر على عمق العلاقات الفلسطينية المصرية، وتتنسب فقط من الاخبار كان اتجاهها سلبياً بلغت (٧.٣٪) وان الاتجاه غير المحدد للأخبار كانت نسبته (١١.٢٪)، ومن النتائج المهمة في الجدول السابق بأن وكالة الانباء الفلسطينية خلت من أي خبر سلبي تجاه جمهورية مصر العربية في العامين ٢٠٢١ و٢٠٢٢ ، كما ان النتائج تؤكد بأن وكالة شهاب التابعة لحماس لم تدرج أي خبر سلبي في العام ٢٠٢٢ .

جدول رقم (٨)

أساليب الاقتناع المستخدمة في الاخبار المتعلقة بمصر في المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية

م	أساليب الاقتناع المستخدمة	وفا		معا		شهاب		المجموع	النسبة
		٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢		
١	وضوح الأهداف	٢٦	١٨	٣٩	٨	٢٠	١	١١٢	٪٢٦.٢

٢	تأثير رأي الأغلبية	٣٥	١٩	٢٧	١٦	٦	٣	١٠٦	٢٤.٨%
٣	تقديم أدلة وبراهين	٢٥	١٩	٢٤	١٣	١٥	٢	٩٨	٢٣%
٤	ترتيب الحجج الاقتناعية	٣١	٨	٢٢	٤	٩	٠	٧٤	١٧.٤%
٥	عرض جانب واحد	٤	٥	١٥	٢	١١	٠	٣٧	٨.٦%
المجموع		١٢١	٦٩	١٢٧	٤٣	٦١	٦	٤٢٧	١٠٠%
المجموع الكلي		١٩٠		١٧٠		٦٧			

يتضح من الجدول السابق أن أكثر الأساليب الاقتناعية التي استخدمت في الأخبار المتعلقة بمصر في المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية كانت وضوح الأهداف بنسبة (٢٦.٢٪) حيث كانت الأهداف المتعلقة بمصر واضحة بسبب وضوح الأحداث وغازتها وقوتها على الساحة الفلسطينية خلال العدوان المستمر على الشعب الفلسطيني، وجاء في المرتبة الثانية تأثير رأي الأغلبية بنسبة (٢٤.٨٪) مما يؤكد على أن الوقوف بجانب الشعب الفلسطيني من قبل مصر قيادة وشعباً يمثل رأي غالبية الشعب المصري والفلسطيني وهذا ما عهدناه على مدار التاريخ من وقوف الشعب والقيادة المصرية بجانب الشعب الفلسطيني وقيادته، وجاء في المرتبة الثالثة من الأساليب الاقتناعية تقديم أدلة وبراهين بنسبة (٢٣٪) وهذا يؤكد على عدالة القضية الفلسطينية وأن كافة الأدلة والبراهين تعبر عن أحقية الشعب الفلسطيني في تقرير مصيره وإقامه دولته، كما أن الأحداث التي شهدتها الفترة الزمنية للبحث كانت أحداث الشيخ جراح الذي يحاول الاحتلال الإسرائيلي تهجير أهله وطردهم من مدينة القدس حيث كانت الأخبار تتعلق بتقديم أدلة وبراهين على أحقية العائلات الفلسطينية في السكن الأمن في بيوتهم وإن هذا الحي أرض فلسطينية خالصة كفهلهم كافة المواثيق الدولية والمحلية.

جدول رقم (٩)

الإستمارات المستخدمة في الاخبار المتعلقة بمصر في المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية

م	الاستمارات	وفا		معا		شهاب		المجموع	النسبة المئوية
		٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢		
١	استمارات عاطفية	٦٩	٣٨	٦٩	٢١	٣٨	٢	٢٣٧	٥٥.٥%
٢	استمارات عقلانية	٢٥	١٧	٣٢	٩	١٠	٣	٩٦	٢٢.٥%
٣	الاثنين معا	٢٧	١٤	٢٦	١٣	١٣	١	٩٤	٢٢%
المجموع		١٢١	٦٩	١٢٧	٤٣	٦١	٦	٤٢٧	١٠٠%
المجموع الكلي		١٩٠		١٧٠		٦٧			

يتضح من الجدول السابق أن الاستمارات المستخدمة في الاخبار المتعلقة بمصر في المواقع الإلكترونية لوكالات الانباء الفلسطينية كانت عاطفية في المرتبة الأولى بنسبة (٥٥.٥%) وهذا نابع عن التأثير العاطفي والنفسي للأحداث حيث العدوان الكبير الذي شنه الجيش الإسرائيلي على أهالي حي الشيخ جراح بمدينة القدس ومحاولة طردهم من بيوتهم ونشر العديد من القصص الإخبارية التي تصور معاناه الأهالي واعتداءات المستوطنين على النساء والأطفال وغيرها من الأحداث التي شكلت تعاطفاً دولياً ومحلياً مع أهالي الحي مما شكل قوة دافعة للمحررين في أن تكون الأخبار عاطفية وتخطب قلوب الجمهور الداخلي والخارجي.

كما استخدمت الاستمارات العقلانية بنسبة (٢٢.٥%) في المرتبة الثانية حيث لم تخلو الأخبار من تقديم أدلة وبراهين على أحقية أهالي الحد في أرضهم وبيوتهم وأن كافة القوانين والمعاهدات والاثباتات تؤكد امتلاكهم للأرض والبيوت ، فيما استخدمت الاخبار الاستمارات العقلانية والعاطفية معا بنسبة (٢٢%) وهذا يؤكد أهمية الاستمارات مجتمعة في الاخبار نظراً لأهمية الاحداث داخلياً وخارجياً.

جدول رقم (١١)

الهدف من الاخبار المتعلقة بمصر في المواقع الإلكترونية لوكالات
الأنباء الفلسطينية

م	الهدف من الخبر	وفا		معا		شهاب		المجموع	النسبة المئوية
		٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢		
١	ابرارز الدور المصري المساند لفلسطين	٧١	٣١	٦٥	١١	٢٨	٢	٢٠٨	%٤١.٤
٢	التأكيد على قوة مصر	٢٤	١٩	٤٧	١٦	٢٩	٤	١٣٩	%٢٧.٦
٣	ابرارز الدعم العربي لفلسطين من خلال مصر	٢٣	٣٤	٤	١	١	٠	٦٣	%١٢.٥
٤	تدعيم العلاقة بين مصر وفلسطين	١٠	١٦	١٥	٢	٠	٠	٤٣	%٨.٥
٥	ابرارز قوة الاعلام المصري في دعم فلسطين	١٠	١	٧	٠	٠	٠	١٨	%٣.٦
٦	أخرى	٢	٠	١	٨	٠	٠	١١	%٢.٢

(ن=٥٠٣)

يتضح من نتائج الجدول السابق بأن أكثر الأخبار المتعلقة بمصر في المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية كان الهدف منها إبراز الدور المصري المساند للقضية الفلسطينية بنسبة (٤١.٤٪) في كل الوكالات مجتمعة، وجاء في المرتبة الثانية التأكيد على قوة مصر بنسبة (٢٧.٦٪) وهذا يدل على أهمية مصر بالنسبة لكافة الفصائل الفلسطينية الحاكمة والمعارضة حيث أن مصر تعتبر القوة الأولى عربياً من حيث التأثير على القضية الفلسطينية وعلى الفلسطينيين سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وحتى انها الحافظة للأمن القوي الفلسطيني.

وجاء في المرتبة الثالثة إبراز الدور المصري في الدعم العربي لفلسطين بنسبة (١٢.٥٪)، وهذا يؤكد على محورية الدور المصري على الصعيد العربي والدولي وان تأثيرها ليس فقط محليا بل هي تستطيع ان تؤثر على الدول العربية لدعم فلسطين، وجاء في المرتبة الرابعة تدعيم العلاقة بين مصر وفلسطين بنسبة (٨.٥٪) وهذا منطقي على عمق العلاقات بين الشعبين والقيادتين الفلسطينية والمصرية.

ومن خلال النتائج يتضح ان إبراز الدور المصري كان هدفا في المرتبة الأولى لدى وكالتي وفا ومعا أما وكالة شهاب فكان التأكيد على قوة مصر في المرتبة الأولى.

جدول رقم (١١)

الصورة العامة لمصر في الاخبار المنشورة في المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية

م	الاتجاه	وفا		معا		شهاب		النسبة المئوية	المجموع
		٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢		
١	إيجابية	١٢٠	٥٦	١٠٣	٢٦	٤٤	٥	٨٢.٩٪	٣٥٤
٢	سلبية	٠	٠	٥	٩	٦	٠	٤.٧٪	٢٠
٣	غير محددة	١	١٣	١٩	٨	١١	١	١٢.٤٪	٥٣

المجموع الكلي	١٢١	٦٩	١٢٧	٤٣	٦١	٦	٤٢٧	٪١٠٠
	١٩٠		١٧٠		٦٧			

يتضح من نتائج الجدول السابق ان الصورة العامة لمصر في الاخبار المنشورة في المواقع الالكترونية لوكالات الانباء الفلسطينية كانت ايجابية بنسبة كبيرة بلغت (٨٢.٩٪)، وهذا يؤكد على الدور الكبير الذي تقوم به مصر في دعم الشعب الفلسطيني وحرص الوكالات على تشكيل صورة ايجابية عن مصر، ورغم تفاوت النسب بين الوكالات الا ان الصورة العامة كانت ايجابية بشكل كبير.

جدول رقم (١٢)

سمات صورة مصر في الاخبار المنشورة في المواقع الإلكترونية
لوكالات الأنباء الفلسطينية

٢	سمات صورة مصر في الخبر	وفا		معا		شهاب		المجموع	النسبة المئوية
		٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢		
١	دائمية للشعب الفلسطيني	٧٧	٣١	٥٨	١١	٢٢	٢	٢٠١	٪٣٩.٣
٢	قوية ومؤثرة اقليمياً ودولياً	٢٣	١٦	٤٣	١٨	١٨	١	١١٩	٪٢٣.٣
٣	قائدة للامة العربية وحاضنة للمؤسسات العربية	٣٦	٣٩	١٠	١	٤	٠	٩٠	٪١٧.٦
٤	تعمل على استقرار المنطقة	٢	١	١٥	٠	٨	٠	٢٦	٪٥
٥	منحازة لتضام الامة العربية	٤	١٣	٠	٤	١	٠	٢٢	٪٤.٣
٦	ذات قسم وثقافة وحضارة	٣	٣	١	٦	٠	٢	١٥	٪٢.٩
٧	تفتح المعابر لدخول المساعدات للمرة	٢	٢	٧	١	١	٠	١٣	٪٢.٥

(ن = ٥١١)

يتضح من الجدول السابق أن سمات صورة مصر في الاخبار كانت من الناحية الإيجابية بشكل ملفت حيث كانت داعمة للشعب الفلسطيني بنسبة (٣٩.٣٪)، وفي المرتبة الثانية كانت قوية ومؤثرة اقليمياً ودولياً بنسبة (٢٣.٣٪) وحاضنة للمؤسسات العربية في المرتبة الثالثة.

وتوضح نتائج الجدول السابق بأن وكالة الانباء الفلسطينية وفا كانت احرص الوكالات على ابراز الجانب الإيجابي من صورة مصر وانها لم

تنتشر أي خبر من شأنه تشكيل صورة سلبية لمصر وهذا نابع بأنها وكالة رسمية للدولة وتحافظ على سياستها التحريرية المتوافقة مع سياسة قيادة السلطة الفلسطينية، كما أن وكالة شهاب الإعلامية التابعة لحماس لم تدرج أي خبر من شأنه تشكيل صورة سلبية عن مصر في العام ٢٠٢٢ الذي شهد تقارب كبير بين حماس والدولة المصرية.

جدول رقم (١٤)

الصور المستخدمة في الاخبار المتعلقة بمصر المنشورة المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية

م	الصور المستخدمة	وفا		معا		شهاب		المجموع	النسبة المئوية
		٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٢		
١	نص وصورة	٢٦	١٦	١٢٦	٤٣	٥٩	٦	٢٧٦	٦٤.٦%
٢	نص فقط	٩٥	٥٣	١	٠	٠	٠	١٤٩	٣٤.٩%
٣	نص وفيديو	٠	٠	٠	٠	٢	٠	٢	٠.٥%
المجموع		١٢١	٦٩	١٢٧	٤٣	٦١	٦	٤٢٧	١٠٠%
المجموع الكلي		١٩٠		١٧٠		٦٧			
٣	صور موضوعية	١٧	١١	٩٢	٣٢	٤٣	٦	٢٠١	٧٢.٨%
٤	صور شخصية	٩	٥	٣٤	١١	١٦	٠	٧٥	٢٧.٢%
المجموع الكلي		٢٦	١٦	١٢٦	٤٣	٥٩	٦	٢٧٦	١٠٠%

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح أن وكالات الأنباء الفلسطينية تعتمد على الاخبار النصية بصورة بنسبة (٦٤.٦%)، تليها الاخبار النصية فقط بنسبة (٣٤.٩%)، وتعتمد بنسبة ضئيلة جدا على الاخبار النصية بفيديو بنسبة (٠.٥%)، والملفت أن وكالة الانباء الفلسطينية وفا تعتمد بشكل كبير على الاخبار النصية فقط وهي التي شكلت النسبة الكبيرة للأخبار النصية في وكالات الانباء الفلسطينية، كما أن نتائج الجدول توضح أن وكالة

شهاب للأنباء لم تنتشر أي خبر نصي فقط دون ادراج صورة او فيديو وهذا يؤكد سياستها التي تعتمد على الوسائط المتعددة في تغطيتها، كما ان وكالة معا الإخبارية ووكالة الأنباء الفلسطينية لم تعتمد على الاخبار النصية بفيديو. ويتضح من خلال الجدول السابق ان وكالات الأنباء الفلسطينية تعتمد على الصور الموضوعية بشكل كبير بلغت نسبتها (٧٢.٨٪)، ويتضح من الجدول ان كل الوكالات عينة الدراسة تعتمد على الصور الموضوعية مما يشكل إضافة نوعية لسياسة التحرير في الوكالات حيث أن المتابع يرغب أكثر في الصور الموضوعية التي تعبر عن الخبر بشكل مميز.

أهم نتائج الدراسة

- أكدت نتائج الدراسة بأن صورة مصر في الاخبار المنشورة في المواقع الالكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية كانت إيجابية بنسبة (٨٢.٩٪)، فيما كانت سلبية بنسبة (٤.٧٪)، وكانت غير محددة بنسبة (١٢.٤٪).
- أكدت نتائج الدراسة بان القضايا السياسية تنصدر التغطية الإخبارية المتعلقة بمصر في المواقع الالكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية بنسبة (٧٥.٣٪)، ثم القضايا الاقتصادية بنسبة (١١.٨٪) فيما كانت كافة القضايا الأخرى بنسبة (١٢.٩٪).
- أكدت نتائج الدراسة أن ابرز القضايا السياسية التي حازت على تغطية أكبر في المواقع الالكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية كانت الدعم السياسي المصري لفلسطين بنسبة (١٥٪)، وفي المرتبة الثانية كان الدعم العربي لفلسطين من خلال مصر بنسبة (١٣.٦٪) وفي المرتبة الثالثة العلاقات المصرية الفلسطينية بنسبة (١٢.٤٪).
- أكدت نتائج الدراسة بأن أبرز القضايا الاقتصادية السياسية التي حازت على تغطية أكبر في المواقع الالكترونية لوكالات الأنباء

الفلسطينية كانت دور مصر في إعادة اعمار غزة بنسبة (٤٤.١٪) وفي المرتبة الثانية كانت المساعدات الإنسانية المصرية لغزة بنسبة (٣٩.٧٪).

● أكدت نتائج الدراسة بأن وكالات الأنباء الفلسطينية تعتمد على مصادرها الخاصة في الحصول على الاخبار المتعلقة بمصر بنسبة (٣٩.٨٪)، وفي المرتبة الثانية تعتمد على البيانات الصحفية بنسبة (٢٩.٧٪)، فيما تعتمد على وسائل الاعلام المصرية بنسبة (١٢.٩٪).

● أكدت نتائج الدراسة بأن جمهورية مصر العربية كانت في المرتبة الأولى ضمن الموقع الجغرافي للأخبار المتعلقة بمصر في المواقع الالكترونية لوكالات الانباء الفلسطينية بنسبة (٦٣.٥٪)، وفي المرتبة الثانية كان قطاع غزة بنسبة (١٦.٢٪)، فيما خلت كافة وكالات الانباء الفلسطينية عن أي خبر من القدس .

● أكدت نتائج الدراسة بأن القيادات المصرية أحتلت الصدارة ضمن الشخصيات المحورية في الاخبار المتعلقة بمصر في المواقع الإخبارية لوكالات الانباء الفلسطينية بنسبة (١٦.٤٪)، فيما كانت الشخصيات الحكومية الفلسطينية في المرتبة الثانية بنسبة (١٣.٢٪).

● أكدت نتائج الدراسة بأن الاتجاه العام للأخبار المتعلقة بمصر في المواقع الالكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية كان إيجابيا بنسبة (٨١.٥٪)، وغير محدد بنسبة (١١.٢٪)، وسلبى بنسبة (٧.٣٪).

● أكدت نتائج الدراسة بأن المواقع الالكترونية لوكالات الانباء الفلسطينية تستخدم الاستمالات العاطفية في تغطيتها للأخبار المتعلقة بمصر بنسبة (٥٥.٥٪)، فيما كان استخدم الاستمالات

العقلانية بنسبة (٢٢.٥٪)، واستخدمت الاستمالات العاطفية والعقلانية معاً بنسبة (٢٢٪).

● أكدت نتائج الدراسة بأن الهدف من الأخبار المتعلقة بمصر في المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية كان إبراز الدور المصري المساند لفلسطين بنسبة (٤١.٤٪)، وفي المرتبة الثانية كان التأكيد على قوة مصر بنسبة (٢٧.٦٪).

● أكدت نتائج الدراسة بأن المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية استخدمت في أخبارها نص وصورة بنسبة (٦٤.٦٪)، فيما كانت الأخبار نص فقط بنسبة (٣٤.٩٪)، وقد استخدمت الوكالات الصورة الموضوعية بشكل أكبر بنسبة (٧٢.٨٪)، فيما استخدمت الصور الشخصية بنسبة (٢٧.٢٪).

المراجع

أولاً: المراجع العربية

١. توفيق أبو جراد (٢٠٢٠): الوظيفة الاتصالية لحركة فتح ودورها في تشكيل صورتها لدى الجمهور الفلسطيني، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الاتصال والاعلام، جامعة عين شمس، القاهرة.
٢. حسني الدماوي (٢٠١٦): الهيئة العامة المصرية للاستعلامات على الرابط <https://www.sis.gov.eg/Story/123460>
٣. راشد فريحات (٢٠١٥): دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الصحافة والإعلام، جامعة البتراء، عمان، الأردن.
٤. سامي طابع (٢٠٠١): بحوث الإعلام، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر.
٥. سمير محمد حسين (١٩٩٩): بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط٣، القاهرة، مصر.
٦. سمير محمد حسين (٢٠٠٦): دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
٧. صباح محمد (٢٠٢٠): تشكيل الصورة الذهنية للقوى السياسية العراقية وانعكاسها على نتائج الانتخابات البرلمانية للعام ٢٠١٨، مجلة الفراهيدي للآداب، مج٤٠، ع١٢، جامعة تكريت، العراق.
٨. عبيد الله وحيد الله (٢٠١٣): دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية لأفغانستان لدى الشباب العربي، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
٩. محمد عبد الحميد (١٩٩٣): دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب للنشر والتوزيع، مصر.

١٠. محمود إسماعيل (٢٠٠٣): مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
١١. محمود عياش (٢٠١٥): صورة حماس في الصحافة المصرية بعد ثورة يناير ٢٠١١، دراسة على عينة من الصحف المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، فلسطين
١٢. منال جراد (٢٠١٣): معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لحركتي فتح وحماس لازمة الانقسام الفلسطيني، دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
١٣. نجاح أبو سلطان (٢٠١٦): دور وسائل الاتصال في دعم الصورة الذهنية للدول، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر.
١٤. نجم عيد العيساوي (٢٠١٥): العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للحزب السياسي في العراق كما يراها الإعلاميون العراقيون في عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
١٥. نور اختياري موحان (٢٠١٦): مؤشرات الصورة الذهنية لدى طلبة جامعة بغداد إزاء الأحزاب السياسية العراقية، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ع٣٣، العراق.
١٦. ياسر عرفات البنا (٢٠١٥): صورة تركيا في الصحافة اليومية الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، غزة.

ثانيا: المراجع الأجنبية

1. Dalto, R. J. & Weldon S. A. (2005): Public images of political parties: a necessary evil?. West European politics, Vol.28, No.5, USA: University of California, Rutledge, Taylor & Francis Group.
2. Fitzpatrick, Kathy (2008): The collapse of American public diplomacy: what diplomatic experts say about rebuilding America's image around the world– A view from the trenches, paper presented at the annual meeting of the ISA's 49th annual convention, Bridging multiple divides, Hilton San Francisco.
3. Lupu, Noam (2011): Party brands in crisis: Partisanship, brand dilution, and the breakdown of political parties in Latin America, a doctorate dissertation, Faculty of Princeton university, Dpt. of politics in Candidacy.
4. Moolenaar, Esther (2012): Image farming of politicians, a comparison between media and campaign team, master thesis, Graduate school of communication, Political communication, University of Amsterdam, Netherlands.
5. Roger Wimmer, Joseph Dominick. (2006): Mass media research: An Introduction, 8th ed., Thomson Wadsworth