

The Islamic University of Gaza  
Deanship of Research and Graduate Studies  
Faculty of Arts  
Master of Journalism



الجامعة الإسلامية بغزة  
عمادة البحث العلمي والدراسات العليا  
كلية الآداب  
ماجستير الصحافة

دلالة تأطير الصورة الصحفية لمسيرات العودة  
في مواقع الصحف الإسرائيلية اليومية  
دراسة تحليلية مقارنة

The Significance of Framing the Journalistic  
Photos of Return Marches on the Websites of  
Israeli Daily Newspapers  
A Comparative Analytical Study

إعداد الباحث  
أحمد أحمد محمد أبو عرقوب

إشراف  
الدكتور/  
أحمد عرابي حسين الترك

قُدِّمَ هَذَا الْبَحْثُ اسْتِكْمَالاً لِمُنْتَهَلَاتِ الْحُصُولِ عَلَى دَرَجَةِ الْمَاجِسْتِيرِ  
فِي الصَّحَافَةِ بِكَلِيَّةِ الْآدَابِ فِي الْجَامِعَةِ الْإِسْلَامِيَّةِ بِغَزَّةِ

يوليو / 2020م - ذو الحجة / 1441هـ

## إقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

دلالة تأطير الصورة الصحفية لمسيرات العودة

في مواقع الصحف الإسرائيلية اليومية

دراسة تحليلية مقارنة

# The Significance of Framing the Journalistic Photos of Return Marches on the Websites of Israeli Daily Newspapers A Comparative Analytical Study

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حينما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل الآخرين لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

## Declaration

I understand the nature of plagiarism, and I am aware of the University's policy on this.

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted by others elsewhere for any other degree or qualification.

Student's name:	أمجد أحمد محمد أبو عرقوب	اسم الطالب:
Signature:	أمجد أحمد محمد أبو عرقوب	التوقيع:
Date:	2020/7/26م	التاريخ:



## نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة عمادة البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث/ امجد احمد محمد ابو عرقوب لنيل درجة الماجستير في كلية الآداب/ برنامج الصحافة وموضوعها:

دلالة تأطير الصورة الصحفية لمسيرات العودة  
في مواقع الصحف الإسرائيلية اليومية  
دراسة تحليلية مقارنة

### The Significance of Framing the Journalistic Photos of Return Marches on the Websites of Israeli Daily Newspapers A Comparative Analytical Study

وبعد المناقشة التي تمت اليوم الثلاثاء 23 ذو القعدة 1441 هـ الموافق 2020/07/14م الساعة العاشرة صباحاً، في قاعة اجتماعات كلية الآداب اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

.....	مشرفاً ورئيساً	د. أحمد عرابي/ حسين الترك
.....	مناقشاً داخلياً	أ. د. زكريا إبراهيم السنوار
.....	مناقشاً خارجياً	أ. د. ماجد سالم تريان

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في كلية الآداب/برنامج الصحافة.  
واللجنة إذ تمنحه هذه الدرجة فإنها توصيه بتقوى الله تعالى ولزوم طاعته وأن يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق،،،

عميد البحث العلمي والدراسات العليا

د. بسام هاشم السقا



التاريخ: 2020/1/26 الرقم العام للنسخة 23745A اللغة 6 ماجستير  دكتوراه

الموضوع/ استلام النسخة الإلكترونية لرسالة علمية



قامت إدارة المكتبات بالجامعة الإسلامية باستلام النسخة الإلكترونية من رسالة  
الطالبة/ احمد محمد بن محمد بن عبد الوهاب

رقم جامعي: 120160286 قسم: الدراسات كلية: شؤون

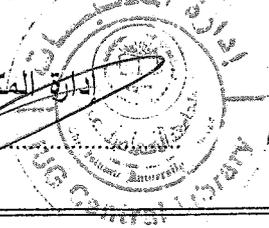
وتم الاطلاع عليها، ومطابقتها بالنسخة الورقية للرسالة نفسها، ضمن المحددات المبينة أدناه:  
• تم إجراء جميع التعديلات التي طلبتها لجنة المناقشة.

- تم توقيع المشرف/المشرفين على النسخة الورقية لاعتمادها كنسخة معدلة ونهائية.
  - تم وضع ختم "عمادة الدراسات العليا" على النسخة الورقية لاعتماد توقيع المشرف/المشرفين.
  - وجود جميع فصول الرسالة مجمعة في ملف (WORD) وآخر (PDF).
  - وجود فهرس الرسالة، والملخصين باللغتين العربية والإنجليزية بملفات منفصلة (PDF + WORD).
  - تطابق النص في كل صفحة ورقية مع النص في كل صفحة تقابلها في الصفحات الإلكترونية.
  - تطابق التنسيق في جميع الصفحات (نوع وحجم الخط) بين النسخة الورقية والإلكترونية.
- ملاحظة: ستقوم إدارة المكتبات بنشر هذه الرسالة كاملة بصيغة (PDF) على موقع المكتبة الإلكتروني.

والله والتوفيق،

إدارة المكتبة المركزية

توقيع الطالب



*[Handwritten signature]*

## ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على مضمون الصورة الصحفية لمسيرات العودة، في مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية، ومدى الاهتمام بها وبموضوعاتها، والتعرف على أهدافها، واتجاهاتها ومصادرها وشخصياتها، ودلالاتها الرمزية، إضافة للتعرف على أنواعها وأحجامها، وعناصر إبرازها، ثم التعرف على أطرها الخبرية ودلالات تأطيرها، وهي دراسة وصفية اعتمدت منهج المسح الإعلامي بأسلوب تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة بأسلوب المقارنة المنهجية، وقد وظّف الباحث فيها نظريتي ترتيب الأولويات، وتحليل الإطار الإعلامي، باعتماد أداة استمارة تحليل المضمون، حيث تمثلت عينة المصادر بالمواقع الإلكترونية للصحف "الإسرائيلية" اليومية (يديعوت أحرونوت، هآرتس، إسرائيل هيوم)، واختيرت العينة التحليلية بأسلوب العينة القصدية، باختيار يوم الجمعة من كل أسبوع، بواقع 72 يوماً، خلال فترة الدراسة الممتدة من 2018/3/31م، وحتى 2019/9/31م، على مدار عام ونصف، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة:

1- أولى موقع يديعوت أحرونوت اهتماماً أكبر بالصورة الصحفية لمسيرات العودة، بنسبة (71.4%)، مقابل (14.6%) لهآرتس، و(13.9%)، ليسرائيل هيوم، وجاء موضوع المسيرات الشعبية في المرتبة الأولى بنسبة (21.7%)، فيما احتلّ هدف تبرير استهداف المتظاهرين المرتبة الأولى بنسبة (21.3%).

2- نشرت مواقع الدراسة صور مسيرات العودة بأسلوب سلسلة الصور بنسبة (58.2%)، واحتل الشكل المستطيل المرتبة الأولى من بين الأشكال الفنية بنسبة (98.8%)، فيما نشرت مواقع الدراسة أغلبية الصور في الواجهات الداخلية للمواقع بنسبة (77.7%)، دون استخدام إطار للصور كعنصر إبرازي.

3- حازت أطر الإستراتيجية والمسؤولية والصراع على المرتبة الأولى بنسبة (18.3%)، لكل منها، تلاها الإطار الأخلاقي وإطار الحق الشرعي لـ "إسرائيل" في الدفاع عن نفسها بنسبة (13.3%) لكل منهما، وقد أثبتت الدراسة اعتماد مواقع الدراسة على الدلالات الرمزية بشكل كبير في عملية التأطير من خلال دلالات محددة.

وخرجت الدراسة بعدة توصيات أبرزها الاستفادة من آليات تعاطي المواقع "الإسرائيلية" الإلكترونية مع القضايا والأحداث المستجدة، وكيفية تأطير الصور الصحفية لتلك القضايا خدمة لتوجهات القيادة السياسية والعسكرية بناء على ما تحويه من دلالات رمزية.

## Abstract

The study aims to identify the contents of the journalistic photos of the Return Marches on the websites of "Israeli" daily newspapers, the extent of interest in them and their topics, and to identify their aims, attitudes, sources, figures, and their symbolic implications. The study also seeks to identify their types and sizes, and elements of their visibility, as well as their news frames and their framing implications.

This is a descriptive study that adopted the media survey method through using content analysis, and the method of studying mutual relations which involved methodological comparison.

The researcher drew on Agenda Setting Theory and Media Framing Theory and employed a content analysis form tool. The sample of the sources included the websites of the Israeli daily newspapers (Yedioth Ahronot, Haaretz, Israel Hayom), and the analytical sample was chosen using a purposive sample technique, by choosing the Friday of every week, resulting in 72 days, during the study period spanning over a year and a half from 31/3/2018 to 31/9/2019.

The most important results of the study are the following:

1. Yedioth Ahronot's website paid more attention to the press photo of the Return Marches, with a percentage of (71.4%), compared to (14.6%) for Haaretz, and (13.9%) for Israel Hayom. The topic of the popular marches came first at (21.7%), while the aim of justifying targeting protesters ranked first at (21.3%).
2. The study websites published photos of the Return Marches in the style of the photo series at (58.2%), and the rectangular form ranked first among the technical forms at (98.8%), while the study websites published the majority of the images in the internal sections of the websites at a rate of (77.7%), without using the photo frame as a highlighting element.
3. The frames of strategy, responsibility and conflict ranked first at (18.3%), for each of them, followed by the frame of ethics and the frame of Israel's legitimate right to defend itself at (13.3%) for each of them. The study proved that the reliance of the study websites on the symbolic implications was large in the process of framing through specific implications.

The study came out with several recommendations, the most important of which are to take advantage of the mechanisms by which Israeli websites dealt with emerging issues and events, and to know how to frame the journalistic photos of these issues in order to serve the directions of the political and military leadership given the symbolic implications these photos contain.

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَكَايِنٍ مِنْ نَبِيِّ قَاتَلَ مَعَهُ رَبِّيُونَ كَثِيرٌ فَمَا وَهَنُوا  
لِمَا أَصَابَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَمَا ضَعُفُوا وَمَا  
اسْتَكَانُوا وَاللَّهُ يُحِبُّ الصَّابِرِينَ ﴿146﴾ وَمَا كَانَ  
قَوْلَهُمْ إِلَّا أَنْ قَالُوا رَبَّنَا اغْفِرْ لَنَا ذُنُوبَنَا وَإِسْرَافَنَا  
فِي أَمْرِنَا وَثَبِّتْ أَقْدَامَنَا وَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ  
الْكَافِرِينَ ﴿147﴾

[ آل عمران: 146-147 ]

## الإهداء

- إلى روح والدي الغالي-رحمه الله، وأسكنه فسيح جناته-الذي كدّ وتعب لتعليمي أنا وأشقائي، فاصطفاه الله قبل أن يحيى هذه اللحظات.
- إلى نبض قلبي، وعشق روحي، والدتي العزيزة-حفظها الله، وأطال في عمرها-التي عانت وأنا في سجون الاحتلال وفي فترة الإبعاد، ولا تزال تعيش لحظات الحرمان والفرق.
- إلى زوجتي الغالية، رفيقة دربي، التي صبرت وتحملت ودعمت، فكانت نعم الرفيقة.
- إلى إخوتي وأخواتي الذين حُرمت رؤيتهم قرابة عشرين عاماً ولا أزال، وإلى كل أهلي وربعي وأحبتي في الخليل الصامدة الشامخة.
- إلى ابنائي فلذات كبدي، هدية الله لي، أمير وأميرة وريثال، أملاً بمستقبل مشرق.
- إلى زملائي الصحفيين والمصورين الذين أصيبوا في مسيرات العودة، وأخص منهم من قضوا نحبهم، شهداء الواجب الشهيد ياسر مرتجى والشهيد أحمد أبو حسين، وإلى شهداء وجرحى المسيرات عموماً الذين رسموا بدمائهم وأطرافهم لوحة الصمود والتحدي، متمسكين بثوابت القضية، رافضين كل صفقات التنازل والتفريط.
- إلى رفقاء دربي في مسيرة الجهاد والنضال؛ الأسرى في سجون الاحتلال، والأسرى المحررين، وإلى أرواح الشهداء الذين فارقوني بداية المشوار، أحمد بدر، وطارق دوفش، وباسل القواسمي، وعز الدين مسك.
- إلى غزة؛ كل غزة، شعلة النضال، وراية الكرامة، وشمس العزة، التي احتضنتني بكل ما فيها، من كرم وشهامة وعزّة.
- إلى صانعة الأجيال؛ الجامعة الإسلامية.

الباحث

## شكرٌ وتقديرٌ

قال تعالى: ﴿وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ﴾. [النحل: 78]. الحمد لله رب العالمين، حمداً يليق بوجهه وجلال سلطانه، والصلاة والسلام على سيدنا وحبينا وشفيعنا، رسول الله محمد، صلى الله عليه وسلم، وعلى آله الطيبين، أحمدته تعالى الذي أكرمني وسخرني لإنجاز هذه الدراسة، وأسأله أن يجعلها في ميزان حسناتي يوم ألقاه.

إنني وعملاً بقول الله تعالى: ﴿وَاشْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ﴾. [النحل: 114] وقوله: ﴿وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ﴾. [لقمان: 12] وإعترافاً مني لذوي الفضل وامتناناً لهم على إسهامهم في هذا العمل المتواضع، لأتقدم بخالص شكري وامتناني أولاً للدكتور أحمد عرابي حسين الترك، الأستاذ المشارك بقسم الصحافة والإعلام؛ لفضلته وتكرمه بقبول الإشراف على الدراسة، فكان نعم الناصح الأمين، ولم يدخر وقتاً ولا جهداً لإخراج هذا العمل على أفضل ما يكون، وثانياً لعضوي لجنة المناقشة والحكم، الأستاذ الدكتور زكريا السنوار، والأستاذ الدكتور ماجد تريان، لفضلتهما قبول مناقشة الدراسة، فكان لملاحظتهما السديدة وإرشاداتهما الصائبة بالغ الأهمية، والشكر موصول لأعضاء مناقشة خطة الدراسة "السمنار"، الأستاذ المشارك بقسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية الدكتور طلعت عيسى، وعميد كلية الآداب ورئيس قسم العلوم السياسية والإعلام في جامعة الأمة للتعليم المفتوح بغزة، الدكتور عدنان أبو عامر، على ملاحظتهما وتعديلاتهما السديدة، والشكر موصول لكل الأساتذة المحكّمين الذين حكّموا استمارة تحليل المضمون، ولا يفوتني في هذا الموقف، أن أتقدم بجزيل الشكر والامتنان، لأساتذة قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية، كلّ باسمه ولقبه، فقد ألبسوني ثوب فضلٍ لا أنكره ما حييت، فالله أسأل أن يجزيهم عني خير الجزاء.

الباحث/ أمجد أحمد أبو عرقوب

## فهرس المحتويات

أ.....	إقرار
ب.....	ملخص الدراسة
ت.....	<b>Abstract</b>
ج.....	الإهداء
ح.....	شكر وتقدير
خ.....	فهرس المحتويات
ش.....	فهرس الجداول
1.....	<b>الفصل الأول الإطار العام للدراسة</b>
2.....	تمهيد
3.....	المقدمة
4.....	أولاً: الدراسات السابقة
4.....	المحور الأول: الدراسات المتعلقة بالصورة الصحفية ودلالات تأطيرها:
19.....	المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بمسيرات العودة والمقاومة الشعبية:
22.....	المحور الثالث: الدراسات المتعلقة بالصحافة "الإسرائيلية" وتغطيتها للحروب والأزمات.
28.....	ثانياً: موقع الدراسة من الدراسات السابقة ومدى الإفادة منها:
30.....	ثالثاً: الاستدلال على المشكلة:
33.....	رابعاً: مشكلة الدراسة:
33.....	خامساً: أهمية الدراسة:
33.....	سادساً: أهداف الدراسة:
35.....	سابعاً: تساؤلات الدراسة:
36.....	ثامناً: الإطار النظري للدراسة:
41.....	تاسعاً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:
60.....	عاشراً: مجتمع الدراسة وعينتها:
63.....	حادي عشر: وحدات التحليل وأسلوب القياس:
64.....	ثاني عشر: إجراءات الصدق والثبات:

67	.....	ثالث عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة:
68	.....	رابع عشر: تقسيم الدراسة:
69	.....	<b>الفصل الثاني الصورة الصحفية ودلالاتها</b>
70	.....	تمهيد
71	.....	<b>المبحث الأول: الصورة الصحفية</b>
71	.....	المطلب الأول: مفهوم الصورة الصحفية ونشأتها وتطورها
72	.....	أولاً: مفهوم الصورة الصحفية
73	.....	ثانياً: نشأة وتطور الصورة الصحفية
74	.....	المطلب الثاني: أهمية الصورة الصحفية وخصائصها
74	.....	أولاً: أهمية الصورة الصحفية
76	.....	ثانياً: خصائص الصورة الصحفية
77	.....	المطلب الثالث: أنواع الصورة الصحفية ووظائفها ومصادرها
77	.....	أولاً: أنواع الصورة الصحفية
79	.....	ثانياً: وظائف الصورة الصحفية
81	.....	ثالثاً: مصادر الصورة الصحفية
83	.....	المطلب الرابع: معايير انتقاء الصورة الصحفية وتأثير المعالجة الرقمية على مصداقيتها
83	.....	أولاً: معايير انتقاء الصورة الصحفية
85	.....	ثانياً: تأثير المعالجة الرقمية على مصداقية الصورة الصحفية
87	.....	خلاصة:
88	.....	<b>المبحث الثاني: دلالة الصورة الصحفية</b>
88	.....	المطلب الأول: دلالة الصورة الصحفية وآليات قراءتها وتفسيرها
88	.....	أولاً: دلالة الصورة الصحفية
91	.....	ثانياً: آليات قراءة الصورة الصحفية وتفسيرها
94	.....	المطلب الثاني: قوة الصورة الصحفية وقيمتها الإقناعية وتأثيرها على الرأي العام
94	.....	أولاً: قوة الصورة الصحفية
96	.....	ثانياً: القيمة الإقناعية للصورة الصحفية وتأثيرها على الرأي العام

98	المطلب الثالث: التأثيرات النفسية والاجتماعية للصورة الصحفية
98	أولاً: التأثيرات النفسية للصورة الصحفية
99	ثانياً: التأثيرات الاجتماعية للصورة الصحفية:
101	المطلب الرابع: آليات توظيف الصورة الصحفية والمحددات الرئيسية لاستخدامها
101	أولاً: آليات توظيف الصورة الصحفية
102	ثانياً: المحددات الرئيسية لاستخدام الصورة الصحفية
103	خلاصة:
104	<b>الفصل الثالث مسيرات العودة والصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية</b>
105	تمهيد
106	<b>المبحث الأول: مسيرات العودة</b>
106	المطلب الأول: تعريف مسيرات العودة وظروف نشأتها وأسبابها ودوافعها
106	أولاً: تعريف مسيرات العودة
107	ثانياً: ظروف نشأة مسيرات العودة
109	ثالثاً: أسباب المسيرات ودوافعها:
111	المطلب الثاني: أهداف مسيرات العودة ومبادئها العامة وتداعياتها وإنجازاتها
111	أولاً: أهداف مسيرات العودة
111	ثانياً: المبادئ العامة لمسيرات العودة
112	ثالثاً: تداعيات مسيرات العودة وإنجازاتها
114	المطلب الثالث: التحديات التي واجهت المسيرات وتغطية الإعلام الإسرائيلي لها
114	أولاً: التحديات التي واجهت مسيرات العودة
115	ثانياً: تعاطي الإعلام "الإسرائيلي" مع المسيرات وصورتها الصحفية
117	خلاصة:
118	<b>المبحث الثاني: الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية</b>
118	المطلب الأول: الصحافة الإلكترونية المفهوم والنشأة والتطور
119	أولاً: مفهوم الصحافة الإلكترونية
121	ثانياً: نشأة الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية وتطورها

126	المطلب الثاني: أهداف الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية ووظائفها
128	المطلب الثالث: خصائص وسمات الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية
128	أولاً: خصائص وسمات عامة
129	ثانياً: خصائص وسمات خاصة بالصحافة "الإسرائيلية"
134	المطلب الرابع: أنواع الصحافة الإسرائيلية الإلكترونية وأساليبها
134	أولاً: أنواع الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية
139	ثانياً: أساليب الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية
140	خلاصة:
141	المبحث الثالث: الرقابة العسكرية والدعاية والحرب النفسية "الإسرائيلية"
141	المطلب الأول: الرقابة العسكرية "الإسرائيلية" الماهية والنشأة والواقع
142	أولاً: ماهية الرقابة العسكرية "الإسرائيلية"
143	ثانياً: نشأة الرقابة العسكرية "الإسرائيلية"
144	ثالثاً: واقع الرقابة العسكرية "الإسرائيلية" ودورها في ضبط المحتوى الإعلامي "الإسرائيلي"
147	المطلب الثاني: الدعاية والحرب النفسية "الإسرائيلية"
148	أولاً: أهداف الدعاية والحرب النفسية "الإسرائيلية" وسماتها
150	ثانياً: مرتكزات الدعاية والحرب النفسية في المواقع "الإسرائيلية" الإلكترونية
153	المطلب الثالث: علاقة الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية بالأساسة وأصحاب المال
153	أولاً: الواقع الصحفي في إسرائيل بين الأداء المهني والملكية الخاصة
155	ثانياً: سيطرة اليمين "الإسرائيلي" على الإعلام في "إسرائيل"
155	ثالثاً: خدمة الإعلام "الإسرائيلي" للتوجهات السياسية والمالية
156	رابعاً: دور الإعلام "الإسرائيلي" في قضايا الفساد المالي والسياسي
158	خلاصة:
158	الفصل الرابع نتائج الدراسة التحليلية
159	تمهيد
160	المبحث الأول: نتائج تحليل محتوى صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة ومناقشتها
161	أولاً: مستوى اهتمام مواقع الدراسة بالصورة الصحفية لمسيرات العودة

162	.....	ثانياً: موضوعات الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
166	.....	ثالثاً: أهداف الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
169	.....	رابعاً: اتجاه الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
171	.....	خامساً: مصادر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
175	.....	سادساً: الشخصيات المحورية في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
177	.....	سابعاً: الدلالات الرمزية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
180	.....	ثامناً: نوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لمحتواها في مواقع الدراسة.
182	.....	تاسعاً: النطاق الجغرافي للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
184	.....	عاشرًا: كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
185	.....	<b>المبحث الثاني: نتائج تحليل شكل صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة ومناقشتها</b>
185	.....	أولاً: نوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لأسلوب عرضها في مواقع الدراسة.
186	.....	ثانياً: الشكل الفني للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
187	.....	ثالثاً: حجم الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
188	.....	رابعاً: موقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل مواقع الدراسة.
189	.....	خامساً: موقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل الموضوعات.
190	.....	سادساً: موقع كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
192	.....	سابعاً: استخدام الألوان في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
192	.....	ثامناً: استخدام الإطارات في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
194	.....	<b>المبحث الثالث: نتائج تحليل أطر صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة</b>
195	.....	أولاً: أنواع أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة المستخدمة في مواقع الدراسة.
197	.....	ثانياً: نتائج استخدام وتوظيف كل إطار من أطر الصورة على حده.
202	.....	<b>الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات</b>
203	.....	تمهيد
204	.....	<b>المبحث الأول: مناقشة نتائج تحليل مضمون صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة</b>
204	.....	أولاً: مستوى اهتمام مواقع الدراسة بالصورة الصحفية لمسيرات العودة.
205	.....	ثانياً: موضوعات الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.

217	ثالثاً: أهداف الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.....
223	رابعاً: اتجاه الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.....
224	خامساً: مصادر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.....
226	سادساً: الشخصيات المحورية في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.....
228	سابعاً: الدلالات الرمزية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.....
229	ثامناً: نوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لمحتواها في مواقع الدراسة.....
230	تاسعاً: النطاق الجغرافي للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.....
230	عاشرأ: كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.....
232	<b>المبحث الثاني: مناقشة نتائج تحليل شكل صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة.....</b>
232	أولاً: نوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لأسلوب عرضها في مواقع الدراسة.....
232	ثانياً: الشكل الفني للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.....
233	ثالثاً: حجم الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.....
233	رابعاً: موقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل مواقع الدراسة.....
234	خامساً: موقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل الموضوعات.....
234	سادساً: موقع كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.....
235	سابعاً: استخدام الألوان في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.....
235	ثامناً: استخدام الإطارات في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.....
236	<b>المبحث الثالث: مناقشة نتائج تحليل أطر صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة.....</b>
236	أولاً: أنواع أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة المستخدمة في مواقع الدراسة.....
241	ثانياً: دلالات تأطير كل إطار من أطر صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة.....
250	<b>المبحث الرابع: خلاصة نتائج الدراسة والتوصيات.....</b>
250	أولاً: خلاصة نتائج الدراسة.....
252	ثانياً: توصيات الدراسة.....
254	المراجع والمصادر.....
272	الملاحق.....

## فهرس الجداول

- جدول (3.1) يوضح ملكية الصحف العبرية الأكثر انتشاراً في "إسرائيل" ..... 153
- جدول (4.1) يوضح ترتيب أولويات مواقع الدراسة للصورة الصحفية لمسيرات العودة ..... 161
- جدول (4.2) يوضح موضوعات الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ..... 162
- جدول (4.3) يوضح أهداف الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ..... 166
- جدول (4.4) يوضح اتجاه الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ..... 169
- جدول (4.5) يوضح مصادر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ..... 171
- جدول (4.6) يوضح الشخصيات المحورية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ..... 175
- جدول (4.7) يوضح الدلالات الرمزية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ..... 178
- جدول (4.8) يوضح نوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لمحتواها في مواقع الدراسة ..... 181
- جدول (4.9) يوضح النطاق الجغرافي للصورة الصحفية لمسيرات العودة ..... 182
- جدول (4.10) يوضح كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ..... 184
- جدول (4.11) يوضح نوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لأسلوب عرضها في مواقع الدراسة .... 185
- جدول (4.12) يوضح الكشل الفني للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ..... 186
- جدول (4.13) يوضح حجم الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ..... 187
- جدول (4.14) يوضح موقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل مواقع الدراسة ..... 188
- جدول (4.15) يوضح موقع صور مسيرات العودة داخل الموضوعات في مواقع الدراسة ..... 189
- جدول (4.16) يوضح موقع كلام (تعليق) الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ..... 191
- جدول (4.17) يوضح استخدام الألوان في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ..... 192
- جدول (4.18) يوضح استخدام الإطارات في صور الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ..... 193
- جدول (4.19) يوضح أنواع أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ..... 195
- جدول (4.20) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار الصراع في مواقع الدراسة ..... 197
- جدول (4.21) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار الاهتمامات الإنسانية ..... 197
- جدول (4.22) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار النتائج الإقتصادية ..... 198
- جدول (4.23) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار المسؤولية ..... 198
- جدول (4.24) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة للإطار الأخلاقي ..... 199

- جدول (4.25) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار الإستراتيجية ..... 199
- جدول (4.26) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار الدعم والمساندة للجيش "الإسرائيلي" ..... 200
- جدول (4.27) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار تهديد وتخويف المتظاهرين ..... 200
- جدول (4.28) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار البدائل ..... 200
- جدول (4.29) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار الحق الشرعي لاسرائيل في الدفاع عن نفسها . 201

# الفصل الأول

## الإطار العام للدراسة

## تمهيد

يضم هذا الفصل الإجراءات المنهجية للدراسة والتي تشمل المقدمة، وأهم الدراسات السابقة، والاستدلال على المشكلة وتحديدها، وأهمية الدراسة، وأهدافها وتساؤلاتها، والنظريات المستخدمة، ونوع الدراسة، ومناهجها وأدواتها، ومجتمع الدراسة وعينتها، ووحدات التحليل والقياس، وإجراءات الصدق والثبات، ومفاهيم الدراسة، وتقسيمها.

## المقدمة

تُعدُّ مسيرات العودة، من أبرز الأعمال الجماهيرية المنظمة التي نفذها الشعب الفلسطيني خلال السنوات الأخيرة، وتقوم فكرتها على سير اللاجئيين تجاه الحدود بين قطاع غزة و"إسرائيل"، ابتغاء تذكير العالم بحق العودة المستند إلى القرار الأممي (194)، وجاءت فكرة المسيرات تأكيداً لحق عودة اللاجئيين الفلسطينيين إلى ديارهم وممتلكاتهم، وسعت لإعادة الاعتبار لهذا الحق ووضع من جديد أمام العالم، وأوضحت اللجنة الوطنية العليا لمسيرات العودة المبادئ العامة التي ستقام عليها المسيرات، وعرفت بأنّها "عمل جماهيري منظم يستند إلى ركائز قانونية وشرعية راسخة، ومنطلقات إنسانية واضحة، تنطلق بها جموع اللاجئيين الفلسطينيين في مسيرات سلمية حاشدة، هدفها الوحيد تطبيق الفقرة رقم (11)، من القرار الصادر عن الأمم المتحدة رقم (194)، الذي ينص على عودة اللاجئيين الذين هجّروا من ديارهم قسراً عام (1948م) إلى بلداتهم وديارهم بطريقة سلمية<sup>(1)</sup>.

ومتّلت مسيرات العودة تطوّراً نوعياً، ومحطة فارقة، في الصراع، فكان لها تداعياتها المهمة فلسطينياً وإسرائيلياً وإقليمياً ودولياً، فقد نقلت القضية الفلسطينية إلى واقع جديد، وأعدت الاعتبار للإرادة الشعبية ولدور الجماهير بعد الانتكاسة التي تسببت بها الثورة المضادة لثورات الربيع العربي، وركزت فكرة المسيرات على تفعيل حق العودة لفلسطين المحتلة (1948م)، غير أنها مع الوقت أخذت تركز على إعادة الاعتبار للقضية الفلسطينية واستعادة مكانتها كقضية مركزية للأمة، وكسر الحصار المفروض على قطاع غزة، وتأكيد تمسك الفلسطينيين بأرضهم وبحقهم في التحرير وإنهاء الاحتلال<sup>(2)</sup>.

وقد شهد تأطير الصورة الصحفية لمسيرات العودة، في وسائل الإعلام "الإسرائيلية" نهجاً إعلامياً خاصاً، استغلّه الإعلام "الإسرائيلي"، في التأطير للرؤى الحزبية والسياسية، بالتحريض ودعم العمليات العسكرية ضد قطاع غزة، واستخدام قوة أكبر في مواجهة المسيرات السلمية، لتبرير عمليات الجيش، وإبراز مكونات الجمهور الفلسطيني، باعتباره جمهوراً "إرهابياً"، وأن المشاركين في مسيرات العودة، ما هم إلا عناصر في الأجنحة العسكرية للفصائل الفلسطينية، وحاول من خلال هذا التأطير، تجنيد واستجلاب التعاطف الدولي لتبرير سياساته، والإعتراف بحقه في الدفاع عن نفسه، فكان تأطير الصورة وتوظيف دلالاتها بما يخدم الرؤية "الإسرائيلية"،

(<sup>1</sup>) أبو كريم، مسيرات العودة: تحديات الواقع وآفاق المستقبل، ص 30.

(<sup>2</sup>) مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، مسيرات العودة بعد عام على انطلاقها، تقييم الأداء وسيناريوهات المستقبل، (موقع إلكتروني).

على المستويين السياسي والعسكري واضحاً في الإعلام والصحافة "الإسرائيلية" على حدٍ سواء، فقد استخدمت الصور التي تخدم رؤية هذين المستويين من حيث إبراز كل ما له علاقة بالمقاومة والفصائل الفلسطينية.

تتناول هذه الدراسة دلالة تأطير الصورة الصحفية، لمسيرات العودة، في المواقع الإلكترونية للصحف "الإسرائيلية" اليومية، والتي عادة ما تدافع عن سياسات الحكومة، فيما يتعلق بمواجهة التهديدات الخارجية، وتم اختيار المواقع الإلكترونية للصحف اليومية وليس الصحف نفسها، باعتبارها أكثر نشرًا للموضوعات، وتتضمن صوراً أكثر من الصحف المطبوعة، ضمن خصائص وسمات النشر الإلكتروني، ولأخذ قراءة أعمق وأدق حول مستوى تناول هذه القضية.

### أولاً: الدراسات السابقة

تجمع هذه الدراسة بين موضوعاتٍ مترابطة، منها ما يخص الصورة الصحفية، ومنها ما هو متعلق بمسيرات العودة، وقضية اللاجئين الفلسطينيين، ومنها ما يتعلق بالصحافة "الإسرائيلية"، وتغطيتها للحروب والأزمات؛ لذا لجأ الباحث لتقسيم الدراسات السابقة وفقاً لتلك الموضوعات، لثلاثة محاور رئيسية على النحو الآتي:

### المحور الأول: الدراسات المتعلقة بالصورة الصحفية ودلالات تأطيرها:

#### 1. دراسة Greenwood & Thomson (2019 م) <sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة تأطير الصورة الصحفية الخاصة باللاجئين السوريين، الفارين من الحرب والإضطهاد، واعتمد الباحثان على المنهج الاستقرائي لتحديد الموضوعات والمجموعات والأنماط التي ظهرت في الصور، باستخدام أسلوب استنتاجي، وتم فرز الصور لصور إيجابية وأخرى سلبية، ومن ثم تحديد الأطر الخاصة باللاجئين، إذا ما كانت أطر صراع أم سلام، وإذا ما أبرزت قضية اللاجئين أم لا، وشملت عينة الدراسة القصدية (811) صورةً صحفيةً، تصور الهجرة من تركيا إلى أوروبا في عام (2015م)، وهي الصور التي قدمت في المسابقة السنوية الدولية (POYi 2019م)، والتي تعقد سنوياً، وتعدُّ من أقدم مسابقات التصوير الصحفي في العالم، واعتمد الباحثان على أداة تحليل الصورة بناءً على دلالاتها الرمزية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

---

(<sup>1</sup>) Greenwood & Thomson, Framing the migration: A study of news photographs showing people fleeing war and persecution.

أ) كان الحجم الأكبر من الصور المنشورة، لقضية العبور، بواقع (280) صورة، وتركزت على المسافرين، سواء سيراً على الأقدام أو بالدراجة أو السيارة أو الحافلة أو القطار أو القارب.  
ب) جاءت الصور التي تعكس التفاعلات، في المرتبة الثانية، بواقع (180) صورة، عكست التفاعلات بين الأسرة أو شخصيات السلطة مثل الشرطة وضباط الجيش أو عمال الإغاثة.  
ج) جاءت الصور التي عكست انتظار اللاجئين في المرتبة الثالثة، بواقع (123) صورة، فيما احتل موضوع الرموز الدلالية على الهجرة المرتبة الرابعة، بواقع (122) صورة، شملت صور سترات النجاة، والبطانيات الحرارية والأسلاك الشائكة.

## 2. دراسة عيسى (2019 م) (1):

هدفت الدراسة إلى الكشف عن سيميائية كاريكاتير مسيرات العودة في الصحافة الفلسطينية، والموضوعات التي تناولتها، والدلالات اللغوية التي تضمنتها، وهي دراسة وصفية استخدم فيها الباحث منهج المسح، بأسلوب تحليلي المضمون والمقارنة المنهجية، باستخدام أداة استمارة تحليل المضمون، واختار عينة عمدية من صحيفتي فلسطين، والحياة الجديدة، لمدة عام من تاريخ 30 مارس 2018م حتى تاريخ 31 مارس 2019م وذلك بالحصص الشامل لجميع رسوم الكاريكاتير الخاصة بمسيرات العودة خلال هذه المدة والبالغة (59) رسماً، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) ركزت رسوم كاريكاتير الصمود في صحيفتي الدراسة على موضوعات صمود المتظاهرين، تلتها المواجهات، ثم موضوعات القمع والاعتداءات "الإسرائيلية" على المشاركين.  
ب) ركزت صحيفتا الدراسة على الشخصيات الرمزية غير المسماة بشكل أكبر بكثير من الشخصيات الحقيقية، وتم وصف الشخصيات المحورية الرمزية والحقيقية بصفات إيجابية عموماً للشخصيات الفلسطينية وسلبية لباقي الشخصيات لا سيما "الإسرائيلية".  
ج) جاء هدف بث روح الأمل والصمود أولاً في صحيفتي الدراسة، تلاه هدف إظهار الألم والمعاناة، ثم إظهار وحشية المحتل والسخرية من الاحتلال.

## 3. دراسة عبد الله (2019م) (2):

هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية توظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في محتواه الرقمي المنشور على شبكة الإنترنت. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدمت فيها الباحثة منهج الدراسات المسحية وفي إطاره استخدمت أسلوب تحليل المضمون، إضافة لاستخدامها أداة

(1) عيسى، سيميائية كاريكاتير مسيرات العودة في الصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة.  
(2) عبد الله، توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية-دراسة تحليلية لموقع العربية نت.

المقابلة، وتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة الصور الصحفية المتعلقة بنشاط تنظيم داعش التي روجها عبر الإنترنت وأعاد موقع العربية نت نشرها، حيث اختارت الباحثة عينتها بأسلوب الحصر الشامل للصور التي نشرها التنظيم في الفترة من 2014/6/9م، وحتى 2017/12/31م، ووظفت الباحثة المدخل الإقناعي واللغوي والإدراكي للاتصال، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أبرزها:

- أ) اهتم تنظيم داعش باستخدام استمالات التخويف في الصور الصحفية المنشورة على شبكة الانترنت كونه اعتمد العنف والتخويف استراتيجية في التعامل مع الخصوم.
- ب) وظف التنظيم الصورة لتخدم أسلوب التهويل والتضخيم لأغراض دعائية من خلال الزي الذي ارتداه المقاتلون اضافة للمركبات والأسلحة.
- ج) ركز التنظيم في أغلبية الصور التي نشرها على راية التنظيم؛ لأنها تختزل فكرة الرسالة الاتصالية في جملة بسيطة وسهلة الحفظ والتذكر.
4. دراسة الدلو وأبو مزيد (2018 م)<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على سيميائية الصورة الصحفية الخاصة بانتفاضة القدس، كما يعكسها خطاب الصحف الفلسطينية اليومية، ومعرفة دلالاتها الصريحة والكامنة. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدم فيها الباحثان منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، ومنهج تحليل الخطاب، واعتمد الباحثان على أداة تحليل المضمون، أما أدوات تحليل الخطاب فشملت أداة تحليل القوى الفاعلة، وتحليل السياق وتحليل الصورة، وتمثل مجتمع الدراسة في الصحف الفلسطينية اليومية الأربعة، التي تصدر في فلسطين (الحياة الجديدة، القدس، الأيام، فلسطين)، واختارا صحيفتي الحياة الجديدة وفلسطين بأسلوب العينة العمدية خلال الفترة الواقعة ما بين (2015/10/4م) وحتى (2015/12/3م)، بواقع (60) عدداً من الصحيفتين المذكورتين. كما اعتمدت الدراسة على نظرية تحليل الإطار الإعلامي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها:

أ) جاءت المواجهات في المركز الأول من بين قضايا الانتفاضة بنسبة (27.1%)، تلاها تشييع الشهداء بنسبة (25.6%)، بينما أظهرت نتائج تحليل الخطاب، أن صحيفة الحياة الجديدة، أوردت صفات إيجابية مطلقة للشخصيات الرسمية الفلسطينية، بينما تنوعت صفات تلك الشخصيات في صحيفة فلسطين بين الإيجابية والسلبية.

ب) عكست الصحيفتان فهماً لسياق اعتداءات الاحتلال المتكررة على المدنيين الفلسطينيين،

(1) الدلو وأبو مزيد، سيميائية الصورة الصحفية في انتفاضة القدس في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة.

وجاءت الكوفية في طليعة الدلائل الصريحة للصورة الصحفية، تلاها علم فلسطين. (ج) ارتفاع نسبة الضحية بواقع (22.6%)، في مقابل دلالة القتل لدى الاحتلال "الإسرائيلي" بنسبة (26.7%).

#### 5. دراسة الكرنز (2018 م)<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الصورة الصحفية لانتفاضة القدس، في صحيفتي الحياة الجديدة وفلسطين، والكشف عن موضوعاتها وأنواعها واتجاهاتها، ومصادرها وشخصياتها المحورية الفاعلة، وأهدافها، ومدى الاهتمام بها، وأساليب إخراجها، وأثر التطور التكنولوجي عليها. وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية واستخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب تحليل المضمون، وكذلك منهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره تم استخدام أسلوب المقارنة المنهجية، وتمثل مجتمع الدراسة في الصحف الفلسطينية اليومية الأربع التي تصدر في فلسطين وهي (الحياة الجديدة والقدس والأيام وفلسطين)، اختارت الباحثة منها صحيفتي الحياة الجديدة وفلسطين عينة للدراسة، في الفترة من (2015/10/1م) وحتى (2016/9/30م) وجرى اختيار (45) عدداً من كل صحيفة، بالاعتماد على العينة العشوائية المنتظمة، وتم جمع البيانات من خلال أداة استمارة تحليل المضمون، كما اعتمدت الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة). ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) تباين اهتمام صحيفتي الدراسة بالصورة الصحفية لانتفاضة القدس، جاءت صحيفة الحياة الجديدة في المرتبة الأولى بنسبة (53.5%)، فيما صحيفة فلسطين بنسبة (46.5%).  
ب) حظي موضوع الاعتداءات "الإسرائيلية" على المرتبة الأولى، بنسبة (29.1%)، تلاها موضوع الشهداء والجرحى بنسبة (20.7%)، ثم المقاومة، ثم الأنشطة والفعاليات الثقافية.  
ج) جاءت المصادر الخارجية للصورة الصحفية في المرتبة الأولى في صحيفتي الدراسة، تلاها المصادر المجهلة، ثم مصور الصحيفة، فيما حصلت الصورة الموضوعية على المرتبة الأولى بنسبة (70.6%)، تلاها الإخبارية المستقلة وأخيراً الشخصية.

#### 6. دراسة عباس (2017 م)<sup>(2)</sup>:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل خطاب الصورة الدعائي لتنظيم "داعش"، ومعرفة كيفية تسويقه للتخويف، والكشف عن المعاني المباشرة والإيحاءات الخفية من ورائها، والأنساق الأيديولوجية التي قدمتها الصورة. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية الكيفية، واعتمد الباحث فيها

<sup>(1)</sup> الكرنز، الصورة الصحفية لانتفاضة القدس في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.  
<sup>(2)</sup> عباس، صناعة الخوف في خطاب الصورة الدعائي لتنظيم "داعش" الإرهابي عبر مواقع الإنترنت.

على منهج الدراسات المسحية، باستخدام أداة تحليل المحتوى السيميائي لخطاب الصورة الدعائي، للكشف عن المحتوى الظاهر والضمني لمدلولات العلامات المستعملة فيها، وتمثل مجتمع الدراسة في محرك بحث "غوغل-صور" كمجال مكاني للحصول على الصور المنشورة عبر الإنترنت، والتي يعود إنتاجها بين عامي (2014م) و (2015م)، حيث اختار الباحث عينة عشوائية شملت (300) صورة. وقد وظف الباحث نظرية صناعة الخوف أو استراتيجية الرعب كأقدم أساليب الدعاية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) وظف تنظيم "داعش" الصورة في صناعة الخوف، بجميع مكوناتها، والتي شملت رمز التوحش، الجسد الإنساني، الزي، الألوان، واللقطة الاحترافية.

ب) تقوم دلالة الخوف للتنظيم على "صناعة المقدس".

ج) استعمل التنظيم في خطابه الدعائي للصورة، كل أساليب العنف لصناعة الخوف، والتي شملت العنف المباشر واللفظي والرمزي.

#### 7. دراسة محمد (2017 م) <sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دلالات التغطية المصورة لأنشطة التنظيمات "الإرهابية"، في موقع صحيفة الأهرام المصرية، وموقع صحيفة الشرق الأوسط السعودية، من خلال رصد موضوعات الصورة، والكشف عن مصادرها ونطاقها الجغرافي. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، التي تقوم على رصد ووصف الصور الصحفية المصاحبة لأنشطة التنظيمات "الإرهابية" بطريقة كمية وكيفية، واعتمدت الدراسة على منهج الدراسات المسحية، وفي إطارها استخدمت الباحثة أسلوب تحليل المضمون، من خلال استمارة تحليل المضمون، إضافة لمنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره تم استخدام أسلوب المقارنة المنهجية، واختارت الباحثة عينتها العمدية خلال الفترة الزمنية من (2015/1/1م) وحتى (2015/3/31م)، لمدة ثلاثة اشهر، بأسلوب الحصر الشامل، وباستخدام نظريات التحليل السيميولوجي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) اختلاف تركيز موقعي الدراسة على بعض موضوعات الصورة واغفال البعض الآخر.

ب) ركز موقع الأهرام على إبراز جهود القوات المسلحة في مواجهة التنظيمات "الإرهابية"، والجهود الرسمية للدولة المصرية ضد الجماعات الجهادية والحركات المتطرفة.

ج) ركز موقع الشرق الأوسط على جهود القوى الدولية والأقليمية الرسمية، للتصدي لمثل تلك

<sup>(1)</sup> محمد، دلالات التغطية المصورة لأنشطة التنظيمات الإرهابية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية. دراسة تحليلية سيميولوجية على موقع صحيفتي الأهرام المصرية والشرق الأوسط السعودية.

الأحداث "الإرهابية"، بنسبة (18.0%) كما ركزت على التحالفات الدولية، ولم يبد الموقع اهتماماً بتوظيف الصورة الصحفية لبث رسائل إرشادية وتثقيفية وتوعوية، لطمأنة الجمهور.

#### 8. دراسة حنادر (2017 م) <sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مكانة الصورة الصحفية في الصحف الجزائرية، من خلال الموضوعات التي تعالجها، ومصادرها، وأشكالها وأنواعها، وأهميتها، والوقوف على أبرز موضوعات الصور التي تناولتها صحيفتي الخبر والشعب. وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واعتمد الباحث على منهج الدراسات المسحية، مستخدماً أسلوب تحليل المضمون، وأداته استمارة تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره تم استخدام أسلوب المقارنة المنهجية، وتمثل مجتمع الدراسة في جميع الأعداد الصادرة من جريدتي الخبر والشعب، خلال عام (2016م)، فيما لجأ الباحث لاستخدام عينة ممثلة للمجتمع الكلي، باختيار الأعداد الصادرة في سبتمبر من عام (2016م)، بما مجمله (23) عدداً لصحيفة الشعب و(26) عدداً لصحيفة الخبر. واختار الباحث صحيفتين مختلفتين من حيث الملكية إحداهما عمومية (جريدة الشعب)، والأخرى خاصة (جريدة الخبر)، للوقوف على مدى إهتمام كل من النوعين بالصور الصحفية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) تولي الصحافة الجزائرية أهمية كبيرة للصورة الصحفية، وعرضت الصحيفتان ما مجموعه (285) صورة على الصفحات الأولى خلال فترة الدراسة، بمعدل سبع صور يومياً.

ب) وجود تباين طفيف في عدد الصور الصحفية المعروضة على الصفحة الأولى، لكلا الصحيفتين، حيث تفوقت الخبر على الشعب ب (11) صورة فقط.

ج) شملت الموضوعات التي عالجتها الصورة الصحفية جميع المجالات، وتصدرتها الموضوعات السياسية بنسبة (47.3%) في الخبر، و(36.5%) في الشعب، تلتها الموضوعات الاقتصادية بنسبة (20.2%) في الخبر، و(25.5%) في الشعب، فيما اعتمدت الصحيفتان بدرجة كبيرة على مصوريهما، وبدرجة أقل على وكالات الأنباء.

#### 9. دراسة ربيع (2017 م) <sup>(2)</sup>:

هدفت الدراسة إلى تحليل الصورة المنشورة في مجلة "دابق"، التي يصدرها تنظيم "داعش"، بهدف الكشف عن المعاني الكامنة، والدلالات الضمنية التي تحملها، إضافة لرصد

<sup>(1)</sup> حنادر، مكانة الصورة الصحفية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، دراسة تحليلية لصور الصفحة الأولى من جريدتي الخبر والشعب.

<sup>(2)</sup> ربيع، سيميائية الصورة في الخطاب الصحفي للتنظيمات المتطرفة: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الرسائل البصرية بمجلة "دابق" وفقاً لمقاربة "رولان بارت".

وتحليل دلالات الصور اعتماداً على التحليل السيميولوجي. تنتمي الداسة للبحوث الوصفية، واستخدم الباحث فيها منهج الدراسات المسحية، بالاعتماد على أسلوب تحليل المضمون، وإداة استمارة تحليل المضمون، إضافة لمنهج التحليل السيميولوجي، وتمثل مجتمع الدراسة في الصور الفوتوغرافية المنشورة في مجلة "دابق" بأعدادها الخمسة عشر، وتم اختيار عينة قصدية، خلال الفترة من رمضان (2014م) وحتى شوال (2016م)، تمثلت في عشر صور، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أ) سعى تنظيم "داعش" لتمرير رسائل ضمنية من خلال صور منتقاة بعناية، أبرزها التشكيك في قدرة المؤسسات العسكرية العربية والغربية بهزيمة التنظيم، إضافة لخلق حالة من الذعر والخوف بين المواطنين، وصولاً لهدف رئيسي وهو تهيئة العقول لقبول فكر التنظيم.
- ب) امتلك تنظيم "داعش" استراتيجية واضحة، لإقامة "دولة الخلافة"، وخدم الخطاب الصحفي لمجلة "دابق" هذا المخطط، ودعت الأتباع والمواطنين إلى الهجرة للدولة الجديدة.
- ج) لم يغفل تنظيم "داعش" عن توظيف الأطفال في الدعاية الإعلامية.
10. دراسة زهد (2017 م) <sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر، ورصد تأثير الصورة في الإتجاه العاطفي والمعرفي والسلوكي لهؤلاء الطلبة. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث المنهج الوصفي، لتحليل تأثير الصورة الرقمية، مستخدماً أداة الإستبيان كوسيلة للدراسة، وتمثل مجتمع الدراسة في طلبة مدارس محافظة سلفيت، وتم اختيار العينة بطريقة العينة الطبقية العشوائية، وقوامها (340) مبحوثاً، وشملت الصف العاشر والحادي عشر، وجرت الدراسة على الفترة من عام (2015م) وحتى (2016م)، في محافظة سلفيت وحدها، وقد اعتمد الباحث على نظرية التأثير الإعلامي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) ساهمت الصور الثابتة والمتحركة، في زيادة وعي المراهقين في الإتجاهات العاطفية والمعرفية والسلوكية، كما ساهمت في تغيير سلوكهم، سواء ايجاباً أو سلباً، بنسبة (61.0%).

ب) هناك توجه كبير لدى المراهقين باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، خصوصاً الفيس بوك، وحصل على نسبة (85%)، من بين المبحوثين، وكانت التسلية أهم الدوافع لاستخدامه.

ج) أثرت الصورة على حياة المبحوثين الشخصية، مع تركيزهم على الصور الفنية التي جلبت

<sup>(1)</sup> زهد، مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر، طلبة المرحلة الثانوية في سلفيت نموذجاً.

انتباههم، وكان لصور الأطفال واسترداد جثامين الشهداء أثراً على اتجاههم.

### 11. دراسة Victor (2017 م) <sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الصورة الصحفية للاجئين السوريين داخل ألمانيا وبريطانيا، في مواقع الصحف الألمانية والبريطانية، من خلال أزمة اللاجئين إلى أوروبا في عام (2016م). وتتبع الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدم الباحث منهج تحليل الخطاب، وأداة تحليل الصورة، إضافة لمنهج العلاقات المتبادلة وفي إطاره تم توظيف أسلوب المقارنة المنهجية، ومنهج "سوسير" السيميائي لتحليل العلامات والرموز الخاصة بصور اللاجئين. وتمثل مجتمع الدراسة في الصور الصحفية الخاصة باللاجئين في ألمانيا وبريطانيا، واختار منها الباحث عينة عمدية شملت (80) صورةً صحفية نشرت في مواقع صحف التابلويد البريطانية والألمانية في عام (2016م)، إضافة لتسع صور خاصة بالباحث نفسه، وأجريت الدراسة بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع. ومن أهم ما توصلت إليه:

- أ) وردت صور النساء والأطفال في الصحف البريطانية والألمانية، فيما ركزت الصحافة الألمانية على سيطرة الدولة الأمنية ودمج اللاجئين، واستخدمت الصحف الألمانية الصور الرسومية.
- ب) ظهر عدد كبير من صور النساء والأطفال في الصحافة البريطانية، في حين لم يتم العثور على صور لتمثيل اندماج اللاجئين، فيما صوّرت صحف التابلويد البريطانية صوراً ذات اتجاه سلبي إلى حد ما، بالإضافة لإظهار اللاجئين بصورة جنائية أحياناً.
- ج) أشار التصوير الخاص بالباحث نفسه، إلى تأثير قوي، عادة ما يعتمد على أفكار وأمزجة اللاجئين أنفسهم، وعليه يمكن تحديد انعكاس اللاوعي للتصوير في الصحف الدولية.

### 12. دراسة Khan & Mazhar (2017 م) <sup>(2)</sup>:

هدفت الدراسة إلى توضيح تأثير الصورة على عملية اختيار الأخبار والإحتفاظ بها، وتتبع الدراسة للبحوث الوصفية، واعتمدت على المنهج التجريبي، وتمثل مجتمع الدراسة بعدد من سكان جامعة بهاء الدين زكريا، مولتان، حيث اعتبرتهم الدراسة مجتمعاً لها، فيما تم اختيار عينة مكونة من (150) ساكناً من سكان الجامعة، بأسلوب العينة العشوائية البسيطة، شملت ذكوراً وإناثاً، واعتبر الباحثان الصور متغيراً مستقلاً والاحتفاظ بالأخبار متغيراً تابعاً، من خلال استبانة شملت ستة أسئلة مصحوبة بست فرضيات اقترحها الباحثان تم قبولها جميعاً. وأجريت الدراسة باستخدام نظريتي التعرض والإستبقاء الإنتقائي، من خلال تطبيق طريقة البحث

<sup>(1)</sup> Victor, the Photographic Representation of Refugees, a Visual Study.

<sup>(2)</sup> Khan AIS, Mazhar B. Effects of Photojournalism on Reader's Exposure and Retention.

التجريبي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

(أ) اثبتت الدراسة أن الصور لها تأثير كبير على اختيار الأخبار التي سيتم قراءتها أولاً، وأن الأخبار التي تحتوي على صور لها فرص أكثر في الاختيار الأول للتعرض. فقط (17.5%) تذكروا الأخبار التي لم تكن مصحوبة بصور في حين (27.5%) منهم تذكروا الأخبار التي كانت مصحوبة بصور.

(ب) يتم تحديد الأخبار ذات الصورة الأكبر حجماً أولاً للتعرض، حيث تابع 35% من القراء قصص إخبارية بناء على حجم الصورة المرافقة للخبر.

(ج) تمتلك الصورة ميزات تجعلها أكثر لفتاً للانتباه، فيما يمكن استخدام صور جذابة أخرى مع الإنسان تظهر زوايا اهتمام أكبر لجعلها أكثر إغراءً للقراء.

### 13. دراسة يمينية (2016 م) <sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن الدور الحقيقي للصورة الصحفية المستخدمة في صحيفة البلاد الجزائرية، اعتماداً على التحليل السيميائي، وما إذا كانت هذه الصورة توظف بناءً على أسس جمالية أم لا. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج التحليل السيميائي، بالاعتماد على أداة المقاربة السيميائية، كونها الأنسب لتحليل الخطاب البصري، كما تجمع بين اللون والتعليق (كلام الصورة)، والإشارة الأيقونية والرموز، مستخدمة مقارنة تحليلية شكلية، ومقاربة تحليلية وصفية تصنيفية، وتم اختيار بعض الصور الفوتوغرافية الخاصة بتنظيم "داعش" من أعداد مختلفة من صفحة الحدث والشؤون الدولية، لجريدة "البلاد" لسنة (2016م)، بعينة قصدية. كما وظفت الباحثة نظرية رولان بارث للتحليل السيميائي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

(أ) احتلت صور الاحتجاجات كامل صفحات جريدة البلاد، وجاءت صور الإحتجاج والتفجيرات والطائرات الحربية والشباب العربي في المرتبة الأولى.

(ب) ظهرت الصور في مواقع مهمة في الجريدة، كأعلى الصفحة وكامل الصفحة، وفي صفحات الحدث والشؤون الدولية.

(ج) أغلب الصور المختارة لمتقطة بزوايا عادية، لإبراز تفاصيل الأحداث.

(<sup>1</sup>) يمينية، دلالة الصورة الفوتوغرافية في الصحافة المكتوبة: دراسة سيميائية لصور "داعش"، جريدة البلاد أنموذجاً.

#### 14. دراسة زاوي (2016 م) (1):

هدفت الدراسة إلى معرفة أنواع وأساليب استخدام الصورة في الإعلان الصحفي، في جريدة الشروق اليومية، ومعرفة دلالات توظيفها والقيم التي تعكسها، والكشف عن المعاني والرسائل والأبعاد الكامنة والضمنية التي تحملها في الإعلانات عينة الدراسة. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، وفي إطارها تم استخدام منهج مقارنة التحليل السيميولوجي، الذي يسمح بوصف المعاني الإضافية، واعتمدت أسلوب تحليل المضمون، وأداته استمارة تحليل المضمون، وتمثل مجتمع البحث بصور الإعلانات التي تناولتها جريدة الشروق اليومية الجزائرية، وتم اختيار عينة قصدية عبارة عن إعلان لشركة الطيران السعودية وإعلان لشركة جيزي، وآخر لشركة سيارات (رونو) ورابع لشركة جين البقرة الضاحكة، وتم حصر العينة الزمنية من شهر يناير وحتى مارس من عام (2016م)، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

(أ) وردت كل الصور في شكل مستطيلات أفقية، ما عدى صورة الإعلان الثالث جاءت عمودية، وغطت كامل الصفحة، وكانت كل صور الإعلانات في الصحيفة مؤطرة.

(ب) دلّت الإطارات في صور العينة على فكرة التحديد الإعلان، سواء كان التحديد الجغرافي أو تحديد الجمهور حسب الجنس أو الفئة.

(ج) مهمة الرسائل الألسنية الترجمة والتفسير والتأكد لما يعد به التمثيل الأيقوني.

#### 15. دراسة شاكر (2016 م) (2):

هدفت الدراسة إلى الكشف عن إدراك الصورة الصحفية، ومدى تأثرها بمصادقية الصورة الرقمية، من خلال تحديد العلاقة التي تربط بين الصورة الرقمية ومدى مصادقيتها من جهة، وبين عملية الإدراك والصورة الصحفية من جهة أخرى. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية التحليلية، وفي إطارها استخدم الباحث المنهج المسحي باستخدام أسلوب تحليل المضمون الكمي والكيفي، من خلال استمارة تحليل مضمون، لعدد من الكتابات والأدبيات العلمية بأشكالها، إضافة للتحليل الكيفي لبعض موثيق الشرف الصحفية والإعلامية المتعلقة برؤية المؤسسات الإعلامية للمعالجة الرقمية للصور، وتحليل بعض الممارسات المتعلقة بتعاطي بعض المؤسسات الإعلامية الكبرى مع ظاهرة الصورة الإعلامية الرقمية، وقام الباحث بأخذ عينة عمدية من وسائل الإعلام الأمريكية للمدة الزمنية المحصورة من عام (1990م) ولغاية عام (2012م)، بالاعتماد على نظرية تمثيل المعلومات، ومن أهم نتائج الدراسة:

(1) زاوي، دلالة الصورة في الاعلان الصحفي، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من صور إعلانات جريدة الشروق اليومية.  
(2) شاكر، مصادقية الصورة الرقمية وانعكاسها على العملية الإدراكية للصورة الصحفية لدى المتلقي.

أ) تؤدي الصورة الرقمية دوراً مهماً في الإعلام الجديد، مما جعل لانفتاح الأفق الإعلامي وتطور التكنولوجيا وسهولة الإنتاج والتوزيع للصورة، قوةً كبيرةً في التأثير في الرأي العام.

ب) حدثت تحولات جذرية في مكانة ودور الصورة في الإعلام الحديث، وتعاضمت ظاهرة الصورة الإعلامية الرقمية، وتزايد إدراكها وتصورها وسيلةً إتصالية متميزة، لها تقنياتها ودلالاتها وتأثيراتها ومفرداتها الخاصة بها.

ج) لا يجوز استخدام الوسائل الرقمية بأية طريقة لخداع الجمهور، أو تغيير محتوى الصورة.

16. دراسة عبد العزيز (2016 م) (1):

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على تأثير التكنولوجيا الحديثة، في تطور الصورة الصحفية، من صورة تقليدية إلى صورة رقمية. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، استخدم الباحث في إطارها المنهج الوصفي، وفي إطاره يصف الباحث الظاهرة، ويجمع ويصنف المعلومات والبيانات حولها، للتعبير عنها كمياً وكيفياً لفهمها ومقارنتها بغيرها. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) تعددت وظائف تكنولوجيا الإتصال الحديثة في المجال الصحفي، وبالذات مجال الصورة.

ب) استطاعت تكنولوجيا صناعة الصورة تطوير وظيفة إنتاج وجمع المادة الصحفية إلكترونياً.

ج) للتطور التكنولوجي أثر كبير على وظيفة معالجة الصورة الصحفية رقمياً، وأتاح وظيفة تخزين الصور الصحفية واسترجاعها، إضافة لنقل ونشر وتوزيع الصور.

17. دراسة سليمان (2015 م) (2):

هدفت الدراسة إلى التعرف على الإتجاهات الحديثة في إخراج الصورة الصحفية في الصحف الأجنبية، وتحديد ورصد وتحليل الإتجاهات الحديثة المستخدمة في إخراج الصورة الصحفية في الصحف المصرية. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي ومنهج العلاقات المتبادلة، بالاعتماد على أسلوب تحليل المضمون الكمي والكيفي، باستخدام استمارة تحليل المضمون، وأسلوب المقارنة المنهجية، وتم جمع البيانات بأسلوب الحصر الشامل لجميع الصور الصحفية في صحيفتي الدراسة (الأخبار والوطن)، واللتين مثلتا عينة الدراسة، من بين مجمل مجتمع الدراسة المتمثل في الصحف المصرية اليومية، والتي تم تحديدها وفقاً لنمط الملكية ما بين قومية وخاصة، وتم تحديد حجم العينة، وهي عينة عشوائية بما نسبته (53.3%)، من إجمالي الأعداد الصادرة عن صحف

(1) عبد العزيز، أثر التكنولوجيا الحديثة في تطور الصورة الصحفية، دراسة وصفية.

(2) سليمان، الإتجاهات الحديثة في إخراج الصورة الصحفية على الصحف المصرية والأجنبية.

الدراسة، في الفترة من يوم السبت الموافق (2014/12/20م) وحتى يوم الثلاثاء (2015/1/20م)، أي مدة شهرٍ كاملٍ، بواقع (16) عدداً لكل صحيفة، بإجمالي (32) عدداً من كلا الصحيفتين. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) تتجه صحيفة الوطن بقوة نحو تطبيق بعض الإتجاهات الحديثة في إخراج الصورة الصحفية المستخدمة في بعض الصحف الأجنبية، بينما لا تزال صحيفة الأخبار القومية تحاول الخروج من نمط الإخراج التقليدي للصورة، لتتماشى مع الإتجاهات الحديثة.

ب) كانت فترة الدراسة زاخرةً بالأحداث السياسية الداخلية والخارجية والفنية والرياضية، والتي ساعدت على ظهور بعض الإتجاهات الحديثة في إخراج الصورة الصحفية.

ج) تميزت صحيفة الوطن باستخدام اتجاه إخراجي حديث في الفترة الأخيرة، وهو استخدام الصورة الرأسية الشخصية الكاملة بطول الموضوع كله، وبمختلف الأحجام، في جميع الموضوعات الصحفية.

#### 18. دراسة صلاح الدين (2015 م) <sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على المضامين والموضوعات التي عكستها الصورة الصحفية، والتي حظيت باهتمام صحيفتي القدس الفلسطينية، ويديعوت أحرونوت "الإسرائيلية" لدى تناولهما للأزمة السورية، إضافة إلى التعرف على المصادر والأنواع الصحفية المستخدمة. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدم الباحث فيها منهج الدراسات المسحية، بالاعتماد على أسلوب تحليل المضمون، وأداته استمارة تحليل المضمون، إضافة لمنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره تم استخدام أسلوب المقارنة المنهجية في إطار المقارنة بين الصحيفتين، وتمثلت عينة الدراسة بصحيفتي القدس الفلسطينية ويديعوت أحرونوت "الإسرائيلية"، فيما جاءت العينة الزمانية بأسلوب الحصر الشامل متناولة ما أوردهت الصحيفتان حول الأزمة السورية في الفترة من (2013/1/1) وحتى (2014/4/30م) كما اعتمدت الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة)، إضافة لنظرية الأطر الخبرية، ونظرية القائم بالإتصال. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) تميزت صحيفة القدس، برويتها الخاصة للأزمة السورية بحيادية واضحة، فيما امتازت صحيفة يديعوت أحرونوت بالتحيز المتطرف لجماعات المعارضة السورية المسلحة بنسبة (59%).

ب) ركز كتاب صحيفة يديعوت أحرونوت، على عدائهم للنظام السوري.

<sup>(1)</sup> صلاح الدين، دلالات الصورة الصحفية والنصية حول الأزمة السورية في صحيفتي القدس الفلسطينية ويديعوت أحرونوت الـ"إسرائيلية"، دراسة مقارنة.

ج) ركزت صحيفة يديعوت أحرونوت على الصورة المضللة، خاصة في الصفحات الأولى، لتضليل القارئ وتشويه النظام، وليس كموقف إنساني مع الضحايا المدنيين السوريين.

## 19. دراسة حمو (2014 م) (1):

هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلامات والقيم الدلالية والفنية للصورة الصحفية، في مجموعة الصور الصحفية لبعض الرؤساء المخلوعين (معمر القذافي وحسني مبارك)، والتعرف على موضوعاتها ودورها في المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية، خاصة في مجال الحروب والثورات. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج التحليل السيميائي الدلالي، بمستوياته الثلاثة (الوصفي والتعيني والتضميني)، باستخدام أداة مقارنة رولان بارث للتحليل السيميائي، وتمثل مجتمع الدراسة في صحيفة الشروق اليومي، واختارت الباحثة عينة عشوائية، عبارة عن أربع صور منشورة في تواريخ مختلفة في ذات الصحيفة، وذلك في الفترة الزمنية من 2013/10/31م، وحتى 2014/5/31م، بالاعتماد على نظرية المقارنة السيميائية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) جاءت صور الرئيس الليبي معمر القذافي في المرتبة الأولى، وهذا راجع لاهتمام الجريدة بتغطية أحداث سقوط نظام القذافي في ليبيا.

ب) ظهرت الصور في مواقع مهمة كأعلى الصفحة وكامل الصفحة والصفحات الأولى.

ج) أغلب الصور المختارة ملقطة بزوايا عادية وذلك لإبراز تفاصيل الأحداث، كما شكلت الصور المنشورة عنصراً مهماً للمصداقية والجدية في التصوير ونقل الوقائع.

## 20. دراسة الدسمة (2013 م) (2):

هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثير الدلالي للكلمة والصورة في الخبر الإعلامي في الإعلام الكويتي. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، وتم استخدام المنهج النوعي القائم على السرد المنطقي، واعتماد الملاحظة المباشرة أداة للدراسة، فيما تمثل مجتمع الدراسة في وسائل الإعلام في دولة الكويت، حيث تم اختيار عينة عمدية خلال فترة الفصل الدراسي الجامعي الأول، من عام (2012م)، أي بين شهري ايلول وحتى تشرين ثاني من نفس العام، بالاعتماد على نظريتي النمو المعرفي والأطر الإعلامية. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) تسهم الصورة والكلمة إبراز الخبر الإعلامي، فالصورة تعبر عما تعجز عنه الكلمات.

ب) يمكن معرفة آراء الجماهير من خلال ما يرد في الخبر الإعلامي من كلمات وصور، كما

(1) حمو، الصورة الصحفية و تأثيرها على المتلقي: دراسة سيميائية لبعض الصور من جريدة الشروق اليومي أثناء سقوط حكم الرئيس حسني مبارك والعقيد معمر القذافي أنموذجاً.

(2) الدسمة، التأثير الدلالي للكلمة والصورة في الخبر الإعلامي، دراسة نظرية في الإعلام الكويتي.

أن بعض الكلمات يمكن أن تتحول لشعارات.

ج) للصورة قدرة على وصف الحدث بكامل تفاصيله، كما أن هناك فائدة من تمازج الكلمات والصور تتعلق بالقدرة على التعبير.

## 21. دراسة الزهراء (2013 م) <sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية استغلال الصورة في الصحافة المكتوبة، ومعرفة ما إذا كانت تستخدم لتوضيح وإثراء الموضوعات وزيادة مصداقيتها، أم لتوجيه الرأي العام وتضليله. وتتنمي الدراسة للبحوث الوصفية، وقد اعتمدت على منهج التحليل السيميولوجي، وأداة التحليل السيميولوجي، كما اعتمدت على منهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره تم استخدام أسلوب المقارنة المنهجية بين جريدتي الشروق والجزائر نيوز، وجرت الدراسة على عينة قصدية، حيث تم اختيار مجموعة أعداد من جريدة النهار من (19-22) ديسمبر/2012م وذات الفترة والأعداد من جريدة الجزائر اليومية، كما جرت الدراسة بالاعتماد على نظرية التواصل. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) للصورة في الصحافة المكتوبة دلالة ومعان خفية، من شأنها دعم المضمون الإعلامي أو تحريض الرأي العام ضد فكرة ما، أو تقوم بتعبئته بمجرد النظر إليها والتمعن فيها.

ب) تستخدم الصورة في الصحافة المكتوبة كعامل مهم وبارز، يستطيع قارئ الصحيفة بمجرد النظر إليها قراءة مضمون الخبر.

ج) ما زالت الصورة في الصحافة المكتوبة الجزائرية تستعمل بحذر، بالإضافة إلى الإفتقار للمصورين المحترفين، والذين من شأنهم إضفاء بعد دلالي وإيحائي للصورة.

## 22. دراسة خطّاب (2012 م) <sup>(2)</sup>:

هدفت الدراسة إلى فحص الرسائل التي تبثها الصور الفوتوغرافية المنشورة بصحف الأهرام والوفد والمصرى اليوم، للوقوف على المعاني والقيم والاتجاهات التي أرادت توصيلها للقارئ. والتعرف على مدى اتساق أو تعارض ما يبث من رسائل، مع توجهات الصحف المعلنة، وكيفية تناولها لأحداث ثورة 25 يناير. وتتنمي الدراسة للبحوث الوصفية، وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج الدراسات المسحية، باستخدام أسلوب تحليل المضمون الكمي والكيفي، وأداته استمارة تحليل المضمون، إضافة لمنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره تم استخدام

<sup>(1)</sup> الزهراء، دلالة الصورة الفوتوغرافية في الصحافة المكتوبة، دراسة سيميولوجية لنماذج عن زيارة الرئيس للجزائر سنة 2012 في جريدتي الشروق والجزائر نيوز.

<sup>(2)</sup> خطّاب، سيميولوجيا التغطية المصورة لأحداث ثورة 25 يناير في صحف الأهرام والوفد والمصرى اليوم: "دراسة تحليلية مقارنة"

أسلوب المقارنة المنهجية، إضافة لأداة التحليل السيميولوجي، على امتداد الفترة من 26/يناير حتى 12/فبراير عام 2011م، بعينة عمدية تم اختيارها بأسلوب الحصر الشامل لكل الصور الصحفية (شخصية وموضوعية) التي نشرتها صحف الدراسة حول أحداث ووقائع الثورة، بما يشمل الصفحات الأولى والداخلية والأخيرة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها:

أ) تميزت تغطية الأهرام المصورة بالإنحياز الكامل للنظام، ولم تبدأ في تغطية الأحداث إلا في 27/يناير، وأكدت على سيطرة الأجهزة الأمنية والتنفيذية على أمن واستقرار المدن.

ب) تحيزت التغطية المصورة لصحيفة الوفد تجاه مساندة الثورة المصرية ومعارضة النظام، وتجاهلت متابعة تغطية مظاهرات تأييد النظام، واكتفت بالإشارة إليها بثلاث صور بنسبة (0.5%) من إجمالي تغطيتها المصورة لأحداث الثورة.

ج) رغم انحياز تغطية الأهرام المصورة للنظام الرسمي وسياساته، إلا أنها أسهمت إلى حد بعيد في تمرير بعض التسريبات، قبل الإعلان عنها بنشرها صوراً تحمل إشاراتٍ بصريةٍ دالة.

23. دراسة علاونة (2011 م) <sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأهمية التي توليها الصحف الأردنية اليومية للصورة الصحفية، والموضوعات التي تعالجها ومصادر تلك الصور. تنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، كما تنتمي الدراسة لبحوث الشكل التي تهدف إلى وصف العناصر التيبوغرافية كالصور الصحفية، واعتمدت على منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب تحليل المضمون، وأداته استمارة تحليل المضمون والشكل، وتكوّن مجتمع الدراسة من كافة الصحف الأردنية اليومية ممثلة بصحف الدستور والرأي والعرب اليوم والغد والديار والأنباط، واختار الباحث صحيفتي الدستور والغد ممثلتين لمجتمع الدراسة، إذ لجأ لاستخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة، باستخدام الأسلوب الصناعي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) احتلت الصور الصحفية التي عالجت الموضوعات الرياضية والثقافية المرتبتين الأولى والثانية على التوالي، بين الموضوعات جميعها.

ب) ما نسبته (52%) من الصور الصحفية المنشورة يزودها بها المصورون العاملون لديها.

ج) ما نسبته (58.4%) من الصور التي تنشرها، صور موضوعية و (41.6%) صور شخصية، فيما (66.9%) منها حملت قيماً إيجابية.

<sup>(1)</sup> علاونة، الصورة الصحفية في الصحافة الأردنية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الدستور والغد.

## 24. دراسة نجاة وخيرة (2011 م) (1):

هدفت الدراسة إلى التعريف بالصورة وتأثيرها على الرأي العام، في عصر التكنولوجيا الحديثة والنظم الرقمية، والوقوف على حيثيات استخدام جريدة الوطن لصور الاحتجاجات في مصر، وتوجيه الرأي العام أو التأثير عليه. تنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، وفي إطارها اعتمد الباحثان على المنهج السيميولوجي، باستخدام أداة التحليل السيميولوجي، بتوظيف نموذج "رولان بارث" وتمثل مجتمع الدراسة في الصورة الصحفية في جريدة الوطن اليومي، كدراسة حالة، باستخدام عينة عمدية شملت صوراً صحفية خلال عامي (2010-2011م) ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أ) الصورة الصحفية الخاصة بأحداث مصر، معبرة وناقلة لمجريات أحداث العنف للمظاهرات التي عاشها الشعب المصري آنذاك، ولم تأت الصور اعتباطياً.
- ب) حملت الصور في طياتها عدة معاني ورسائل خفية مليئة بالأفكار، وتخرق ذلك الحاجز المفروض على الواقع وعبرت عن الأحداث بشكل واضح.
- ج) أظهرت الصور مختلف الإيحاءات والمعاني والدلالات، من خلال ما تحتويه من عناصر مكونة من ألوان ورموز وإشارات وعبارات.

## المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بمسيرات العودة والمقاومة الشعبية:

## 25. دراسة الرنتيسي (2020م) (2):

هدفت الدراسة إلى رصد الأطر الخبرية لمسيرات العودة في الصحف الفلسطينية اليومية، ومستوى اهتمامها ومصادرها وأشكالها. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدم فيها الباحث منهج الدراسات المسحية وفي إطاره استخدم أسلوب تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وفي إطاره استخدم أسلوب المقارنة المنهجية، وجمع العينة باستخدام استمارة تحليل المضمون والمقابلة، معتمداً على نظرية ترتيب الأولويات والأطر، واختار صحف الحياة الجديدة وفلسطين عينة للدراسة بطريقة العينة العشوائية المنتظمة بأسلوب الأسبوع الصناعي للمدة ما بين 30 مارس 2018م، وحتى 30 مارس 2019م، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة:

أ) تفوقت صحيفة فلسطين على الحياة الجديدة في تغطيتها لموضوعات المسيرات بنسبة (71.6%) مقابل (28.3%).

(1) نجاة وخيرة، تأثير الصورة الصحفية على الرأي العام، تحليل سيميولوجي لصور احتجاجات مصر، جريدة الوطن الجزائرية نموذجاً.

(2) الرنتيسي، الأطر الخبرية لمسيرات العودة الكبرى في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

ب) تقدمت صحيفة فلسطين على الحياة الجديدة في اعتمادها على المصادر الداخلية بنسبة (22.3%) مقابل (3.9%).

ج) جاء الخبر الصحفي في الترتيب الأول في كلا الصحيفتين وبنسب عالية بلغت (70.8%) تلاه التقرير بنسبة (27.9%) ثم الحديث بنسبة (1.1%).

## 26. دراسة أبو قوطة (2019 م)<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحو مسيرات العودة 2018م، عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، وتحديدًا موقع الجيش "الإسرائيلي" على تويتر، كدراسة حالة. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، وتم الإعتماد على منهج المسح، وتم في إطاره استخدام أسلوب تحليل المضمون للتعرف على مستوى اهتمام صفحة المتحدث باسم الجيش "الإسرائيلي" عبر حسابه على تويتر، بمسيرات العودة 2018م، وبيان طبيعة الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحوها، بالاعتماد على استمارة تحليل المضمون، لعينة عمدية بأسلوب المسح الشامل، تمثلت بحساب الناطق باسم الجيش "الإسرائيلي" أفياخي أدري، وامتدت العينة الزمنية ستة أشهر، من 1 مارس وحتى 31 أغسطس 2018 م، ومن أهم ما توصلت إليه:

د) جاءت فئة القضايا المتعلقة بأفعال المتظاهرين في مقدمتها بنسبة (41.5%)، تلتها فئة القضايا المرتبطة بأفعال فصائل المقاومة الفلسطينية بنسبة (38.4%)، وأخيراً فئة القضايا المتعلقة بأفعال الجيش "الإسرائيلي"، بنسبة (17.1%).

هـ) حظي هدف تحريض سكان القطاع ضد المسيرات والقائمين عليها بنسبة (15.2%). ثم هدف تشويه صورة مسيرات العودة والقائمين عليها بنسبة (14%).

و) اعتمد الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" في جمع معلوماته عن المسيرات بشكل رئيسي على المصادر الرسمية "الإسرائيلية"، واشتملت تلتني منشورات مسيرات العودة على مادة مصورة.

## 27. دراسة التتر (2019 م)<sup>(2)</sup>:

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على مسيرات العودة من حيث الفكرة والنشأة والمستقبل، والتعرف على أسبابها ودوافعها، وإبراز دورها في كسر الحصار الصهيوني المفروض على قطاع غزة، وبيان الآثار المترتبة عليها إيجاباً أو سلباً، واستخدمت فيها الباحثة المنهج التاريخي والمنهج الوصفي لغرض نشأة المسيرات وأهدافها ووثيقة مبادئها وأبرز المنجزات الوطنية التي حققتها بعد عام من انطلاقها إضافة إلى الخيارات الإستراتيجية والسيناريوهات المتوقعة لها،

(1) أبو قوطة، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحو مسيرات العودة 2018م، عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال "الإسرائيلي".

(2) التتر، مسيرات العودة الكبرى، الفكرة والأهداف والمستقبل.

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- (أ) أعادت المسيرات للقضية الفلسطينية مكانتها عالياً، وساهمت في التخفيف من حدة الحصار.
- (ب) أظهرت المسيرات الوجه الحقيقي للعدو الصهيوني لاستهدافه الطواقم الطبية والصحفي.
- (ج) تهدف المسيرات على المدى القريب إلى كسر الحصار المفروض على قطاع غزة بينما تهدف على المدى البعيد لإعادة ملايين اللاجئين الفلسطينيين إلى وطنهم التاريخي فلسطين.
28. دراسة الترك (2018 م) (1):

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة معالجة وكالة الأنباء الفرنسية، لمسيرات العودة، والتعرف على مضامينها وقضاياها ومصادرها واتجاهاتها وأساليبها وأهدافها، والفنون المستخدمة في تقديمها، والعناصر التيبوغرافية المستخدمة في إبرازها، بإعتبارها دراسة حالة. وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدم فيها الباحث منهج الدراسات المسحية، بتوظيف أسلوب تحليل المضمون، ومنهج العلاقات المتبادلة، من خلال استخدام أسلوب دراسة الحالة، وتم جمع البيانات بواسطة أداة استمارة تحليل المضمون، وتمثل مجتمع الدراسة في وكالة الأنباء الفرنسية "AFP"، فيما تركّزت عينة الباحث التي أختيرت بأسلوب الحصر الشامل في (116) مادةً صحفيةً، نشرت في وكالة الأنباء الفرنسية، في الفترة الزمنية من 2018/3/20م وحتى 2018/9/15م، بالاعتماد على نظرية الأجندة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

(أ) احتلت موضوعات شهداء مسيرات العودة المرتبة الأولى بنسبة (20.6%)، في حين لم تحظ موضوعات مشاركة النساء وكبار السن والاعتقالات باهتمام كبير، بنسبة (0.6%)، فقط.

(ب) تصدر المصدر الفلسطيني الرسمي المرتبة الأولى بنسبة (22.8%)، في حين جاء "بدون مصدر" في مقدمة المصادر الصحفية بنسبة (78.4%).

(ج) جاء هدف تحميل جهة "الإسرائيلي"ين" المسؤولية، في مقدمة الأهداف التي تسعى الوكالة عينة الدراسة إلى تحقيقها، وبنسبة (23.6%)، بينما احتل فن الخبر الصحفي المرتبة الأولى بنسبة (60.3%)، تلاه فن التقرير الصحفي بنسبة (31.9%).

29. دراسة المصدر (2018 م) (2):

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدعاية السيبرانية "الإسرائيلية"، المستخدمة في محاصرة مسيرات العودة، ورصد ظاهرة "التنقيب الدعائي" عبر منصات الإعلام الاجتماعي، وتأصيلها نظرياً، من خلال دراستها ومتابعتها في سياق بيئتها الفعلية، لفهم آليات اشتغال الدعاية

(1) الترك، معالجة وكالات الأنباء الدولية لمسيرات العودة "الكبرى"، دراسة حالة: وكالة الأنباء الفرنسية "AFP".

(2) المصدر، الدعاية السيبرانية الـ"إسرائيلية" لمحاصرة مسيرات العودة الفلسطينية

"الإسرائيلية" الرسمية عبر موقع فيسبوك. وتنتهي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدم الباحث فيها منهج دراسة الحالة، إضافة لمنهج التحليل النقدي للخطاب، واعتمد الباحث على أداة الملاحظة، لفاعليتها في رصد مجتمع الدراسة، المتمثل بالصفحات "الإسرائيلية" الرسمية الناشطة في فيسبوك، والتي تستخدم اللغة العربية في توجيه خطابها للجمهور، من خلال عينة عمدية، شملت أربع صفحات رئيسية: صفحة منسق أعمال الحكومة، و صفحة الناطق باسم الجيش "الإسرائيلي"، و صفحة المتحدث باسم رئيس الوزراء للإعلام العربي، و صفحة "إسرائيل" تتكلم بالعربية، في الفترة الزمنية من 28 مارس/إذار وحتى 30 أبريل/ نيسان 2018م. وسلط الباحث الضوء على ظاهرة التنقيب الدعائي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

(أ) بلغت نسبة التنقيب الدعائي في صفحة الناطق باسم الجيش "الإسرائيلي" (38%)، تلتها صفحة المتحدث باسم رئيس الوزراء بنسبة (34.8%)، تلتها صفحة منسق أعمال الحكومة بنسبة (20.4%)، وأخيراً صفحة "إسرائيل" تتكلم بالعربية بنسبة (6.8%).

(ب) يرقى "التنقيب الدعائي" كإستراتيجية تنفيذ، لسمتوى أسلوب دعائي سيبراني، فالدعاية "الإسرائيلية" على موقع فيسبوك، سارت وفق منحى متسلسل، بجمع الهفوات ومعالجتها دعائياً، كي تعيد نشرها في إطار معلوماتي جديد يخدم خطابها.

(ج) ركزت الصفحات "الإسرائيلية" على استغلال المنشورات المرئية، لإمكاناتها الإقناعية التي تتجاوز قدرات النص، إضافة إلى توظيفها لأساليب دعائية متنوعة كالربط والإستشهاد.

### المحور الثالث: الدراسات المتعلقة بالصحافة "الإسرائيلية" وتغطيتها للحروب

#### والأزمات.

#### 30. دراسة الخرابشة (2018 م) <sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى تحليل منشورات الناطق الإعلامي بلسان الجيش "الإسرائيلي" لوسائل الإعلام العربية "افيخاي أدري"، على صفحته التي تحمل اسمه في موقع فيسبوك، لمعرفة مدى تأثير السياسة الإعلامية "الإسرائيلية" على المتابع العربي، وإبراز أهم أهدافها، والنتائج المترتبة عليها. وتنتهي الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدم الباحث في إطارها منهج الدراسات المسحية، بالاعتماد على أسلوب تحليل المضمون، باستخدام أداة استمارة تحليل المضمون، إضافة لأداة المقابلة، وتمثل مجتمع الدراسة بصفحة فيسبوك الخاصة بالناطق الرسمي للجيش، وتركزت

(1) الخرابشة، الإطار الإعلامي للدعاية ال"إسرائيلية" على الفيسبوك، دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم الجيش "الإسرائيلي".

العنية في الفترة من (2018/1/1م) ولغاية (2018/3/25م)، وبالاعتماد على نظرية التأطير الإعلامي، والدعاية السياسية. علماً أن عينة أداة المقابلة شملت ستة من الخبراء في الشأن "الإسرائيلي" ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) جاءت فئة الإطار الإستراتيجي في المرتبة الأولى في منشورات "أدرعي"، بنسبة (36.9%)، بينما جاءت فئة أخبار وإعلام في المرتبة الأولى، بنسبة قدرها (24%).

ب) حلت فئة المصادر الإعلامية بالاعتماد على نفسه كمصدر للمعلومات بنسبة (25.7%)، وتقدمت فئة المجال الجغرافي المحلي على المجال الجغرافي الإقليمي.

ج) جاءت فئة بدون اقتباس في المرتبة الأولى بنسبة قدرها (40.5%)، واحتلت فئة الصور سلّم الترتيب بنسبة قدرها (65.1%).

31. دراسة نعيم (2017 م)<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى رصد الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" باللغة العربية نحو قضية المقاومة الفلسطينية في شبكات التواصل الإجتماعي، والوقوف على أوجه الإتفاق والاختلاف بين خطاب صفحتي "المنسق" على الفيس بوك و"افيخاي أدرعي" على تويتر. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، وفي إطارها استخدمت الباحثة ثلاثة مناهج هي منهج الدراسات المسحية وفي إطاره تم استخدام أسلوب تحليل المضمون، وأداته استمارة تحليل المضمون، ومنهج تحليل الخطاب، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره تم توظيف أسلوب المقارنة المنهجية، وتمثل مجتمع الدراسة في الصفحات "الإسرائيلية" الناطقة باللغة العربية على شبكات التواصل الإجتماعي فيس بوك وتويتر، فيما تمثلت عينة الدراسة في صفحتي "المنسق" على فيس بوك و"افيخاي أدرعي" على تويتر في المدة الزمنية من (2016/5/1م) وحتى (2017/8/1م) بطريقة المسح الشامل، وباستخدام نظريتي الأجنحة والأطر الإعلامية. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) تصدر موضوع تصنيع السلاح اهتمام صفحتي الدراسة بنسبة (15.3%)، تلاه موضوع إطلاق النار من قبل المقاومة الفلسطينية بنسبة (14.7%).

ب) جاءت أطروحة "الإرهاب" التي وصفت بها المقاومة الفلسطينية في المرتبة الأولى بنسبة (54.1%)، واعتمدت صفحتي الدراسة على الإستشهاد بالأدلة والوقائع كأحد مسارات البرهنة المستخدمة بنسبة وصلت (33.4%).

ج) غلب على صفات وأدوار القوى الفاعلة الفلسطينية الطابع السلبي، في مقابل طابع إيجابي

(1) نعيم، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية مقارنة.

على القوى الفاعلة "الإسرائيلية" وجاءت المرجعية الأمنية أولاً بنسبة (45.2%).

### 32. دراسة ابو شنب (2017 م) <sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" خلال عدوان (2014م) على قطاع غزة، بتحليل عينة من منشورات الناطق باسم الجيش "الإسرائيلي" باللغة العربية، "افيخاي أدري"، على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، من خلال تحليل المعاني الكامنة في المنشورات النصية والموضوعات الظاهرة والدلالات الكامنة في الصورة الفوتوغرافية. وتتنمي الدراسة للبحوث الوصفية، واعتمد الباحث في إطارها على منهج تحليل الخطاب، مستخدماً أداتي تحليل المعاني الكامنة وتحليل الصورة، على عينة منتقاة مكونة من (120) منشورا من أصل (150) منشوراً بنص أو بنص وصورة، على صفحة الناطق باسم الجيش "افيخاي أدري"، كدراسة حالة، خلال فترة العدوان على غزة، من تاريخ (2014/7/6م) وحتى نهاية العدوان بتاريخ (2014/8/26م)، بالاعتماد على نظرية الأجندة. ومن أهم ما توصلت إليه:

أ) برر الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" استهداف المدنيين، مع إظهار الحرص على سلامتهم.

ب) حمل حركة حماس وحدها المسؤولية عن القتل والدمار، ونزع عنها صفة الإسلامية.

ج) تجاهل إنجازات المقاومة مقابل تضخيم إنجازات الجيش "الإسرائيلي"، كجيش لا يقهر.

### 33. دراسة عمر (2017 م) <sup>(2)</sup>:

هدفت الدراسة إلى توضيح دور الإعلام "الإسرائيلي" في الحرب على غزة عام 2014م، وتغطيته لها، وكيف كانت ثقة الجمهور "الإسرائيلي" بإعلامه. وتتنمي الدراسة للبحوث الوصفية واعتمد فيها الباحث على أسلوب الوصف، بالإضافة للمنهج التاريخي لسرد الأحداث التاريخية الخاصة بتطور الصحافة العبرية والسياسة التي اتبعتها منذ نشأتها، وتركزت العينة العمدية في تحليل آراء بعض المحللين والصحفيين الفلسطينيين و"الإسرائيلي"ين المختصين الذين اختارهم الباحث ممن كان لهم دور في تغطية الحرب، بالاعتماد على نظريات حارس البوابة وترتيب الأولويات والرصاصية السحرية ونظرية السلطة، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) ركز الإعلام "الإسرائيلي" على مواصلة ترميم صورة الجيش في نظر الجمهور "الإسرائيلي" وتوجيه رسائل قوة وردع تجاه أعداءه في تناغم تام بين المؤسسات العسكرية والسياسية.

ب) الإعلام "الإسرائيلي" مجند بشكل كامل لصالح الطبقة الحاكمة خاصة فيما يخص الأمن

<sup>(1)</sup> أبو شنب، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" خلال العدوان على غزة عام 2014م عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، دراسة تحليلية.

<sup>(2)</sup> عمر، تغطية الإعلام "الإسرائيلي" للحرب على غزة 2014م، دراسة تحليلية لواقع الإعلام "الإسرائيلي" وثقة جمهوره به فترة حرب غزة 2014م.

والسياسة الخارجية.

ج) تراجعت الصحافة "الإسرائيلية" في أداء دورها ومهامها وظهرت كصحافة مجنونة أحادية الجانب وعملت على التهويل وعدم الدقة والتعامل والتحريض.

### 34. دراسة ربابعة (2015 م) (1):

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصور الصحفية المنشورة حول العدوان "الإسرائيلي" على غزة، في صحيفتي يديعوت أحرونوت ومعاريف. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدم الباحث في إطارها منهج الدراسات المسحية، بالاعتماد على أسلوب تحليل المضمون، وأداته استمارة تحليل المضمون، إضافة لمنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره تم استخدام أسلوب المقارنة المنهجية بين أداء الصحيفتين، واختار الباحث عينة عمدية، على الصفحة الأولى لكلا الصحيفتين، باستخدام أسلوب الحصر الشامل، في الفترة الزمنية من (2014/7/1م) وحتى (2014/8/28م)، بالاعتماد على نظرية تحديد الأولويات (الأجندة)، ونظريتي الأطر الخيرية والقائم بالاتصال. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) اهتمت الصحيفتان بالعدوان "الإسرائيلي" على غزة، وحرصتا على قتل المدنيين، وروجتا لأهداف العدوان بشكل منحاز، وطالبتا الجيش علناً بتحقيق النصر في المواجهة مع المقاومة، باعتبارها تهديداً وجودياً للشعب اليهودي ومستقبله.

ب) ركزت الصحيفتان على التهم المنسوبة للفلسطينيين، بأنهم إرهابيون ومخلّون بالنظام، وبررتا العدوان لتحقيق أمن وأمان المواطنين في "إسرائيل".

ج) تلاشت الصحيفتان المجازر والدمار الذي ألحقه الجيش بغزة، وكان التركيز على الجنود القتلى، وتعرض المدنيين "الإسرائيلي"ين "للصف"، والاهتمام بالنشاط الروتيني "الإسرائيلي".

### 35. دراسة أبو زينة (2015 م) (2):

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة الصحافة "الإسرائيلية" للبرنامج النووي الإيراني في صحيفتي هآرتس ويديعوت أحرونوت، والموضوعات الأساليب والمصادر التي استخدمتها صحف الدراسة. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، بالاعتماد على منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون، وأداته استمارة تحليل المضمون، وكذلك منهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره تم توظيف أسلوب المقارنة المنهجية، وتمثل مجتمع الدراسة في الصحف "الإسرائيلية" اليومية، واختار منها الباحث صحيفتي هآرتس

(1) ربابعة، دور الصورة الصحفية في الصحافة الـ"إسرائيلية" في حرب غزة 2014، دراسة تحليلية مقارنة على يديعوت أحرونوت ومعاريف.

(2) أبو زينة، معالجة الصحافة الـ"إسرائيلية" للبرنامج النووي الإيراني، هآرتس ويديعوت أحرونوت، دراسة تحليلية.

ويديعوت أchronوت، بدراسة عينة عمدية شملت الأخبار والمقالات الصحفية المنشورة في الفترة الزمنية من (2014/1/1م) وحتى (2014/6/30م)، بالاعتماد على نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة)، ونظرية الأطر الخيرية الإعلامية، إضافة لنظرية حارس البوابة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

(أ) أعلى تكرار للموضوعات التي عالجتها صحيفتي الدراسة كان (الموقف الأمم المتحدة)، بنسبة مئوية (52.16%)، في صحيفة هآرتس، و(51.4%) في صحيفة يديعوت أchronوت.  
(ب) أعلى تكرار للأساليب المتبعة كان (أسلوب الحوار مع إيران)، بنسبة مئوية (62.1%)، في صحيفة هآرتس، وبنسبة (44.4%) في صحيفة يديعوت أchronوت.  
(ج) أعلى تكرار لأنواع الصحفية المستخدمة كان (المقال الصحفي) بنسبة مئوية (94.5%) في صحيفة هآرتس، وبنسبة مئوية (93.1%) في صحيفة يديعوت أchronوت.

### 36. دراسة أبو عرقوب (2014 م) <sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة تغطية وسائل الإعلام "الإسرائيلية" للحرب على غزة عام (2014م)، معتمدة الموقع الإلكتروني لصحيفة يديعوت أchronوت الناطقة باللغة العبرية كحالة دراسية. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث منهج الدراسات المسحية، حيث استخدم أسلوب تحليل المضمون الكمي، وأداته استمارة تحليل المضمون، وأحصى عينة تحليل قصدية ضمت (116) خبراً على موقع الصحيفة، تمثل الأخبار التي نشرت على الموقع خلال خمسة أيام من الحرب، (اليوم الثاني، وأيام 14، 26، 38، 50)، من أصل (1221) خبراً نشرتها الصحيفة خلال كامل فترة الحرب، من 7/ يوليو وحتى 26 أغسطس 2014م، واعتمد الباحث على ثلاث نظريات إعلامية، هي نظرية ترتيب الأولويات، ونظرية حارس البوابة، ونظرية تحليل الإطار الإعلامي. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

(أ) استخدمت الصحيفة إطاراً جذاباً بغية تقديم المعلومات وجعلها أكثر اقناعاً، وتضمنت غالبية المواد المنشورة صوراً بنسبة تتجاوز (98.0%).

(ب) اعتمدت الصحيفة على مصادر الأنباء "الإسرائيلية" الرسمية، وبررت أفعال "إسرائيل" باعتبارها الضحية، ودعمت الحرب ضد غزة علانية، ولم تتسم تغطيتها بالحيادية.  
(ج) حرصت الصحيفة على إظهار "إسرائيل" بمظهر الدولة الضعيفة، مستغلةً ذلك لتعبئة "الإسرائيلي"ين"، وتوجيههم نحو الإقتناع بوجهة نظر الجيش والحكومة.

(1) أبو عرقوب، تغطية الإعلام "الإسرائيلي" لحرب غزة 2014، صحيفة "يديعوت أchronوت" نموذجاً.

### 37. دراسة عبد الله (2013 م) (1):

هدفت الدراسة إلى التعرف على الكيفية التي غطت بها الصحافة "الإسرائيلية" الأسبوع الأول من حرب غزة عام 2008م، ومدى الحرية التي تتمتع بها هذه الصحف، ومعرفة مدى صلابة الديمقراطية "الإسرائيلية". وتنتمي الدراسة للدراسات الوصفية، واستخدم فيها الباحث المنهج التاريخي ومنهج المسح الإعلامي باستخدام أسلوب تحليل المضمون، حيث شملت عينة الدراسة العمدية تحليل الخبر الرئيس المنشور في ثلاثة صحف هي يديعوت أحرونوت ومعاريف وهآرتس خلال الأسبوع الأول من الحرب من تاريخ 2008/12/28-2009/1/2م ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ) "إسرائيل" في أوقات الأزمات ليست هي ذاتها في الأوقات الاعتيادية، فتكون كاملة الديمقراطية في الهدوء وكاملة الدكتاتورية في الحرب، والإعلام فيها رديفاً لأسلحة الجو والبر والبحر.

ب) للرقيب العسكري دور بالغ في تحديد ما ينشر للجمهور.

ج) تقاربت الصحف الثلاثة في تغطيتها للأسبوع الأول وساندت جميعها المؤسسة العسكرية وقدمت لها كل الدعم وفق مبدأ المصلحة الوطنية والقومية.

### 38. دراسة عدوان (2012 م) (2):

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة التغطية الصحفية "الإسرائيلية" للحرب على غزة (2008م)، وتوجهاتها خلال الحرب. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، باعتماد منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب تحليل المضمون، وأداته استمارة تحليل المضمون، للمواضيع المنشورة في الصحف الثلاثة، كما اعتمد الباحث على المنهج التاريخي في إطار سرد الأحداث التاريخية الخاصة بتاريخ وتطور الصحافة "الإسرائيلية"، إضافة لمنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره تم استخدام أسلوب المقارنة المنهجية بين الصحف الثلاث في تغطيتها للحرب على غزة، وتمثل مجتمع الدراسة في ثلاث صحف يومية (هآرتس-يديعوت أحرونوت-معاريف)، وشملت العينة العمدية (90) عدداً، بواقع (30) عدداً من كل صحيفة، في الفترة الزمنية من (2008/12/22م) وحتى (2009/1/25م). ومن أهم النتائج التي توصلت إليها:

أ) استغلال صحف الدراسة للمصدر الرسمي الفلسطيني لتعزيز سياسات الحكومة "الإسرائيلية"

(1) عبد الله، الإعلام "الإسرائيلي" بين الديمقراطية والأمن اثناء حرب غزة 2008-2009، الصحافة المكتوبة نموذجاً.  
(2) عدوان، تغطية الصحافة الـ"إسرائيلية" للحرب على غزة 2008-2009م، دراسة تحليلية وصفية مقارنة لثلاث صحف عبرية.

لدى الرأي العام "الإسرائيلي". وكانت تغطية صحيفة هآرتس الأعلى بنسبة (45.3%) فيما بلغت (28.5%) في يديعوت، و(26.2%) في معاريف.

ب) لا يوجد أي اختلاف بين تغطية الصحف الثلاث للحرب على غزة، تبعاً لمجموع القضايا، فكان التوجه العام لها جميعاً مؤيداً للحرب.

ج) أدت صحف الدراسة دوراً تعبويّاً، يميل للتصرف كامتداد للمؤسسة السياسية والعسكرية "الإسرائيلية"، فانعكس سلباً على مصداقيتها وحياديتها خلال فترة الدراسة.

### ثانياً: موقع الدراسة من الدراسات السابقة ومدى الإفادة منها:

باستعراض الدراسات السابقة، والتي تتفق مع هذه الدراسة في عدة جوانب، وتختلف معها في أخرى، يمكن رصد جوانب التشابه والاختلاف على النحو الآتي:

1) من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم: تنتمي هذه الدراسة للبحوث الوصفية، حيث تتفق بذلك مع كافة الدراسات السابقة التي أوردتها الباحثة على اختلاف موضوعاتها، وتعتمد الدراسة الحالية على منهجين هما:

أ) **منهج الدراسات المسحية:** وفي إطاره تم استخدام أسلوب تحليل المضمون، وهو ما يتشابه مع غالبية الدراسات السابقة، باستثناء: دراسة Greenwood, K. & Thomson، التي اعتمدت المنهج الإستقرائي، ودراسة Khan & Mazhar (2017م)، التي اعتمدت المنهج التجريبي، ودراسة عبد العزيز (2016م)، التي استخدمت المنهج الوصفي، ودراسة الدسمة (2013م)، التي استخدمت المنهج النوعي القائم على السرد المنطقي، ودراسة عدوان (2012م)، التي اعتمدت المنهج التاريخي، ودراسة عوض (2006م)، التي اعتمدت المنهج التحليلي والتاريخي، والأسلوب الإنشائي القائم على تفكيك المفردة ومن ثم المصطلح ومن ثم النص بكامله، لفهم مدلولاته وحمولاته الثقافية، ودراسة المصدر (2018م)، التي استخدم فيها الباحث منهج دراسة الحالة.

ب) **منهج العلاقات المتبادلة:** وفي إطاره تم استخدام أسلوب المقارنة المنهجية وهو ما يتفق مع عدد كبير من الدراسات السابقة مثل: دراسة الدلو وأبو مزيد (2018م)، دراسة الكرنز (2018م)، دراسة محمد (2017م)، دراسة حنادر (2017م)، دراسة Victor (2017م)، دراسة سليمان (2015م)، دراسة صلاح الدين (2015م)، دراسة عليان (2014م)، دراسة الزهراء (2013م)، دراسة خطّاب (2012م)، دراسة نعيم (2017م)، دراسة ربابعة (2015م)، دراسة أبو زينة (2015م)، دراسة عدوان (2012م)، دراسة الترك (2018م).

2) من حيث أدوات الدراسة: اعتمد الباحث في دراسته الحالية، على استمارة تحليل المضمون، بشقيه الكمي والكيفي، وهو ما يتوافق مع معظم الدراسات السابقة باختلاف موضوعاتها، باستثناء: دراسة زهد (2017م)، التي اعتمدت أداة الإستبيان، ودراسة عليان<sup>(1)</sup> (2014م)، التي استخدمت أداة تحليل المضمون إضافة لأداة المقابلة المقننة، ودراستي الدسمة (2013م) والمصدّر (2018م) اللتين اعتمدتا أداة الملاحظة، ودراسة الخرايشة (2018م)، التي اعتمدت إضافة لأداة استمارة تحليل المضمون أداة المقابلة، ودراسة علي (2015م)، التي استخدمت أداة الاستبانة، ودراسة نمره (2014م) التي استخدمت أداة الاستبيان المدعم بالمقابلات الشخصية.

3) من حيث النظريات الإعلامية المستخدمة: تستند الدراسة الحالية على نظريتين إعلاميتين، استخدمت كل منهما في عدد من الدراسات السابقة:

أ) وافق اعتماد الباحث على نظرية تحليل الإطار الإعلامي دراسات كل من: الرنتيسي، وصلاح الدين (2015م)، عليان (2014م)، الدسمة (2013م)، نعيم (2017م)، رابعة (2015م)، أبو زينة (2015م).

ب) كما وافق اعتماده على نظرية ترتيب الأولويات "الأجندة"، دراسة نعيم (2017م)، وعدة دراسات أخرى كدراسة الرنتيسي وعبد الله.

4) من حيث مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في المواقع الإلكترونية للصحف "الإسرائيلية" اليومية باللغة العبرية، وهو ما يختلف مع كافة الدراسات السابقة، والتي تركز عدد منها في دراسة الصحف العبرية المطبوعة وليس مواقعها الإلكترونية، باستثناء دراسة أبو عرقوب (2014)، التي تركزت في موقع صحيفة يديعوت أحرونوت كدراسة حالة، ودراسة صلاح الدين (2015م)، ودراسة رابعة (2015م)، ودراسة أبو زينة (2015م). والتي تركزت جميعها إما في صحيفة يديعوت أحرونوت أو هآرتس أو كليهما كصحف وليس كمواقع إلكترونية. على الرغم من موافقة الدراسة الحالية لعدد من الدراسات السابقة من حيث نوعها كدراسة تحليلية مقارنة.

أيضاً فإن الدراسة الحالية تختلف عن الدراسات السابقة في أنها تتناول موضوعاً جديداً طرأ على الساحة الفلسطينية، بانطلاق مسيرات العودة نهاية مارس من عام 2018م، وعلى الرغم من تطرق دراسات سابقة لها، إلا أنها كانت قليلة وتناولتها من زوايا مختلفة، كما أنها تتطرق لموضوع جديد في مجال الصورة وهو دلالة التأطير.

(1) عليان، الأطر الخبرية لقضية الدولة الفلسطينية في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية، دراسة تحليلية مقارنة.

أما حدود الاستفادة من الدراسات السابقة فقد استفاد الباحث منها ضمن مستويين أساسيين:

(1) **على المستوى المعرفي:** ساهمت الدراسات السابقة في زيادة فهم الباحث وإلمامه بأهمية الصورة الصحفية، وأطرها الخبرية، ودلالات تأطيرها في التغطية الصحفية المصورة للقضايا والموضوعات الهامة، وأثر نظريات الإطار الإعلامي، والأجندة الإعلامية (ترتيب الأولويات)، في عملية تأطير الصورة الصحفية، وصولاً إلى معرفة أهمية التغطية الإعلامية المصورة لدى العدو "الإسرائيلي"، فيما يخص القضايا الفلسطينية، وبالتحديد قضية مسيرات العودة. كما أفادت الباحث من حيث الإطلاع الواسع على الموضوعات التي تتناول الصورة الصحفية من جميع جوانبها، ودورها في العملية الإتصالية كأحد أشكال المادة الإعلامية والخبرية، وإثراء المعرفة البحثية لديه.

(2) **على المستوى المنهجي (المناهج والأدوات):** أفادت الباحث في تحديد أفضل المناهج التي يتوجب استخدامها، لدراسة طبيعة تأطير الصورة الصحفية في المواقع الإلكترونية للصحف "الإسرائيلية" اليومية، ودلالات ذلك، وتأثيره في الصحافة الإلكترونية، كما أفادته في تحديد أي الأدوات أنسب، للوصول لنتائج دقيقة، لا سيما ما يخص استمارة تحليل المضمون وفئاتها الرئيسية والفرعية، واختيار أنسب العينات. علماً أن الباحث لم يجد أي دراسة سابقة تختص بأطر الصورة الصحفية الخاصة بمسيرات العودة في مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية، فالدراسات التي تناولت مسيرات العودة تناولتها من زوايا أخرى مختلفة عن موضوع الدراسة الحالية، إضافة لاستفادته من الدراسة السابقة في بلورة مشكلة الدراسة وأسئلتها.

### ثالثاً: الاستدلال على المشكلة:

من خلال متابعة الباحث للمواقع الإخبارية "الإسرائيلية" بشكل عام، ولمواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية بشكل خاص، لا سيما ما يخص قضية مسيرات العودة، وتعاطي الإعلام "الإسرائيلي" مع أحداثها، لاحظ الباحث تبايناً من ناحية، وتشابهاً من ناحية أخرى، في طبيعة تغطية مسيرات العودة، والصورة الصحفية الخاصة بأحداثها، وتوظيفها وفقاً لدلالات وأطر محددة سلفاً، غالبيتها تشوّه صورة الفلسطينيين وتصفهم بـ "الإرهاب".

وفي هذا الإطار وجد الباحث تنوعاً كبيراً في المواقع الإخبارية "الإسرائيلية" إذ يتبع جزء كبير منها للمتدينين وأخرى للمجالس المحلية والمدن الرئيسية، أما على الصعيد الوطني والرسمي فكانت مواقع الصحف "الإسرائيلية" الأربعة المعروفة (يديعوت أحرونوت ومعاريف ويسرائيل هيوم وهآرتس)، فاختار الباحث ثلاثة منها (يديعوت أحرونوت، يسرائيل هيوم، وهآرتس)، وأجرى عليها دراسته الإستكشافية للاستدلال على المشكلة، في الفترة من

2019/3/16 وحتى 2019/3/31 (مدة أسبوعين)، باختيار عينة عمدية منتظمة بأسلوب الحصر الشامل، لآخر أسبوعين من العام الأول لمسيرات العودة. وقد اختار الباحث هذه الفترة بالذات، نظراً لكثرة الصور والموضوعات التي نشرتها مواقع الدراسة في هذه الفترة حول مسيرات العودة، بمناسبة مرور عام كامل عليها، واستبعد الباحث موقع معاريف لاعتقاده بأن العينة التي اختارها تمثل تنوعاً كافياً وتعكس صورة واقعية لطبيعة تعاطي الإعلام "الإسرائيلي" مع صور مسيرات العودة وتأطيرها.

وهدفت الدراسة الإستكشافية إلى التعرف على طبيعة الصورة الصحفية لمسيرات العودة، التي استخدمتها مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية في تغطية أحداث المسيرات، من خلال تحليلها شكلاً ومضموناً، والوقوف على مدى الأهمية التي أولتها مواقع الدراسة للصورة الصحفية لمسيرات العودة، ومصادر تلك الصور، وأحجامها وأنواعها وموضوعاتها، وأوجه الشبه والإختلاف في استخدام صورة المسيرات بين المواقع نفسها. وأجريت الدراسة على مرحلتين، الأولى إحصائية لأعداد الصور التي استخدمتها مواقع الدراسة (تكرارات)، والثانية تحليلية، وذلك على النحو الآتي:

1. **المرحلة الأولى:** أجرى الباحث خلالها مسحاً استطلاعياً شمل الصور الصحفية الخاصة بمسيرات العودة، التي أوردتها مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية الثلاث، مدة أسبوعين خلال الفترة من (2019/3/16 وحتى 2019/3/31)، وحصل الباحث على بيانات كمية حيث نشر موقع صحيفة يديعوت أحرونوت (146) صورةً في (30) مادة صحفية (أخبار ومقالات وتقارير)، منها (20) صورةً مكررةً في أكثر من مادة، بأعلى نسبة تكرار، بلغت (63.48%)، ونشر موقع صحيفة هآرتس (45) صورةً في (24) مادة صحفية، منها (9) صور مكررة في أكثر من مادة، بنسبة بلغت (19.57%)، فيما نشر موقع صحيفة يسرائيل هيوم (39) صورةً في (24) مادة صحفية، منها (8) صور مكررة في أكثر من مادة، بنسبة بلغت (16.95%)، علماً أن النسبة تخص الصور التي نشرت على تلك المواقع في فترة الدراسة الإستكشافية، بغض النظر عن تكرارها في أكثر من مادة، حيث وردت بعض الصور مكررة ولكن في سياق مختلف.

2. **المرحلة الثانية:** حلل الباحث الصور الصحفية التي نشرتها مواقع الدراسة، خلال فترة الدراسة الإستكشافية، فأظهرت عدداً من النتائج أبرزها ما يلي:

أ) غلب على الصور الصحفية لمسيرات العودة، استخدام إطار الصراع وإظهار العلامات والرموز الدالة عليه.

ب) إهتم موقع صحيفة يديعوت أحرونوت بشكل لافت بمسيرات العودة، بنسبة (63.48%)، وخصص لها عدداً كبيراً من الصور الصحفية.

ج) إهتم موقعاً صحيفة هآرتس ويسرائيل هيوم، بصور مسيرات العودة بصورة أقل من موقع صحيفة يديعوت أحرونوت، وتكررت لديهما عدد من الصور الخاصة بالمسيرات، ضمن مواد حملت نفس العناوين تقريباً، مع تميّز موقع صحيفة هآرتس عن الموقعين الآخرين بنشر مصدر كل صورة، فيما اعتمد موقع يديعوت أحرونوت على الوكالات الأجنبية بشكل أكبر من المصادر الأخرى بنسبة (49.3%).

د) ركزت الصور الخاصة بمسيرات العودة التي نشرتها مواقع الدراسة على إظهار الجماهير الفلسطينية الثائرة على الجدار الفاصل على طول الحدود، مع التركيز على إظهار عدم سلمية المسيرات، والتركيز على ملقي الحجارة والزجاجات الحارقة، ووحدات الكاوشوك، وقص السلك، والإرياك الليلي.

هـ) اعتمدت مواقع الدراسة الثلاثة على الصورة النمطية (المربعة والمستطيلة)، ولم يستخدم أي موقع من المواقع الصور الدائرية أو ذات الشكل الهندسي المختلف.

و) غالبية الصور كانت مصحوبة بكلام توضيحي مرافق للصورة، (62% من عينة الدراسة في موقع صحيفة يديعوت أحرونوت كانت صور مصحوبة بتعليق، مقابل (93%) في موقع صحيفة يسرائيل هيوم فيما جميع الصور في موقع صحيفة هآرتس كانت مصحوبة بتعليق). حيث وضع التعليق أسفل الصور في المواقع الثلاثة.

ز) لوحظ أن غالبية الصور المنشورة على مواقع الصحف الثلاثة كان مصدرها وكالات (AFP.EPA.AP.Reuters)، وقد اعتمدت يديعوت أحرونوت على وكالة (AFP) بنسبة (36%)، فيما اعتمد موقع صحيفة يسرائيل هيوم على وكالة (EPA) بنسبة أكبر من المصادر الأخرى بلغت (35%)، واعتمد موقع صحيفة هآرتس على مصوري هآرتس نفسها، بنسبة أكبر من المصادر الأخرى بلغت (53%).

بناء على نتائج الدراسة الإستكشافية، يرى الباحث وجود مشكلة حقيقية جديرة بالدراسة، للتعرف على دلالة تأطير الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية، والكشف عن طبيعة التناول الإعلامي "الإسرائيلي" لهذه القضية الهامة سواء من خلال عملية التأطير أو دلالة استخدام أطر خبرية دون أخرى.

#### رابعاً: مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة، في التعرف على أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة، في المواقع الإلكترونية للصحف "الإسرائيلية" اليومية، وتفسير دلالات تأطيرها، (الصريحة والكامنة)، والتعرف على موضوعاتها ومضامينها، ومصادرها، ومدى استخدام الرسائل الكلامية أو التعليق، وأنواعها وأساليب إبرازها، وموضع نشرها داخل تلك المواقع، وصولاً لتوضيح الكيفية التي تناولت بها مواقع الدراسة أحداث المسيرات، والفروق بينها، ودلالات ذلك، وحيث إن الدراسة تحليلية مقارنة، فإنها تحاول المقارنة بين مواقع الدراسة في كل ما يتعلق بفئات التحليل.

#### خامساً: أهمية الدراسة:

تختص الدراسة في التعرف على دلالة تأطير الصورة الصحفية لمسيرات العودة، في المواقع الإلكترونية للصحف "الإسرائيلية" اليومية، وبالتالي الكشف عن توظيف هذه الصور في بناء التحيزات والتأثير على الرأي العام "الإسرائيلي"، إذ تسعى الدراسة لفهم الآليات التي تستند عليها عملية تأطير الصورة الصحفية في مواقع الدراسة، بما تشكله الصورة ودلالاتها الرمزية من أهمية في تغطية الأحداث، وتوضح أهمية الدراسة من خلال جملة أمور أيضاً منها:

(أ) أصبحت الصورة الصحفية في ظل التطور التكنولوجي، رائدة الإعلام المعاصر، بما لها من تأثير قوي على الجمهور، كما أن الدراسة تختص بالمواقع الإلكترونية للصحف "الإسرائيلية" اليومية باللغة العبرية، وتأتي في إطار دراسات الصورة الصحفية التي لا زالت تفنقر لدراسات معمّقة، من حيث دراسة عناصرها وتأثيراتها وأساليب تأطيرها.

(ب) تقدم الدراسة ربطاً موضوعياً بين سيمياء الصورة ودلالات رموزها من ناحية، وتأطيرها من ناحية أخرى، وهو ما يسهم بشكل مباشر في فهم طبيعة السياسة الإعلامية "الإسرائيلية" تجاه الفلسطينيين والكشف عن أدق تفاصيلها.

(ج) عدم تطرق الباحثين السابقين للصورة الصحفية لمسيرات العودة في وسائل الإعلام "الإسرائيلية"، والكشف عن المضامين الخفية لتأطير الصورة الصحفية فيها، سواء على مستوى الصحف أو المواقع الإلكترونية.

#### سادساً: أهداف الدراسة:

انطلاقاً من المشكلة البحثية، تهدف الدراسة إلى التعرف على شكل ومضمون وأطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة، التي نشرتها مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية، (يديعوت أحرونوت، هآرتس، إسرائيل هيووم)، ودلالات تأطيرها، كما تشمل أهداف الدراسة ما يلي:

**(أ) الأهداف الخاصة بتحليل مضمون صورة مسيرات العودة:**

1. التعرف على ترتيب أولويات مواقع الدراسة فيما يخص الصورة الصحفية لمسيرات العودة.
2. التعرف على موضوعات الصورة الصحفية الخاصة بمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
3. التعرف على أهداف نشر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة واتجاهاتها.
4. التعرف على مصادر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
5. التعرف على الشخصيات المحورية في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
6. التعرف على الدلالات الرمزية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
7. التعرف على نوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لمحتواها في مواقع الدراسة والتعرف على النطاق الجغرافي الذي غطته.
8. التعرف على اهتمام مواقع الدراسة بالكلام المصاحب للصورة الصحفية لمسيرات العودة.
9. التعرف على الأطر الخبرية التي استخدمتها مواقع الدراسة في تأطير الصورة الصحفية لمسيرات العودة، ودلالات استخدام كل إطار منها.
10. التعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة في تناولها لمضمون الصورة الصحفية لمسيرات العودة.

**(ب) الأهداف الخاصة بتحليل شكل صورة مسيرات العودة:**

11. التعرف على أنواع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لأسلوب عرضها في مواقع الدراسة.
12. التعرف على الأشكال الفنية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة وحجمها.
13. التعرف على مواضع نشر الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل مواقع الدراسة وداخل الموضوعات.
14. التعرف على موضع الكلام المصاحب للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.
15. التعرف على مدى استخدام مواقع الدراسة للألوان والإطارات في إبراز الصورة الصحفية لمسيرات العودة.
16. التعرف على أوجه الاتفاق والإختلاف في تناول مواقع الدراسة لشكل الصورة الصحفية لمسيرات العودة.

## سابعاً: تساؤلات الدراسة:

### أ) التساؤلات الخاصة بتحليل مضمون صورة مسيرات العودة:

1. ما ترتيب أولويات مواقع الدراسة فيما يخص الصورة الصحفية لمسيرات العودة؟
2. ما الموضوعات التي تناولتها الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة؟
3. ما أهداف مواقع الدراسة التي سعت لتحقيقها بنشر الصور الصحفية لمسيرات العودة؟
4. ما اتجاهات استخدام مواقع الدراسة للصورة الصحفية لمسيرات العودة؟
5. ما مصادر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة؟
6. ما الشخصيات المحورية في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة؟
7. ما الدلالات الرمزية للصورة الصحفية لمسيرات العودة، التي استخدمتها مواقع الدراسة؟
8. ما أنواع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لمحتواها في مواقع الدراسة؟
9. ما النطاق الجغرافي الذي غطته الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة؟
10. ما مدى اهتمام مواقع الدراسة بكلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة؟
11. ما الأطر الخيرية للصورة الصحفية لمسيرات العودة التي استخدمتها مواقع الدراسة؟
12. ما دلالات استخدام كل إطار من الأطر الخيرية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة؟
13. ما أوجه الاتفاق والإختلاف بين مواقع الدراسة في تناولها لمضمون الصورة الصحفية لمسيرات العودة؟

### ب) التساؤلات الخاصة بتحليل شكل صورة مسيرات العودة:

14. ما أنواع الصورة الصحفية لمسيرات العودة، وفقاً لأسلوب عرضها في مواقع الدراسة؟
15. ما الأشكال الفنية للصور الصحفية لمسيرات العودة، في مواقع الدراسة؟
16. ما حجم الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة؟
17. ما المواضيع التي نشرت فيها مواقع الدراسة الصور الصحفية لمسيرات العودة داخل الموقع الإلكتروني؟
18. ما المواضيع التي نشرت فيها مواقع الدراسة الصور الصحفية لمسيرات العودة داخل الموضوعات نفسها؟
19. ما موقع الكلام المصاحب للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة؟
20. ما مدى استخدام الألوان والإطارات في إبراز الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة؟

21. ما أوجه الاتفاق والإختلاف بين مواقع الدراسة في تناولها لشكل الصورة الصحفية لمسيرات العودة؟

### ثامناً: الإطار النظري للدراسة:

اعتمد الباحث في دراسته على نظريتين إعلاميتين، هما نظرية ترتيب الأولويات "الأجندة"، ونظرية الإطار الإعلامي، وفيما يلي عرض لهاتين النظريتين، مع الإشارة إلى مدى استفادة الباحث منها في دراسته الحالية:

#### أ) نظرية ترتيب الأولويات "الأجندة":

تصنف هذه النظرية على أنها من نظريات القائم بالاتصال، ذلك لافتراض النظرية أن وسائل الإعلام، هي من يقوم بترتيب اهتمامات الجمهور، من خلال إبراز القضايا التي تستحق، وأهمال قضايا أخرى، فييدي الجمهور اهتمامه بهذه القضايا دون غيرها<sup>(1)</sup>.

ويعرف (M.Sanchez) عملية وضع الأجندة بأنها العملية التي بواسطتها تحدد وسائل الإعلام بِمَ نفكر، وحول ماذا نقلق، ويرى أن أول من لاحظ هذه الوظيفة هو (Lippmann) في العشرينيات من القرن الماضي، لذلك فإن وضع الأجندة هو عملية تهدف إلى إعادة صياغة جميع الأحداث، التي تقع في البيئة المحيطة بنا، إلى نموذج بسيط قبل أن نتعامل معها.<sup>(2)</sup> وتم تعريفها أيضا بأنها العملية التي تقوم بها الهيئات والمؤسسات التي تقدم الأخبار والمعلومات باختيار أو التأكيد على أحداث وقضايا ومصادر معينة لتغطيتها دون أخرى، ومعالجة هذه القضايا وتناولها بالكيفية التي تعكس اهتمامات هذه المؤسسات وأولويات المسؤولين الحكوميين ومتخذي القرار والصفوة<sup>(3)</sup>.

#### فروض النظرية:

إن الفرض الرئيس هو الإتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام، أي وجود ارتباط إيجابي بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة والجمهور، مما يشير إلى دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة، بنفس الترتيب الذي تعطيه الوسائل لهذه القضايا والموضوعات. كما توجد افتراضات أخرى خاصة بنظرية وضع الأجندة، وهي<sup>(4)</sup>:

1. تبني النظرية على افتراض أن لوسائل الإعلام تأثير قوي على العامة أو الجمهور.

(1) المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ص 89.

(2) حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، ص 4 - ص 5.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 5.

(4) المرجع السابق نفسه، ص 5 - ص 6.

2. أن الإتصال يبدو كعملية تركز على المرسل كمحور رئيسي بها.
3. تفترض النظرية أن الصحفيين ومصادرهم المختلفة والجمهور يفسرون الخبر أو القضية بنفس الطريقة أو بطريقةٍ مشابهةٍ تماماً.

وهناك إستراتيجيتان أساسيتان لوضع الأجندة، الأولى: وتقوم على دراسة مجموعة القضايا السائدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور، إما على فترة زمنية واحدة أو على فترتين، والثانية: وتقوم على دراسة قضية واحدة، سواء على فترة زمنية واحدة أو على فترات زمنية مختلفة، أي دراسة ممتدة<sup>(1)</sup>. ومن هذا المنطلق تميزت النظرية بثلاث سمات أساسية، وهي: النمو المستمر والمنظم للدراسات التطبيقية في مجال وضع الأجندة حتى يومنا، وقدرتها على تحقيق التكامل بين عددٍ من المجالات البحثية، وقدرتها على توليد قضايا بحثية، وأساليب منهجية جديدة، تتناسب المواقف والمتغيرات<sup>(2)</sup>.

### أهمية نظرية وضع الأجندة:

تعد هذه النظرية تحولاً في مسار الدراسات الإعلامية، واستطاعت أن تتطرق لجوانب جديدة في مجال بحوث التأثير، ومن أبرزها<sup>(3)</sup>:

1. دراسة علاقة الأفراد وطريقة تعاملهم مع البيئة المحيطة بهم، وتؤدي وسائل الإعلام الدور الأكبر في إعادة تقديم هذه البيئة بصورة مبسطة، وذلك باختيار بعض القضايا والتركيز عليها، مما يؤدي إلى إدراك الجمهور لأهمية هذه القضايا، وترتيبها بما يتناسب وطريقة تقديمها في وسائل الإعلام.
  2. أثبتت هذه النظرية وجود درجة عالية من الإتساق، بين قائمة أولويات وسائل الإعلام من ناحية، وقائمة أولويات الجمهور من ناحية أخرى.
  3. درست هذه النظرية إتجاه العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، واهتمت بأسلوب تناول وعرض القضايا، في وسائل الإعلام.
  4. لم تتجاهل النظرية الخصائص الديمغرافية للجمهور، والتي لها دور في وضع الأولويات.
- فوسائل الإعلام يمكن ان تؤثر على جدول الأعمال العام للجمهور من خلال تسليط الضوء على قضايا معنية والتركيز عليها على حساب قضايا أخرى فتغطية أي موضوع في وسائل الإعلام لا سيما عبر الإنترنت يزيد من اهتمام ووعي المستهلكين لتلك الموضوعات، ويؤثر على مستويات اهتماماتهم فتصميم أجندة وسائل الإعلام عملية سياسية مركزية بسبب

(1) مكايي والسيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، ص292.

(2) العبد وآخرون، نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية، ص324.

(3) حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، ص8-ص9.

الحوافز التي يقدمها لشخصيات وكيانات سياسية لتركيز عملها في بعض القضايا وبسبب تأثيرها على تكوين الرأي العام وتحديد هويته والأبعاد المهمة للعملية السياسية فإذا كان هناك موضوع معين يتلقى التغطية بشكل كبير فإن ذلك يأتي على حساب مواضيع أخرى (1).

### وظائف نظرية وضع الأجندة:

يمكن تحديد الوظائف التي تؤديها نظرية وضع الأجندة في أن عرض وسائل الإعلام لقضية معينة، يزيد من وعي الجماهير لتلك القضية، وبالتالي يمكن تمييز القضية الهامة، من بين القضايا التي تعرضها وسائل الإعلام، وأن النظرية تقوم بترتيب أولويات الجمهور، وذلك للتركيز على قضايا معينة دون أخرى (2).

وتتكون عملية وضع الأجندة من ثلاثة مكونات (3):

1. **المكوّن الأول/ أجندة الجمهور:** لوسائل الإعلام تأثير على أجندة الجمهور، من خلال اعتبارات معينة والتأكيد عليها، وتشمل (المألوفية، البروز الذاتي، التفضيل)، وتتكون من الأجندة الذاتية والأجندة الشخصية، والأجندة الخاصة بالمجتمع.
2. **المكوّن الثاني/ أجندة وسائل الإعلام:** وتتخذ من أولويات قضايا وسائل الإعلام، متغيراً تابعاً، وظهر هذا المجال البحثي مرتبطاً بالدراسات الاجتماعية وتشمل (الرؤية، البروز لدى الجمهور، التكافؤ) وتتكون من أجندة الصحف، وأجندة التلفزيون، وأجندة الوسائل الأخرى.
3. **المكوّن الثالث/ وضع أجندة السياسة العامة:** وتتخذ من أولويات قضايا السياسة العامة ودوائر صنع القرار، وأولويات اهتمام صانعي القرار، متغيراً تابعاً لها، بينما تمثل اهتمامات وسائل الإعلام المتغير المستقل، وتتشأ تلك الأجندة عن طريق الحكومة والسياسة، وتشمل (التأييد، والفعل المتوقع، وحرية اتخاذ القرار).

أما عن العوامل المؤثرة في وضع أجندة وسائل الإعلام، فبالتأثير ترتيب الأولويات بمجموعة من المتغيرات الخاصة بطبيعة القضايا من حيث هي ملموسة أم مجردة، ودرجة فضول الجمهور نحو القضايا، وأهمية القضايا، والخصائص الديمغرافية للجمهور، ومدى استخدام الاتصال المباشر، وتوقيت إثارة القضية، ونوع الوسيلة الإعلامية المستخدمة، والمدى الزمني المطلوب لإحداث التأثير (4).

(1) ليف أون، صحافة إلكترونية متنوعة، ص 47.

(2) حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، ص 10.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 11-ص 12.

(4) مكاوي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص 293.

ويعتمد الباحث في دراسته الحالية على نظرية "الأجندة"، ضمن سعيه لكشف أجندة مواقع الدراسة، فيما يخص الصورة الصحفية المتعلقة بمسيرات العودة، والتعرف على كيفية تشكيل هذه الأجندة، ومدى أولوية الصورة المتعلقة بالمسيرات في أجندة تلك المواقع.

#### ب) نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

تعد واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الإتصال، وتقدم تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وتفترض أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهاً من خلال وضعها في إطار "Frame" يحددها وينظمها، ويضفي عليها قدراً من الإتساق، من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع، وإغفال جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة، والإطار الإعلامي لقضية ما، يعني إنتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية، وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة، وتحديد أسبابها، وتقييم أبعادها، وطرح حلول مقترحة بشأنها<sup>(1)</sup>.

وبذلك فإن تشكيل الأنساق المعرفية للمتلقين، أو الأطر الإعلامية للرسائل والنصوص، يعتمد في هذه الحالة على الرموز والمعاني السائدة، والتلميحات الإجتماعية التي نعيش أسرى لها في حياتنا اليومية، وتستخدمها وسائل الإعلام لنشر الأفكار والآراء المستهدفة وتعزيزها، والإطار الإعلامي كما يعرفه "جوفمان"، هو بناء محدد للتوقعات التي تستخدم، لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الإجتماعية في وقت ما، ولذلك فإن عملية بناء الأنساق المعرفية، أو الأطر الإعلامية، تعتمد بداية على ما هو قائم من رموز وتلميحات، واستخدامها في تأكيد أو تعزيز المعاني الإتصالية في وسائل الإعلام<sup>(2)</sup>.

ولذلك فإن الإطار الإعلامي المستخدم، وإن كان يجذب الإنتباه بداية إلى موضوع المحتوى الإعلامي، لكنه في النهاية يستهدف التأثير وإقناع الجمهور، من خلال تدعيم جوانب معينة في إطار الواقع المدرك، وتقديمها وجعلها أكثر وضوحاً وبروزاً من غيرها<sup>(3)</sup>.

#### أهمية نظرية الإطار الإعلامي:

تؤكد الكثير من الدراسات على الأهمية الكبيرة التي تحظى بها عملية التأطير من خلال دورها في عملية الإتصال الجماهيري والتي تتحدد في قدرتها التأثيرية على كيفية تفسير

<sup>(1)</sup> المرجع السابق نفسه، ص 348

<sup>(2)</sup> عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ص 402

<sup>(3)</sup> المرجع السابق نفسه، ص 403

الجمهور للقضايا والأحداث المختلفة، وأنها أسلوباً ملائماً لاختبار مكانة وسائل الإعلام في السياق الدولي، كما تضيف معنىً على الأحداث والقضايا، كما تبرز قوة الأطر في مدى قدرتها على بناء أو هدم معالم أي نص إعلامي من خلال مفردات ومصطلحات متناقضة، وفي كونها واحدةً من الروافد الحديثة في دراسات الإتصال لأنها تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، ولأنها تمارس دوراً مؤثراً في تشكيل الواقع، كما يعدُّ مفهوم الإطار أساسياً في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الجدل حول القضايا والموضوعات المختلفة<sup>(1)</sup>.

ويجب التفريق بين نمطين أساسيين للأطر الإعلامية، الأول هو الإطار المحدد المرتبط بوقائع ملموسة: Episodic Frame وهو يركز على شرح القضايا المثارة، من خلال طرح نماذج ملموسة، ووقائع محددة، مثل حادث اغتيال أو انفجار مبنى. وأما الثاني فهو الإطار العام: Thematic Frame عكس السابق، حيث يعالج القضايا المثارة في سياقٍ مجردٍ، أو يتسم بالعمومية، مثل إرجاع الأسباب إلى الأوضاع السياسية والإقتصادية السائدة، أو بسبب التغيرات الإجتماعية أو المتغيرات الدولية<sup>(2)</sup>.

ويتحكم في تحديد الإطار الإعلامي خمسة متغيرات أساسية هي (مدى الإستقلال السياسي لوسائل الإعلام، ونوع مصادر الأخبار، وأنماط الممارسة الإعلامية، والمعتقدات الأيديولوجية والثقافية للقائمين بالإتصال، وطبيعة الأحداث ذاتها)، وتفترض البحوث الخاصة بهذه النظرية أن اختلاف وسائل الإعلام في تحديد الأطر الإعلامية يؤدي إلى اختلاف أحكام الجمهور المرتبط بكل وسيلة<sup>(3)</sup>.

### أنواع الأطر الإعلامية:

حدد الباحثان (Valkenburg & Semetko) أنواع الأطر الإعلامية، وفقاً للقضايا والأحداث، والتي يتم استخدامها بشكل متكرر، حيث أُجريت العديد من الدراسات لاختيار تأثير استخدام أنواع محددة من تلك الأطر على إدراك الرأي العام لتلك القضايا وهذه الأطر هي<sup>(4)</sup>:

1. إطار الصراع "Conflict Frame": يعتبر الأكثر انتشاراً واستخداماً في التغطية الإخبارية للقضايا، ويؤكد على عنصر الصراع بين الأفراد والجماعات والمؤسسات، وكثيراً ما يستخدم أثناء الحملات الإنتخابية.

(1) حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، ص 27

(2) مكايي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص 349-350

(3) المرجع السابق نفسه.

(4) حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، ص 34 ص 35.

2. إطار الاهتمامات الإنسانية "Human Intrests Frame": يركز على الجانب الشخصي والعاطفي للحدث، فيربط بين الحدث أو القضية، وبين عناصر عاطفية وجوانب إنسانية.
  3. إطار النتائج الاقتصادية "Economic Consequences Frame": يعرض الحدث أو الموضوع أو القضية، بإبراز النتائج والتأثيرات الاقتصادية على الفرد أو الجماعة أو الدولة.
  4. الإطار الأخلاقي "Morality Frame": يضع هذا الإطار الحدث أو القضية في سياق عقائدي، أو توصيف أخلاقي، ولا يستخدم بصورة مباشرة، وإنما باقتباس مقولات إضافية إلى العبارات الإستدلالية، بحيث يحتوي النص على رسالة أخلاقية أو كود محدد السلوك.
  5. إطار المسؤولية "Responsibility Frame": يقدم الموضوع، بأسلوب يربط بين مسؤولية تلك القضية أو الحدث، وبين أي فرد أو جماعة، ومسؤولية التسبب في المشكلة وحلها.
  6. إطار الإستراتيجية "Strategic Frame": يطلق عليه إطار اللعبة "Game Frame" ويستخدم بكثرة في الحملات الإنتخابية والتنافس بين المرشحين، ويستخدم في التغطية الإعلامية، من خلال مصطلحات إستراتيجية دالة عليه كالخسارة والمكسب وفرص الرهان. ويسعى الباحث في هذه الدراسة إلى توظيف نظرية تحليل الإطار الإعلامي، من خلال الأطر السابقة، للتعرف على أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة، التي استخدمتها مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية، خلال تغطيتها للمسيرات، ورصد آليات وأدوات عملية التأطير المستخدمة، ودلالات هذا التأطير وتأثيره على الرسالة الإعلامية.
- تاسعاً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

أ) نوع الدراسة: تدخل هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، ويهدف هذا النوع من الدراسات إلى جمع المعلومات اللازمة، لوصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة، بتحديد ماهية الأشياء، وتفاوت درجة الوصف من دراسة لأخرى، وفقاً لهدف الدراسة وتساؤلاتها<sup>(1)</sup>. والبحوث الوصفية تصف الظاهرة للوصول إلى أسبابها، والعوامل التي تتحكم فيها، واستخلاص النتائج والتعميمات، وذلك من أجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها<sup>(2)</sup>.

ب) مناهج الدراسة: اعتمد الباحث في دراسته الحالية، على منهجين أساسيين هما: منهج المسح الإعلامي، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وفيما يلي بيان ذلك:

1. المنهج المسحي (الدراسات المسحية): وهو من أبرز المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي، للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها،

(<sup>1</sup>) الحيزان، البحوث الإعلامية أسسها وأساليبها ومجالاتها، ص 24.

(<sup>2</sup>) المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ص 162

ويعرف هذا المنهج بأنه مجموعة الظواهر موضوع البحث، تضم عدداً من المفردات المكونة لمجتمع البحث، ولمدة زمنية كافية، بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها<sup>(1)</sup>. ويسعى أسلوب تحليل المضمون، إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها، من حيث الشكل والمضمون،<sup>(2)</sup>. وفي إطار هذا المنهج استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون للوصول لفهم شامل لمضمون وشكل الصورة الصحفية لمسيرات العودة، من خلال ما حدده من فئات.

2. **منهج دراسة العلاقات المتبادلة:** ويستخدم في الدراسات الوصفية الأكثر تعمقاً، وهي ما يمكن أن نطلق عليه الدراسات التشخيصية، أو دراسة العلاقات المتبادلة، يسعى فيها الباحثون إلى دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها، بهدف التعرف على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة، والوصول إلى استنتاجات وخلصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الإتجاه الإيجابي<sup>(3)</sup>. وفي إطار هذا المنهج استخدم أسلوب المقارنة المنهجية بين مواقع الدراسة فيما يخص استخدامها للصورة الصحفية لمسيرات العودة، في كل جزئية من جزئيات التحليل.

(ج) **أداة الدراسة:** اعتمد الباحث في دراسته الحالية على أداة استمارة تحليل المضمون، (تحليل المضمون وتحليل الشكل).

1. **إجراءات تصميم استمارة تحليل المضمون:** أعد الباحث استمارة تحليل مضمون، لجمع وتحليل المعلومات حول الصورة الصحفية لمسيرات العودة، من خلال وضع عدد من الفئات، التي تم تعريفها إجرائياً، بناءً على ما رشح للباحث من معلومات خلال الدراسة الإستكشافية، ومن خلال استفادته من الدراسات السابقة.

2. **فئات تحليل المضمون:** وهي المفهوم الجوهرية في تحليل المضمون، ويقصد بها التصنيفات الرئيسية والفرعية للمادة التي يتم تحليلها، ويتم تحديد فئات تحليل المضمون بناءً على أهداف البحث وتساؤلاته، وفروضه، بما فيها من متغيرات، ولا توجد فئات نمطية جاهزة للاستخدام في كافة البحوث، حيث تُحدد حسب طبيعة البحث، وموضوعه، وأهدافه، وفروضه وتساؤلاته، باعتبار أن تحديد فئات تحليل المضمون هو الخطوة الجوهرية، وتتوقف عليه النتائج، ومن الضروري ان تعبر فئات التحليل بدقة عن الموضوع ومشكلة البحث

(1) المرجع السابق نفسه، ص 163-164

(2) المرجع السابق نفسه، ص 165.

(3) حسين، بحوث الإعلام، ص 160.

وأهدافه وتساؤلاته وفروضه (1).

وتنقسم فئات التحليل إلى نوعين أساسيين هما:

أولاً: **فئات الموضوع (ماذا قيل):** ويتضمن هذا الجزء عدة فئات على النحو الآتي:

1. **فئة الموضوع:** وهي الفئة الأكثر استخداماً في دراسات تحليل المضمون، والتي تقوم بتصنيفه وفقاً لموضوعاته، وتجيب على التساؤل الأساسي الخاص بالموضوع، أو مجموعة الموضوعات التي تدور حولها المادة الإعلامية، والذي يترتب على الإجابة عليه تقدير درجة الأهمية والتركيز النسبي الذي توليه المادة الإعلامية للنقاط المختلفة في المضمون، ويتم تقسيم كل موضوع رئيسي إلى مجموعة موضوعات فرعية، وتتسم الموضوعات بوضوحها في إطار المادة الإعلامية، مما يجعل من السهل تحليلها، إلا أنها تختلف طبقاً لطبيعة هذه المادة الإعلامية (2).

وقسم الباحث فئة الموضوع إلى الفئات الفرعية الآتية:

- 1.1 **المسيرات الشعبية:** ويقصد بها الباحث الصور التي أرادت مواقع الدراسة من خلالها إيصال رسالة حول طبيعة المسيرات الشعبية نفسها، من حيث حجمها وأعداد المشاركين فيها.
- 1.2 **الاعتداء على المتظاهرين:** ويقصد بها الباحث، الصور التي تظهر قمع المشاركين في المسيرات، باستهدافهم بالقنابل الغازية، والرصاص المطاطي، وغيره.
- 1.3 **البالونات الحارقة:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، لتسليط الضوء على فعاليات إطلاق البالونات الحارقة، وما تشكله هذه الظاهرة من خطر.
- 1.4 **الإرياك الليلي:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، رغبة منها في توضيح طبيعة عمليات الإرياك الليلي، وتبرير سياسة الجيش قرب الحدود.
- 1.5 **الشهداء والجرحى:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، ويظهر فيها شهداء فلسطينيون وجرحى، من المشاركين في المسيرات، وعمليات نقلهم وإسعافهم.
- 1.6 **الحرائق:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، وتظهر حجم الضرر والحرائق التي تسببت بها البالونات الحارقة.
- 1.7 **غضب المستوطنين وفعاليتهم:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي تظهر ردة فعل المستوطنين، على ما تسبب به المتظاهرون من أضرار، لا سيما الحرائق في المحاصيل الزراعية وداخل المستوطنات، والإنزعاج من الإرياك الليلي.

(1) بركات، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، ص 259-260.

(2) حسين، بحوث الإعلام، ص 266.

- 1.8 **الاعتقال:** ويقصد بها الباحث، الصور التي يظهر فيها الجنود، وهم يعتقلون شباناً فلسطينيين، من المشاركين في المسيرات، أو ممن حاولوا التسلل للداخل المحتل.
- 1.9 **الوساطات والوفود الدولية:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، وتظهر الوفود الدولية والإقليمية، التي تزور القطاع ضمن مساعي التوصل للتهدة.
- 1.10 **مشاركة قيادة الفصائل الفلسطينية:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، وتظهر مشاركة قيادة الفصائل الفلسطينية في المسيرات، وسط جموع المشاركين.
- 1.11 **منع قوات الجيش "الإسرائيلي" اقتراب المتظاهرين من الحدود:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي تظهر قوات عسكرية "إسرائيلية"، تمنع المتظاهرين من الإقتراب من السياج.
- 1.12 **وصول المتظاهرين للسياج الفاصل:** ويقصد بها الباحث تلك الصور التي تظهر المشاركين في مسيرات العودة وهم قرب السياج الفاصل أو عنده مباشرة.
- 1.13 **فتح المعابر:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، وتظهر فتح الجيش "الإسرائيلي" للمعابر وإدخال شاحنات الوقود والغذاء، ضمن إطار النتائج الاقتصادية.
- 1.14 **الأنشطة والفعاليات الفصائلية والحزبية:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، وتُظهر فعاليات خاصة بالفصائل والأحزاب، خاصة حركة حماس.
- 1.15 **الفعاليات الشعبية:** ويقصد بها الباحث، تلك الفعاليات التي ينفذها المشاركون في المسيرات، وقد قسم الباحث هذه الفئة لفئتين فرعيتين:
- أ) **فعالية تراثية واجتماعية:** ويقصد بها الباحث، الفعاليات التي نفذها المواطنون الفلسطينيون المشاركون في المسيرات، سواء كانت أعراساً أو حفلات إحياء تراث وفلكلور شعبي، وسامر الدحية وغيرها من الفعاليات.
- ب) **فعاليات صلاة الجمعة:** ويقصد بها الباحث، الصور التي تظهر إقامة صلاة الجمعة على الحدود الشرقية لقطاع غزة، في مخيمات العودة الموزعة شرق المحافظات.
- 1.16 **التجهيزات الأمنية قرب السياج الفاصل:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، وتظهر تجهيزات الجيش قرب السياج الفاصل، وحجم الاستعداد الأسبوعي للتصدي للمتظاهرين ومنع أي حالات تسلل للداخل المحتل.
- 1.17 **وحدة قص السلك:** ويقصد بها الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة وتظهر وحدة قص السلك المكونة من عدد من الشبان الذين تتركز مهمتهم في قص السياج الفاصل على طول حدود غزة واحداث ثغرات فيه من خلال أدوات خاصة بقص الأسلاك.
- 1.18 **وحدة الكوشوك:** ويقصد بها الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة وتظهر وحدة

- الكوشوك من الشبان الذين تتركز مهمتهم في جلب إطارات الكوشوك للحدود وإشعالها.
- 1.19 **رفض صفقة القرن:** ويقصد بها الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة وتظهر الفعاليات والرموز الدالة على رفض الفلسطينيين لصفقة القرن كإحراق العلم الأمريكي أو صور الرئيس الأمريكي دونالد ترامب وغيرها.
- 1.20 **أخرى:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، ولا تندرج ضمن الفئات الفرعية السابقة.
2. **فئة الأهداف:** تسعى إلى التعرف على ما يريده الجمهور وما يتطلع للحصول عليه، وتستخدم هذه الفئة أحياناً في تحليل الموضوعات الخيالية والشخصيات للتعرف على الهدف الذي يسعون إلى تحقيقه، وعلى الرغبات التي يسعون إلى إشباعها<sup>(1)</sup>. ويقصد الباحث بفئة الأهداف، تلك الأهداف التي أرادت مواقع الدراسة تحقيقها، بنشر صور بعينها دون غيرها، وقد قسمها الباحث إلى الفئات الفرعية الآتية:
- 2.1 **إظهار عدم جدوى المسيرات:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي أوردتها مواقع الدراسة، لغرض التأكيد على أن المسيرات لن تحقق نتائج للفلسطينيين.
- 2.2 **بيان خسائر المستوطنين وسكان الغلاف:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، رغبةً منها في تسليط الضوء على حجم الخسائر والأضرار التي لحقت بالمستوطنين، في منطقة غلاف غزة، بسبب الفعاليات المصاحبة للمسيرات.
- 2.3 **بيان مشروعية وسائل الجيش "الإسرائيلي":** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، وتظهر استخدام الجنود للقنابل المسيلة للدموع، وبعض الوسائل المشروعة دولياً، مثل المياه العادمة وغيرها.
- 2.4 **إظهار استعدادات الجيش "الإسرائيلي" على الحدود:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، وتظهر استعدادات الجيش وتجهيزاته الأمنية والعسكرية للتصدي لأي اختراق أو تسلل أو محاولة تنفيذ عمليات من قِبَل المشاركين في المسيرات.
- 2.5 **إظهار إنسانية الجيش "الإسرائيلي":** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، وتظهر الجيش "الإسرائيلي" بمظهر أخلاقي وإنساني.
- 2.6 **ممارسة عمليات نفسية ضد المشاركين:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، في إطار العمليات النفسية والتأثير على المشاركين في المسيرات، وتظهر المقارنة بين صور مختارة للمشاركين في المسيرات، وصور لأشخاص آخرين يعيشون

(1) المرجع السابق نفسه، ص 266-ص 267.

حياتهم الطبيعية بعيداً عن المقاومة، بغرض التأثير النفسي عليهم.

2.7 إظهار جهود التهدة: ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، بغرض

التنظير لعدم رغبة الأطراف بالتصعيد أو الحرب، وأن كلا الطرفين معني بالتوصل للتهدة.

2.8 تبرير استهداف المتظاهرين: ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي توضح اقتراب

المشاركين في المسيرات من الحدود، وتشكيل خطورة على حياة الجنود، أو اقتلاع السياج

الفاصل، وزرع الإعلام الفلسطينية عليه.

2.9 إبراز استخدام المشاركين لوسائل خشنة: ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها

مواقع الدراسة، تظهر استخدام المشاركين في المسيرات لوسائل تظاهر خشنة، وقد قسم

الباحث هذه الفئة إلى الفئات الفرعية الآتية:

أ) القنابل والزجاجات الحارقة: ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي تظهر استخدام

المشاركين للزجاجات الحارقة "المولوتوف"، أو القنابل المتفجرة، وتبرر استهدافهم من قبل

الجيش "الإسرائيلي" وقناصته.

ب) السلاح: ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي تظهر استخدام المشاركين للسلاح، وتبرر

استهدافهم من قبل الجيش "الإسرائيلي" وقناصته.

ج) البالونات الحارقة: ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي خصصتها مواقع الدراسة،

لتسليط الضوء على خطر البالونات الحارقة، وقدرتها على إلحاق أضرار كبيرة

بالمستوطنين في غلاف غزة، لا سيما حرق المحاصيل الزراعية.

د) الإرباك الليلي: ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، حول

فعاليات الإرباك الليلي، سواء بالإضاءة أو الأصوات.

2.10 إظهار قدرات الجيش "الإسرائيلي" وسيطرته: ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها

مواقع الدراسة، رغبة منها في إبراز ثقة الجمهور "الإسرائيلي" بالجيش وسيطرته على

المسيرات، وقدرته الفائقة على مواجهتها بسهولة، وابتكار أدوات ووسائل لكل تحدي أمني

يطرحه المشاركون، إضافة لإبراز صورة القناصة على الحدود وانتشارهم بكثافة.

2.11 إبراز الدور المصري: ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، ويظهر

فيها صور الوفد الأمني المصري، ضمن مساعيه للتوصل للتهدة، ودوره في ضبط

المسيرات من خلال الضغط على قيادة حركة حماس.

2.12 إبراز الدور القطري: ويقصد بها الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، ويظهر

فيها السفير القطري، العمادي، أو توزيع المنحة، أو لقاءاته بقيادة حركة حماس والفصائل.

2.13 إبراز مشاركة المرأة الفلسطينية: ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، وتظهر المشاركة الفاعلة للمرأة الفلسطينية في المسيرات، وحجم مشاركتها الواسع في كافة الفعاليات، واستغلال حركة حماس للنساء والأطفال لفضح ممارسات الجيش.

2.14 أخرى: ويقصد بها الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة ولا تتدرج ضمن الفئات الفرعية السابقة، مثل (الإعتزاز بالهوية والكوفية الفلسطينية، واصل فكرة مسيرات العودة، والتضامن مع استشهاد الصحفي مرتجى، وإحراق وإهانة العلمين "الإسرائيلي" والأمريكي، ومنشورات الجيش التحذيرية للمتظاهرين، وإبراز دور حركة الجهاد الاسلامي في التسبب بحالات التصعيد، وغيرها).

3. فئة الإتجاه: وهي الفئة التي توضح التأييد أو الرفض أو الحياد في المضمون موضع التحليل، بالنسبة للمواقف أو القضايا أو الموضوعات المتضمنة فيه، فبينما توضح فئة الموضوع أن 50% من المضمون يركز على قضية معينة، توضح فئة الإتجاه أن هذه النسبة تؤيد أو تعارض هذه القضية (1).

وقد قسم الباحث فئة الاتجاه للفئات الفرعية الآتية:

3.1 اتجاه إيجابي: ويقصد به الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، وتظهر فيها علامات ومضامين وصور إيجابية نحو مسيرات العودة، توضح التقاف الشعب الفلسطيني حول خيار المقاومة، وصموده أمام الاحتلال "الإسرائيلي"، ورفضه للحصار، أو تلك الصور التي تظهر التضامن الدولي مع المسيرات وفعاليتها الحاشدة.

3.2 اتجاه سلبي: ويقصد به الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، وتتضمن إشارات وعلامات وصور، تظهر الإصابات والشهداء والأحزان والآلام والبكاء، أو تظهر المسيرات كظاهرة فوضوية، أو أنها مسيرات غير واضحة الأهداف، أو أنها مجرد أعمال شغب، ومن أمثلة الصور التي مثلت هذا الاتجاه تلك الصور التي أوضحت الإصابات والشهداء والأحزان، أو تلك التي أشارت لفوضوية المسيرات وعدم وضوح أهدافها.

3.3 محايد: ويقصد به الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، ولا تعبر عن أي موقف أو اتجاه، مع أو ضد المسيرات والمشاركين فيها، وعادة ما تكون واقعية غير منحازة، تحاكي المجريات والأحداث وتقلها كما هي.

4. فئة مصادر الصورة الصحفية: وهي الفئة الخاصة بالكشف عن الشخص أو المجموعة أو

(1) المرجع السابق نفسه، ص 266.

الجهة مصدر المعلومة (1).

وقد قسم الباحث هذه الفئة إلى الفئات الفرعية الآتية:

4.1 وكالات الأنباء الأجنبية: ولعله أهم المصادر على الإطلاق، وقد بينت الإحصاءات أن أكثر من (95%) من الأخبار الخارجية تأتي من هذا المصدر (2). ويقصد الباحث بهذه الفئة، الصور التي نقلتها مواقع الدراسة من وكالات الأنباء الأجنبية (العالمية)، والتي تركزت في عدد من الوكالات أهمها وكالات (AFP، EPA، رويترز).

4.2 صحف ومجلات "إسرائيلية": ويقصد بها الباحث، تلك الصحف والمجلات التي تصدر على مستوى الدولة (إسرائيل) واستعانت بها مواقع الدراسة، بنشر صور تخص مسيرات العودة، مصدرها تلك الصحف والمجلات.

4.3 صحف ومجلات دولية: لا ينكر أحد أن الصحف الدولية الكبرى، تعتبر مصدراً مهماً من مصادر الأخبار، خاصة إذا علمنا أن هذه الصحف تعتمد على مجموعة ممتازة من مراسليها في الخارج (3). ويقصد الباحث بهذه الفئة، الصور التي نقلتها مواقع الدراسة من صحف ومجلات دولية بغض النظر عن هويتها أو مكان صدورها.

4.4 الأرشيف: هو تلك المجموعة الضخمة من مواد الكتب والجرائد والمجلات والدوريات والنشرات والقواميس، أو المعاجم ودوائر المعارف، أو هو القصاصات المأخوذة من جميع هذه المصادر، وهو يوفر على القائمين بالتحضير جهوداً شاقة ووقتاً طويلاً في سبيل البحث عن هذه المعلومات التي يحتاجون إليها (4).

4.5 مصور الجيش "الإسرائيلي": ويقصد به الباحث، تلك الصور التي يسمح الجيش بنشرها، بعد مرورها على الرقابة العسكرية، والتي يقوم مصورون مختصون في المؤسسة العسكرية بالتقاطها، وتميرها للمؤسسات والوسائل الإعلامية داخل "إسرائيل".

4.6 مصور الصحيفة أو موقعها الإلكتروني: ويقصد به الباحث، مصور الصحيفة نفسها، والذي عادة ما تتم الإستعانة بصوره لتغطية الأحداث (في الداخل المحتل) على مستوى الصحيفة المطبوعة وموقعها الإلكتروني.

4.7 وسائل التواصل الاجتماعي الفلسطيني: ويقصد بها الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، وكان مصدرها فلسطينيون، نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.

(1) حسين، بحوث الإعلام، ص 267.

(2) حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، ص 140.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 143.

(4) المرجع السابق نفسه، ص 365.

4.8 وسائل التواصل الإجتماعي "الإسرائيلي": ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة، بنقلها عن بعض حسابات المستوطنين داخل "إسرائيل"، ممن نشروا تلك الصور على مواقع التواصل الإجتماعي، لا سيما صور الحرائق والأضرار قرب وداخل مستوطنات غلاف غزة، وتلك الصور التي تم نشرها على حسابات المستوطنين الخاصة.

4.9 الإنترنت: ويقصد بها الباحث تلك الصور التي استعانت مواقع الدراسة بشبكة الإنترنت بشكل عام للحصول عليها، دون الإشارة لمصدرها، سواء مواقع إخبارية أو مواقع تواصل اجتماعي فلسطينية أو "إسرائيلية".

4.10 بلا مصدر: ويقصد بها الباحث تلك الصور التي استعانت بها مواقع الدراسة دون الإشارة لمصدرها نهائياً.

4.11 أخرى: ويقصد بها الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة ولا تندرج ضمن الفئات الفرعية السابقة، مثل (وكالة MCT، موقع الصور gettyimages، وكالة الأنباء الألمانية DPA).

5. فئة الشخصيات المحورية: وهذه الفئة بجانب فئة الموضوع تشكل بناء أو تكوين الصورة في أغلب الحالات، وتعتبر المحركة للحدث أو الموضوع، وغالباً ما تختار هذه الصور لإبراز ما فيها من دلالات ترتبط بموضوع النص، مثل إيماءات الوجه، علامات السعادة والحزن، التأييد أو الاعتراض، الإنتباه أو عدم الإنتباه، ويمكن من خلال فئة الشخصيات التعرف على مراكز اهتمام الصحف بهذه الشخصيات وانتماءاتها<sup>(1)</sup>.

وقد قسم الباحث هذه الفئة إلى الفئات الفرعية الآتية:

- 5.1 شخصيات "إسرائيلية": ويقصد بها الباحث، الشخصيات التي تمثل "إسرائيل" رسمياً، سياسياً أو عسكرياً أو مدنياً، وتم تقسيمها على النحو الآتي:
- شخصيات رسمية: وهي الشخصيات التي تشغل مناصب سيادية سياسية، سواء من وزراء الحكومة أو نواب الكنيست أو مسؤولين رسميين في الدولة.
  - شخصيات عسكرية: وهي الشخصيات التي تمثل المستوى العسكري "الإسرائيلي" من قيادة الجيش وضباطه وجنوده.
  - مستوطنون: وهم المستوطنون الذين يعيشون في منطقة غلاف غزة سواء كانوا مدنيين عاديين أو من قيادات المستوطنين ورموزهم.

(1) تأثيرات الصورة بين النظرية والتطبيق، عبد الحميد وبهنسي، ص 86.

5.2 **شخصيات فلسطينية:** ويقصد بها الشخصيات التي تمثل فلسطين، على المستوى الرسمي

السياسي والعسكري والفصائلي والمدني، وتم تقسيمها على النحو الآتي:

- **شخصيات رسمية:** ويقصد بها الشخصيات التي تشغل مناصب رسمية في السلطة الفلسطينية، سواء في الضفة الغربية أو في قطاع غزة، بما في ذلك وزراء الحكومة الفلسطينية، ونواب المجلس التشريعي، ورؤساء الأجهزة الأمنية وغيرها.
- **شخصيات حزبية:** ويقصد بها الشخصيات القيادية في الأحزاب والفصائل الفلسطينية، على اختلاف أنواعها ومسمياتها.
- **شخصيات عسكرية:** ويقصد بها قيادة وعناصر الفصائل العسكرية.
- **شخصيات تمثل المجتمع المدني والمنظمات الأهلية:** ويقصد بها الشخصيات الرمزية والقيادية، والتي تقود عدد من الجمعيات المؤسسات والهيئات المدنية.
- **مدنيين فلسطينيين:** ويقصد بهم عامة الشعب والمدنيين الفلسطينيين المشاركين في المسيرات، دون أي صفة رسمية.

5.3 **شخصيات عربية:** ويقصد بهم الباحث، الشخصيات العربية ممن شاركوا في مسيرات

العودة، أو في إطار الوساطة الدولية، وتم تقسيم هذه الفئة الفرعية على النحو الآتي:

- **مسؤولون عرب:** ويقصد بهم المسؤولون العرب الذين يمثلون مستويات سيادية ورسمية بالنسبة لدولهم، ممن تم ابتعاثهم بشكل رسمي في مهمات رسمية.
- **مواطنون عرب (متضامنون):** ويقصد بهم مواطنون عرب عاديون ممن شاركوا في المسيرات، وتضامنوا مع فعالياتها، بصفة وفود أو بعثات أو متضامنين.

5.4 **شخصيات أجنبية:** ويقصد بهم الشخصيات التي تمثل دولاً أجنبية ممن كان لهم دور في

قضية مسيرات العودة، سواء من حيث الوساطة أو التضامن.

- **مسؤولون رسميون أجانب (مبعوثون وسفراء وممثلين):** وهم الذين يمثلون مستويات رسمية لدى دولهم، وتم ابتعاثهم في مهمات رسمية، بما فيها الوفود والبعثات التي تعبر عن تضامنها مع الفلسطينيين ومسيرات العودة.
- **متضامنون أجانب (مواطنون):** ويقصد بهم المواطنون الأجانب الذين يبديون تعاطفاً وتضامناً مع الفلسطينيين ومسيرات العودة.

5.5 **بدون شخصيات:** ويقصد بها الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة دون أي

يكون فيها أي شخصيات على اختلاف أنواعها وانتماءاتها.

6. **فئة الدلالات الرمزية للصورة الصحفية:** تحمل الصورة دلالات مختلفة، وتنتقل لنا رسائل

متعددة ذات رموز محددة يصعب فهمها، إلا إذا عرفنا فك رموزها، فالورد يرمز لحسن الجمال والإبداع، والحمامة ترمز للسلام، وبنديقية الكلاشنكوف ترمز إلى تحرر الشعب، وسنبلة الشعير ترمز إلى الغذاء، وقوس قزح يرمز للزواج والتحالف وغيرها الكثير<sup>(1)</sup>.  
وقد قسم الباحث فئة الدلالات الرمزية للصورة الصحفية للفئات الفرعية الآتية:

6.1 **علامة النصر:** ويقصد بها الباحث تلك الإشارة المعروفة لدى الفلسطينيين، برفع أصبعي السبابة والوسطى من كل يد، ورفعها للأعلى، والتي تشير إلى الصمود والتحدي، ومواصلة مقاومة الاحتلال "الإسرائيلي" رغم جبروته وطغيانه.

6.2 **الكوفية الفلسطينية:** ويقصد بها الباحث الوشاح الذي أصبح يستخدم رمزاً للثورة الفلسطينية، والذي كان يرتديه الرئيس الراحل أبو عمار على الدوام، والذي يشير إلى نضال وتمثيل الشعب الفلسطيني في كافة المحافل الدولية.

6.3 **المقلاع:** ويقصد به الباحث تلك الأداة أو الوسيلة التي اخترعها واستخدمها الفلسطينيون على مدار سنوات الاحتلال "الإسرائيلي"، وخاصة في الانتفاضات والثورات، تستخدم أداة صلبة مع المطاط، يوضع بها حجارة، ويتم رميها على الجنود، ولها عدة أشكال.

6.4 **إطارات الكاوتشوك:** وهي إطارات مطاطية تستخدم في عجلات المركبات على اختلاف أنواعها، تتكون من قرص مطاطي قابل للاشتعال، ويصدر دخاناً أسوداً كثيفاً حال اشتعاله، يستخدمه المتظاهرون في كافة أنحاء العالم، في المظاهرات والثورات، وأصبح رمزاً للتمرد والعصيان ضد الظلم.

6.5 **العلم الفلسطيني:** ويقصد بها الباحث العلم الفلسطيني نفسه، والذي كثر استخدامه في مسيرات العودة بشكل أكبر بكثير من رايات وأعلام الفصائل الفلسطينية.

6.6 **رايات وأعلام الفصائل الفلسطينية:** ويقصد بها الباحث تلك الرايات والإعلام التي اتخذتها الفصائل الفلسطينية رمزاً لها، وترفعها في كافة الفعاليات والنشاطات، وتشير عادة إلى طبيعة الحزب أو الفصيل، ورمزيته وانتمائه العقائدي والفكري والسياسي.

6.7 **مفتاح العودة:** والذي يرمز للاجئين الفلسطينيين، ويعتبر رمز العودة، ويشير إلى البيوت التي تركها اللاجئون الفلسطينيون في بلداتهم ومدنهم الأصلية، التي هجرهم الاحتلال "الإسرائيلي" منها، في عامي النكبة والنكسة وما بينهما.

6.8 **خريطة فلسطين:** والتي ترمز إلى تمسك الفلسطينيين بفلسطين التاريخية من البحر إلى النحر وعدم الاعتراف بشرعية الاحتلال او بدولة إسرائيل.

(1) سليمان، مدخل الى مفهوم سيميائية الصورة، ص 18 - ص 19.

- 6.9 الحشود والآليات العسكرية "الإسرائيلية": ويقصد بها الباحث، الآليات العسكرية للجيش "الإسرائيلي"، المستخدمة على طول حدود، أو خلال المواجهات العسكرية، وتشمل الآليات المصفحة بأنواعها، والحبيبات العسكرية المأهولة وغير المأهولة.
- 6.10 السياج الحدودي الفاصل: ويقصد به الباحث السياج المعدني الذي وضعه الجيش "الإسرائيلي" على طول الحدود مع قطاع غزة، وهو عبارة عن سلك شائك يكون بشكل عمودي أو على شكل حلقات به نتوءات حادة، ومثبت في الأرض بشكل جيد، ويمنع الجيش المواطنين الفلسطينيين من اجتيازه في كافة الأحوال والظروف.
- 6.11 الأطفال: ويقصد بهم الباحث المشاركين في مسيرات العودة من الأطفال الذين تقل أعمارهم عن 15 عاماً، من المشاركين في فعاليات المسيرات.
- 6.12 النساء: ويقصد بهن الباحث، النساء الفلسطينيات المشاركات في مسيرات العودة على اختلاف أعمارهن، وما يرتدنه من زي خلال مشاركتهن.
- 6.13 سيارات الإسعاف: ويقصد بها الباحث سيارات الإسعاف التابعة للجهات والمؤسسات الطبية الفلسطينية على اختلافها، والتي تساعد في نقل وعلاج المصابين والشهداء.
- 6.14 مشاركة المصابين وكبار السن: ويقصد بهم الباحث مصابي مسيرات العودة الذين عادوا للمشاركة في أحداثها رغم إصابتهم، أو المدنيين كبار السن ممن يعبرون عن تمسكهم بحق العودة.
- 6.15 أخرى: ويقصد بها الباحث تلك الصور التي لا تندرج ضمن الفئات الفرعية السابقة.
7. فئة نوع الصورة وفقاً لمحتواها: تصنيف الصور المنشورة في مواقع الدراسة، وفقاً لما تحويه من معلومات، أو وفقاً للدور الذي تؤديه، وقد لجأ الباحث إلى تقسيم فئة نوع الصورة وفقاً لمحتواها إلى الفئات الفرعية الآتية:
- 7.1 صور إخبارية مستقلة: الصور التي تؤدي وظيفة الإعلام بشكل مستقل، دون الحاجة إلى نص مصاحب، سوى التعليق الذي يقوم بدور ثانوي في تحقيق وظيفة الإعلام<sup>(1)</sup>.
- 7.2 صور إخبارية تابعة: ويقصد بها الصور التي تؤدي وظيفة الإعلام بشكل مصاحب لنص، تقوم الصور بتدعيم القيم الإخبارية التي يشتمل عليها<sup>(2)</sup>.
- 7.3 صور موضوعية: وهي التي تجسد موضوعاً وتعبّر عنه في وقت حدوثه، أو بعد توقف القارئ أو علمه بوقوع الحدث أو الموضوع، وتبرز أهمية الصور الموضوعية في

(<sup>1</sup>) عبد الحميد وبهنسي، تأثيرات الصورة الصحفية بين النظرية والتطبيق، ص 152.  
(<sup>2</sup>) المرجع السابق نفسه، ص 152.

الأزمات، مثل حدوث الكوارث الطبيعية، إذ ينشد القارئ أن تطلع الجريدة بآثار خلفية هذه الكوارث، ومن هنا فإن الصورة الموضوعية تعد أكثر الصور أهمية في الصحيفة، لما تبرزه من تفاصيل عديدة حول الموضوعات التي تصاحبها (1).

7.4 صور شخصية: ويقصد بها صور الشخصيات المحورية، التي يدور حولها موضوع الرسالة الإتصالية (2).

8. فئة النطاق الجغرافي للصورة: ويقصد بها الباحث، المكان الجغرافي الذي نقلت الصورة ما يدور فيه من أحداث مسيرات العودة، وقد قسمها الباحث إلى الفئات الفرعية الآتية:

8.1 السياج الحدودي شرق قطاع غزة: ويقصد بها المنطقة الجغرافية الممتدة على طول الحدود الشرقية لقطاع غزة، في كافة المحافظات، والتي تمثل نقاط تجمع المشاركين في مسيرات العودة، وأماكن عقد الفعاليات والاشتباك مع الجيش "الإسرائيلي". وقد قسمها الباحث لثلاث فئات فرعية، (شمال قطاع غزة، وسط قطاع غزة، جنوب قطاع غزة).

8.2 منطقة غلاف غزة (المستوطنات المجاورة): ويقصد بها الباحث، المنطقة الجغرافية المحاذية لقطاع غزة، في الداخل المحتل، وتنتشر فيها المعتصبات والمستوطنات التي تضررت من فعاليات المسيرات ونشاطاتها.

8.3 أخرى: ويقصد بها الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة حول مسيرات العودة وتشير لأماكن ومناطق جغرافية أخرى غير التي ذكرت، مثل المسيرات المتضامنة مع غزة في الضفة الغربية أو في أمريكا وأوروبا أو في العواصم العربية.

9. فئة كلام الصورة: ويقصد بها الباحث، الكلام الشارح والمعرف بالصورة، والذي يوضح بعض التفاصيل مثل مكانها أو الأشخاص الذين يظهرون فيها، أو مصدرها، وغيرها من التفاصيل، وعادة ما يكون الكلام المصاحب للصورة أسفلها، وقد قسم الباحث هذه الفئة للفئات الفرعية الآتية:

9.1 صورة بكلام: ويقصد بها الباحث تلك الصور المصحوبة بكلام "تعليق" مع الصورة، يوضح بعض التفاصيل، بحيث يوضح الظروف والأماكن التي التقطت بها الصورة، ومصدرها وموضوعها وبعض التفاصيل الأخرى.

9.2 صورة بدون كلام: ويقصد بها الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة مجردة، غير مصحوبة بأي تعليق أو كلام.

(1) خليل، فن الإخراج الصحفي، ص 154.  
(2) عبد الحميد وبهنسي، تأثيرات الصورة الصحفية بين النظرية والتطبيق، ص 153.

10. فئة أطر الصورة الصحفية: حيث توضح هذه الفئة أبرز أطر الصورة الصحفية التي استخدمتها مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية في معالجتها لقضية مسيرات العودة، وتضم هذه الفئة الفئات الفرعية الآتية:

10.1 إطار الصراع: ويقصد به الباحث، تلك الصور التي تم عرضها في إطار الصراع بين الفلسطينيين والاحتلال "الإسرائيلي"، خاصة وأن قضية العودة وحق العودة من قضايا الصراع الأولى التي لا تزال آثارها وتأثيراتها مستمرة.

10.2 إطار الاهتمامات الإنسانية: ويقصد به الباحث تلك الصور التي تم عرضها ونشرها في إطار الاهتمامات الإنسانية والتعاطف مع المتظاهرين الفلسطينيين من ناحية أو التعاطف مع المستوطنين سكان الغلاف من ناحية أخرى، وقد تم تقسيمها لفئتين:

- فئة الاهتمامات الإنسانية الخاصة بالمتظاهرين: ويقصد بها الباحث اهتمام مواقع الدراسة بالمتظاهرين من حيث إظهار الإصابات مثلاً والحاجة للعلاج أو فتح المعبر.
- فئة الاهتمامات الإنسانية الخاصة بالمستوطنين: ويقصد بها الباحث الصور التي عبرت من خلالها مواقع الدراسة عن الاهتمام بشأن مستوطني غلاف غزة باعتبارهم الأكثر تضرراً مثل الحرائق والخوف من أصوات الاريالك الليلي وغيرها.

10.3 إطار النتائج الاقتصادية: ويقصد به الباحث، تلك الصور التي تم عرضها ونشرها في إطار إبراز النتائج الاقتصادية وتأثير مسيرات العودة على الوضع الاقتصادي للجانب الفلسطيني أو الاحتلال "الإسرائيلي". وقد قسمها الباحث لفئتين:

- فئة النتائج الاقتصادية الخاصة بالفلسطينيين: ويقصد بها الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة وتظهر الوضع الاقتصادي السيء للفلسطينيين أو وقوفهم طوابير لاستلام المنحة القطرية.
- فئة النتائج الاقتصادية الخاصة بالمستوطنين: ويقصد بها الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة وتركز على خسائر المستوطنين للمحاصيل التي تم حرقها أو تعطل مصالحهم الاقتصادية لا سيما في منطقة الغلاف.

10.4 إطار المسؤولية: ويقصد به الباحث، تلك الصور التي تم عرضها أو نشرها في إطار الإشارة إلى المسؤولية عن أحداث مسيرات العودة أو الجهات المسؤولة عن استمرارها والتسبب بها. وقد قسمها الباحث لفئتين:

- مسؤولية الفصائل الفلسطينية عن الأحداث.
- مسؤولية الجيش والحكومة "الإسرائيلية" عن الأحداث.

10.5 **الإطار الأخلاقي:** ويقصد به الباحث، تلك الصور التي تم عرضها أو نشرها في إطار إظهار الوجه الأخلاقي للجيش "الإسرائيلي" في التعامل مع المتظاهرين في مسيرات العودة، أو في التعامل مع المتسللين للداخل المحتل الذين يتم ضبطهم أثناء التسلل.

10.6 **إطار الإستراتيجية:** ويقصد به الباحث، تلك الصور التي عرضتها أو نشرتها مواقع الدراسة في إطار الموازين الإستراتيجية من حيث الربح والخسارة، أو من حيث النصر والهزيمة. وقد قسمها الباحث لفئتين فرعيتين هما:

- **الربح والخسارة:** ويقصد بها الباحث تلك الصورة التي نشرتها مواقع الدراسة وأشارت من خلالها لميزان الربح والخسارة بالنسبة للمتظاهرين وأنها لم تجلب لهم أي نتائج مريحة وكان ثمنها باهظاً وذلك في إطار العمليات النفسية للتأثير على المتظاهرين.
- **النصر والهزيمة:** ويقصد بها الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة في إطار بيان النصر للمتظاهرين أو المستوطنين من حيث الانتصار في المواجهة أو الهزيمة كما حدث في بعض أيام المواجهات على السياج.

10.7 **إطار الدعم والمساندة "الجيش" "الإسرائيلي":** ويقصد به الباحث، تلك الصور التي تم عرضها أو نشرها في إطار إظهار الدعم والمساندة للجيش "الإسرائيلي" وسلوكه الميداني في التعاطي مع المتظاهرين في مسيرات العودة.

10.8 **إطار التهديد والتخويف:** ويقصد به الباحث، تلك الصور التي عرضتها أو نشرتها مواقع الدراسة في إطار إظهار تهديدات الجيش وتخويفه للمتظاهرين لا سيما من خلال بعض الأدوات والوسائل الميدانية.

10.9 **إطار البدائل:** ويقصد به الباحث تلك الصور التي نشرتها أو عرضتها مواقع الدراسة في إطار طرح بدائل وحلول أمام المتظاهرين والمسؤولين عن مسيرات العودة، من أجل وقفها ومنع استمرارها.

10.10 **إطار الحق الشرعي:** ويقصد به الباحث تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة في إطار إظهار وإبراز الحق الشرعي للجيش "الإسرائيلي" في الدفاع عن "إسرائيل" وحماية حدود الدولة من المظاهرات أو عمليات التسلل.

10.11 **أخرى:** ويقصد بها الباحث، تلك الصور التي نشرتها مواقع الدراسة ولا تندرج ضمن الفئات الفرعية السابقة، كأن تكون أطر محددة بقضية أو غيرها.

**ثانياً: فئات الشكل (كيف قيل):** ويتضمن هذا الجزء، الفئات الخاصة بشكل الصورة الصحفية الخاصة بمسيرات العودة وإخراجها، وكيفية عرضها داخل المواقع الإلكترونية "الإسرائيلية" عينة

الدراسة، وتشمل الفئات الآتية:

11. **فئة نوع الصورة من حيث أسلوب عرضها:** هناك أكثر من تصنيف للصور التي تنشر في الصحافة، كل تصنيف منها ينظر إليها من زاوية معينة، ويقسمها إلى أنواع عديدة، فمن ناحية زاوية الشكل الفني للصورة، فإن محمود علم الدين يقسمها إلى أنواع ثلاثة:

11.1 **الصورة المفردة:** وقد تكون صورة شخصية بورتريه، أو صورة لمكان أو قافلة أو حيوان أو غير ذلك، المهم أنها صورة واحدة تنشر بمفردها، وتؤدي وظيفتها، وتستعمل هذه الصور بكثرة في الجرائد، خاصة مع الأخبار.

11.2 **سلسلة صور:** وهي سلسلة من الصور عن موضوع واحد من أكثر من وجهة نظر، يتم التقاطها خلال فترات زمنية طويلة، ويستخدم هذا النوع بكثرة في المجالات المصورة.

11.3 **المشهد المتعاقب:** وهو عبارة عن مشهد أو مجموعة من اللقطات لموضوع واحد من وجهة نظر واحدة، وفي فترات زمنية قصيرة (1).

11.4 **صفحات مصورة:** تكون عبارة عن مجموعة صور حول موضوع معين تغطيه من جميع جوانبه، وعادة ما تستخدم في بعض المناسبات العامة والمعروفة.

12. **فئة الشكل الفني للصورة:** وهو الشكل الهندسي الذي تظهر فيه الصورة بعد طبعها، وهناك عدة أنواع لقطع الصورة، هي القطع المستطيل والمربع، والصور ذات القطع غير المألوف مثل القطع الدائري والبيضاوي، إلى جانب القطع المفرغ (الديكوبيه) والمثلث والمعين والأشكال غير المنتظمة، ويعد الشكل المستطيل هو الأنسب والأفضل، وذلك لأن إستطالة الصورة تعطي لها قيمةً تأكيديةً وإبرازيةً، ويحقق المزيد من جذب الانتباه (2). ويمكن تقسيم الصور وفقاً للشكل الهندسي إلى ما يلي (3):

12.1 **الشكل المربع للصورة:** وهو الشكل الذي تتساوى فيه الأضلاع الأربعة للصورة، وهو يناسب الصورة الشخصية والمفردة، وينصح بعض التيبوغرافيين بالبعد تماماً عن الشكل المربع، لأنه يوصي بالجمود والرتابة، نظراً لتساوي أضلعه وزواياه الأربعة.

12.2 **الشكل الدائري للصورة:** وهو من الأشكال المفضلة والمريحة لبصر القارئ، وقد قاس علماء النفس كمية الطاقة العصبية التي تتطلبها رؤية الهيئات، فوجدوا أن الدائرة هي الأسهل، وأرجعوا سبب راحة العين لتلك الأشكال، أنها تجري على إطارها الخارجي دون توقف أو تمييز لبدائية أو نهاية، مما يعطي شعوراً بالحركة، وهو ما يعطي الشكل الدائري

(1) الغباشي، صحافة الأطفال في الوطن العربي، ص 358.

(2) سليمان، الإتجاهات الحديثة في إخراج الصورة الصحفية على الصحف المصرية والأجنبية، ص 44.

(3) اسماعيل، فن الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق، ص 129-140.

قوة جذب أكثر من الأشكال الرباعية والساكنة الأخرى.

12.3 **الشكل المستطيل للصورة:** وهو الشكل الذي تظهر فيه الصورة متساوية في طول كل ضلعين متقابلين، ويستخدم هذا النوع في صور الموضوعات والصور الجمالية والدلالية والخبرية، ويرى البعض أن الشكل المستطيل بنسبته التقليدية (5:3) يعد من الأشكال التي ترتاح إليها العين.

12.4 **الأشكال الهندسية غير التقليدية:** هناك أشكال هندسية غير تقليدية تستخدمها الصحف في أشكال الصور، ومن تلك الأشكال المثلث والمعين ومتوازي الأضلاع وشبه المنحرف، وهذه الأشكال قد تثير الإحساس بالإرتباك وعدم الإستقرار، نظراً لما تحدثه من قلق في التكوين المرئي على الصفحة.

12.5 **الصورة محذوفة الخلفية (الديكوبيه Decoupe):** هي تلك الصورة التي يظهر فيها الشكل المراد إظهاره فقط، دون باقي الأجزاء غير المهمة داخل كادر الصورة، وتتميز بأنها أقدر أشكال الصور على إبراز الحركة والتركيز، على ما يراد لفت النظر إليه في الصورة.

13. **فئة حجم الصورة:** ويقصد بها الباحث حجم الصورة نفسها، وامتدادها على عدد من الأعمدة في الصحيفة الورقية أو ما يقابها من مساحة في المواقع الإلكترونية، وقد قسم الباحث هذه الفئة إلى الفئات الفرعية الآتية:

13.1 **الصورة الصغيرة:** ويقصد بها الباحث الصورة التي تقع على عمود واحد.

13.2 **الصورة المتوسطة:** ويقصد بها الباحث الصورة التي تمتد على عمودين أو ثلاثة أعمدة.

13.3 **الصورة الكبيرة:** ويقصد بها الباحث الصورة التي تمتد على أربعة أعمدة فأكثر.

14. **فئة موقع الصورة داخل الموقع الإلكتروني وبالنسبة للموضوع:**

14.1 **موقع الصورة داخل الموقع الإلكتروني:**

- **الواجهة الرئيسية:** ويقصد بها الباحث، الصور التي نشرتها مواقع الدراسة على الواجهة الرئيسية لكل موقع، وليس داخل التبويبات والتقسيمات الداخلية.
- **الواجهات الداخلية:** ويقصد بها الباحث، الصور التي نشرتها مواقع الدراسة داخل التبويبات والتقسيمات الداخلية لكل موقع من مواقع الدراسة.

14.2 **موقع الصورة من الموضوع:** وهي من الفئات الشكلية التي توضح مدى الاهتمام بعرض الموضوع، حيث تؤدي دراسة موقع المادة موضع التحليل في الوسيلة الإعلامية ومقارنتها بالأهمية النسبية لكل موقع طبقاً لما أسفرت عنه دراسات القارئ والإستماع والمشاهدة إلى التعرف على درجة الأهمية النسبية الخاصة بكل موضوع من الموضوعات الخاضعة

للتحليل (1). وقد قسمها الباحث إلى الفئات الفرعية الآتية:

- **أعلى الموضوع:** ويقصد به موقع الصورة الصحفية أعلى الموضوع أو الخبر الذي وردت فيه، بحيث تكون مستهل نظر القارئ، قبل قراءة نص الخبر أو الموضوع.
- **أسفل الموضوع:** ويقصد به الباحث موقع الصورة الصحفية أسفل الموضوع أو الخبر الذي وردت فيه، بحيث تكون في نهاية نص الخبر أو الموضوع.
- **أحد جانبي الموضوع:** ويقصد به الباحث موقع الصورة الصحفية على أحد جانبي الموضوع، يميناً أو يساراً، بحيث تكون مرافقة ومتزامنة لنص الخبر أو الموضوع.
- **وسط الموضوع:** ويقصد به الباحث موقع الصورة الصحفية وسط الخبر أو الموضوع الذي وردت فيه، فنتوسط الصورة نص الخبر مرة أو عدة مرات.

15. **فئة موقع كلام الصورة:** كتابة الكلام أو التعليق أو الشرح المصاحب للصورة، هو ما يطلق عليه تحرير الصورة الصحفية، وكلام الصورة يعرّف الأشخاص والأماكن، ويفسّر العلاقات، ويحدّد وقت وقوع الحدث الذي جمّده الصورة، ويخبر القارئ عما يحدث، ويستطيع أن يشير إلى تفاصيل دقيقة (2).

وقد قسم الباحث هذه الفئة إلى الفئات الفرعية الآتية:

- 15.1 **أسفل الصورة:** أثبتت الدراسات الصحفية أن كلام الصورة يمكن أن يأخذ أكثر من موضع بالنسبة للصورة المصاحبة، فقد يوضع في أعلاها أو في أسفلها، أو على أحد جانبيها، أو يفرغ داخل الصورة، ومن الأفضل يوضعه في إتجاه حركة العين ومسارها على الصفحة بصفة عامة، بحيث يتجنب إرباك العين وإرهاقها (3).
- 15.2 **أعلى الصورة:** ويقصد به الباحث ان يكون كلام الصورة أعلاها، ووفقاً لمتابعة الباحث فإن هذا الأسلوب قليل الاستخدام في الصحافة "الإسرائيلية" المطبوعة والإلكترونية، وكثير من المخرجين الصحفيين يعتبرونه ضعيفاً لاعتماد عين القارئ على الصورة الأكثر وزناً وثقلاً من الكلام نفسه.
- 15.3 **الجانب الأيمن للصورة:** ويقصد به الباحث، الكلام الذي يتم وضعه على جانب الصورة الأيمن، خاصة في اللغتين العربية والعبرية باعتبار مسار عين القارئ باتجاه الكتابة من اليمين إلى اليسار، وعدم تشتتها.
- 15.4 **الجانب الأيسر للصورة:** ويقصد به الباحث الكلام المصاحب للصورة الصحفية والذي

(1) حسين، بحوث الإعلام، ص 270.

(2) اسماعيل، فن الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق، ص 140-143.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 143.

يكون يسار الصورة نفسها.

15.5 **على الصورة نفسها:** ويقصد به الباحث، الكلام الذي يتم تفرغته داخل الصورة ليصبح

جزءاً منها، كأنهما وحدةً بصريةً واحدة، ويعد من الأساليب الحديثة في إخراج الصورة

الصحفية، لا سيما بعد توفر البرامج التكنولوجية الخاصة بمعالجة الصورة وإخراجها.

16. **فئة استخدام الألوان:** تحقق الألوان مزيداً من الانتباه والتركيز، بالنسبة للموضوع الذي

تستخدم الألوان في نشره، سواء استخدمت الألوان في العناوين أو الصور المصاحبة<sup>(1)</sup>. وقد

أصبحت الألوان من العناصر المهمة في جذب انتباه الجمهور، حيث يسعى المصور للقيام

بهذا التأثير من خلال التأثير في سيكولوجية المتلقي<sup>(2)</sup>.

**وقد قسم الباحث هذه الفئة إلى الفئات الفرعية الآتية:**

16.1 **صور ملونة:** فإدخال الألوان إلى الصورة الصحفية يضيف عليها المزيد من الواقعية

والمزيد من جذب بصر القارئ، بالإضافة إلى دعم موقف الصحيفة، والتنافس في مواجهة

الصحف الأخرى من ناحية، ومواجهة وسائل الإعلام من ناحية أخرى، خاصة أننا في

عصر صار فيه اللون أساس في السينما والتلفزيون وسائر مناحي الحياة الأخرى<sup>(3)</sup>.

16.2 **صور غير ملونة:** ويقصد بها الباحث الصور التي نشرتها مواقع الدراسة غير ملونة

(أبيض وأسود)، ووفقاً لمتابعة الباحث للإعلام "الإسرائيلي"، فإنه من النادر جداً استخدام

هذه الصور في المواقع الإخبارية "الإسرائيلية"، وعادة ما يتم نشر صور مماثلة تكون من

الأرشيف القديم في موضوعات محددة.

17. **فئة استخدام الإطارات:** والإطار هو حدود حول الصورة من جوانبها الأربعة، وإطار

الصورة هو الذي يحدد حوافها على الصفحة، أما بالنسبة لعملية تسييج الصورة أو

إحاطتها بإطار، فينصح العديد من التيبوغرافيين بضرورة إحاطة الصورة بإطار

يفصلها عما حولها، والبعض الآخر ينصح بتسييج الصورة بطريقة درامية، وهناك من

التيبوغرافيين من يرى أن البياض هو أفضل وسيلة لتسييج الصورة<sup>(4)</sup>.

**وقد قسم الباحث هذه الفئة إلى الفئات الفرعية الآتية:**

17.1 **صور بإطار:** وهي الصور التي تم استخدام إطار حولها.

17.2 **صور بدون إطار:** وهي الصور التي نشرت كما هوي بدون إطار.

(1) حسين، بحوث الإعلام، ص 271.

(2) خليل، فن الإخراج الصحفي، ص 197.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 196.

(4) اسماعيل، فن الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق، ص 139.

## عاشراً: مجتمع الدراسة وعينتها:

### 1. مجتمع الدراسة:

تبيّن للباحث أن الصحف الإخبارية اليومية الرسمية، التي تصدر في "إسرائيل" ولها مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت أربعة صحف رئيسية (يديعوت أحرونوت، يسرائيل هيوم، هآرتس، معاريف)، إضافة لعدد آخر من الصحف اليومية التي تصدر على نطاق أضيق، تخص الجمهور "الحريدي" المتدين مثل صحيفة "يتيد نثمان" التي كانت تصدر في مدينة "بني براك" وتخص اليهود المتدينين الأشكناز وحزبهم السياسي "يهودوت هتوراة"، ومثل صحيفة "Hapeles" قليلة الانتشار التابعة "للحريديم" في منطقة القدس، وصحيفة "Hamodia" (1) التابعة "للحريديم" الأرثوذكس، الذين انحدروا من أوروبا، ولا تزال تصدر ولها موقع على الإنترنت، وتحظى بانتشار في كل من أمريكا وبريطانيا ولكنها تنشر باللغة الإنجليزية، وليس العبرية. أيضاً هناك صحيفة "هموديع" وهي صحيفة أرثوذكسية تتبع حزب "أغودات يسرائيل" المتدين، تصدر منذ عام 1950، وواجهت صعوبات في النشر في عام 2014م، وتم بيعها لمجموعة مالكين من الطائفة "الحسيدية" (2) ولها موقع على الإنترنت.

كذلك هناك صحف تخص بعض الأقليات والتجمعات مثل اليهود الروس، أو تلك الخاصة ببعض الأحزاب السياسية مثل صحيفة "هتسوفيه" التي تم دمجها بصحيفة "مكور ريشون"، التابعة للحريديم، وهناك أيضاً صحف اقتصادية مثل (كالكايسيت التابعة لصحيفة يديعوت أحرونوت، وصحيفة جلوبس المسائية، و TheMarker التابعة لصحيفة هآرتس) وهي صحف اقتصادية ليست ذات علاقة بموضوع الدراسة الحالية.

وحيث تركز الدراسة الحالية على الصحف "الإسرائيلية" اليومية الرسمية، التي تصدر باللغة العبرية ولها مواقع على شبكة الإنترنت، وهي هنا الصحف الرئيسية الأربع، (يديعوت أحرونوت، هآرتس، معاريف، يسرائيل هيوم). علماً أن الباحث اعتمد على ثلاثة منها هي كل من (يديعوت أحرونوت، وهآرتس ويسرائيل هيوم) واستثنى موقع صحيفة معاريف، باعتبار استحواذ صحيفة جيروزالم بوست عليه منذ عام 2014م (3)، واكتفاء الباحث بهذه المواقع واعتبارها ممثلة وكافية لقياس التعاطي "الإسرائيلي" اعلامياً مع صور مسيرات العودة، وفيما يلي تعريف بمواقع هذه الصحف على شبكة الإنترنت بشكل مختصر؛ حيث توسع الباحث في التعرض لها في الفصل الثالث:

(1) ترجمة حرفية عن موقع صحيفة Hamodia، (موقع إلكتروني).

(2) ترجمة حرفية عن موقع صحيفة "هموديع"، (موقع إلكتروني).

(3) موقع صحيفة معاريف، (موقع إلكتروني).

## أ) موقع صحيفة "يديعوت أحرنوت":

ثاني أكبر صحيفة شعبية في "إسرائيل"، أنشأها المثقف اليهودي "أرنون موسى" عام 1939م، كجريدة مسائية، ثم تطورت لصباحية، في عام 1948م، كانت الصحيفة المسائية تحظى باهتمام شعبي واسع، لكنها عانت من أزمة مالية خانقة، توقفت على إثرها، ثم عادت للعمل مجدداً<sup>(1)</sup>. وتشير الصحيفة في موقعها على الإنترنت أنها تمتلك معايير مهنية لتكون مصدراً موثقاً ودقيقاً للأخبار، وقد صمم الموقع الإلكتروني ليقدم الأخبار التي تشمل إسرائيل والشؤون الدولية، ويقدم الموقع أيضاً خدمات الأخبار العاجلة، والرسائل الإخبارية والتقارير الإعلامية وفق الطراز العالمي<sup>(2)</sup>.

## ب) موقع صحيفة "هآرتس":

أقدم صحيفة في "إسرائيل"، بدأت عملها في عام 1919م، وأخذت شهرة واسعة في المجتمع "الإسرائيلي"، وتعود ملكية الصحيفة لعائلة "شوكن"، ذات التوجهات اليسارية، وإضافة لهذه الصحيفة تملك العائلة بعض الصحف المحلية الصغيرة، ومطبعة ودار نشر، وعدداً من شركات الكمبيوتر، ينتمي معظم قراء هذه الصحيفة إلى الطبقة الفكرية والمتقفة، إتجاهها العام داعم للسلام، ولكنه يميل أيضاً إلى دعم الحكومة "الإسرائيلية" في بعض الأحيان، خاصة فيما يتعلق بأمن الجيش وفقاً للرقابة العسكرية<sup>(3)</sup>، وقد انطلق موقعها الإلكتروني في عام 1995م<sup>(4)</sup>.

## ج) موقع صحيفة "يسرائيل هيوم":

ظهر العدد الأول من "إسرائيل هيوم" في 2007/7/30م، وتم طبعه خمسة أيام في الأسبوع، من الأحد إلى الخميس، واعتباراً من 2009/11/20م، تم أيضاً إصدار عدد عطلة الأسبوع، ويحتوي على ثلاثة أجزاء؛ الأخبار، والملحق السياسي، ومجلة ثقافية، حيث يتم توزيع الصحيفة في جميع أنحاء "إسرائيل"، في المساكن وأماكن العمل ووسائل النقل العامة، وتشير الصحيفة عبر موقعها على الإنترنت أنها تأسست حاملة رؤية واضحة بأن الجمهور "الإسرائيلي" يستحق صحافة أفضل وأكثر توازناً ودقة، وأنها ترفع شعار "الصحف تتحدث ولا تصرخ"؛ وشعار "الصحافة الأخرى"؛ وشعار "الصحافة المجانية"<sup>(5)</sup>.

(1) أبو عرقوب، تغطية الإعلام "الإسرائيلي" لحرب غزة 2014، صحيفة "يديعوت أحرنوت" نموذجاً، ص 16-17.

(2) المرجع السابق نفسه، ص 17.

(3) أبو عرقوب، تغطية الإعلام "الإسرائيلي" لحرب غزة 2014، صحيفة "يديعوت أحرنوت" نموذجاً، ص 18.

(4) ترجمة حرفية عن موقع صحيفة هآرتس، (موقع إلكتروني).

(5) ترجمة حرفية عن موقع صحيفة يسرائيل هيوم، (موقع إلكتروني).

## د) موقع صحيفة "معاريف":

أسست عام 1948م، من قبل مجموعة صحفيين انشقوا من صحيفة يديعوت أحرونوت، تملكها عائلة نمرودي، وقد كانت في البداية صحيفة مسائية، ثم تحولت لصباحية وتحظى بانتشار في الوسط "الأشكنازي" (1). تم إنشاء الموقع الإلكتروني للصحيفة عام 2014م، باسم "معاريف أونلاين"، بعد استحواذ صحيفة "جروزاليم بوست" على الصحيفة (2).

## 2. عينة الدراسة:

أ) عينة المصادر: وقد تمثلت وفقاً لاختيار الباحث بثلاث مواقع إلكترونية لثلاث صحف "إسرائيلية" يومية، هي كل من (يديعوت أحرونوت، هآرتس، يسرائيل هيوم)، وقد استثنى الباحث موقع صحيفة "معاريف"؛ لعدة اعتبارات، تتمثل في أن الموقع انطلق مؤخراً مقارنة بمواقع الصحف الأخرى، حيث انطلق عام 2014م، بعدما استحوذت عليه صحيفة "جروزاليم بوست"، واكتفاء الباحث بمواقع الدراسة حيث تعكس التيارات السياسية "الإسرائيلية" (يمين، وسط، يسار)، وتمثل من وجهة نظره تنوعاً فكرياً وسياسياً كافياً.

ب) عينة الدراسة التحليلية: نظراً لكمية الصور الكبيرة التي نشرتها مواقع الدراسة، ولأن تحليلها بالحصص الشامل سيكون أمراً عسيراً، وسيطلب وقتاً وجهداً كبيرين، اختار الباحث عينة الدراسة التحليلية بأسلوب العينة العمدية، باختيار يوم الجمعة من كل أسبوع، بحيث تشمل العينة تحليل 78 يوماً، لكل موقع بمجموع (234) يوماً في المواقع الثلاثة (3)، وتم اختيار يوم الجمعة تحديداً؛ لأن المواقع الإلكترونية "الإسرائيلية" لا تتعطل بدخول يوم السبت فلا تصدر صحفاً؛ وغالباً ما يتوقف النشر. وأيام الأحد والإثنين يهتم الإعلام الصهيوني بجلسة الحكومة والموضوعات الداخلية ومنتصف الأسبوع بالمسير البحري ولذلك وجد الباحث أن يوم الجمعة هو الأنسب والأكثر نشرًا لأحداث وتطورات مسيرات العودة حيث يتم النشر حتى ساعات متأخرة من الليل.

ج) العينة الزمنية: اختار الباحث عينته منذ انطلاق مسيرات العودة في 2018/3/31م وعلى مدار عام ونصف حتى تاريخ 2019/9/31م، بواقع (78) يوماً، تم اختيارها من (78) أسبوعاً، بشكل منتظم حتى نهاية العينة، وقد اختار الباحث هذه العينة باعتبارها تمثل غالبية المدة الزمنية للمسيرات قبل أن تعلن الهيئة العليا للمسيرات عن إيقافها نهاية ديسمبر من عام 2019م، ولأخذ قراءة أعمق حول موضوع الدراسة.

(1) عدوان، تغطية الصحافة الـ"إسرائيلية" للحرب على غزة 2008-2009م، دراسة تحليلية مقارنة لثلاث صحف عبرية، ص 13.

(2) ترجمة حرفية من موقع صحيفة معاريف، (موقع إلكتروني).

(3) العينة موضحة في الملحق رقم (2).

## حادي عشر: وحدات التحليل وأسلوب القياس:

### 1. وحدات التحليل:

يسعى تحليل المضمون، إلى وصف عناصر المضمون وصفاً كمياً أو كيفياً، وعلى ذلك يمكن تقسيم هذا المضمون إلى وحدات أو فئات أو عناصر معينة، حتى يمكن دراسة كل عنصر أو فئة منها، وحساب التكرار الخاص بها، وعلى الباحث أن يعرف أن هناك فروقاً رئيسية بين هذه الفئات أو الوحدات، فوحدة التسجيل أو العد هي أصغر وحدة يظهر من خلالها تكرار الظاهرة، أما وحدة السياق أو التحليل فهي الفقرة أو مجموعة الفقرات أو الموضوع المتكامل الذي يقوم الباحث بفحصه ودراسته، للتعرف على وحدات التسجيل أو العد أو استخراجها منه، وترتبط وحدة التصنيف بعملية التحليل، أما وحدة العد فترتبط بعملية التوبيب (1).

### واستخدم الباحث وحدات التحليل الآتية:

(أ) **الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية:** وهي المنتج الإعلامي للوحدة الإعلامية المتكاملة التي يقوم الباحث بتحليلها، ومن أمثلتها الكتاب، الفيلم، القصة، الرواية، المقال، التحقيق، الخبرات، ويمكن للباحث أن يقوم بتصنيف داخلي لكل وحدة من هذه الوحدات، طبقاً لأغراض التحليل (2). وتتمثل هذه الوحدة في الدراسة الحالية بالصورة الصحفية الخاصة لمسيرات العودة، في مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية، عينة الدراسة.

(ب) **وحدة الموضوع:** أهم وحدات تحليل المضمون، وتعتبر العمود الفقري في تحليل المواد الإعلامية، والدعائية والإتجاهات والقيم والمعتقدات، وتتكون من جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل، وتتكون في الغالب من جملة مختصرة محددة تتضمن مجموعة من الأفكار التي يحتوي عليها موضوع التحليل، وقد أطلق الباحثون على هذه الوحدة مسميات "الجملة، الإفتراض، التصريح، الفكرة، القضية، موضوع النقاش" (3). وهي هنا الموضوعات التي تناولتها صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة.

(ج) **وحدة الشخصية:** وهي هنا الشخصيات المحورية التي تناولتها صور مسيرات العودة وفقاً لما أشار إليه الباحث في فئة الشخصيات سابقاً.

2. **أسلوب العد والقياس:** حيث اعتمد الباحث على نظام العد والتكرار للصورة الصحفية الخاصة بمسيرات العودة، وموضوعاتها في مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية عينة

(1) مشاقبة، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، ص 85-86.

(2) المرجع السابق نفسه، ص 86.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 85.

الدراسة، للوصول إلى نتائج كمية، تسهم في التفسير والإستدلال، وتحقيق أهداف الدراسة.

## ثاني عشر: إجراءات الصدق والثبات:

1. **إجراءات الصدق:** وهي أن يقيس الإختبار أو المقياس، ما أعد لقياسه، وهو ليس مطلقاً بل نسبي، وليس هناك اختباراً أو مقياساً صادقاً تماماً، بل هناك من يرى أنه يصعب القول إن الإستبيان أو الإختبار أو المقياس صادق أو غير صادق، وإنما إلى أي مدى يقيس الموضوع الذي صمم لقياسه (1).

## وطبق الباحثُ عدداً من إجراءات الصدق منها:

(أ) عرّف فئات ووحدات التحليل تعريفاً إجرائياً، بالإستعانة بالتعريفات العامة التي أقرها الباحثين والخبراء في مجال بحوث الإعلام، وتؤكد الباحث من أن هذه الفئات والوحدات تلائم موضوع الدراسة، دون أي تداخل بين فئة وأخرى.

(ب) عرض استمارة التحليل على مجموعة من المحكمين المختصين والأكاديميين في المجال الإعلامي (2)، للحكم على مدى صلاحيتها، وقدرتها على قياس ما أعدت له.

(ج) تحديد وحدات التحليل وأسلوب القياس الذي تم من خلاله تحويل المضمون لوحدات كمية للإجابة على تساؤلات الدراسة.

2. **إجراءات الثبات:** يقصد باختبار ثبات أداة جمع المعلومات والبيانات، التأكد من درجة الإتساق العالية لها، بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية، من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع نفس المعلومات، أو في قياس نفس الظاهرات أو المتغيرات، سواء من نفس المبحوثين أو من مبحوثين آخرين، وسواء استخدمها باحث واحد أو عدة باحثين في أوقات وظروف مختلفة. ومن مقاييس الثبات، أسلوب إعادة الإختبار (Test-Retest)، أي إعادة تطبيق أداة البحث على نفس المبحوثين بعد فترة زمنية من إجراء التطبيق الأول، وحساب معامل الثبات بين الإجابتين، للتأكد من قدرة الأداة على القياس أو جمع نفس المعلومات، مهما تعددت الفترات الزمنية التي تستخدم فيها (3).

وقد أعاد الباحث تحليل ما نسبته (16.0%) من عينة الدراسة بواقع (13) يوماً (4)

(1) بركات، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، ص 195.

(2) بوضح الملحق رقم (1) الاساتذة والمختصين محكمي الاستمارة.

(3) حسين، بحوث الإعلام، ص 309-310.

(4) الأيام التي خضعت لإعادة التحليل في مواقع الدراسة الثلاثة هي (13/4/2018، 20/4/2018، 25/5/2018، 6/7/2018،

5/10/2018، 21/12/2018، 28/12/2018، 4/1/2019، 1/2/2019، 15/2/2019، 3/3/2019، 17/5/2019،

28/6/2019)

(منها بعض الأيام لم يتم نشر أي صور فيها)، من أصل (78) يوماً، بشكل عشوائي، وقد أعاد الباحث التحليل بعد شهر من انتهائه من التحليل الأول حيث انتهى منه مطلع أبريل/2020م، وأعاده مطلع مايو/2020م، بمقارنة النتائج فقد جاءت على النحو الآتي:

1. موقع يديعوت أحرونوت:

### 1.1 فئة موضوعات الصورة الصحفية:

بلغ عدد تكرارات موضوعات الصورة الصحفية لمسيرات العودة في الأيام التي خضعت للدراسة (593) تكراراً، موزعة كالتالي: موضوع المسيرات الشعبية (124)، الاعتداء على المتظاهرين (58)، الطائرات الورقية والبالونات الحارقة (35)، الإرياك الليلي (0)، الشهداء والجرحى (22)، الحرائق (25)، غضب المستوطنين وفعالياتهم (9)، الاعتقال (1)، الوساطات والوفود الدولية (7)، مشاركة قيادة الفصائل (12)، منع الاقتراب من الحدود ومنع تنفيذ عمليات (86)، وصول المتظاهرين للسياح الفاصل (102)، فتح المعابر (6)، الأنشطة والفعاليات الفصائلية (23)، الفعاليات الشعبية (5)، التجهيزات الأمنية قرب السياح (57)، وحدة قص السلك (3)، وحدة الكوشوك (4)، رفض صفقة القرن (2)، أخرى (12).

وفي الإعادة بلغ عدد تكرارات موضوعات الصورة الصحفية لمسيرات العودة في الأيام التي خضعت للدراسة (576) تكراراً، موزعة كالتالي: موضوع المسيرات الشعبية (111)، الاعتداء على المتظاهرين (57)، الطائرات الورقية والبالونات الحارقة (35)، الإرياك الليلي (0)، الشهداء والجرحى (22)، الحرائق (22)، غضب المستوطنين وفعالياتهم (9)، الاعتقال (1)، الوساطات والوفود الدولية (7)، مشاركة قيادة الفصائل (12)، منع الاقتراب من الحدود ومنع تنفيذ عمليات (86)، وصول المتظاهرين للسياح الفاصل (102)، فتح المعابر (6)، الأنشطة والفعاليات الفصائلية (23)، الفعاليات الشعبية (5)، التجهيزات الأمنية قرب السياح (57)، وحدة قص السلك (3)، وحدة الكوشوك (4)، رفض صفقة القرن (2)، أخرى (12).

وبناء على نتيجة الإعادة، كان هناك فرق في الموضوعات الآتية:

- وجود فرق بين التحليلين في موضوع الاعتداء على المتظاهرين 57-58=1
- وجود فرق بين التحليلين في موضوع الحرائق 22-25=3
- وجود فرق بين التحليلين في موضوع المسيرات الشعبية نفسه 111-124=13
- وجود اتفاق بين التحليلين في الموضوعات الأخرى بما مجموعه (576) موضوعاً.

وبتطبيق الباحث لمعادلة (هولستي) لحساب معامل الثبات وهي من أكثر المعاملات المستخدمة في بحوث تحليل المحتوى لمعرفة مدى الاتفاق بين تحليلين (1). حيث إن المعادلة الإحصائية الخاصة بمعامل الثبات هي (2):

$$2 \times \text{عدد الوحدات المتفق عليها}$$

مجموع وحدات الترميز

$$\text{معامل الثبات} = \frac{576 \times 2}{576 + 593} = (0.98) \text{ أي ما يعادل } (98.0\%) \text{ وهذه نسبة عالية جداً}$$

وبتطبيق نفس الخطوات على الفئات الأخرى، كانت نتائج معامل الثبات على النحو الآتي: فئة أهداف الصورة الصحفية: (97.0%)، فئة الاتجاه: (100.0%)، فئة مصادر الصورة الصحفية: (100.0%)، فئة الشخصيات المحورية: (100.0%)، فئة الدلالات الرمزية: (100.0%)، فئة نوع الصورة وفقاً لمحتواها: (100.0%)، فئة النطاق الجغرافي: (100.0%)، فئة كلام الصورة: (100.0%)، فئة أطر الصورة الصحفية: (98.0%)، فئة نوع الصورة وفقاً لأسلوب عرضها: (100.0%)، فئة الشكل الفني للصورة: (100.0%)، فئة حجم الصورة: (100.0%)، فئة موقع الصورة داخل الموقع الإلكتروني: (100.0%)، فئة موقع الصورة داخل الموضوع: (100.0%)، فئة استخدام الألوان: (100.0%)، فئة إطار الصورة: (100.0%)، فئة موقع كلام الصورة: (100.0%) وهذا يعني أن معامل الثبات في تحليل موقع صحيفة يديعوت أحرونوت يساوي مجموعة النتائج على عددها = (99.6%).

وباتباع ذات الإجراءات مع عينة موقع صحيفة هآرتس جاء معامل الثبات على النحو الآتي: فئة الموضوعات (96.0%)، فئة الأهداف (93.0%)، فئة الأطر (96.5%)، أما باقي الفئات فقد كانت بنسبة (100.0%) لكل منها دون أي تغيير يذكر. وهذا يعني أن معامل الثبات في تحليل موقع هآرتس بلغ (99.1%).

أما معامل الثبات في عينة موقع يسرائيل هيوم ف جاء على النحو الآتي: فئة الموضوعات (94.0%)، فئة الأهداف (98.0%)، فئة الأطر (92.0%)، أما باقي الفئات فقد جاءت بنسبة (100.0%) لكل منها دون أي تغيير يذكر. وهذا يعني أن معامل الثبات في تحليل موقع يسرائيل هيوم بلغ (99.0%).

وعليه فإن معامل الثبات العام للدراسة يساوي مجموع النسب في المواقع الثلاثة مقسوماً على

(1) دليو، معايير الصدق والثبات في البحوث الكيفية والكمية، ص 187.

(2) عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ص 219.

عددها، وقد بلغ (99.2%) . وهذا نسبة عالية للأسباب التي أوردتها الباحثة آنفاً.

### ثالث عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة:

تركز الدراسة على عدد من المفاهيم الأساسية، وضحتها الباحثة على النحو الآتي:

1. **الدلالة:** هي دراسة المعنى، أو العلم الذي يدرس المعنى والشروط الواجب توفرها في الرمز حتى يكون قادراً على حمل المعنى، وتدرس كل شيء يقوم بدور العلامة أو الرمز قد تكون إشارة باليد أو إيماءة بالرأس أو كلمات وجمل أو علامات غير لغوية<sup>(1)</sup>.
2. **التأطير:** بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما، فهي إذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية<sup>(2)</sup>.
3. **الصورة الصحفية:** لغة عالمية في مجال الإعلام، تستخدم في تصوير جوانب الحدث، وهي مادة أساسية في الصحيفة وليس فقط عنصراً إخبارياً، بل عنصراً جمالياً، وتعبّر عن الآراء والأفكار كما تعبّر عن الأحداث والأخبار<sup>(3)</sup>. وهي مضمون غير مكتوب يستخدم في التصوير، بغرض عرض وجهة نظر معينة في قضية من القضايا<sup>(4)</sup>.
4. **مسيرات العودة:** مسيرات سلمية وشعبية، وشكل من أشكال المقاومة السلمية، والمشاركون فيها من المدنيين الفلسطينيين العزل لا يحملون السلاح، وقد أعلنت عنها اللجنة التنسيقية المشكّلة من الفصائل الفلسطينية في غزة بتاريخ 2018/3/30 م في ذكرى يوم الأرض، لإظهار عدالة القضية الفلسطينية وبشاعة الاحتلال<sup>(5)</sup>.
5. **مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية:** وهي المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، التابعة للصحف "الإسرائيلية" اليومية، وتعد هذه المواقع بمثابة الواجهة الإعلامية الحديثة والمتطورة للإعلام "الإسرائيلي" في ظل تطور التكنولوجيا وعصر المعلومات، وتنتشر باللغة العبرية، وهي موجهة للجمهور "الإسرائيلي" وليس للشعب الفلسطيني أو الدول الأجنبية.

(1) عمر، علم الدلالة، ص 11-12.

(2) موقع رسالة الجامعة، التأطير الإعلامي وصياغة الخبر، (موقع إلكتروني).

(3) باديس، الصورة واستخداماتها في الصحافة المكتوبة الجزائرية.

(4) المرجع السابق نفسه، ص 848.

(5) الترك، معالجة وكالات الأنباء الدولية لمسيرات العودة "الكبرى"، دراسة حالة: وكالة الأنباء الفرنسية "AFP".

## رابع عشر: تقسيم الدراسة:

قسم الباحث الدراسة لخمسة فصول، الأول بعنوان الإطار العام للدراسة، ويتضمن الإجراءات المنهجية، ويشمل أبرز الدراسات السابقة، والاستدلال على المشكلة، ومشكلة الدراسة، وأهميتها، وأهدافها وتساؤلاتها، والنظريات المستخدمة، ونوع الدراسة ومنهجها وأدواتها، ووحدات التحليل وأسلوب القياس، وإجراءات الصدق والثبات، والتعريفات الإجرائية.

والفصل الثاني بعنوان: الصورة الصحفية ومسيرات العودة، واشتمل ثلاثة مباحث الأول بعنوان الصورة الصحفية، تناول فيه الباحث مفهوم الصورة الصحفية ونشأتها وتطورها، وأهميتها وخصائصها، وأنواعها ووظائفها، ومصادرها ومعايير انتقائها، وتأثير المعالجة الرقمية على مصداقيتها، والمبحث الثاني بعنوان دلالة الصورة الصحفية وآليات قراءتها وتفسيرها، وقوتها وقيمتها الإقناعية، وتأثيرها على الرأي العام، وآليات توظيفها، والمحددات الرئيسية لاستخدامها، وتناول المبحث الثالث مسيرات العودة والمقاومة الشعبية من حيث النشأة والدوافع والأهداف، والمبادئ العامة، وتداعيات المسيرات وانجازاتها، والتحديات التي واجهتها ومستقبلها.

أما الفصل الثالث فبعنوان مسيرات العودة الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية، تناول المبحث الأول مسيرات العودة، من خلال ثلاثة مطالب، الأول بعنوان تعريف مسيرات العودة وظروف نشأتها وأسبابها ودوافعها، والثاني بعنوان أهداف مسيرات العودة ومبادئها العامة وتداعياتها وانجازاتها، أما المطلب الثالث فجاء بعنوان التحديات التي واجهت مسيرات العودة وتغطية الإعلام "الإسرائيلي" لها، والمبحث الثاني بعنوان مفهوم الصحافة الإلكترونية، ونشأت الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية وتطورها، وتناول المبحث الثالث ماهية ونشأة وواقع الرقابة العسكرية فيما تناول المبحث الثالث أهداف ومرتكزات الدعاية والحرب النفسية "الإسرائيلية" ومحاذير النقل عن الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية، ثم علاقة الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية بالساسة وأصحاب رأس المال.

وجاء الفصل الرابع بعنوان نتائج الدراسة التحليلية، تناول فيه الباحث نتائج الدراسة التحليلية لمضمون الصورة الصحفية لمسيرات العودة ثم نتائج تحليل شكل الصورة ثم نتائج تحليل أطرها الخبرية.

وأخيراً الفصل الخامس بعنوان مناقشة نتائج الدراسة والتوصيات، حيث ناقش فيه الباحث نتائج تحليل مضمون الصورة الصحفية لمسيرات العودة ونتائج تحليل شكلها ونتائج تحليل أطرها ودلالات استخدام كل إطار منها، إنتهاءً بقائمتي المراجع والملاحق.

## الفصل الثاني

# الصورة الصحفية ودلالاتها

## تمهيد

قسم الباحث هذا الفصل لمبحثين، الأول بعنوان: الصورة الصحفية، وتم تقسيمه لأربعة مطالب، الأول بعنوان مفهوم الصورة الصحفية ونشأتها وتطورها، والمطلب الثاني بعنوان أهمية الصورة الصحفية وخصائصها، والمطلب الثالث بعنوان أنواع الصورة الصحفية ووظائفها ومصادرها، والمطلب الرابع بعنوان معايير انتقاء الصورة الصحفية وتأثير المعالجة الرقمية على مصداقيتها.

أما المبحث الثاني فكان بعنوان: دلالة الصورة الصحفية، وقد شمل أربعة مطالب أيضاً، الأول بعنوان دلالة الصورة الصحفية وآليات قراءتها وتفسيرها، والمطلب الثاني بعنوان قوة الصورة الصحفية وقيمتها الإقناعية وتأثيرها على الرأي العام، والمطلب الثالث جاء بعنوان التأثيرات النفسية والاجتماعية للصورة الصحفية، والمطلب الرابع بعنوان آليات توظيف الصورة الصحفية والمحددات الرئيسية لاستخدامها.

## المبحث الأول: الصورة الصحفية

تم تقسيم المبحث الأول لأربعة مطالب، الأول بعنوان مفهوم الصورة الصحفية ونشأتها وتطورها، والمطلب الثاني بعنوان أهمية الصورة الصحفية وخصائصها، والمطلب الثالث بعنوان أنواع الصورة الصحفية ووظائفها ومصادرها، والمطلب الرابع بعنوان معايير انتقاء الصورة الصحفية وتأثير المعالجة الرقمية على مصداقيتها.

### المطلب الأول: مفهوم الصورة الصحفية ونشأتها وتطورها

احتلت الصورة مكاناً بارزاً ومتقدماً في وسائل الإعلام والتواصل كافة، وأصبحت ذات حضورٍ ونفوذٍ شديدين في حياة الملايين من البشر، وانتقلت من الهامش إلى المركز؛ واستُخدمت كعنصرٍ مستقلٍ بذاته، له موقعه المتقدم في الحضور، ووظيفته الناجزة في إيصال الرسالة وتحقيق الهدف، وأضحت ظاهرة سيكولوجية، لها دلالة ومعنى، ودوافع محددة تدفع لاستخدامها، وتتسبب في سرعة انتشارها وعمق تأثيرها (1). وأصبحت العلاقة بين الصورة ووسائل الإعلام علاقة جدلية، قائمة على التآثر والتأثير، وصارت تطرح قضايا مهمة، تحدد ما يعيشه العالم، وتطرح قضية الإنسان وآلامه ومعاناته وأحلامه وتطلعاته، ورغباته وصراعاته، في قلبها الاجتماعي والإقتصادي والسياسي (2).

فالصورة اليوم تساعدنا في التعلم والإدراك وتحقق لنا الفرجة والإمتناع، وإثراء التدووق الفني، وهي كذلك بما لها من قدرة في تشكيل وعينا، وبتأثيرها في الجوانب النفسية والاجتماعية، تسهم في تحديد حقيقة إدراكنا للأشياء، كما تسهم في تزييف الوعي وصناعة الوهم، عبر ما توفره لها التكنولوجيا من تقنيات (3). أصبحنا نعيش في عالم تهيمن عليه الصور، وتتخلله بشكل خاطف وسريع (4). لقد أصبح الفن الصحفي الحديث فناً بصرياً، يعتمد على الصور والرسوم والخرائط، كما أصبحت الصورة تؤدي دوراً أساسياً في تحقيق أهداف الصحافة، في عصر تسوده لغة بصرية جديدة (5).

### أولاً: مفهوم الصورة الصحفية

1. لغة: وردت كلمة صورة في معاجم اللغة العربية بمعانٍ ودلالاتٍ مختلفة، فهي تعني وفقاً للمعجم الغني تصوير الشيء، وأخذ صورة له بآلة التصوير، أو رسمه على الورق بالقلم أو

(1) الحازمي، "في سطوة الصورة، من فضيحة ابو غريب الى فاجعة داعش"، (موقع الالكتروني).

(2) الصورة الاعلامية وتأثيرها على المجتمع في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، الحساني، ص 6-8.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 95-96.

(4) عصر الصورة، السليبيات والايجابيات، عبد الحميد، ص 3.

(5) إمام، دراسات في الفن الصحفي، ص 272.

الفرشاة، وفي القرآن الكريم "وصوركم فأحسن صوركم"، [التغابن: 3]، وصور الأمور كما رآها، أي وصفها وصفاً كاملاً، وجاء في معجم اللغة العربية المعاصرة، صور وصور بمعنى الأشكال والتماثيل، وصورة مرئية أي بثّ تلفزيوني، وصورة الأمر أي صفتّه، وبصورة ملحوظة أي على نحوٍ يلفت النظر<sup>(1)</sup>.

وفي معجم المعاني، الصورة بمعنى الشكل والتماثل والمجسم، وجاء في المعجم الوسيط، صورة الشيء ما هيئته المجردة والصورة خيالٌ في الذهن أو العقل، وفي التنزيل العزيز "الذي خلقك فسواك فعدلك في أي صورة ما شاء ركبك" [الانفطار: 7]، وصورة المسألة أو الأمر أي صفتها، والصورة النوع، يُقال هذا الأمر على ثلاث صور، وصورة أي جعل له صورة مجسمة وفي القرآن الكريم "هو الذي يصوركم في الأرحام كيف يشاء" [آل عمران: 6]، والشيء أو الشخص، رسمه على الورق أو الحائط ونحوهما بالقلم أو الفرجون أو بآلة التصوير، وتصور الشيء أي استحضر صورته في ذهنه، وصور الأمر أي وصفه وصفاً يكشف عن جزئياته<sup>(2)</sup>.

2. اصطلاحاً: تعرف الصورة علمياً بأنها النقاطُ وحسبُ للمشاهد المعروض أمام أداة التصوير<sup>(3)</sup>. وتمثل الصورة الصحفية العنصر الحيوي والديناميكي في الصحف، وتعد عنصراً تكملياً للنص وليست بديلاً عنه بحال من الأحوال<sup>(4)</sup>.

وعن الصورة الصحفية تقول الدكتورة إجلال خليفة، "هي الصورة التي تضيف تأكيداً على مضمون الخبر، وأن الصور الإخبارية يمكن أن تقوم مقام الخبر وتوضح معاني القصة الإخبارية"<sup>(5)</sup>. والصورة، لغة يصنعها المتخصص، ويقروها العامي، لكل عنصر فيها معنى مستبطن داخلها، لكن الفارق أنها تستخدم العناصر المرئية بدلاً من الكلمات<sup>(6)</sup>.

وعرفها الدكتور محمود أدهم بأنها الصورة الفنية البيضاء والسوداء؛ أو الملونة، ذات المضمون الحالي المهم، الواضح وال جذاب، والمعبرة وحدها أو مع غيرها في صدق وأمانة وموضوعية، في أغلب الأحوال، عن الأحداث أو الأشخاص أو الأنشطة أو الأفكار أو القضايا أو النصوص والوثائق، أو المناسبات المختلفة المتصلة غالباً بمادة تحريرية معينة، تنشرها أو تكون صالحةً للنشر على صفحات جريدة أو مجلة، أو توزعها وكالة أنباء أو صور<sup>(7)</sup>.

(1) معنى الصورة في قاموس معاجم اللغة العربية، (موقع الكتروني).

(2) تعريف ومعنى صورة في معجم المعاني الجامع، (موقع الكتروني).

(3) عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ص 157.

(4) النادي، فن الإخراج الصحفي، ص 79.

(5) صحصاح، "الوظيفة الإخبارية للصحافة"، (موقع الكتروني).

(6) ابراهيم، في نقد مفهوم الصورة، (موقع الكتروني).

(7) صوالي، مشاهدة الصورة الإعلامية والمعاشية للإحداث خلال الحرب على غزة وعلاقتها باضطرابات كرب ما بعد الصدمة لدى الامهات في قطاع غزة، ص 12.

وهي تلك الصورة المعبرة، عن مضمون حدثٍ أو نشاطٍ أو موقفٍ جديدٍ ومهم، بأبطاله المتأثرين به، وأسبابه ونتائجه الحالية والمتتابعة، بعد تسجيلها بعدسة مصور صحفي بأسلوب يعكس الفهم لوظيفتها والموهبة في مجالها، وقد تُبيِّنُ الحدث وهو يقع، أو تبين نتيجة وقوعه، أو صور ملتقطة لشخصية مع خبر سريع (بورتريه) ويحكم عملية اختيار هذه الصورة، معايير اختيار الخبر من حيث توافر القيم أو العناصر الإخبارية<sup>(1)</sup>.

### ثانياً: نشأة وتطور الصورة الصحفية

اصطحب الجيش الإنجليزي أول مصور يقوم بتغطية صحفية في الحروب، منتصف القرن التاسع عشر، حيث استقل المصور "روجر فننون" عربة تجرها الخيل، بعد أن كتب عليها عبارة عربة تصوير، وتمكّن من التقاط وتظهير نحو (360) صورةً لصالح صحيفة "أخبار لندن" المصورة، خلال حرب القرم، لكن القيود التي وضعتها الصحيفة حدّت من حرية "فننون"، بحجة عدم إفزاع القراء، فخرجت الصور الأولى في تاريخ الصحافة مجانية للحقيقة، بعد ذلك اقتنع عددٌ من المصورين الأوائل، بأهمية الصورة في تعريف الناس بما يجري، فبدأ المصور الأمريكي "ماتيو برادي" بتدريب وتشكيل فريقه المكون من عشرين مصوراً، ونجح في توثيق الحرب الأهلية الأمريكية بلقطات لا تُنسى، ثم تمكّن المصور الفرنسي "أوغست بيسون" من الوصول إلى قمة "مون بلان" الشاهقة، والتقاط بعض الصور النادرة، ونجح من بعده المصور الإنجليزي "سموئيل بورن" في تصوير جبال الهيمالايا عام 1864م<sup>(2)</sup>.

ومع تحقيق هذه الإنجازات المبكرة واجه الكثير من الرواد الأوائل صعوبة في إقناع ناشري الصحف بجدوى الصور في توثيق الأحداث، حيث اعتقد الناشرون أن الخبر المكتوب يكفي لتقديم المعلومة كاملة إلى القراء، وفي عام 1904م، نشرت صحيفة "ديلي ميرور" اللندنية أول عددٍ مصورٍ بالكامل، بينما تأخرت الصحافة الأمريكية عنها قليلاً، إلى أن انتهت مجلات الموضة والأزياء إلى أهمية الصورة في عام 1919م، وكان اندلاع الحرب العالمية الأولى أجبر جميع الناشرين على إرسال المصورين لتغطية الأحداث وتوثيقها، وأصبحت الصورة منذ ذلك الحين عنصراً رئيسياً في عالم الصحافة، حتى اعتمدت بعض المجلات كلياً عليها، مثل المجلات المتخصصة بالفن والديكور والسيارات وأخبار المشاهير<sup>(3)</sup>.

ولم تبدأ الصورة من الناحية الواقعية إلا عام 1839م، حيث اخترع "لويس داغر" طريقة تحميص الصورة الثابتة الملساء على لوحٍ فضي، استغرق تظهيرها نصف الساعة، وفي العام

(1) ربيع، فن الخبر الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية، ص 97-98.

(2) دعدوش، قوة الصورة، كيف نقاومها وكيف نستثمرها، ص 135.

(3) المرجع السابع نفسه، ص 135.

نفسه أعلنت الأكاديمية العلمية الفرنسية هذا الإختراع العلمي، حيث اعتبر هذا العام تاريخاً لاكتشاف فن التصوير الطباعي، وفي العام التالي اكتشف الانجليزي "وليام تالبوت" آلية الحصول على صورة مثبتة على ورق التصوير، وكان هذا الإكتشاف خطوةً مهمةً باتجاه عملية الإيجابي سلبى (تصوير سلبى نيجاتيف)، وفي عام 1846م، أقام الألماني "كارل تسابيس" في مدينة "أيانا" أول مصنع للبصريات وتكنولوجيا التصوير، وفي عام 1888م، قام "جورج إيستمان" بتجهيز لفة من المنتجات الفوتوغرافية، عرفت باسم "فيلم سيلولود" وفي عام 1895م، بدأ تاريخ جديد للصورة مع ظهور أول صورة متحركة أطلق عليها "ريجيس دوبريه" الصورة السائلة<sup>(1)</sup>. وبالنسبة للصحافة العربية فقد ظهرت أول صورة فوتوغرافية في الصحف العربية في 28 يوليو 1908م، وكانت في صحيفة الجريدة المصرية<sup>(2)</sup>.

### المطلب الثاني: أهمية الصورة الصحفية وخصائصها

#### أولاً: أهمية الصورة الصحفية

الصورة واحدة من أهم وسائل التعبير والتواصل والترفيه في زماننا، لدرجة صارت فيها من الوسائل الضرورية التي يسعى الإنسان لامتلاكها والسيطرة عليها والتحكم فيها، ولها أهمية كبيرة لما تحمله من دلالات وأفكارٍ ورسائل، تدخل في كل وسائل الإتصال البصري في الوقت الحالي، لقد أصبحت تحيط بالإنسان المعاصر به من كل جانب<sup>(3)</sup>.

كما تزايد اهتمام القراء بالصورة الصحفية، إذ أصبحت حدثاً خبيراً في حد ذاتها في ظل التطورات التكنولوجية، واكتشاف البرامج الحديثة في المعالجات الطباعية، وأصبحت في بعض الحالات وسيلة كافية للتعبير بلا تعليق، وبهذا زادت وظيفة الصورة عما كانت عليه من حيث تأكيد الحدث وإضفاء المصداقية عليه، كوسيلة لتعريف القراء بموضوع الحدث، والتعبير عنه، وهو ما دفع العاملين في الإخراج الصحفي عامةً، إلى زيادة عددها وحجمها إذ إن الصورة تؤدي دوراً مهماً في استيقاف القراء وإقناعهم فضلاً عن جذبهم<sup>(4)</sup>.

وبات التصوير باختلاف استخداماته وأنواعه، يشكل ضرورةً من الضرورات الحتمية في العمل الإعلامي، لما له من خواصٍ استقطابية وخواصٍ إبهارٍ وتأثير في المتلقي، على ما تحمله اللقطة الفوتوغرافية من قدرات تأثيرية في القارئ أو المتلقي، لتحقيق النجاح والإنتشار، ولو تخيلنا الصحف وهي لا تحوي لقطات فوتوغرافية، فأننا سنجدنا مملّة، لما يبعثه شكلها العام

(1) عبد الحميد، الإعلام وثقافة الصورة، ص 164-165.

(2) النجار، التصوير الصحفي الفلمي والرقمي، ص 35.

(3) بغدادى، الصورة الفوتوغرافية كمصدر لاينكار تصميمات فنية مبتكرة للمعلقات النسيجية الحديثة، ص 294.

(4) ملح، اخراج الصورة الصحفية لصفح المحافظات، تحليل الشكل الفني للصورة، ص 316.

من رتابة وغموض وترهّل، فاللقطة الفوتوغرافية في الصحف بمثابة التشويق الذي يتبلور في  
الفلم السينمائي، فأصبحت اللقطة الصورية في الوقت الحاضر، الدلالة التي تعبّر عن الحدث  
بالشكل السريع والمؤثر<sup>(1)</sup>.

فالصورة تأثير بصري سريع، لا يحلّ محلها مضمون الكلمة، مقروءة أو مسموعة، وهي  
أيضاً قادرة على توضيح الكمّ المطلوب من المعلومات لجميع فئات الجمهور ومستوياته، وتمكن  
الصورة القائم بالإتصال من استغلال ما فيها من خواص، لا تتوافر للوسائل الأخرى، من قدرتها  
على تجسيد الرسالة وجعلها أكثر تأثيراً، ومقدرتها على جذب انتباه عين القارئ واستبقائه لأطول  
فترة ممكنة دون تداعي لأفكار أخرى خارجة عن محتوى الرسالة، وهي أيضاً أكثر قابلية  
للتصديق من غيرها من الوسائل الأخرى، ويمكن رصد أهمية الصورة الصحفية وفوائدها  
المختلفة في ما يلي<sup>(2)</sup>:

1. تجذب الصورة القراء لمطالعة الموضوع، فالموضوع المصور أكثر حيوية ووقوعاً.
2. يستطيع القراء من خلالها إدراك المعلومات المختلفة، وقد يكفي بعضهم بالنظر إليها لإدراك  
أبعاد الموضوع، كما تساعد الصورة على تثبيت المعلومات في ذاكرة القارئ، لأن المدخل  
البصري وتخزين المعلومات عن طريق الصورة أكثر رسوخاً من أي مدخل آخر.
3. تنمي الصورة لدى القراء دقة الملاحظة وحب المعرفة، والقدرة على التنبؤ ببعض الأحداث،  
وهي وسيلة مهمة للتسلية والإمتاع الفكري، وقاسماً إخراجياً في الصحف.
4. تستخدم الصورة في عملية الإقناع، خاصة في الدول النامية، التي تتبع صحافتها سياسات  
إعلامية موجهة، كما تعد الصورة الخاصة بالحروب بمثابة أداة تُقدم الدليل والبرهان.
5. وهي أداة لتعبئة الرأي العام، فيمكن لصورة واحدة أن تعبئ الرأي العام بشكل فعّال لتأييد أو  
معارضة الحرب.

وتأتي أهمية الصورة من خلال إضافة الكثير من المعاني للمادة المقدمة، بإكسابها  
المصدقية والواقعية، وتثبيت المعلومات في ذاكرة القارئ، كما تقدم الخبر أو المعلومات في حيز  
صغير، وتقلل الجهد في متابعة الكلمات، وتنبّه مواهب القراء في دقة الملاحظة من خلال  
سعيهم لاكتشاف بعض جوانب الصور المنشورة<sup>(3)</sup>.

وكثيراً ما تعجز الكلمات عن إيصال المضمون للقارئ، عندما تفتقد لوجود الصورة، وفي  
بعض الأوقات تكون الصورة أبلغ في المعنى من الكلمة المكتوبة، فهي تنقل الحدث كما هو،

(1) سلمان، سحر التصوير، فن وإعلام، ص 5.

(2) خليل، فن الإخراج الصحفي، ص 159-160.

(3) الوائلي، الصورة وحدة تعبيرية وجمالية في بنية أغلفة المجلات، ص 121.

وغالباً ما تتجح في تأكيد معلومات عن حدث ما، تعجز عنه الكلمات المكتوبة، فالصورة تضيء على الأخبار قدرًا من المصدقية، فتبدو وكأنها تعيد محاكاة الواقع، دون حذفٍ أو تعليق<sup>(1)</sup>. لقد أصبحت الصور مرتبطة بكل جوانب حياة الإنسان، على نحو لم يسبق له مثيل، وأدّت الميديا دوراً أساسياً في تشكيل وعي الإنسان المعاصر بأشكال ايجابية حيناً، وسلبية حيناً آخر، وتتبع الأهمية التقليدية لها من كونها شكلاً تحريراً صحفياً قادراً على اختزال كثير من المعاني والمتضمنات الفكرية والإنسانية والجمالية، وعلى التبسيط والشرح والوصف، وكعنصر إخراجي يساهم في بناء شكل الصحيفة وإبراز مضمونها، واضفاء عنصر جمالي عليها<sup>(2)</sup>. وغالباً ما تشرح الصورة الصحفية الجيدة القصة بأكملها؛ قبل الاستماع أو قراءة النص، فالمشاهد أو القارئ يحب أن يشعر بأن حدثاً ما حدث عند التقاط الصورة، بل إن الصورة الجيدة هي التعبير المفضل والعامل الأساس في صناعة الصحف، حيث توفر للقراء لمحة عن الحدث لم يستطيعوا مشاهدتها لحظة دوئها، واليوم أصبحت وسائل الإعلام تعتمد على المرئيات التي لها تأثير كبير الصحف وحتى في وسائل الإعلام الإلكترونية، وقصة بدون صور عبارة عن كلام مسموع فقط<sup>(3)</sup>.

### ثانياً: خصائص الصورة الصحفية

تتمتع الصور الإخبارية التي تختارها وتنتقيها وكالات الأنباء، بعدة خصائص يعبر عنها الدكتور حسنين شفيق بالآتي<sup>(4)</sup>:

#### أ) خصائص الصور من حيث الشكل<sup>(5)</sup>:

1. **الحجم المناسب:** ألا تكون الصورة صغيرة جداً، وإلى الحد الذي لا يجذب الأنظار إليها، لأن صغر الحجم يجعل القارئ غير محيط بتفاصيلها، كما أن الحجم المناسب لا يعني أن تكون كبيرة أو كبيرة جداً، إلى الحد الذي يمكن معه أن تعطي انطباعاً لا يتناسب مع أهمية التقرير، أو أن تكون مزدحمة بالتفاصيل غير المهمة.
2. **الوضوح:** أن تكون الصورة واضحة الشكل، بكل جوانبها وأبعادها وتفاصيلها، وهذا الوضوح يتناسب مع حجمها المعقول ودرجة أهميتها.
3. **التنوع:** أن تتنوع أحجام الصور الخبرية المصاحبة للمواد الخبرية، والمساحات التي تحتلها على الصفحات، كما يمكن أن تتنوع من حيث كونها ملونة أو بالأبيض والأسود،

(1) سليمان، مدخل الى مفهوم سيميائية الصورة، ص 168-169.

(2) عبيد، التحليل الموضوعي للصور الصحفية الاسس والتطبيقات، ص 39.

(3) Tewari, Evolutions in Photojournalism in India (2001 to 2011).

(4) كباشي، الصورة في صحافة الإنترنت، (موقع الالكتروني).

(5) ربيع، فن الخبر الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية، ص 98-99.

ويجب أن تتسم الصور الإخبارية بالجابذية التي تدفع القراء نحوها، وهذه الجاذبية لها عدة أوجه مثل التركيز على مقطع يمثل الجزء الأكثر جاذبية في الصورة، أو التداخل بين صور الحدث وصور الشخص محور الحدث، أو استخدام بعض الأطر الفنية الكاملة أو الناقصة أو الخطوط الزخرفية، الخ.

(ب) **خصائص الصور من حيث المضمون:** يعتبر الهدف النهائي من نشر الصورة الخبرية هو رواية الخبر أو الحدث بزواياه وتفاصيله، ونقل القارئ إلى مكان وقوعه، لكي تشبع رغبته في المعرفة الدائمة لتقبل المادة الخبرية، ولذا يجب أن يكون مضمون الصورة الخبرية على اتصال قوي ووثيق بالحدث، مع رواية وتوضيح أهم لحظاته، وأن يتصف مضمونها بصفات الخبر والقيم الخبرية المتعارف عليها، فكلما كان المضمون مفاجئاً كان أكثر جاذبية للقارئ، كما يزيد توافر العنصر الدرامي في مضمون الصورة من تأثير وقعها على القارئ، وأيضاً أن يتصف مضمون الصورة الإخبارية بالحيوية (1).

### **المطلب الثالث: أنواع الصورة الصحفية ووظائفها ومصادرها**

#### **أولاً: أنواع الصورة الصحفية**

تؤدي الصورة دوراً كبيراً في إيصال المعاني المتضمنة في المتون المنشورة، التي ربما لا يمكن الوصول إليها في ظل الإعتماد على الكلمات والمعاني التحريرية فقط، وتتنقسم الصور الصحفية فيما يتعلق بخصائصها الطباعية المرتبطة بتدرجاتها الظلية وبطريقة إنتاجها لقسمين رئيسيين هما (2):

1. **الصور الظلية الفوتوغرافية:** وهي الصور التي يتم إنتاجها بطريقة آلية باستخدام آلات التصوير وآلات الطبع والتحميض، وتتسم بتدرجاتها الظلية الطبيعية، لكونها بمثابة المرآة العاكسة للمشاهد، وتعتمد دقتها على قدرات المصورين وعلى إمكانات آلات التصوير والتظهير، ومستلزمات الإنتاج المستخدمة، وتشمل الصور الخبرية والموضوعية والشخصية، والجمالية والإعلانية.

2. **الصور الخطية أو الرسوم اليدوية:** وهي التي تشتمل في الغالب على الخطوط، وتتوافر على تدرجات ظلية خفيفة، ويتم رسمها باستخدام حبر أسود قوي على ورق أبيض ناصع، لإحداث قدر عال من التباين بين الخطوط والأرضية، وتعد أقدم العناصر الطباعية التي عرفتها الصحافة نسبة لتأخر اختراع آلات ومستلزمات الإنتاج الخاصة بالصور الظلية،

(1) المرجع السابق نفسه، ص 99-100

(2) العسكر، الاخراج الصحفي، أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ص 34-43.

وتشمل الرسوم الساخرة والرسوم الشخصية اليدوية، والصور التوضيحية.

وهناك تقسيم آخر، ينطبق لنوع الصورة من حيث الشكل الفني ومن حيث المضمون (1):

**أولاً: الصورة من حيث الشكل الفني:** تؤدي الصورة الصحفية كونها أحد العناصر التوبوغرافية وظائف عدة، أبرزها تقديم أشكال إخراجية مختلفة تؤثر على حاسة البصر عند المتلقي، كما يساعد وجودها على خلق التوازن وإحداث التباين داخل صفحات الصحيفة، فضلاً عن مساهمتها في إضفاء الحركة والحيوية فيها ويضم هذا النوع ثلاثة أنواع رئيسية هي الصورة المفردة، وسلسلة الصور، والمشهد المتعاقب، وهناك من يقسمها من حيث الشكل الى مربع ومستطيل ودائري وأشكال هندسية غير تقليدية.

**ثانياً، الصورة من حيث المضمون أو الدلالة:** ويشمل هذا النوع الصور الإخبارية والموضوعية والإنسانية، والشخصية (البورتريه) والإعلانية، والفنية أو الجمالية، والدلالية أو الرمزية، والرسوم اليدوية، والكارتون والرسوم التعبيرية والتوضيحية.

وتشمل الأنواع الخاصة بالمضمون أو الفوتوغرافية الظلية الأنواع الآتية:

(أ) **الصور الخبرية المستقلة:** وهي الصور التي تقدم خدمات إخبارية كاملة، مع اعتمادها البسيط على بعض الكلمات التي تشرح المعاني غير الظاهرة فيها، وغالباً ما تتسم هذه الصورة بكبر مساحتها وبنشرها في الصفحات الأولى والإخبارية (2).

(ب) **الصور الموضوعية:** تجسد موضوعاً معيناً تبعاً لتنوع الموضوعات فقد يكون حدثاً سياسياً أو اجتماعياً أو اقتصادياً أو مناسبة أو غيرها (3).

(ج) **الصور الشخصية:** تعبر عن الشخصيات ذات العلاقة بالوحدات التحريرية المنشورة، وقد تحمل الصور أكثر من شخصية ذات علاقة بهذه الوحدات، وتتميز غالباً بصغر أحجامها بالنظر للصور الإخبارية أو الموضوعية.

(د) **الصور الجمالية:** ليست ذات معانٍ إخبارية، ولا تتضمن أي أبعاد يمكن أن تستخدم في خدمة الوحدات التحريرية المنشورة، ويستفاد منها لإحداث لمسات جمالية.

(هـ) **الصور الإعلانية:** وهي الصور التي تستخدم في دعم المضامين الإعلانية المنشورة في الصحف، حيث تعبر عن المضامين الإعلانية القائمة على الفكرة الرئيسية للإعلان، ويمكن أن تعبر عن أشخاص أو سلع أو حالات الاستخدام الخاصة بهذه السلع (4).

(1) عبد الله، توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية-دراسة تحليلية لموقع العربية نت، ص 27-35

(2) العسكر، الإخراج الصحفي، أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ص 34-43.

(3) عبد الله، توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية-دراسة تحليلية لموقع العربية نت، ص 30.

(4) العسكر، الإخراج الصحفي، أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ص 34-43.

و) الصور الدلالية أو الرمزية: يكون الهدف منها إيصال فكرة معينة إلى ذهن المتلقي، ويتم استعمالها بشكل كبير في وسائل الإعلام ذات الطابع السياسي؛ وذلك من أجل التعبير عن رأي المؤسسة تجاه قضية أو موضوع ما، وتحتاج الصور الدلالية لكلمات أكثر لتشرح ما تحمله من معانٍ ولتزيل دهشة المتلقي (1).

فيما تشمل الأنواع الخاصة بالصور الخطية أو الرسوم اليدوية الأنواع الآتية (2):

أ) الرسوم الساخرة: ويشمل هذا النوع كل من الكاريكاتير ورسوم الكارتون.

ب) الرسوم الشخصية اليدوية: تلك الصور المرسومة للشخصيات المتضمنة في الوحدات التحريرية المنشورة، ويستعان بها كعنصر طباعي إذا لم تتوفر الصور الظلية لبعض الشخصيات، وبالذات التاريخية، فتتغلب على الرتابة والملل الذي يمكن أن يصيب القراء.

ج) الرسوم التوضيحية: وهي الرسوم التي تساعد على إيضاح المعلومات المتضمنة في المواد الصحفية المنشورة، وتستخدم الخطوط اليدوية مصحوبةً بعددٍ قليلٍ من الكلمات لإيضاح المعلومات المطولة أو المعقدة (3).

د) الرسوم التعبيرية: تستعمل عادة في الموضوعات الطويلة والقصائد الشعرية والقصص وتتميز بالمساحات البيضاء المحيطة بها، التي تساهم في إراحة نظر المتلقي (4).

### ثانياً: وظائف الصورة الصحفية

لقد زاد اهتمام القارئ بالصورة الصحفية في السنوات الأخيرة، نظراً لتقدم وسائل الإعلام والتقنية الحديثة التي جعلت الكرة الأرضية بمثابة نافذة ينظر من خلالها القارئ أو المشاهد لما يدور في أركانها الأربعة في ثوان معدودة، فانعكس هذا التطور على الصورة الصحفية بصفة خاصة، ومن أبرز الوظائف التي تؤديها الصورة (5):

1. جذب الانتباه: وجدت دراسة "جارسيا وستارك" أن 75% من القراء ينظرون للصورة.
2. بناء روابط مع القراء: فالقراء يرتبطون بالصحيفة القادرة على الوصول إلى عقولهم وقلوبهم.
3. وسيلة إخراجية: فالصورة تكسر الحدة الرمادية للحروف، وتجعل الصفحة أكثر جذباً وأسهل في القراءة وتحريك العين.
4. استدعاء واستحضار المعاني: من حيث احتوائها على معاني غير ظاهرة.
5. الوظيفة الإخبارية والإمداد بالمعلومات: أن تنقل أخباراً، فهي أما أن تنتشر بمفردها فتعطي

(1) عبد الله، توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية-دراسة تحليلية لموقع العربية نت، ص 33.

(2) المرجع السابق نفسه، ص 33.

(3) العسكر، الإخراج الصحفي، أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ص 34-43.

(4) عبد الله، توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية-دراسة تحليلية لموقع العربية نت، ص 35.

(5) خليل، فن الإخراج الصحفي، ص 168-170.

القارئ خلاصة الموقف، وإما تنشر مع القصة الخبرية فتقدم معلومات إضافية.

6. **الوظيفة السيكولوجية:** أي إجابة حاجة سيكولوجية عند الإنسان، وسدّ بعض المتطلبات العقلية والنفسية، وإشباع حاجة القارئ للقراءة والإطلاع والتأثير فيه.

7. **عنصر جرافيكي:** إذ تمثل أحد العناصر الجرافيكية الأساسية، وتشارك مع حروف المتن والعناوين والفواصل والمساحات البيضاء في بناء الجسم المادي للصفحة.

8. **قيمة جمالية:** كونها عملاً فنياً يستوقف النظر، ويبحث عن الاهتمام في نفس القارئ، فتستطيع جعل الصفحة ذات مظهر مليء بالحيوية والنشاط والتنوع والجاذبية، كما تؤدي دوراً بارزاً في المجالات التعليمية من خلال القيم والمضامين التي تسهل تلك العملية.

وهناك وظائف أخرى منها (1):

1. **اضفاء المصادقية للحدث:** إذ تشكل عنصراً أساسياً في العمل الإعلامي لما لها من أهمية بالغة في توثيق الأحداث والمناسبات الرسمية وغير الرسمية، ولما تحقّقه من مصادقية.

2. **التأثير في نفس القارئ:** فتتمتع بقدرة كبيرة على التأثير في المتلقي، وتشعره بأنه في قلب الحدث ويشارك عاطفياً في موضوع الصورة، ومن ثم الحصول على تأييد وردود أفعال أكثر عاطفية، فأبي صحيفة دون صور تكون غير قادرة على الإقناع والإمتاع، وبذلك تفقد كثيراً من مؤهلاتها وكفاءتها في الإتصال بالقارئ والتأثير فيه.

وللصور الصحفية بنوعها الظلية والخطية العديد من الوظائف التي تؤديها في إطار العمل الصحفي، فمن جهة المضمون تضيف المصادقية، مما يدعم تفهم القارئ للواقع المنقول واستيعاب معانيه، وتتيح تقديم معلومات وفيرة في حيز صغير لا تعبر عنه الكلمات المكتوبة، ومن جهة الشكل فإن الإخراج الصحفي فن يعتمد على حاسة البصر لدى القارئ، وتستجيب الصورة بدرجة أكبر لهذه الحاسة مقارنة بالكلام المكتوب، وتمتلك الصحافة بذلك لغة مصورة أكثر قدرة على التعبير وأكثر دقة في الطرح، ولها قدرات أكبر في الإقناع (2).

والتصوير المرئي ليس مجرد تسجيل لجزء محدد من الواقع أو توضيح يكمل النص فقط، وإنما القدرة على خلق معرفة جديدة من خلال الصورة، التي ينشئ المرسل من خلالها رسالة، ويضعها في سياق محدد، يرغب من القراء والمشاهدين فهمه وفقاً لهذا السياق (3).

(1) النجار، التصوير الصحفي الفلمي والرقمي، ص 43.

(2) صديق، التطبيقات الفنية الحديثة في الإخراج ودورها في تطوير التحرير الصحفي، دراسة وصفيّة تحليلية لصحيفتي الرأي العام السودانية والشرق القطرية خلال الفترة 2001-2002م، ص 53-54.

(3) Joanna Szylo-Kwas. (2019). Photography as a statement of journalism – variety of genres. 99.

## ثالثاً: مصادر الصورة الصحفية

تحصل المؤسسات الصحفية والإعلامية على الصور الصحفية من عدة مصادر، (داخلية وخارجية)، ومن أبرزها:

1. مصورو الصحيفة نفسها أو أعضاء قسم التصوير بها: وقد يكثر عدد العاملين في قسم التصوير أو يقل حسب حجم الصحيفة وإمكانياتها، وعدد محرريها، ويكون القسم مجهزاً بآلات تصوير وتجهيزات كاملة، وتشكل كلها ما يسمى بقسم التصوير في الصحيفة<sup>(1)</sup>.
2. وكالات الأنباء العالمية: مثل وكالة "رويترز" أو "أسوشيتد برس" التي نجد فيها إلى جانب الخدمات الإخبارية، خدمات خاصة بالصورة، يتم تقديمها وفقاً لاتفاقيات خاصة بين الجريدة والوكالة، نظير اشتراكات محددة، وتهتم هذه الوكالات بالصور اهتماماً عظيماً، فوكالة "رويترز" تقدم ثلاث خدمات صور هي خدمة رويترز للصور الصحفية (يومية)، وخدمة أهم الصور (رويترز توب بيكس)، وخدمة أرشيف رويترز للصور، كما تقدم وكالة أنباء أسوشيتد برس (أب) خدمتي صور هما خدمة الصور اليومية، وخدمة أرشيف الصور<sup>(2)</sup>.
3. وكالات خاصة بالصور: ومعظمها وكالات للتصوير الإخباري، كما يوجد أيضاً وكالات خاصة بصور الموضوعات، ووكالات خاصة بصور الأشخاص<sup>(3)</sup>.
4. الصور التلفزيونية: أي الصور التي يتم الحصول عليها من البرامج الإخبارية بالتلفزيون، أو من أي مصدر فيديو آخر، بواسطة ما يعرف بالكاميرات التلفزيونية، وتعدُّ من مصادر الصورة الصحفية التي نتجت عن التطورات التقنية المتلاحقة، في سبيل الدمج بين الإعلام المرئي والإعلام المطبوع، ومن ثم فإن هذا المصدر يتيح الفرصة أمام الصحف للإستفادة من تقنية الأقمار الصناعية في البث الإعلامي وقنوات التلفزيون، وبشكل أسرع مما تستطيعه وكالات الأنباء العالمية<sup>(4)</sup>.
5. مكاتب الصور الإلكترونية: وتعرف أيضاً بمكاتب الصور الجاهزة، وهي بمثابة مخازن ضخمة للصور، تضم عدداً كبيراً من الصور المختلفة في موضوعات شتى، وتكون الصور فيها مخزنة في هيئة رقمية، على إحدى الوسائل الإلكترونية المستخدمة في هذا الشأن، الأمر الذي يتيح للمستخدم انتقاء أية صورة يريدها، وتعد هذه المكاتب أيضاً من مصادر الصورة الصحفية التي استحدثتها التطورات التقنية، وتتعدد الآن مكاتب الصور الجاهزة

(1) علم الدين، الصورة الصحفية، دراسة فنية، ص 32.

(2) عبيد، التحليل الموضوعي للصور الصحفية، الأسس والتطبيقات، ص 61-63.

(3) علم الدين، الصورة الصحفية، دراسة فنية، ص 32.

(4) المرجع السابق نفسه، ص 32.

- وتنتشر على نطاق واسع وبخاصة في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية<sup>(1)</sup>.
6. **أقراص الصور المدمجة:** وهي أقراص مدمجة مطروحة في الأسواق، تتيح وسائل منخفضة الكلفة نسبياً، وعالية الجودة للحصول على الصور الرقمية في مختلف المجالات.
7. **الصحف والمجلات الأجنبية:** ويستفاد منها في نشر بعض الصور مع الأخبار والموضوعات الخاصة بالجريدة، لصعوبة الحصول على هذه الصور أحياناً من مصادرها الأصلية.
8. **المصورون المحترفون:** وهم الذين يعملون بالقطعة لحساب الجريدة، والمصورون الهواة: وهم الذين يعرضون انتاجهم على الصحف بلا مقابل<sup>(2)</sup>.
9. **الجمهور:** يوجد من القراء من يقدمون بعض الصور المناسبة للصحيفة، وقد تعوض بهم عدم تصويرها لحدث معين وقت حدوثه، ومنها الصور التي باتت تحصل عليها الصحف منذ ظهور التدوين على الويب، من المدونات والحسابات الشخصية على فيسبوك، ومواقع تشارك الصور مثل فليكر والانسستغرام، وقد أصبحت هذه الصفحات بما توفره من تغطية وصور هامة، مصدراً غنياً بالمعلومات والصور لبعض المجلات والجرائد، التي تأخذ هذه المدونات بالإشارة إليها أحياناً وبدون الإشارة إليها أحياناً أخرى<sup>(3)</sup>.
10. **مكاتب العلاقات العامة في الهيئات والشركات:** تهتم مكاتب العلاقات العامة في الهيئات والشركات، وكذلك إدارات الإعلام ومكاتب الصحافة بالوزارات والسفارات اهتماماً كبيراً بتوفير المعلومات والصور اللازمة التي تقدمها للصحف وأجهزة الإعلام عن نشاطات ومشروعات الهيئات التي تتبعها<sup>(4)</sup>.
- ومثلما تتنافس الصحف العامة على تقديم الخبر، فقد دخلت الصورة الصحفية خاصة الإخبارية مجال المنافسة الصحفية أيضاً، سواء كانت فوتوغرافية أو رسومات كاريكاتورية، وفي مجال هذا التنافس يطالب المصورون باعتبار مصادر الصورة الصحفية مثل مصادر الأخبار متاحة أمام المصورين الصحفيين جميعهم<sup>(5)</sup>.

(1) عبد الغفور، دور المصادر في بناء تحيزات التغطية الخبرية حول حصار غزة، دراسة وصفية على عينة من الصحف من الصحف الفلسطينية اليومية، ص 79.

(2) عبيد، التحليل الموضوعي للصور الصحفية، الأسس والتطبيقات، ص 61-63.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 61-63.

(4) المدر السابق نفسه، ص 61-63.

(5) مذكور، الصحافة الإخبارية، ص 153.

## المطلب الرابع: معايير انتقاء الصورة الصحفية وتأثير المعالجة الرقمية على مصداقيتها

### أولاً: معايير انتقاء الصورة الصحفية

حتى تجذب الصورة انتباه القارئ، لا بد أن تتوفر فيها عدة معايير، منها أن تكون معبرة بوضوح عن الحدث، فالصورة التي تحتاج من القارئ أن يفكر فيها صورة سيئة، وكذلك التأثير، فالصورة تجذب انتباه القارئ غير المنتبه، ولكي يتحقق ذلك لا بد أن تكون الصورة مؤثرة، ومن هنا توجد عدة عوامل تحكم اختيار الصورة الصالحة للنشر من أهمها (1):

1. **الحيوية:** فالصورة الصحفية مفعمة بالحياة والحركة لأن الصورة بوجه عام تعكس مختلف أوجه النشاط الإنساني، فإذا لم تكن الصورة حية، انتاب القارئ شعور بالركود، ويستطيع المصور إضافة نوع من الحياة على الصورة باختيار لقطات وزوايا تصوير غير تقليدية.
  2. **وثاقة الصلة بالموضوع:** إذ لا بد أن يختار المخرج الصورة بناء على ارتباطها بالموضوع.
  3. **الجانب الإنساني:** فاللمسة الإنسانية تزيد كثيراً من قيمة الصورة.
  4. **التلقائية:** يفترض ألا يشعر القارئ أن الصحيفة أعدت هذه الصورة ابتداءً، عندئذ لا يقتنع بوجودها، وستضعف قدرتها التأثيرية عليه، فحين تكون طبيعتها تلقائية فيلتقطها المصور دون إشعار من يظهرون فيها، تكون تفاصيل ملامحها ومحتواها صادقة.
  5. **المعنى:** فالصورة يمكنها أن تحقق المعنى إلى أقصى درجة، وقد تحمل دلالات متنوعة خلف الصورة الملتقطة، تنتوع بتنوع مستوى القراء، كل بحسب ميوله وقدراته واتجاهاته.
- إن الصورة المعروضة أو اللقطة المشاهدة، هي اختيار منتجها وعارضها، فهي واحدة من بين عشرات أو مئات الصور الأخرى المرتبطة بالحدث، اختيرت من بينها، فعملية اختيار الصورة تهدف لإرسال رسالة بعينها، أو بث معنى محدد، وقد تكون الرسالة محاولة لتشويه الحقيقة أو مواربتها، فزاوية اللقطة وحدودها، وعملية المونتاج التي تتعرض لها، والسياق الذي تبث فيه، والتعليق الصوتي أو المكتوب الذي يصاحبها، ووقت البث أو النشر ومناسبته، كلها عوامل تساهم في إحداث أثر معين مخطط له ومقصود بذاته في ذهن المتلقي (2).

يعتبر اختيار الصورة من بين عشرات الصور للنشر، مسألة أساسية في اكتمال العمل الصحفي، وهنا تبرز أهمية مهارة الإختيار، سواء بين صحيفة وأخرى أو في الصحيفة نفسها، ويجب ألا تعيد نشر الصورة إلا بعد مرور ستة أسابيع على نشر الصورة نفسها، كما يجب ألا

(1) خليل، فن الاخراج الصحفي، ص 171-173.

(2) الشميمري، التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام، ص 80.

ينشر للشخص نفسه أكثر من صورتين في العدد نفسه، وخاصة في المجالات الثقافية<sup>(1)</sup>. وقد أدى تطور عصر الصحافة المصورة، لتنامي الحوار حول المعايير التي تحكم انتقاء الصورة الصحفية وتوظيفها، وتحديد أولويات النشر وموقعها في الصفحة، وغيرها من المعايير التي أصبحت تنعكس على كم المعلومات والأخبار وقيمتها، ونظراً لأن الصورة الصحفية بما تملكه من مزايا متعددة تجعلها محوراً لاهتمام العديد من أطراف العملية الصحفية، يتلقاها الجمهور لتلبي احتياجاته في معرفة ما يدور من أحداث في العالم، ويسعى المخرجون من خلالها لإضفاء الجاذبية على صفحاتهم، للتعبير عن سياسات الصحف واتجاهاتها، ولذلك يصبح من الأهمية معرفة معايير اختيار الصورة الصحفية وتوظيفها ومجالات استخدامها، سعياً لإدراك المزيد من دورها المؤثر في العملية الصحفية، ومن بين هذه المؤثرات<sup>(2)</sup>:

1. **العوامل الخارجية:** فلا يتأثر انتقاء الصور الصحفية بالعوامل الخارجية في البيئة أو السياق الاجتماعي فقط، ولكنه يتأثر أيضاً بالعديد من القوى المؤثرة عليه في المؤسسات الصحفية، مثل العلاقة بين الخصائص الشخصية للقائم بالاتصال سواء العامة مثل الدخل والطبقة والنوع أو خصائص فكرية أو عقائدية.
2. **دور القائم بالاتصال:** كحارس للبوابة، حيث يعد أحد العناصر الفاعلة في نظام المؤسسة الصحفية، الذي يخضع لمجموعة من السياسات التي تتفق مع أهداف انشاء هذه المؤسسة، ويعتبر التزامه بهذه السياسات المعلنة أو المستترة ضرورة لاستمرار المؤسسة واستقرارها في علاقتها بالمجتمع، ويظهر هذا الالتزام من خلال ما يقوم به من مراجعة لمحتوى الصورة الصحفية حتى تتسق مع هذه السياسات، بال حذف أو الإضافة أو التعديل، وتحديد ما يجب وما لا يجب أن ينشر.
3. **توقعات القائم بالاتصال من جمهور المتلقين:** وتصوراته عن علاقة خصائص هذا الجمهور بالأنماط السلوكية المستهدفة، وهذا التصور يؤثر في اختياره لأنواع الصور ومحتواها وشكلها، حتى يحقق الهدف الاتصالي الذي يسعى إليه.
4. **مدى انتماء القائم بالاتصال إلى الجماعات المرجعية:** والتي تعتبر عنصراً محدداً من محددات الشخصية، لأنه يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع العالم المحيط بالفرد.
5. **السياق التنظيمي والإجراءات الروتينية:** مثل تأثيرات مجالس التحرير وإدارة التحرير، والتأثيرات التقنية وعامل الوقت والمتابعة الإخبارية، مما يؤثر في النهاية على تشكيل القيم

(<sup>1</sup>) الخوري، الكتابة الإعلامية، المبادئ والأصول، ص 123.  
(<sup>2</sup>) عبد الحميد وبهنسي، تأثيرات الصورة الصحفية، النظرية والتطبيق، ص 32-38.

الإخبارية وترتيبها في مؤسسة ما.

6. العلاقة بمصادر الصور والمعلومات: وإن كان من الصعوبة وضع ضوابط أو محددات خاصة للعلاقة بين القائم بالاتصال بانتقاء الصور ومصادرها، لأن هذه العلاقة تتأثر بعوامل عديدة يمكن أن نلاحظ وجودها أو غيابها في كل المجتمعات، بصرف النظر عن وصف النظام الإعلامي القائم.

ولا نختار الصور الصالحة للنشر اعتباطاً، فالقاعدة الأولى تكمن في اختيار الصورة الأكثر وضوحاً ثم الأكثر حركة، ومن حيث تعبيرها عن الموضوع يجب أن تنطق الصورة مثل النص المكتوب وأكثر، فشكّلت قوة تاريخية وسلطة هائلة، لكنها اليوم نزلت عن عرشها إذ يعتبر كل من يحمل جهازاً خلويّاً نفسه مصوراً، وقد يلتقط بواسطته لقطات نادرة ثمينة، فنحن نعيش في عصر الصورة<sup>(1)</sup>.

### ثانياً: تأثير المعالجة الرقمية على مصداقية الصورة الصحفية

لا شك أن التطورات التكنولوجية وخاصة المعالجة الرقمية للصور، تؤثر بشكل كبير على مصداقية الصورة الإعلامية، خاصة في ظل عدم قدرة المشاهدين والمتابعين على التمييز بين الصور الحقيقية والصور المعدّلة أو المزيفة، وقد أجريت دراسات حول مصداقية الصورة الصحفية، منها دراسة "سيندر ستيفن" على الصحف الأسترالية، ودراسة "جريفن والتين" خلصتا إلى أن استخدام التكنولوجيا سيؤدي لتدمير مصداقية الصور الصحفية، وهذا ما تم ملاحظته من خلال الثورة السورية التي تضاربت فيها المواقف والآراء، وتنوعت أساليب وطرق تغطيتها، وتعددت التأويلات بصددها، إن الباب الذي يفتحه التطور التكنولوجي على مصراعيه أمام الصور الإعلامية، إن كان يخدمها في كثير من الأحوال، إلا أنه يضع مسألة المصداقية والموثوقية على حافة الهاوية، هاوية سنكون معها بحاجة إلى مقص الرقابة، ليس رقابة الحكومات والأنظمة على ما تنشره وسائل الإعلام، وإنما رقابة خبراء الصورة للتأكد من حقيقتها، وإلا فإننا سنغوص في عالم من الأكاذيب<sup>(2)</sup>.

لم يكن توظيف التكنولوجيا في الجانب المشرق دائماً، إذ أتاحت تقنيات الكمبيوتر الجديدة إمكانية التلاعب بالصور الصحفية إلى درجة مقلقة، فلا يتطلب الأمر سوى اتقان العمل على برنامج فوتوشوب ثم إرسال الصور المفبركة عبر شبكة الإنترنت لتنتشر كالنار في الهشيم، بل لم يعد الإعلام المحترف نفسه مستقلاً كما أريد له في ريعان شباب صاحبة الجلالة، وتبدو

(1) الخوري، الكتابة الإعلامية، المبادئ والأصول، ص 125-127.

(2) الحساني، الصورة الإعلامية وتأثيرها على المجتمع في ظل التطورات التكنولوجية، ص 57.

المفارقة هنا في المفعول العسكري لتطور التكنولوجيا، فبدلاً من تعزيز مصداقية الإعلام في عصر الصورة، يفقد الناس ثقتهم بما يرونه عاماً بعد عام، ومع بدء الربيع العربي مطلع عام 2011م، دخل التزييف الإعلامي مرحلة جديدة من تاريخه، فربما لا نبالغ إذا قلنا أن عدد الصور والتقارير والمشاهد المزيفة التي تم بثها من قبل الأنظمة والثوار في عدة عدول عربية، يزيد عن كل ما تم تليفه في العالم كله، منذ بدء عصر الصورة الإعلامية، حتى أصبح الشك بمصداقية ما يعرض في الإعلام هو القاعدة وليس الإستثناء<sup>(1)</sup>.

وتبتعد الصورة عن حقيقتها بتأثير الشخص الذي قام بالتقاطها، أو بتأثير الزاوية التي التقطت منها، أو اللعب في إطارها، أو اختيار الصورة من قبل سكرتير التحرير من بين مجموعة من الصور، أو من خلال المونتاج، أو التلاعب في كلامها وعدم توضيحه، فتعليق الصورة قد يوضحها وقد يجعلها غامضة، وقد يقتل معناها، كما قد تبتعد الصورة عن حقيقتها وفقاً للقارئ الذي يقرأها بما يتناسب مع عمره وثقافته وجنسيته ولغته<sup>(2)</sup>.

إن قوة الصورة الصحفية الإخبارية، تأتي من الاعتقاد السائد بأن الصورة لا تكذب، ولكن عندما يمكن حذف الأشخاص أو إضافتهم أو تبديل وجوه الأشخاص في الصورة، وإعادة تكوين مضمونها من جديد وبطريقة لا يلحظها القارئ أو يكتشفها بحال من الأحوال، فليس إذا ثمة وسيلة لدى القراء لكي يتحققوا مما إذا كانت الصورة المنشورة تقدم عرضاً صادقاً للحقيقة، أم عرضاً محرفاً بالحذف والإضافة<sup>(3)</sup>.

والجدير بالذكر أنه تم إجراء دراسات عديدة بهدف تقييم أثر المعالجة الرقمية للصورة الصحفية على مصداقيتها، من بينها دراسة ميدانية على عينة من طلاب (60) كلية جامعية بالولايات المتحدة، وتمثلت أهم نتائج الدراسة في أن مصداقية الصورة الصحفية تتأثر سلباً بالمعالجة الرقمية لها قبل أن تنشر بالصحيفة<sup>(4)</sup>. وعلى الرغم من المزايا العديدة التي قدمتها نظم التصوير الرقمي للصور الصحفية، إلا أن هذه المزايا، قد أثارت العديد من المناقشات حول تأثير المعالجة الرقمية على المصداقية التي تميزت بها الصور الصحفية لعقود طويلة، حيث يصعب إدراك تعديلات الصور وتتبعها بسبب الدقة العالية، وعدم وجود فيلم للصور، وهو ما يسميه الخبراء الفنيون التغيير دون ترك أثر، وبناء عالم تصويري لم تلتقط له صورة من قبل، وهو ما لا يقبله الكثير من الناس<sup>(5)</sup>.

(1) دعدوش، قوة الصورة، كيف نقاومها وكيف نستثمرها، ص 139.

(2) الخوري، الكتابة الإعلامية، المبادئ والأصول، ص 129.

(3) اللبان، تكنولوجيا الإتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، ص 216.

(4) المرجع السابق نفسه، ص 218.

(5) عبد الحميد وبهنسي، تأثيرات الصورة الصحفية، النظرية والتطبيق، ص 64.

## خلاصة:

تؤدي الصورة الصحفية دوراً مهماً في عملية إيصال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي، وفي ظل بيئة إعلامية جديدة تنسم بالرقمية والتقنيات الحديثة أصبح للصورة أهمية أكبر مما كانت عليه في وسائل الإعلام التقليدية، لأن عادات المشاهدة والقراءة تغيرت لدى الجمهور بفعل شبكة الإنترنت، التي تتميز بالسرعة في نقل المعلومات والأخبار توصيلها للمستخدمين عبر منصات إعلامية تتميز بدرجة عالية من التفاعلية، ومواقع الأخبار والصحف الإلكترونية، بعدها منصات إعلامية جديدة لا تخلو من الصور بل تمثل فيها عنصراً أساسياً من عناصر الوسائط المتعددة، تحظى باهتمام القائمين بالإتصال لتحقيق وظائف إعلامية وسيكولوجية وجمالية، وغير ذلك من الوظائف الأخرى التي تحققها الصور الصحفية (1).

---

(1) حسني، معايير جودة الصورة الصحفية في المواقع الإلكترونية الإخبارية، ص 134.

## المبحث الثاني: دلالة الصورة الصحفية

وقد شمل أربعة مطالب أيضاً، الأول بعنوان دلالة الصورة الصحفية وآليات قراءتها وتفسيرها، والمطلب الثاني بعنوان قوة الصورة الصحفية وقيمتها الإقناعية وتأثيرها على الرأي العام، والمطلب الثالث جاء بعنوان التأثيرات النفسية والاجتماعية للصورة الصحفية، والمطلب الرابع بعنوان آليات توظيف الصورة الصحفية والمحددات الرئيسية لاستخدامها.

### المطلب الأول: دلالة الصورة الصحفية وآليات قراءتها وتفسيرها

يحتاج تحليل الرسالة المصورة، إلى الغوص في أعماقها، لفهم معانيها فهماً واعياً، ويعتمد فهم معاني الرسائل المصورة على فهم العلاقة بين الأشياء، وهناك ثلاث فئات أساسية للإشارة، الأيقونة (أو التمثال) والدليل أو المؤشر، والرمز، وتحدد الأيقونة العلاقة بين الدال والمدلول، فالصور الفوتوغرافية يمكن أن تعدّ مثلاً بسيطاً على الفئة الأولى للإشارة (الأيقونة)، بينما العلاقة بين الدال والمدلول في المؤشر هي علاقة سببية، فالدخان على سبيل المثال يشير إلى وجود نار، لكن لا يوجد علاقة مباشرة أو سببية بين الإشارة والموضوع في الفئة الثالثة (الرمز)، فالعلاقة هنا تكون اعتباطية أو إقناعية، فالمصافحة باليد تشير إلى التحية<sup>(1)</sup>.

ويرى "بارث" أن هناك مرحلتين أساسيتين لقراءة الصورة، وهي المعنى الإشاري والمعنى الإيحائي، فالمعنى الإشاري هو المرحلة الأولى من الرسالة وفيها يتم وصف العلاقة في الإشارة بين الدال ومثاله الصورة الفوتوغرافية، والمدلول وهو المفهوم الذهني لفحوى الرسالة ومثاله ما يعنيه موضوع الصورة بالنسبة للمشاهد.<sup>(2)</sup>

### أولاً: دلالة الصورة الصحفية

**الدلالة لغة:** تدل مادة (دَلَّلَ) على إبانة الشيء بإمارة تتعلمها، ثم اشتق من هذا الأصل كلمة (الدلالة)، فالدليل ما يستدل به، وقد دلّه على الطريق يدلّه دلالة ودلالة، والفتح أعلى، فالدلالة بمعناها اللغوي تعني الإرشاد إلى الشيء والإبانة عنه<sup>(3)</sup>.

**والدلالة اصطلاحاً:** عرفت بأنها كون الشيء بحالة يلزم العلم به، العلم بشيء آخر، والأول الدال والثاني المدلول، ويمكن القول إن العلاقة بين الدال والمدلول هي تلك الدلالة التي تربط بينهما، فقد استقر في المفهوم اللغوي الحديث أن الدلالة هي العلاقة بين الدال (اللفظ) والمدلول (المعنى) حيث ينظر إليها على اعتبار أنها الحدث الذي يقترن فيه الدال بالمدلول، فإذا جاز

(<sup>1</sup>) الحسن، قراءة الصورة الفوتوغرافية، تحليل سمبويطيقي، (موقع الكتروني).

(<sup>2</sup>) المرجع السابق نفسه.

(<sup>3</sup>) يوسف، الدلالة وعلم الدلالة، المفهوم والمجال والأنواع، ص 2.

بشيءٍ من التسامح أن نقول إن الضرب اتصال بين الضارب والمضروب، جاز قياساً على ذلك أن نقول إن الدلالة هي اتصال الدال بالمدلول أو العلاقة بينهما<sup>(1)</sup>.

إن علم الدلالة هو ذلك العلم المنوط به دراسة الرموز كافة، سواء أكانت هذه الرموز لغوية أم غير لغوية، فيما يسمى بعلم الرموز، إلا أنه يهتم اهتماماً خاصاً بالرمز اللغوي، حتى أنه قصر دراسته على الرمز اللغوي دون غيره، ثم اهتمت دراسات أخرى بالرمز غير اللغوي، ومن ثم يمكننا القول بأن علم الدلالة يعد شقاً من شقي علم الرموز، وعلم الدلالة هو ذلك الفرع الذي يدرس الشروط الواجب توافرها في الرمز، على أن يكون قادراً على حمل المعنى<sup>(2)</sup>.

إن مفهوم الرمز يقترن بترجمة الأفكار أو المعاني، لذلك فإن الفن الحديث يعتمد الرمزية في اختيار الصورة ذات المعنى، إذ أنها تكون أكثر قبولاً للإدراك من خلال قدرة المتلقي على قراءة المعاني المرتبطة بالصورة الرمزية دون الحاجة لوجود عناصر أخرى مساندة كالكتابة، بل يكون الإعتماد بشكل أساس على الصورة، فالصورة الرمزية هي شكل ذو دلالة بحد ذاته، يمكن أن يحمل معانٍ متعددة، فصورة واحدة ربما تحمل معها العديد من المعاني، وتعطي إحياءات مختلفة للمتلقي، ولذلك كان الإعتماد الأول في العصور القديمة على الصورة لتبادل الأفكار وللتعبير اللغوي والتخاطب اليومي بين الأفراد والحضارات<sup>(3)</sup>.

وتركز مقاربة "بارث"، على الإستدلال على مداخل الصورة ومخارجها، وآليات اشتغالها في سبيل بناء دلالة معينة، فهي إذن مقاربة تحدد العوامل الإدراكية التي تحيل بها الصورة، وهي تقوم على ثلاث مراحل بحثية متكاملة، لكل مرحلة خطوات إجرائية خاصة<sup>(4)</sup>:

1. **الدراسة الشكلية:** وتسمى أيضاً بالدراسة التقنية وتتضمن الدراسة المورفولوجية، أو ما يسمى بالمدونة أو الشفرة الهندسية، وهي السيرورة الدلالية لبناء الصورة وشكلها وخطوطها ومحاورها التركيبية، وايضاً تشمل الدراسة الفوتوغرافية، وهي المجال الذي يتم فيه مساءلة العناصر الفنية المتعلقة بالتأطير، واختيار الزوايا وما يقابلها من جانب المتلقي من حركة العين، ووضع المركز البصري، أيضاً يشمل الدراسة التيبوغرافية ويتم فيها تحليل الإرسالية اللغوية أو اللسانية من حيث طريقة كتابتها وطريقة وضعها والمساحة المخصصة لها، كما تشمل دراسة الألوان أو ما يسمى بالمدونة أو الشفرة اللونية، وفي هذا المجال البحثي يتم تحليل قوة وقيمة الألوان المستعملة وغالباً ما يضاف لهذه الخطوات الدراسية محور آخر

(1) المرجع السابق نفسه، ص 2-3

(2) سليمان، مدخل الى مفهوم سيميائية الصورة، ص 153-155.

(3) الوائلي، الصورة وحدة تعبيرية وجمالية في بنية أغلفة المجلات، ص 122.

(4) يخلف، سيميائيات الخطاب والصورة، ص 120-122.

يتعلق بتحديد الأشخاص الظاهرين في الصورة وتفاصيلهم.

2. **الدراسة التأويلية أو التضمينية:** وهو المجال الذي يتم فيه استقراء آليات الدلالة داخل عالم الصورة، وما يرافقها من قوانين التدليل التي تحيل إلى ظلال نفعية وظيفية أو استعارية مودعة في ثنايا الصورة، ويتضح من هذه الزاوية أن البناء الدلالي للصورة يركز على مبدئين لسانيين عرفا تطوراً كبيراً في سيميائيات الصورة تحديداً، هما التعيين والتضمن، وإذا كانت الوظيفة التعيينية تطرح سؤال ماذا تقول الصورة؟ والذي تجيب عنه الدراسة التقنية أو الشكلية الوصفية فإن الوظيفة التضمينية أو الإيحائية ستطرح سؤالاً إجرائياً وتأويلياً وهو كيف قالت الصورة ما قالته؟ وهذا ما ستجيب عنه القراءة التضمينية التأويلية.

3. **الدراسة الألسنية:** وهو المجال الذي يتم فيه دراسة علاقة الكلمة بالصورة، من خلال استقراء وظيفتي الترسيخ والمناوبة، ويراد بالترسيخ الوظيفة السيميائية التي تقوم بمقتضاها الرسالة الألسنية بمهمة تحديد جملة المدلولات المطروحة في الصورة، وتوجيه منحى القراءة لخدمة دلالات بعينها، أما المناوبة فتعني أن هناك تبادلاً وظيفياً بين الصورة والكلمة، وهذا يفيد بدوره في عدم الفصل بين النص المرافق للصورة، وبين المعطيات التي تمثلها الصورة، وفي هذه الحالة فإن المضمون اللغوي للصورة يجب أن يترجم جزئيات الخطاب البصري، إن السبيل الوحيد لتحقيق حصر دلالي لمعاني الصورة، ارفاقها بإرسالية لغوية تشرحها وتولد نقطة ارساء معنوية، تضبط حدود التدلال في ثنايا الصورة، ولذلك كانت الصورة التي تخلو من كل صياغة لغوية مجالاً بصرياً حافلاً بالرموز، وسياًقاً أيقونياً لاختبار ذكاء المتلقي وكفائته التحليلية في الانتقال من وضع القراءة العامة إلى وضع البناء الدلالي الأصلي<sup>(1)</sup>.

والعلامات في مفهوم السيميولوجيا، تأخذ شكل الكلمات والصور والأشياء والأصوات والإشارات والإيماءات، وتؤكد السيميولوجيا أن وسائل الإتصالات قائمة على نظام العلامات العاملة وفق قواعد وتركيبات معينة، فالعلامة هي السمة الرئيسية في السيميولوجيا، والعلامة هي الإشارة التي توصل شيئاً ما إلينا، ويمكن فهم طبيعة العلامات على النحو الآتي<sup>(2)</sup>:

1. كل علامة تتضمن الدال والمدلول، الدال هو أي شكل مادي يستخدم لإيصال المعنى، أما المدلول فهو المفهوم الذي تدل عليه الرسائل، فالدلالة لا تشبه الشيء بل تشير إليه، فصورة ثقب رصاصة مثلاً لا يمثل الرصاصة ولكنه يشير إلى أن رصاصة قد أطلقت، وصورة الدخان لا يمثل النار بل يدل على أن هنالك ناراً قد اندلعت، أما الرمز فهو علامة اعتباطية

(1) المرجع السابق نفسه، ص 122.

(2) ناصر، ثقافة الصورة في وسائل الإعلام، ص 86-91.

تمثل الشيء بشكل رمزي، فصورة الأسد مثلاً أصبحت شعاراً يرسم على الإعلام لأن صورة الأسد تقترن بالملك والدولة.

2. إن أفضل الطرق لتحليل الصورة هي التي قدمها "بارث" والمبنية على نظرية "سوسير" لأن طريقة "بارث" تقدم صيغة واضحة ومباشرة لفهم العلاقة بين التمثيل البصري والمعنى، فالصورة والكلمة والصوت تعبر عن الدال والمعنى يعبر عن المدلول.

3. غالباً ما تحدث عملية الكشف عن المعاني الإجتماعية والثقافية والتاريخية في الصور، دون وعينا بها، لكونها جزءاً من متعة النظر في الصور، فبعض المعلومات التي نستخدمها في قراءة الصور لها علاقة بتصورنا لقيمتها في ثقافة ما، فالصور لا تملك قيمة بذاتها بل تضيف عليها قيمة نقدية إجتماعية سياسية.

فالعلاقة القائمة بين دال الصورة ومدلولها، علاقة قائمة على تشابه يجعل من الأول يحيل على الثاني دون وسائط، وفي هذه الحالة فإن دلالة الصورة أمر يأتي من التسنين الثقافي، فالوقائع البصرية في تنوعها وغناها تشكل لغة مسننة أودعها الإستعمال الإنساني قيماً للدلالة والتواصل والتمثيل<sup>(1)</sup>.

#### ثانياً: آليات قراءة الصورة الصحفية وتفسيرها

إن القاعدة الذهبية لقراءة الصورة، هي أن نتقبلها ونستقبلها دون أحكام مسبقة، ودون خلفيات نابذة عن مرجعياتنا الدينية أو التاريخية أو الثقافية أو الأيديولوجية أو الجمالية، وفي المقابل لا بد من الإنطلاق من مبدأ جوهرى تطرحه علينا مسألة قراءة الصورة، وهو مبدأ تعدد التأويلات أو جمعية التأويل التي تفرضها تعددية المعاني، فالصورة تفتح على جميع التأويلات وتنتج قراءات متعددة بتعدد القراء لها، والمعرفة المكونة للصورة في هذا المجال ليست دائماً هي الحجة التي تسمح بتجزئتها، ففي هذه التعددية يكمن ثراء الصورة وغناها<sup>(2)</sup>.

فإذا كانت الصورة تتضمن معنى ما، فيجب بالتالي أن يقرأه المرسل إليه أو المشاهد، وهذه كل مشكلة تفسير الصورة، فالكل يعرف أننا لا نرى الصورة بطريقة وحيدة يحددها كلياً جهاز الإدراك، وأننا لا نرى فيها إلا ما نستطيع فهمه، وبالتالي فإن الصور التي يتم انتاجها في إطار مكاني أو زمني بعيد عن إطارنا، هي تلك التي تتطلب أكثر قدر ممكن من التفسير، بل إن مسألة التفسير هي مسألة سيميائية وفلسفية عامة تتخطى بشكل كبير حالة الصورة<sup>(3)</sup>.

ويقوم منهج تفسير الصورة على قراءة الصور بحسب ثلاثة مستويات، الأول طبيعي

(1) بنكراد، السيميائيات، مفاهيمها وتطبيقاتها، ص 117-121.

(2) يخلف، سيميائيات الخطاب والصورة، ص 119-120.

(3) أومون، الصورة، ص 344.

المتعلق بالمعنى التعييني، وهي تسبق رسم الصور والتي ترتبط قبل كل شيء بقدرة الصورة على تمثيل عناصر ما، والثاني الإتفاقي من خلال إقامة علاقة بين عناصر في الصورة مع مواضيع ثقافية معروفة أو مع مفاهيم منتشرة، والثالث إدراك المعنى الداخلي من خلال تفسير المبادئ الخفية، التي تكشف عن الحالة الأساسية لأمة ما وزمن ما وطبقة ما إلخ<sup>(1)</sup>.

وتطرح مسألة قراءة الصورة الإعلامية نفسها، كمسألة حتمية أمام الغزو السياسي والإقتصادي والثقافي للصورة، والتي تسهم بشكل كبير، في تشكيل وعينا وتكوين قناعاتنا، خاصة في صفوف الأجيال التي تفتح أعينها مباشرة على عالم الصور، ولأن الصورة تتميز بالغموض، وتحمل معانٍ متعددة، فإن ذلك يفرض علينا امتلاك آليات قراءة الصورة حتى نتمكن من التحاور معها وفهمها، وقد وفّرت السيميولوجية الأيقونية كعلم حديث نسبياً إمكانية دراسة الصورة في ذاتها، حيث تركز على مناهج تحليل مستعارة من اللسانيات، وتعتبر الصورة نسقاً يحمل الدلالة والتواصل معاً، وهناك أربعة مستويات لقراءة الصورة، هي الوصف، والتحليل، والتفسير الإبتكاري، ويعني قدرة الشخص على توليد استجابات وتصورات شخصية تستحثها الصورة فيه، والمستوى الأخير هو التفسير الناقد الذي يقابل مستوى التقييم عند غيره<sup>(2)</sup>.

إن أول ما يتم التركيز عليه في عملية قراءة الصورة، يتمثل في الإطلالة الأولى، حيث تعمل العين على مسح شامل للصورة، فنلتقط بدايةً موضوعها، من خلال ما تعرضه، ثم ألوانها والزوايا التي أخذت منها، كل هذه الأشياء تدخل في عملية الوصف، تليها عملية التحليل بالغوص في أعماق الصورة لتجاوز ما هو ظاهر وباد، إلى ما هو أعمق من حيث النظر لإحياءات الصورة ودلالاتها، أي القراءة الدلالية<sup>(3)</sup>.

فالصورة لا تدلُّ من خلال طاقتها المعنوية الذاتية المفصولة عن أي سياق ثقافي، بل تدلُّ من خلال مجمل الأحكام التقييمية التي تتسجها الثقافة في مرحلة ما، من خلال ربط فكرة بأخرى، وإقامة العلاقة بينهما، فالوجه دالٌّ على وجود إنساني وذاك مبدأ للتعرف وكفى، إلا أن هذا الوجه ذاته يدل في سياقات متعددة على قيم دلالية بالغة التنوع، إنه يتحول إلى لغة تستمد دلالاتها من سياقاتها المتنوعة من مجموع استعمالاتها، فما نقرؤه في الصورة ليس عضواً ولا حركة ولا شكلاً، فاليأس والأمل والتشاؤم والشجاعة والنبل مفاهيم مجردة، تغادر مواقعها لكي تسكن الأشياء والأشكال والألوان، وكل مكونات السلوك الإيمائي الإنساني<sup>(4)</sup>.

(1) المرجع السابق نفسه، ص 347.

(2) الحساني، الصورة الإعلامية وتأثيرها على المجتمع في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، ص 68-70.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 71.

(4) بنكراد، السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، ص 131-135.

وعليه يمكن القول إن اللغة البصرية التي يتم عبرها توليد مجمل الدلالات داخل الصورة، هي لغة بالغة التركيب والتنوع، وتستند من أجل بناء نصوصها إلى مكونين: الأول ما يعود إلى العلامة الأيقونية والثاني ما يعودى إلى العلامة التشكيلية، وتعد الصورة من هذه الزاوية ملفوظاً بصرياً مركباً ينتج دلالاته استناداً للتفاعل القائم بين مستويين مختلفين في الطبيعة لكنهما متكاملان في الوجود، بعبارة أخرى فإن الثقافة تحدد لكل عضو سلسلة من السياقات التي تحيل على دلالات مختلفة، بل قد تكون في أحيان كثيرة متناقضة، فقد تكتسي إشارة اليد الدالة على طلب الحضور، دلالات متعددة، فهي قد تشير إلى السرعة أو التمهل، أو الزجر أو التواطؤ. إن كل التأويلات الممكنة للصورة يجب أن تستند إلى المعرفة الخاصة بالحضور الإنساني داخل الكون، من خلال مجمل لغاته وعلى رأسها لغة جسده، ففهم الصورة وقراءتها مرتبطان بقدرة المتلقي على القيام بالتنسيق بين مجمل العناصر المشكلة لنص الصورة، وهو تنسيق لا يستند إلى ما تعطيه الصورة، بل إلى معاني هذه العناصر خارج الصورة، وضمن سياقات الفعل الإنساني المتنوعة (1).

إن مجمل الدلالات التي تثيرها الصورة من خلال بُعديها الأيقوني والتشكيلي، ليست وليدة مادة دالة من تلقاء ذاتها، وليست وليدة معاني مثبتة في أشكال لا تتغير، إنها أبعاد مشتقة من الوجود الإنساني ذاته، ولهذا فالألوان والأشكال والخطوط تتسرب للصورة محملة بدلالاتها السابقة، وهذا يصدق على الشكل الهندسي بأنواعه، فلهذه الأشكال دلالات أخرى غير التشكيل الهندسي، وهذه الدلالات تغني عن البعد الأيقوني وتنوع من دلالاته (2).

وللصورة عناصر ومكونات وأبعاد متعددة، والمقصود بالأبعاد الطابع البارز للصورة أو الجو العام الذي توفره، فقد تكون الصورة ذات بعد إنساني أو ديني أو سياسي أو اجتماعي أو غيره، أو ذات بعدين أو أكثر، ولقراءة الصورة يستوجب الإلمام ببعض المهارات التقنية والبلاغية والتاريخية، بهدف استنطاقها واستخراج خفاياها الدلالية المتعمقة (3).

## المطلب الثاني: قوة الصورة الصحفية وقيمتها الإقناعية وتأثيرها على الرأي العام

### أولاً: قوة الصورة الصحفية

تتأتى سلطة الصورة من قدرتها على التشكل والتقلب، وحتى الكذب أحياناً، فالصورة لها طبيعة خاصة وأساليب ومزايا ظاهرة وخفية، فهي قابلة للتحريف والتشكيل والتوظيف والتأويل، ولها قوة نفاذ صادمة في بعض الأحيان، وقوة تشبيه تراوح بين المبنى والمعنى، إضافة إلى أن

(1) المرجع السابق نفسه، ص 140.

(2) المرجع السابق نفسه، ص 151-152.

(3) حميدة، الصورة والإيديولوجيا: قراءة في سلطة الصورة، (موقع الكتروني).

التطور التقني للبرمجيات الإعلامية، أعطى للصورة قدرة فائقة على التشكل بهيئات مختلفة، وعلى التحريف والتزييف واللعب بالدلالة، فهي أداة إخبارية، وآلة للكسب التجاري وللدعاية السياسية، وهي أيضاً وسيلة رمزية في دلالاتها ومعانيها ووسيلة اتصال، ووسيلة أيديولوجية متغلغلة في النص، مما يستوجب التعمق في تحليلها والتسلل لباطنها وعمقها (1).

فأصبحت الصورة تتلاعب بالعقول، وتَقْصِلُ متابعها عن العالم الحقيقي، بحيث لا يعود يعرف الواقع إلا من خلال الصورة المتتالية المسيطرة، فاستطاعت أن تمارس هيمنة وسلطة على المتلقي المنبهر، والمشاهد المستهلك السلبي، الذي تقتصر لذته على المتعة البصرية، واستطاعت أن تكون عنصراً أساسياً في تشكيل شخصية الإنسان وتصوراتهِ عن الواقع، بشكل يفوق خبراته الفعلية اليومية المعاشة، وأدت صناعة الصورة لهيمنة ثقافة المظهر، على حساب ثقافة الجوهر والمضمون والقيمة والعمق، لقد أصبحت الصورة قادرة على توجيه سلوك المستهلك والتحكم بذوقه وعقله، وتحديد ماذا يأكل ويشرب وكيف يلبس ويتصرف، فتوغلت داخل وعي الإنسان وأصبحت تؤسس لاختيارات وتفضيلات وتحفيزات وتحيزات، وتطلق حاجيات وتحدث رغبات، لقد أصبحت الصورة أحياناً تسبق الواقع وتمهد له (2).

وتكمن قوة الصورة الصحفية في اكتمال العناصر التي يبحث عنها المصور الصحفي، فكلما ازداد ارتباطها بالجمهور وبطبيعة الحدث، اكتسبت قوة أكبر وتأثيراً أعمق، ولا تختلف الصور الصحفية بمفهومها ومضمونها إذا كانت قادمة من مناطق النزاع والحروب، وتحمل مشاهد المعاناة ذاتها، فعلى المصور الصحفي أن يكون قريباً بفكره ورؤيته، قريباً بمعلوماته، فالمصور الناجح هو الذي يبحث عن الصورة الأقرب، الصورة التي يراها بعينه قبل عدسته، فكلما اقتربت من الحدث أدركت جيداً تفاصيل ما يجري، وأصبحت قادراً على تحريك مشاعر الناس المتلقين لصورك، رغم تجميدك حركة الصورة، فالصورة الصامتة بتكوينها يجب أن تكون متحركة بتأثيرها (3).

والصورة تنقل عدداً كبيراً من المعطيات الثقافية والاجتماعية والفكرية وحتى الدينية، كما تتقاطع في أغلب الأحيان مع مجالات علمية اجتماعية كعلم التاريخ وعلم الإنسان، دون أن ننسى المجالات النفسية مع ما تمارسه الصورة من تأثير على المشاهد، وما يسقطه هذا الأخير من تفسير على الصورة في حد ذاتها (4).

(1) حميدة، الصورة والإيديولوجيا: قراءة في سلطة الصورة، (موقع الكتروني).

(2) الشجيري، التحيز في تناول الإعلام، ص 558-559.

(3) بدارنة، الصورة الناطقة في الاطار الصامت، (موقع الكتروني).

(4) أومون، الصورة، ص 7.

ويمكن للصورة الصحفية أن تصور أفضل القصص وتعبّر عنها بشكل أفضل من الكلمات، بل إن الصور الصحفية أصبحت أطول أمداً في ذاكرة المشاهدين، ويمكن أن تمارس قوة في فتح آفاق خيال المشاهدين حتى بدون كلمات، بل يمكن للصورة جيدة الإنشاء أن تخلق صورة إبداعية ومنطقية وتجذب انتباه المشاهدين أكثر من سواها<sup>(1)</sup>.

ولا شك أن صورة أيقونة الانتفاضة الفلسطينية محمد الدرة خير مثال على قوة الصورة الصحفية والتي وظفها الاحتلال خارجياً وصور الدرة على مستوطن يتعرض لاعتداء الفلسطينيين وتمكن من خداع الرأي العام العالمي لعدة سنوات.

كما كانت صورة "محمد البوعزيزي" من أعظم الأمثلة على قوة الصورة في تحريك الشعوب وتغيير مجرى التاريخ<sup>(2)</sup>، إذ يؤكد علم النفس الحديث أن إدراكنا لما يحيط بنا، لا يقتصر على ما تلتقطه حواسنا الخمس من الأشياء، فالإدراك عملية انتقائية تتعلق أولاً بالإنسان نفسه، وبما يرغب هو بإدراكه والتفاعل معه، إذ نتعرض كل يوم لكمية كبيرة من المعلومات، لكن لا نكثرث إلا لما يثير اهتمامنا ويتوافق مع قناعاتنا وأفكارنا، كما لا نحتفظ في ذاكرتنا طويلة الأمد إلا بجزء يسير جداً منها، وقد أجرى العديد من العلماء دراساتهم حول دور الصورة في عملية الإدراك والوعي والتذكر، وكانت النتائج تثبت دوماً أن الخبر أو المقال المكتوب، يحقق أهدافه بدرجة أكبر، عندما يكون مصحوباً بالصور المناسبة، من أجل ذلك تحرص الصحف والمجلات ودور النشر والمواقع الإلكترونية اليوم على الإنتقاء الدقيق للصور في الأخبار والمقالات، إذ لم تعد الصورة مجرد عامل ثانوي للفت الإنتباه وزيادة الجاذبية، بل عنصراً أساسياً من المادة المنشورة، خصوصاً مع تأكيد الدراسات على أن 75% من القراء يلتفتون للصور مباشرة، بينما يركز حوالي 50% منهم على العناوين الرئيسية، ويطالع 29% منهم فقط التعليقات المصاحبة للصور، أما المهتمون بالمادة المكتوبة فقد لا تزيد نسبتهم عن 25% فقط<sup>(3)</sup>.

إن الصورة التي خرجت من شرق مدينة غزة لمسيرات العودة، ذات أبعاد إعلامية وسياسية، أراد منظمو المسيرة إرسالها، وقد نجحوا في ذلك لأسباب متعددة، منها أن قضية العودة حق فلسطيني لا يسقط بالتقادم أو التنازل، وأن الرواية الفلسطينية للصراع مشفوعة بأدلة ملموسة، أهمها اللأجئ الفلسطيني نفسه، وكذلك القرارات الدولية التي تدعو إلى عودته لأرضه،

(1) Padil and Azahari, The Impact of Photographic Images in Print and Online Media for Political Campaign in Malaysia. Page 215.

(2) دعدوش، قوة الصورة كيف نقاومها وكيف نستثمرها، ص 144.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 136.

كما أن شعور الرأي العام بمشاركة القيادات الفلسطينية للمسيرة وفي طلائعها الأولى على طول الحدود الشرقية للقطاع، إضافة لاشتمال برنامج مسيرات العودة على العديد من المحطات الثقافية والرياضية والتراثية والاجتماعية، منحها فرصة التحول إلى كرنفال فلسطيني متنوع، ولذلك تمكنت صورة مسيرات العودة من إضفاء زخم كبيرٍ للتمسك بالحقوق الفلسطينية، رغم كل أشكال الحصار والمعاناة التي يعيشها سكان قطاع غزة<sup>(1)</sup>.

### ثانياً: القيمة الإقناعية للصورة الصحفية وتأثيرها على الرأي العام:

للصورة دور بارز في ما يراد إيصاله من الرسالة الإعلامية، وهذه الصورة يمكن أن تؤدي دوراً أكبر من نص الخبر، وهي أبلغ من كل تعبير، فالصورة لها قيمة إخبارية وإقناعية، وهذه الصورة ستصل للجمهور كما يريد القارئ بالاتصال، إما حسب البعد الذي أراده ملتقط الصورة، أو بالحذف من قبل قاعة التحرير، فيمكننا عبر الصورة أن نبرز قيمة إخبارية وإقناعية فكرياً وأيديولوجياً، وكمثال على ذلك تلك الصور التي نشرتها جريدة "الصن" البريطانية للرئيس العراقي صدام حسين، هناك من تعامل مع الصورة كأنها تحمل قيمة إخبارية، وهناك من رأى فيها أنها لا أخلاقية، والمنطق في هذا أن كل مؤسسة إعلامية لها سياستها وأهدافها، وتريد إيصال رسائل معينة للجمهور، وهذه السياسة الإعلامية هي التي تؤثر في قيمتها الإخبارية<sup>(2)</sup>.

وتشكل الصورة في بعض الأحيان مصدر قلقٍ، سيما إذا وُجّهت قصد تضليل الرأي العام، وهذا الأمر يشكل خطراً على مصداقية تداول الصورة، مما يوقع القارئ في كثير من الأحيان في التطويع والترويض، الذي يساق ويحبك وراء الكواليس، وهذا الأمر للأسف يوجد في الكثير من المنابر التي لا تتأكد من مصداقية الصورة والتعليق أو الخبر المصاحب لها، والخطير في الموضوع أنها قد تكون مموهة ومغالطة، نظراً لكون المصور الصحفي لا يهدف في كثيرٍ من الأحيان، لإبراز مواطن القبح والإهمال، حسب أهمية الصورة وطبيعة الأثر الذي يريد تركه<sup>(3)</sup>.

وتمتاز الصورة الصحفية كوسيلة اتصالية بسرعة أكبر في لفت نظر القراء، واستيعابهم لمضمونها، وبالتالي تحقيق التأثير المطلوب من خلال الوضوح في التفاصيل، والبساطة في المضمون، وإضافة لمقدرتها الإقناعية فهي من أكثر الأدوات الملفتة للنظر في الصحف والمجلات، إلى جانب دورها في إثراء المحتوى من خلال تسجيلها الأحداث ودعمها المادة التحريرية، وإضافة الجديد إليها، وتعتبر الصورة فاعلاً رئيسياً في الصناعة الإعلامية، حيث

(1) الشقائي، مسيرة العودة، سيمائية الصورة ودلالات المحتوى، (موقع الكتروني).

(2) بيمينة، دلالة الصورة الفوتوغرافية في الصحافة المكتوبة، دراسة سيميائية لصور "داعش"، جريدة البلاد أنموذجاً، ص 55.

(3) عبد اللوي، الصورة ودورها في ترويض الرأي العام، هل فعلاً الصورة الصحفية أبلغ من ألف كلمة، (موقع الكتروني).

أصبح حضورها ضرورة ملحة وأساسية في جلّ الأجناس الصحفية، لما تتميز به من قدرة عالية على جذب أكبر عدد من القراء في الصحافة المكتوبة، ورفع نسب المشاهدة في السمعي البصري، نظراً لكونها تتميز بقدرة كبيرة على توصيل المعنى وسهولة فهمها<sup>(1)</sup>.

وتتجه الصحافة الحديثة للتأثير في الرأي العام، من خلال الصورة وكذلك الرسوم الكاريكاتورية، فرسم واحد يشيع جواً من السخط والسخرية أو الرضا عن شخص ما، بما لا تستطيع فنون القول كلها أن تفعله إلا بجهد جهيد<sup>(2)</sup>. كما تعد الصورة بأشكالها المختلفة سواء التي يبدعها الرسام أو التي يلتقطها المصور، وسواء أكانت ثابتة أم متحركة، وثيقة هامة لتشكيل العقول والوجدان، فكل منا يرى الصورة من الزاوية التي يختارها وحسب الخبرة التي يمتلكها، فالغاية من دراسة الثقافة البصرية هي زيادة وعينا بما يجري حولنا، واستقراء الغايات الظاهرة والكامنة وراء الصورة المنتجة، واكتشاف دورنا كمنتجين ومستهلكين للصورة التي تعكسها وسائل الإعلام، وأضحت الصورة وسيطاً يساعد على الوعي بالذات وبالمجتمع من خلال معالجة الأفكار وتعزيزها والسيطرة عليها، وتتحول لمجموعة من الصور الذهنية التي تحدد نظرتنا للكون وترشد سلوكياتنا في الواقع المعاش<sup>(3)</sup>.

وبعد نجاح تجربة المصور الفرنسي "روجيه فننون" في توثيق حرب القرم، ونقل بشاعتها للناس، أصبحت الصورة الصحفية في كثيرٍ من الأحيان أكثر تأثيراً واقناعاً من الخبر نفسه، حتى بات من الممكن بيع الصور الصحفية لوحدها بوصفها مادة مستقلة عن الصحف منذ عام 1840م، لما تمتعت به من ثقة الجماهير<sup>(4)</sup>.

وسرعان ما أدت الصورة دورها البارز في توثيق الكوارث والحروب، لدرجة التأثير في مجريات الأحداث، فخلال العدوان الثلاثي على مدينة بور سعيد المصرية عام 1956م، نجحت عدسة المصور السويدي "أندرسون" في حشد الرأي العام العالمي لشجب العدوان، إثر بشاعة الدمار الذي خلفه، كما ساعدت كاميرات المصورين على إحراج المحتل الصهيوني أمام الرأي العام العالمي مرات عدة، وأجبرت المجتمع الدولي على الاعتراف بدور الصورة في إدانة مجرمي الحرب، مع ظهور صور مجزرة صبرا وشاتيلا، حتى اضطرت الجمعية العامة للأمم المتحدة لإدانة مرتكبيها في سبتمبر 1982م، ومطالبة مجلس الأمن بالتحقيق في الأمر، وبالرغم من فظاعة الصور التي بثها ناشطو الثورة السورية حول العالم وإظهارها الكثير من

(1) المرجع السابق نفسه.

(2) حمزة، الإعلام والدعاية، ص 39.

(3) ناصر، ثقافة الصورة في وسائل الإعلام، ص 17.

(4) دعدوش، قوة الصورة كيف نقاومها وكيف نستثمرها، ص 136.

المجازر التي ارتكبت بحق المسلمين السنة بدءاً من عام 2011م، لم يكن التعاطف الغربي كافياً لاتخاذ رد فعل حاسم، يمنع النظام والمليشيات الطائفية المتحالفة معه من مواصلة العدوان، ففوة الصورة لا تؤدي دورها في تحريك الرأي العام وتغيير المواقف السياسية ما لم تقترن بإرادة مسبقة وعمل منظم<sup>(1)</sup>.

أما وسائل التواصل الاجتماعي فقد منحت الصورة سلطة مطلقة في تشكيل اتجاهات الرأي العام في ساعات، بل دقائق معدودة، حيث بات من المعتاد أن تتحرك مشاعر وأحاسيس الملايين في منطقة أو دولة ما، باتجاه حدث أو شخص معين، ويصبح هذا الحدث أو الشخص محور الاهتمام، سلباً وإيجاباً، ويصبح الجدل والتفاعل السلبي أو الإيجابي قوة دفع وورقة ضغط هائلة، تهز كيان الدول والمؤسسات والحكومات<sup>(2)</sup>.

### المطلب الثالث: التأثيرات النفسية والاجتماعية للصورة الصحفية

#### أولاً: التأثيرات النفسية للصورة الصحفية

تعد الصورة من أهم الوسائل الإيضاحية المكتملة للخبر الصحفي، ولها تأثير نفسي قوي على القارئ، علاوة على ما تحمله من مضامين، وكلها ميزات تجعلها من أكثر العناصر جذباً للعين وجلباً للإنتباه، وقد تكون الصورة سبباً أولياً في قراءة العنوان والموضوع معاً، وأحياناً يسبب فقدانها قلقاً وشروداً ذهنياً وجهداً فكرياً يبذله القارئ في تخيل ملامح الشيء الذي يتحدث عنه الموضوع الصحفي، وإذا اتفقنا أن للصورة قوة انجذاب أكثر من غيرها، فلا بد أن يكون تأثيرها النفسي بذات القوة، وإلا فقدت قيمتها الجمالية والتعريفية، ومن العوامل السلبية التي تضعف قوة التأثير النفسي للصورة الصحفية، إلتقاط ضعيف وغير مدروس للصورة، من حيث تعديل البعد البؤري وفتحة العدسة والإضاءة واختيار الزاوية وغيرها، أو نشر صور بحجم مبالغ فيه، بصحبة خبر أو موضوع لا يستحق، أو نشر صورة لا علاقة لها بالخبر، ومما لا شك فيه أن الصورة الملونة تغني مشاهداها عن تخيل ألوان العناصر المنشورة فيها، أما الصورة العادية غير الملونة فتجده بالتخيل، كما لا تهتم بعض الصحف والمجلات بالتعليقات أو شروح الصور، فقد تنشر صوراً لمجموعة أشخاص دون ورود أسمائهم أو صورة جماعية دون تعريف شخصياتها<sup>(3)</sup>.

كل هذه العوامل وغيرها مما لا يتسع المجال لحصره، لها وقع سلبي على نفسية القارئ فتعرقل سير الإطلاع وتقطع الصلة بين الموضوع وصوره، وتفسد لذة القارئ، وقد تنتهي

(1) المرجع السابق نفسه، ص 136.

(2) الكتبي، سلطة الصورة، (موقع الكتروني).

(3) الصويغي، الاخراج الصحفي والتصميم بين الأقلام والأفكار والحواشيب، ص 106-109.

بالعدول عن متابعة بقية الموضوعات، أو ربما عدم التفكير في اقتناء تلك الصحيفة أو المجلة مرة ثانية<sup>(1)</sup>. ويرى بعض الجرافيكيين أن الصورة تعمل على تكوين روابط نفسية وعاطفية مع القراء، بثلاث طرق<sup>(2)</sup>:

1. أنها تعطي القراء إحساساً بأنهم في مكان الحدث، ويشاركون فيه، وهو ما يعطي شعوراً بالألفة بين القارئ والجريدة.

2. أنها تظهر للقراء المشاعر والإنفعالات وردود أفعال الناس ذوي الصلة الوثيقة بالأحداث.

3. تخاطب الصورة عواطف القراء باستدعاء ذكريات الماضي وتوقع خبرات المستقبل.

أصبح سلاح الصورة في حروب العصر الحديثه أشد فتكاً من سلاح الكلمة المتمثل بالتصريحات والبيانات والتهديدات، وذلك لأن الصورة تمثل شاهداً ملموساً لا يستطيع المشاهد إنكاره أو التشكيك فيه، ما لم يكن متخصصاً بعلم الصورة والنقاطها أو تركيبها أو تزويرها أو التدخل فيها، ولذلك نرى الأطراف المتحاربة تحرص على تكرار عرض الصور التي تضعف معنويات الطرف الآخر، وتقع المشاهد بأنها تملك اليد العليا على خصمها، أو أنها قادرة على الحاق الأذى والهزيمة به<sup>(3)</sup>.

#### ثانياً: التأثيرات الاجتماعية للصورة الصحفية:

يمكن القول إن المتلقي في عصرنا الجديد ينظر إلى النص ويقراً الصورة، وهذا يلقي بالمسؤولية المعرفية والإبداعية على الصورة التي أصبحت موجّهةً لثقافة ليست بصرية فحسب، بل ومسلكية تدفع بالكثيرين إلى تبني واعتماد معرفيات قد لا تكون صحيحة، ومن هنا تكون الصورة هي الإشكالية المعرفية الأكثر حساسية في جميع مسارات الإبداع البشري<sup>(4)</sup>.

لقد وضعت الصورة لكي تكون ثنائية التفاعل، وهذه حقيقة متمثلة بدائرة التغذية المرتدة التي ليس للمصور سيطرة عليها<sup>(5)</sup>، إن تأثير الصورة الإعلامية بكل ما تحمله من مواقف وأيديولوجيات لا يمكن أن يحدد أو حتى يحصر في جانب واحد، خاصة عندما أصبح للصورة مكان داخل كل بيت دون حسيب أو رقيب، لتؤثر حتى على الأسر وتساهم في تنشئة الأطفال وتشكيل وعيهم وشخصياتهم منذ مرحلة الطفولة<sup>(6)</sup>.

فالعلاقة بين الصورة والاتصال قديمة قدم التحولات التي شهدتها تطور الجمهور، من

(1) المرجع السابق نفسه، ص 109.

(2) خليل، فن الاخراج الصحفي، ص 164.

(3) جزار، الحرب وسلاح الصورة، (موقع الالكتروني).

(4) اسماعيل، الصورة في حياتنا، (موقع الالكتروني).

(5) بيمينه، دلالة الصورة الفوتوغرافية في الصحافة المكتوبة، دراسة سيميائية لصور "داعش"، جريدة البلاد أنموذجاً، ص 54.

(6) الحساني، الصورة الاعلامية وتأثيرها على المجتمع في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، ص 49-50.

خلال وسائط الإتصال، وحين تصل إلى المتلقي يفك رموزها ويحللها ومن ثم يتذوقها، إن الجمهور يتتقف بثقافة شعبية من خلال هذه الصور، فقد قلبت الصورة عبر وسائل الإتصال الحديثة دور المجتمع عامة والأسرة خاصة، وأهدرت الذات وانتهكت الحرمات والخصوصية جهاراً نهاراً، ولقد نجحت الصورة وثقافتها في إحداث تغييرات جذرية على السلوك الإجتماعي الثقافي الممارس للجماعات والأفراد، ولم تسلم من هذه التأثيرات المجتمعات ذات التركيب الإجتماعي التقليدي والثقافات المحافظة، وقد انعكست ثقافة الصورة على الأفراد والجماعات من خلال تأثيرها على العلاقات الإجتماعية، فثورة الإتصالات هي المدخل الذي دخل علينا بدون استئذان وكانت هناك استجابات وقبول، وبفعل الإحتكار الأمريكي للإعلام وخوضه حرب رموز صورية ذات أبعاد كثيرة في تأثيراتها الإجتماعية، ما يؤكد أن الصورة اخترقت كل الحجب الموضوعية، لتدخل في صميم التكوين النفسي والعقلي لمجتمعنا، وأن الأجيال التالية ستشهد تحولات ثقافية واجتماعية كبيرة<sup>(1)</sup>.

وتتجلى أهمية الصورة في حياة الأفراد والمجتمع من خلال طبيعة عرضها، فالصورة تعتبر من المثيرات الحسية والعقلية والانفعالية للنفوس، فهي تؤثر في كيانهم واتجاهاتهم، فهي منظومة رمزية توحى بدلالات عدة، وتحمل بين طياتها خطاباً دالاً، يتحدّد في دائرة العلاقات المتبادلة بين المنتج والقارئ، وكما تفعل الصور فعلها في الحرب والسلام، كذلك هي مؤثرة وفاعلة في العمل السياسي، وأصبحت تعيد تركيب عقل المشاهد، وتضع كل الحواس في خدمة العين، فبات المشاهد أسير الصورة يقرأ بعيونه ما يكتب وما يصور بالعدسات<sup>(2)</sup>.

ومطلوب من وسائل الإعلام أن تعكس جميع جوانب القصة من خلال الصورة الصحفية غير المنحازة والتي تعكس القيم الحزبية والسياسية وفقاً لقواعد الأخبار بحيث تكون ذات مغزى ودون لبس بحيث تعكس التفسير الخاص للصحيفة للأحداث والتوافق بينها وبين جمهورها<sup>(3)</sup>.

#### **المطلب الرابع: آليات توظيف الصورة الصحفية والمحددات الرئيسية لاستخدامها**

##### **أولاً: آليات توظيف الصورة الصحفية**

نظراً للدور الكبير الذي أصبحت تؤديه الصورة في الإعلام، ونظراً لتعدد وظائفها ومجالات استخدامها، فإن آليات التوظيف التي تعتمد عليها الوسائل الإعلامية تكون محاطة بالعديد من العوامل التي تتحكم فيها، بدءاً بمجال الوسيلة الإعلامية واهتماماتها، وصولاً للمتحمكين فيها

(1) يمينة، دلالة الصورة الفوتوغرافية في الصحافة المكتوبة، دراسة سيميائية لصور "داعش"، جريدة البلاد أنموذجاً، ص 53-54.

(2) برعومي، الاعلام في عصر الصورة، (موقع الالكتروني).

(3) Katy Parry, (2010). A visual framing analysis of British press photography during the 2006 Israel-Lebanon conflict . 68-69.

وجنسياتها وهويتها والجمهور الذي تستهدفه وأهدافها، فكل هذه العوامل تتدخل بشكل كبير في عملية توظيف الصورة الإعلامية، وعلينا ونحن في عصر التفاعلية أن نكفّ عن دور المستقبل للصورة الإعلامية والمستهلك لها، وندخل في التشارك والتفاعل مع ما يقدم لنا، من خلال قراءة وتحليل الصور، ولا بأس إذا ما أعطيناها أكثر من تأويل وحملناها أكثر من معنى، فتعدد القراءات والتأويلات خير من تأويل واحد ووحيد، هو في الغالب يخدم جهة وحيدة، خاصة وأنا نجد أنفسنا يوماً بعد يوم، أمام عالم تنتفي فيه المصدقية والموثوقية (1).

ولا شك أن الصورة في الإعلام ليست شيئاً منعزلاً قائماً بذاته، وليست شيئاً محايداً، فالصورة حدث صامت يتم استنطاقه ليقول ما يريد موظفها أن يقوله، ولا يمكن عزلها عن سياقها، وتوظيفها لا يتم بمعزل عن الأيديولوجية أو الثقافة أو المبدأ أو العقيدة التي يتبناها الخط التحريري للمؤسسة، ولو كانت الصورة قادرة أن تتحدث عن نفسها بنفسها في كل وقت وزمان لما حدث كل ذلك الارتباط في نقل وتصوير أحداث الثورة السورية ما بين الأعداء والأصدقاء، فالصورة كانت واحدة لكن القراءات ظلت متعددة مفتوحة على جميع التأويلات، إن الصورة غير مستوعبة مباشرة، بل تفرض جهداً ادراكياً وتأويلاً لا تسمح به الثقافة التقليدية، ربما لأجل هذا أيضاً وجب اكتساب ثقافة جديدة هي ثقافة الصورة، والتخلي عن السطحية واللامبالاة، وطبعاً تتغير آليات التوظيف حسب المجال الموظف فيه، بحيث يتم نشر الصورة تبعاً لدورها في تحقيق أي من وظائف الإتصال، مثل الإعلام والشرح والتفسير والتعليم والتسلية والترفيه (2).

وتُعد الصورة من الوسائل الإتصالية الفاعلة في الصحافة المعاصرة؛ فهي أداة فاعلة في التحولات السياسية والإقتصادية والإجتماعية والثقافية والفنية، محققةً بذلك دوراً اتصالياً واقتصادياً وحضارياً وجمالياً، فأصبح الجمهور يعيش تطور الأحداث أولاً بأول، وقد أعلنت الأزمات الأخيرة في العالم من شأن وأهمية الصورة كمكون رئيس لا غنى عنه في الرسالة الإعلامية الحديثة، نظراً لدورها المهم والفاعل في تسجيل الأحداث، وعلى رأس هذه الأزمات "الثورات في المنطقة العربية"، حيث أصبحت بنداً دائماً على أجندة وسائل الإعلام العربية والدولية على حدٍ سواء، وبلغ اهتمام الباحثين والسياسيين بالصور، حد وصف بعض الحروب بأنها كانت "حروباً مصورة" أو "حروباً بالصور" (3).

وأدت الصورة الإعلامية دور المهيّج للشعوب، في الحروب التي تعرضت لها الدول

(1) الحساني، الصورة الإعلامية وتأثيرها على المجتمع في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، ص 59-63.

(2) المرجع السابق نفسه، ص 60.

(3) اللبان وياسين، حرب الصورة، توظيف الصورة الصحفية في الحروب والثورات "1" (موقع الكتروني).

العربية، سواء الاعتداءات المتكررة للاحتلال على غزة، أو حرب لبنان 2006م، والتي أدت لمجزرة قانا الثانية، أو حرب العراق، خاصة صور التعذيب في سجن أبو غريب الصادمة، كلها أدت لهز الضمير العالمي، وتهيج الشعوب ودفعها للإحتجاج، وإن كانت فظاعة الصور تُحدث انقباضاً نفسياً رهيباً ينعكس على ملامحنا ونحن نشاهدها، إلا أنه تأثير وقيتي سرعان ما يزول بغياب الصورة عن أعيننا، أي أنه لا يخلق تأثيراً قوياً مستمراً في الزمن، وذلك راجع لتكرار الصور التي تصبح فيما بعد شيئاً مألوفاً، فالتكرار يهدف لتأكيد السيطرة إعلامياً وثقافياً<sup>(1)</sup>

### ثانياً: المحددات الرئيسية لاستخدام الصورة الصحفية

تتأثر الصورة بالعديد من المتغيرات التي تحدد مدى عناية الصحف بها، ومدى قدرتها على التوظيف الصحيح لها، فبينما يركز استخدام الصحف الجادة على الحرف كعنصر رئيس في بناء وحداتها الطباعية كما يحدث في صحيفة "ليموند" الفرنسية مثلاً، تكثر الصحف الشعبية الهادفة إلى الإثارة من استخدام الصور وبمقاسات كبيرة، أملاً منها في الاستفادة من المداخل المرئية التي تشتمل عليها الصور من خلال قدرتها على لفت انتباه القراء وإثارة اهتمامهم، كما تعتمد بعض الصحف النصفية الخاصة بالأقليات على الصور والألوان بشكل ملموس وواضح، ومن ضمن المحددات أيضاً، التصورات الخاصة بالمخرجين للصفحات المتغيرة، ومدى دور الصور في دعم هذه التصورات الهادفة لتقديم أشكال إخراجية جيدة، ويتصل بذلك مدى تقدير المخرجين وإدراكهم للمضامين المتجسدة في الصور، ومع ذلك فإن الاستخدام الناجح للصور يتطلب العناية بطرق تنفيذها، من خلال أهمية تقديم شروحات لها أو تعليقات عليها، بما يسهم في إيجاد صور متميزة ذات ارتباط وثيق بشخصية الصحيفة، وهو ما يؤدي لإقناع القراء بمواصلة القراءة<sup>(2)</sup>.

ومن المتعين الإلتزام ببعض الضوابط الخاصة بمضمون الصورة وشكلها قبل اتخاذ قرار استخدامها ومن هذه الضوابط ضرورة اتساق الصورة مع مضمون الوحدة التي يراد استخدامها في بنائها من حيث الطابع والتوقيت والاتجاه، ضرورة أن تضيف للمضمون التحريري للوحدة المنشورة لا أن تكون تكراراً لما يقدمه هذا المضمون، وأن تكون صالحة للنشر من الناحية الفنية، خاصة فيما يتعلق بظهور تفاصيلها ووضوح ألوانها ولمعان سطوعها واحتوائها على قدر عالٍ من التدرج الظلي، وأن تجذب الصورة أنظار القراء، مع أهمية ألا تغطي بثقلها على بقية العناصر، حتى لا تستأثر باهتمام القراء بذاتها دون خدمة الوحدة التي ترتبط بها.<sup>(3)</sup>

(1) الحساني، الصورة الإعلامية وتأثيرها على المجتمع في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، ص 49.

(2) العسكر، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ص 52-53.

(3) المرجع السابق، ص 49-50.

## خلاصة:

تؤثر السياسة التحريرية للصحف في اختيارها للصور، فبعض المؤسسات تضع ضوابط معينة حول نشر صور بعينها، ومن بين المعايير المهنية لاختيار الصور عدم نشر الصور المركبة أو المفبركة وعدم نشر صور دون حقوق ملكية، وأن تكون الصورة متفقة مع سياسة الموقع أو الصحيفة، وأن تكون ذات صلة وثيقة بالموضوع، أما المعايير الفنية كأن تكون واضحة المعالم وجذابة وذات جودة عالية، ومراعاة الحجم والحيوية وطبيعة المشهد داخلها<sup>(1)</sup>. يرى الباحث أن اعتماد صورة دون أخرى في التغطية الإخبارية لا يكون بمحض الصدفة، وإنما هو اختيار يأتي بعد بحث وتنقيب عن مشهد مناسب يحمل دلالات رمزية قد تختصر الكثير مما كُتِب، وضمن آليات توظيف كل مؤسسة إعلامية لهذه الصور، وهو ما يفسر اختلاف الصور التي نشرتها مواقع الدراسة عن تلك التي نشرتها المواقع الفلسطينية مثلاً أو غيرها من المواقع العربية والدولية.

---

(1) عبد الله، توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية-دراسة تحليلية لموقع العربية نت، ص 47-52.

الفصل الثالث  
مسيرات العودة والصحافة "الإسرائيلية"  
الإلكترونية

## تمهيد

يضم هذا الفصل ثلاثة مباحث: الأول بعنوان مسيرات العودة، وتناوله الباحث من خلال ثلاثة مطالب، الأول بعنوان تعريف مسيرات العودة وظروف نشأتها وأسبابها ودوافعها، والثاني بعنوان أهداف مسيرات العودة ومبادئها العامة وتداعياتها وانجازاتها، أما المطلب الثالث فجاء بعنوان التحديات التي واجهت مسيرات العودة وتغطية الإعلام "الإسرائيلي" لها.

أما المبحث الثاني والذي جاء بعنوان الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية، فشمّل أربعة مطالب، المطلب الأول بعنوان: الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية المفهوم والنشأة والتطور، والمطلب الثاني بعنوان: أهداف الصحافة "الإسرائيلية" ووظائفها، والمطلب الثالث بعنوان: خصائص وسمات الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية، والمطلب الرابع بعنوان: أنواع الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية وأساليبها.

وجاء المبحث الثالث بعنوان الرقابة العسكرية والدعاية والحرب النفسية "الإسرائيلية"، وقسمه الباحث لثلاثة مطالب، الأول بعنوان: الرقابة العسكرية "الإسرائيلية" الماهية والنشأة والواقع، والمطلب الثاني بعنوان: الدعاية والحرب النفسية "الإسرائيلية"، والمطلب الثالث بعنوان: علاقة الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية بالساسة وأصحاب المال.

## المبحث الأول: مسيرات العودة

وتناوله الباحث في ثلاثة مطالب، الأول بعنوان تعريف مسيرات العودة وظروف نشأتها وأسبابها ودوافعها، والثاني بعنوان أهداف مسيرات العودة ومبادئها العامة وتداعياتها وانجازاتها، أما المطلب الثالث فجاء بعنوان التحديات التي واجهت مسيرات العودة وتغطية الإعلام "الإسرائيلي" لها.

### المطلب الأول: تعريف مسيرات العودة وظروف نشأتها وأسبابها ودوافعها

المقاومة الشعبية ليست أسلوباً جديداً أو مستحدثاً في التجربة الفلسطينية، بل كان لها أهمية كبيرة في كل مراحل القضية الفلسطينية منذ الاحتلال البريطاني، إلا أنها لم تعمل وفق استراتيجية خاصة وبرنامج وطني يوضح أولويات المقاومة وأساليبها، ولم تتمكن من البناء والتراكم في الانتفاضتين الأولى والثانية<sup>(1)</sup>. لقد تجلّى الإبداع الفلسطيني المقاوم بأبهى صورته في ابتكار أسلوب المقاومة الشعبية السلمية تحت شعار مسيرات العودة وكسر الحصار، التي هدفها الأقصى أن يأخذ اللاجئ الفلسطيني زمام المبادرة في تطبيق حق العودة المكفول له دولياً، والتأكيد على منطق الثوابت الفلسطينية، التي تُعزّز الوعي المقاوم لدى الجماهير الفلسطينية، والتي نجحت بالتأكيد في إعادته إلى ساحات الوجدان الفلسطيني، والوعي العربي، والضمير العالمي<sup>(2)</sup>.

### أولاً: تعريف مسيرات العودة

تعرف المسيرات الشعبية السلمية بأنها الوعاء الذي يحتضن الشعب المنتفض، للمطالبة بحقوقه التي سلبها المحتل الظالم، بأساليب وأدوات سلمية لا عنفية، كفلتها له المواثيق الدولية، لتحقيق مطالب إنسانية عادلة، والعيش بأمن وأمان، وعزفت اللجنة التنسيقية الدولية لمسيرات العودة الكبرى، المسيرات، بأنها عمل جماهيري منظم، يستند إلى ركائز قانونية شرعية راسخة، ومنطلقات إنسانية واضحة، تنطلق بها جموع اللاجئين في مسيرات سلمية حاشدة، بهدف تطبيق الفقرة رقم (11) من القرار الأممي رقم (194)، وتحقيق عودة اللاجئين الذين هُجروا سنة 1948م لأرضهم وديارهم وممتلكاتهم، متسلحين بإيمانهم الراسخ بأنه لا يضيع حق وراءه مُطالب، وأن الحقوق لا تضيع بالتقادم، ومستندين إلى شرعية القرار الأممي وحقهم بتطبيقه كلاجئين مسجلين رسمياً في المؤسسة الدولية<sup>(3)</sup>.

(1) الجعفري وآخرون، مسيرة العودة الكبرى...متطلبات الإستمرارية والتوسع، (موقع الكتروني).

(2) عثمان، مسيرات العودة شكل من أشكال المقاومة الشعبية، (موقع الكتروني).

(3) التتر، مسيرات العودة الكبرى الفكرة والأهداف والمستقبل، ص 16.

ومسيرات العودة استمرار لحالة النضال الممتد منذ عام 1917م، حتى الوقت الراهن، أبدأ خلالها الشعب الفلسطيني في التقاط الفرص لمواجهة التحديات الجمة التي تعترض طريق القضية الفلسطينية، وبخاصة عقب الموقف الأمريكي من القدس (1).

حتى فترة قريبة كان مفهوم المقاومة الشعبية يتمثل بصورة أشمل وأوضح في الضفة الغربية أكثر منه في قطاع غزة؛ ومرد ذلك وجود احتكاك مباشر مع الاحتلال "الإسرائيلي"، فبقي خيار المقاومة الشعبية أفضل الخيارات هناك، بينما منع عدم الاحتكاك المباشر مع الاحتلال، إضافة إلى تنامي العمل المقاوم المسلح في قطاع غزة ظهور المقاومة الشعبية على الوجه المعروف في الضفة الغربية، حتى بدأت فكرة مسيرات العودة الكبرى بمبادرة شبابية تبنتها الفصائل الفلسطينية في قطاع غزة، وهي مرتبطة بإحياء ذكرى سبعينية النكبة، بحيث تتركز بشكل تصاعدي في أيام الجمعة ابتداءً من ذكرى يوم الأرض في 30/مارس/2018م، وصولاً لذكرى النكبة في 15/مايو/2018م، وهذه الفكرة ليست جديدة، فهي امتداد لفعاليات المقاومة الشعبية الفلسطينية في السنوات الأخيرة وخصوصاً في مناطق عام 48، وسبق تجربتها في إزار/ مارس 2011م، يوم خرج مئات الآلاف من الفلسطينيين في كافة مناطق اللجوء الفلسطيني تجاه فلسطين المحتلة، وحققت آنذاك نجاحاً رمزياً تمثلت بتكثف مئات اللاجئين الفلسطينيين في سورية، من تجاوز الحدود في مجدل شمس بهضبة الجولان؛ الأمر الذي شكل بارقة أمل، إضافة إلى المسيرة العالمية للقدس عام 2012م (2).

### ثانياً: ظروف نشأة مسيرات العودة

جاءت مسيرات العودة في ذكرى يوم الأرض، بعد مرور سبعين عاماً على احتلال فلسطين، وبعد 11 عاماً على حصار غزة، وفي ظل الانقسام الفلسطيني، مع تراجع مسار التسوية الفلسطينية "الإسرائيلية" المتوقفة منذ عام 2014، وبعد الحراك "الإسرائيلي" الأميركي لنقل السفارة الأميركية إلى مدينة القدس المحتلة، والحديث الدائر عن ما يسمى بـ"صفقة القرن"، و"خطة السلام" الأميركية، فجاءت المسيرة لتتصدى للمخاطر التي تعرضت لها قضية اللاجئين في السنوات الأخيرة وتندرج بتصنيفاتها، تحديداً بعد اتخاذ إدارة ترامب خطوات عملية لذلك، أبرزها تجفيف موارد وكالة غوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين "الأونروا" عبر تجميد المساعدات الأميركية، وهي الأكبر، وإزاحة ملف اللاجئين عن الطاولة في أي عملية تسوية قادمة (3).

وتقوم فكرة المسيرة على زحف الفلسطينيين في جميع أماكن تواجدهم نحو الأراضي

(1) أبو كريم، مسيرات العودة: تحديات الواقع وآفاق المستقبل، ص 29-30.

(2) المبحوح، المقاومة الشعبية الفلسطينية خيار الواقع أم استراتيجية وطنية؟ مسيرات العودة الكبرى نموذجاً، ص 29.

(3) الجعفري وآخرون، مسيرة العودة الكبرى متطلبات الاستمرارية والتوسع، ص 3-4.

المحتلة عام 1948م، والتظاهر بشكل سلمي مع وضع خيم العودة التي تشكل رمزاً لقضية اللاجئين، وتتركز أماكن اعتصام المشاركين في مسيرات العودة في ستة تجمعات مركزية: رفح-حي النهضة "بوابة المطبق"، خانينوس-بلدة خزاعة "بوابة النجار"، الوسطى-مخيم البريج "بوابة المدرسة"، شرق غزة-حي الزيتون "بوابة ملكة"، الشمال-"بوابة أبو صفية"، ونقطة 4/4 شمالي بيت حانون، وتبعد هذه التجمعات عن الخط العازل (600-700) متر، وقد اختيرت هذه الأماكن بناءً على توزيع المحافظات في قطاع غزة، وتتباين أعداد المشاركين في المسيرة، وتتفاوت في كل جمعة، وتتراوح في متوسطها ما بين (20-30 ألف) مشارك<sup>(1)</sup>.

ومع نهاية مارس/2018م، انطلقت مسيرات العودة فقولت بقمع مفرط، الأمر الذي ترتب عليه استشهاد المئات من المتظاهرين السلميين، وجرح الآلاف من الرجال والنساء والأطفال<sup>(2)</sup>. وتؤكد أغلبية التحليلات "الإسرائيلية" التي تتناول مسيرات العودة، أنها لا تشكل خطراً أمنياً كبيراً على "إسرائيل"، إذا قورنت بمعايير توازن القوى القائم بين الجانبين، وبالتالي فإن الحديث لا يدور حول مواجهة عسكرية صرفه، وإنما حول معركة على الوعي، يسعى الفلسطينيون من خلالها إدراج موضوع الحصار الخانق الذي يفرضه الاحتلال على قطاع غزة في صدارة الأجندة الإقليمية والدولية، وكذلك في صدارة الأجندة "الإسرائيلية" الداخلية<sup>(3)</sup>.

وبدأت مسيرات العودة بمبادرة فردية شبابية، تصدرها الناشط الفلسطيني أحمد أبو ارتيمة، من خلال منشورات على صفحته على فيس بوك، ثم عمل على دعوة شخصيات من المجتمع المدني، وتم تشكيل لجنة تنسيق شبابية لبلورة الفكرة والعمل الجماعي بها ونحوها، ضمت أحمد أبو ارتيمة وحسن الكرد وبلال ياسين وعصام حماد، وشاركهم الفكرة والترويج لها إعلامياً من لندن الناشط زاهر البيراوي، وفي شباط/2018م، التقت لجنة التنسيق الشبابية مع منسق القوى السياسية في قطاع غزة القيادي خالد البطش، باعتباره منسقاً للقوى السياسية وليس ممثلاً عن الجهاد الإسلامي، فرتب لقاءً مع لجنة القوى السياسية، حضره ممثلون عن الأحزاب والفصائل في قطاع غزة، وتنازل اللقاءات وتم وضع تصور عملي للفكرة لإخراجها كبرنامج للتنفيذ الوطني والسياسي، وتم الاتفاق على تسميتها مسيرات العودة الكبرى، وهكذا ولدت الفكرة<sup>(4)</sup>. كما دفعت مسيرات العودة الفلسطينية إلى تحويل الصراع مع الاحتلال داخل فلسطين، وخارجياً صعود

(1) المرجع السابق نفسه، ص 3-4.

(2) المركز الفلسطيني للديمقراطية وحل النزاعات، دراسة تحديد احتياجات مصابي مسيرات العودة الكبرى، دراسة متعددة القطاعات، ص 3.

(3) شلحت، مسيرات العودة: معركة على الوعي، (موقع الكتروني).

(4) فراغنة، أحمد أبو ارتيمة صاحب فكرة مسيرة العودة، (موقع الكتروني).

القضية الفلسطينية إلى مراكز الصدارة<sup>(1)</sup>.

لم تكن مسيرات العودة الكبرى وكسر الحصار عملاً فردياً منوطاً بجهة معينة، بل هو عمل جمعي شعبي جماهيري، توافقت عليه الفصائل، وشكّلت له هيئة مشتركة لتحديد زمانه ومكانه وأدواته وآلياته، هذا التوافق الجمعي بين كل هذه المكونات الشعبية، هو كلمة السر في استمرار المسيرات، والتي جاءت في توقيت غاية في الصعوبة، بعد تغوّل الاحتلال على الشعب الفلسطيني، معتقداً أن مزيداً من الضغط ومزيداً من الحصار يمكن له أن يجبر الفلسطينيين على الاستسلام ورفع الراية البيضاء<sup>(2)</sup>.

**ثالثاً: أسباب المسيرات ودوافعها:**

انطلقت مسيرات العودة في ظل ظروف محلية فلسطينية وإقليمية ودولية بالغة الصعوبة والتعقيد، فمنذ دخول الرئيس الأمريكي "دونالد ترامب" البيت الأبيض، حدثت مجموعة من التطورات والتحويلات الإستراتيجية، سواء أكان ذلك فيما يتعلق بتحول الموقف الأمريكي من القدس عقب قرار "ترامب" بنقل السفارة الأمريكية إليها والإعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل، أم فيما يتعلق بالتحويلات الإستراتيجية في البيئة العربية والإقليمية بعد التقارب غير المعلن بين بعض الدول العربية وإسرائيل<sup>(3)</sup>.

فبعد سبعين عاماً من الانتظار، قرر الشعب الفلسطيني في الوطن والشتات أخذ زمام المبادرة مستنداً إلى تجارب شعوب كثيرة خاضت مثل هذا النوع من النضال السلمي ضد الظلم والعدوان، إضافة للتأكيد على قواعد القانون الدولي وقرارات الشرعية الدولية<sup>(4)</sup>. لتقف في وجه مشروع تصفية القضية عبر "صفقة القرن" التي بدأت تستكمل تشكيل إطار سلام إقليمي، وإبعاد القدس كلياً عن طاولة التفاوض، وتساعد خطاب ضم معظم الضفة الغربية لإسرائيل، ومحاولة تصفية وكالة "الأنرو"، كخطوة أولى نحو شطب قضية اللاجئين وحق العودة<sup>(5)</sup>.

لقد امتلكت مسيرات العودة القدرة الجماهيرية على تجسيد رد فعل قوي وجازم على قرار الرئيس "ترامب"، الذي اعتبر القدس عاصمة لـ "إسرائيل" وعلى صفقة القرن وأثبتت مسيرات العودة بكل زخمها وصوتها القوي أن اعتبار القدس عاصمة "إسرائيل" ما هو إلا حبر على ورق سيطمس بدم شهداء العودة<sup>(6)</sup>. لكن ثمة عوامل أخرى أدت إلى انطلاق مسيرات العودة، أبرزها

(1) موقع الجزيرة للدراسات، مسيرات العودة الكبرى، وتأثيرها على ديناميات القضية الفلسطينية، تقدير موقف، (موقع الكتروني).

(2) الصواف، مسيرات العودة الكبرى وكسر الحصار، الحال والمآل، ص 2-3.

(3) أبو كريم، مسيرات العودة: تحديات الواقع وآفاق المستقبل، ص 30.

(4) نعيم، مسيرات العودة-الشعب الفلسطيني يأخذ زمام المبادرة، (موقع الكتروني).

(5) المدهون، مسيرات العودة-نضال يحيي القضية ويربك الاحتلال، (موقع الكتروني).

(6) البتيري، مسيرة العودة و صفقة القرن، (موقع الكتروني).

صعوبة الأوضاع الإنسانية في قطاع غزة، فالمفجر الرئيسي لما يجري في قطاع غزة هو الحصار الظالم والمتفاقم، الذي يتعرض له القطاع (1).

وأكدت صحيفة واشنطن بوست الأمريكية، على الدوافع المحلية لمسيرات العودة، وقالت بأن حركة حماس في قطاع غزة تواجه أسوأ أزماتها منذ عدة سنوات، لافتة إلى أنها تعاني أزمة مالية، وفقداناً للحلفاء، وعدم وجود طريقة مناسبة لتخفيف الحصار، فهي عالقة، وتريد إنهاء المعاناة بأي طريقة، وأوضحت أنه بينما تعاني الحركة من هذا المأزق، تحاول توجيه الغضب صوب "إسرائيل" بتشجيع الاحتجاجات الجماهيرية الأسبوعية على طول سياج غزة الحدودي (2). إن الضغوط المتزايدة جراء الحصار وإجراءات السلطة بشأن غزة، أوصلت الأمور إلى حالة لا يمكن تحملها، وتندر بالانفجار، فكانت القناة لدى الشارع الفلسطيني أنه إذا كان لا بد من وقوع الانفجار فليكن في وجه الاحتلال، باعتباره المسؤول الأول عن الأوضاع الكارثية التي يمر بها القطاع، وإضعاف قدرات المقاومة على الصمود والتحدي ودفعها إلى الاستسلام لمشاريع التسوية المشبوهة (3).

تعددت الأسباب والدوافع التي وقفت خلف انطلاقة مسيرات العودة، التي اعتبرت أهم فعل شعبي وسياسي قام به الشعب الفلسطيني خلال العقد الأخير، هذه الأسباب تنوعت حسب أهداف ودوافع الجهات التي نادى بها، وكان من بينها الوقوف في وجه المخططات الأمريكية بتمرير صفقة القرن (4).

## المطلب الثاني: أهداف مسيرات العودة ومبادئها العامة وتداعياتها وإنجازاتها

### أولاً: أهداف مسيرات العودة

بدأت مسيرات العودة كفكرة شبابية نضالية سلمية، تداولتها وسائل التواصل الاجتماعي في كانون الثاني/يناير 2018م، وفي قطاع غزة تشكلت اللجنة التنسيقية العليا لمسيرات العودة الكبرى، ثم انضمت لها الفصائل الفلسطينية (مع بقاء وجهها الشعبي) في 17 مارس 2018م، حيث تشكل إطار جديد هو "الهيئة الوطنية العليا لمسيرات العودة وكسر الحصار"، ومع الزمن تبلورت أهداف المسيرات، وأهمها (5):

(1) المصري، مسيرة العودة ما بين الاستثمار السريع وعدمه، (موقع الكتروني).

(2) موقع دنيا الوطن الاخباري، صحيفة أمريكية: حماس في غزة تواجه أسوأ أزماتها منذ سنوات، (موقع الكتروني).

(3) يوسف، مسيرة العودة الكبرى: الفكرة والهدف ونبض الشارع، (موقع الكتروني).

(4) أبو كريم، مسيرات العودة: تحديات الواقع وآفاق المستقبل، ص 31.

(5) مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، مسيرات العودة بعد عام على انطلاقتها، تقييم الأداء وسيناريوهات المستقبل، التقدير الاستراتيجي 111، (موقع الكتروني).

1. الضغط على الاحتلال، وعلى البيئة الدولية، لإنفاذ حق عودة اللاجئين الفلسطينيين إلى أرضهم، وتأكيد تمسك الفلسطينيين بهذا الحق الثابت في وجه محاولات تضييعه وإلغائه.
2. كسر الحصار الظالم المفروض على قطاع غزة، وإنهاء المعاناة التي عاشها سكانه على مدار 12 عاماً متواصلة، ولفت الأنظار إلى خطورة استمرار العقوبات المفروضة على القطاع، وتأكيد أن الإمعان في ممارسة الضغوط المعيشية على الفلسطينيين يدفع نحو انفجار الحالة الشعبية في وجه الاحتلال وليس في وجه أي جهة أخرى.
3. إعادة الاعتبار للقضية الفلسطينية إقليمياً ودولياً، واستعادة مكانتها كقضية مركزية للأمم العربية، وإنهاء حالة التجاهل التي عانتها خلال السنوات التي سبقت انطلاقها، بفعل مخططات الاحتلال وحلفائه الدوليين، للقفز عن القضية وتجاوزها، وبتأثير الضعف والإنقسام العربي وسخونة الأزمات الإقليمية.
4. تأكيد تمسك الفلسطينيين بأرضهم وبحقهم في التحرير والعودة وإنهاء الاحتلال، ورفضهم مشاريع شطب قضيتهم والانتقاص من حقوقهم.
5. تطوير برنامج المقاومة الشعبية كأداة نضالية فاعلة، وكمشروع شعبي وجماهيري ضاغط في إدارة المعركة مع الاحتلال وفي مواجهة "صفقة القرن".

### ثانياً: المبادئ العامة لمسيرات العودة

أجمل أبو ارتيمة، المبادئ العامة للمسيرات بأنها جماهيرية، سلمية ذات طابع شعبي، وتحت علم فلسطين وحده، مسيرة وطنية شاملة متجاوزة للإختلافات، ومسيرة قانونية تستند إلى القوانين الدولية، وأبرزها قانون رقم 194 الصادر عن الأمم المتحدة، والذي يدعو صراحةً إلى عودة اللاجئين الفلسطينيين في أقرب وقت إلى قراهم وبلداتهم، حالة جماهيرية لا مركزية، يمكن لكل القوى والتجمعات والأفراد الإبداع فيها بما يتوافق مع خطوطها العامة وخطتها ودون انتظار تكليف من أحد، ولا علاقة لها بالأجندة السياسية لأي جهة، ولا ترفع أي شعار سوى شعار العودة بطريقة سلمية، وهي حدث متنام ومتصاعد وليس فعالية ليوم واحد أو إحياءً موسمياً لإحدى الذكريات، ولا تقتصر على بقعة جغرافية دون غيرها، فهي تشمل مختلف أماكن تواجد اللاجئين الفلسطينيين في غزة والضفة الغربية والقدس والداخل ولبنان وسوريا والأردن وغيرها، وأن إنجاح المسيرات يقتضي دوراً فاعلاً من جميع القوى في التحشيد وكافة أشكال الدعم، وألا يظهر الطابع العسكري في المسيرة لتعميق مأزق الاحتلال وحرمانه من تسويق دعاية دولية لتبرير العنف ضدها<sup>(1)</sup>.

(1) اعلان المبادئ العامة لمسيرات العودة الكبرى، (موقع الكتروني).

### ثالثاً: تداعيات مسيرات العودة وإنجازاتها

مثلت مسيرات العودة تطوراً نوعياً، ومحطة فارقة، في الصراع مع الاحتلال الصهيوني، حيث كان لها تداعياتها المهمة فلسطينياً وإسرائيلياً وإقليمياً ودولياً، فقد نقلت القضية الفلسطينية والمواجهة مع الاحتلال لواقع جديد، ومكنت الشعب الفلسطيني من استعادة زمام المبادرة، ونجحت في الضغط على الاحتلال وتكبيده خسائر مادية ومعنوية مؤثرة، وأعدت الاعتبار للإرادة الشعبية ولدور الجماهير، بعد الانتكاسة التي تسببت بها الثورة المضادة لثورات الربيع العربي، ومن أبرز هذه التداعيات (1):

1. **فلسطينياً:** أسهمت في تخفيف حدة الحصار الجائر، المفروض على قطاع غزة، وبشكل موازٍ لمفاوضات التهدئة تم فتح معبر رفح للأفراد، ومعبر صلاح الدين للمواد والبضائع لفترات طويلة نسبياً، مقارنة بالفترات التي سبقتها، كما عززت المسيرات مكانة خيار المقاومة، ونجحت المسيرات في توحيد موقف القوى السياسية الفلسطينية، وحققت وحدة ميدانية في مواجهة الاحتلال، تجاوزت حالة الإنقسام السياسي والجغرافي، الذي لم تنجح جولات المصالحة المتعددة في إنجائه.

2. **"إسرائيلياً":** أثرت عميقاً في وعي الاحتلال وسلوكه، وأثارت المخاوف لدى مستوطني غلاف غزة بشكل خاص، وكشفت هشاشة الجبهة الداخلية "الإسرائيلية"، كما ألحقت أضراراً اقتصادية مؤثرة في المناطق المحيطة بالقطاع، وشكّلت استنزافاً أمنياً للاحتلال في مواجهة مرهقة طويلة الأمد، وكذلك سياسياً، عززت الانقسامات في الساحة "الإسرائيلية"، وتسببت باستقالة وزير الحرب "أفيغور ليرمان"، على خلفية نتائج المواجهة مع قطاع غزة، وأخرجت المسيرات موقف سلطات الاحتلال دولياً، وأضعفت حججه في تبرير سياساته وجرائمه بحق الشعب الفلسطيني، ولم تعد ذريعة الدفاع عن النفس مقنعة وقابلة للتصديق لدى العديد من الأوساط الدولية.

3. **إقليمياً ودولياً:** خاطبت مسيرات العودة العالم باللغة التي يفهمها، وركّزت على الفعل الشعبي السلمي الذي تؤيده المواقف الدولية، وعززت مكانة القضية الفلسطينية في الساحة الإقليمية والدولية، وعلى الرغم من استخدام الولايات المتحدة حق النقض (الفيتو) في 1/يونيو/2018م، ضد مشروع قرار كويتي طالب بتوفير الحماية الدولية للشعب الفلسطيني، بعد المجزرة التي ارتكبتها قوات الاحتلال ضد مسيرات العودة في ذكرى النكبة، والتي راح

(1) مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، مسيرات العودة بعد عام على انطلاقها، تقييم الأداء وسيناريوهات المستقبل، التقدير الاستراتيجي 111، (موقع الكتروني).

ضحيتها نحو 63 شهيداً وأكثر من 3,188 جريحاً، إلا أن نتيجة التصويت شكّلت إدانة سياسية وأخلاقية قوية للإنتهاكات "الإسرائيلية" وللإنحياز الأمريكي. وفي دراسة صدرت عن "مركز أبحاث الأمن القومي" "الإسرائيلي"، أعدها مديره عاموس يادلين، رئيس الاستخبارات العسكرية الأسبق حول مسيرات العودة، خرجت ببعض الخلاصات، أهمها أن الفلسطينيين في غزة باتوا يمثلون تحدياً يقلص هامش المناورة أمام "إسرائيل" بدون أن يضطروا لخوض غمار حرب ضدها، كما أعادت غزة إلى بؤرة الاهتمام العالمي والإقليمي وسلطت الأضواء على حصار القطاع، وفجرت حملة انتقادات دولية ضد "إسرائيل" غير مسبوقة بسبب استعمال القوة العسكرية، وأظهرت عزلة "إسرائيل" الدولية، سيما في المحافل الأممية، كما أثارت انتقادات داخل "إسرائيل" بشأن أوامر إطلاق النار، وأبرزت الحاجة إلى ضرورة أن تعد "إسرائيل" تصوراً شاملاً واستراتيجياً لمعالجة تبعات الأزمة الاقتصادية الخانقة في القطاع<sup>(1)</sup>.

حققت مسيرات العودة إقبالاً جماهيرياً واسعاً، خاصة في قطاع غزة، وتفاعلت معها كافة الشرائح الإجتماعية، وعبرت بشكل صادق وقوي عن تمسك الشعب الفلسطيني بحق العودة، وحدث تحشيد كبير في لبنان، وفعاليات مصاحبة في الأردن، كما تجلت الوحدة الوطنية في المسيرات، فكانت عنصر التقاء واتفق بين قوى المجتمع المدني والفعاليات الشعبية والفصائل الفلسطينية<sup>(2)</sup>.

واستخدمت المسيرات لتحقيق أهدافها أساليب إبداعية جديدة غير مكلفة لكنها قوية الفعل والتأثير، فعلى الرغم من بدائية بعض الأدوات المستخدمة وبساطتها كالبطاريات الورقية المشتعلة والبالونات الحارقة، إلا أنها نجحت في الضغط على الاحتلال وتكبيده خسائر مادية ومعنوية مؤثرة، وامتازت المسيرات بمشاركة واسعة لمختلف قوى الشعب الفلسطيني وشرائحه، من حيث العمر والجنس والانتماء السياسي، كما تميّزت بالديمومة والإستمرارية<sup>(3)</sup>.

كما ترافقت المسيرات مع إبداعات فنية وأنشطة إجتماعية مختلفة، وسلطت الضوء بشكل أكبر على حق اللاجئين في العودة لأرضهم، كما وجهت للاحتلال إدانات عالمية على سلوكه العدوانى والوحشى تجاه المتظاهرين السلميين، واعتمد مجلس حقوق الإنسان التابع للأمم المتحدة قراراً بإدانة الاحتلال بسبب ممارساته ضد المتظاهرين. وقد أريك الأداء القوى

(1) شمعة، بـ"تغطية مهزوزة" و"التضليل" هكذا تناول إعلام "إسرائيل" مسيرة العودة، (موقع إلكتروني).

(2) صالح، مسيرات العودة بعد عام: وقفة مراجعة وتقييم، (موقع إلكتروني).

(3) مركز الزينونة للدراسات والاستشارات، مسيرات العودة بعد عام على انطلاقها، تقييم الأداء وسيناريوهات المستقبل، التقرير الاستراتيجي 111، (موقع إلكتروني).

للمسيرات، خصوصاً في أسابيعها الأولى، المسار الذي كان مرسوماً لـ "صفقة القرن"، فأسهم في إيجاد بيئة فلسطينية "مشتعلة"، وفي ترسيخ البيئة الراضية للتنازل عن الثوابت، وفي إيجاد بيئة شعبية عربية داعمة، أخرجت العديد من الأنظمة التي كانت متساوقة مع مسار الصفقة<sup>(1)</sup>

### المطلب الثالث: التحديات التي واجهت المسيرات وتغطية الإعلام الإسرائيلي لها.

#### أولاً: التحديات التي واجهت مسيرات العودة

لقد كان الاستهداف "الإسرائيلي" المباشر للمتظاهرين؛ من أبرز التحديات التي واجهت المسيرات، ووفقاً لدراسة نشرتها وكالة غوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين عام 2018م، فمنذ اندلاع المسيرات وحتى 22 مارس 2019م، استشهد 195 فلسطينياً، منهم 41 طفلاً، وجرح قرابة 29 ألف منهم سبعة آلاف بالذخيرة الحية<sup>(2)</sup>.

واجهت مسيرات العودة في سعيها لتحقيق أهدافها الوطنية، مجموعة من التحديات والمعوقات، أبرزها الاستهداف القوي من قوات الاحتلال، وارتفاع كلفة استمرارها، الانقسام الفلسطيني الداخلي، واتخاذ السلطة موقفاً سلبياً من المسيرات، ومحاولتها تعطيل الجهود المصرية للتوصل إلى اتفاق تهدئة، انحياز إدارة ترامب الصارخ لصالح الاحتلال "الإسرائيلي" ومواقف اليمين المتطرف، ضعف مستوى التفاعل والإسناد العربي الشعبي لمسيرات العودة، واختزال التفاعل في تحريك قصير الأمد، عقب تنفيذ الاحتلال جرائم وحشية تُوقَع عدداً كبيراً من الشهداء، اقتصار مسيرات العودة، كفعل متواصل، على قطاع غزة، وعدم شمولها لمختلف مناطق الوجود الفلسطيني نتيجة عدد من المعوقات، ضعف الموقف الرسمي العربي، والانقسامات العربية، واندفاع العديد من الدول العربية لتطبيع علاقاتها بصورة علنية مع الاحتلال<sup>(3)</sup>.

فيما رصد التقدير الإستراتيجي (105) الصادر عن مركز الزيتونة، بعضاً من العوامل التي من الممكن أن تؤثر سلباً على سير مسيرات العودة الكبرى على النحو الآتي<sup>(4)</sup>:

1. الضغط الأمريكي "الإسرائيلي" على السلطة الفلسطينية في سبيل وقف كافة أشكال المقاومة.
2. خضوع بعض الدول العربية في المنطقة للطلبات الأمريكية و"الإسرائيلية"، واندفاعها نحو التطبيع، وما قد يترتب عليه من التزامات تؤدي إلى ممارسة الضغط على الشعب الفلسطيني

(1) المرجع السابق نفسه.

(2) UNRWA . gaza's "great march of return" one year on. impact on palestine refugees and unrwa services. 6.

(3) المرجع السابق نفسه.

(3) (المبحوح، المقاومة الشعبية الفلسطينية خيار الواقع أم استراتيجية وطنية؟ مسيرات العودة الكبرى نموذجاً، ص 37.

ومقاومته في سبيل وقف مسيرات العودة.

3. ضعف الدعم المادي والإعلامي؛ وهو صمام الإستمرارية لمشروع المقاومة بكافة أشكالها ومنها مسيرات العودة، وهناك عامل مهم آخر من عوامل إضعاف مسيرات العودة الكبرى، ألا وهو اقتصار أدائها على قطاع غزة دون باقي مناطق اللاجئين الأخرى، وخصوصاً في الضفة الغربية المحتلة.

### ثانياً: تعاطي الإعلام "الإسرائيلي" مع المسيرات وصورتها الصحفية

أبدى الإعلام "الإسرائيلي"، نظرة مختلفة لمسيرات العودة على حدود قطاع غزة؛ حيث حاولت الصحافة "الإسرائيلية" في تغطيتها، التركيز بأن الفعاليات الفلسطينية ليست سلمية، وأن هدفها هو تصعيد التوتر والدفع نحو مواجهة في غزة، كما حاولت الصحافة "الإسرائيلية" الترويج أن لـ"إسرائيل" الحق في الدفاع عن حدودها ومنع دخول مناطق سيادتها، وذلك من خلال استخدامها لأسلوب صياغة مضلل للجمل والمفردات، كذلك التنوع في طرق التشويه في تصوير الصراع "الإسرائيلي" الفلسطيني، حتى لو حددت الحقائق بدقة، فإن طرق بناء الجمل والتفاصيل في سياقها تضلل القراء (1).

وجّه الإعلام "الإسرائيلي" خطابه التحريضي والمعادي للمشاركين والقائمين على مسيرات العودة وبتت خطابه الدعائي والتحريضي المناهض لها للتأثير على الرأي العام الفلسطيني والعربي، ومن أبرز أشكال الدعاية "الإسرائيلية" (إفثال مسيرات العودة الكبرى وكسر الحصار، تشويه صورة القائمين على المسيرة، تشويه صورة المشاركين على المسيرة، إظهار قوة الجيش "الإسرائيلي" في مواجهة المتظاهرين، تبرير الجرائم "الإسرائيلية"، وإظهار "إسرائيل" أنها دولة أخلاقية وإنسانية، تعزيز الفرقة والانقسامات الفلسطينية من تصريحات تستهدف المسيرة) (2).

كما استخدم الإعلام "الإسرائيلي" عدداً من أساليب الدعاية ضد مسيرات العودة، مثل: (الترويع وإثارة الرعب وترهيب المشاركين في المسيرات من خلال نشر أخبار عن وجود القناصة والدبابات والسواتر، التهديد بالقوة، والتضليل الإعلامي وتعمد الكذب في قصص الشهداء والجرحى خاصة من الصحفيين والمسعفين والأطفال والمعاقين، وأيضاً أسلوب تبسيط عدد الشهداء والجرحى والتقليل من حجم الحشود، وكذلك الاستهزاء والتهكم، واستغلال الظروف الاقتصادية وأن المسيرات من أجل الخبز وليس الانتماء للوطن القضية، وأسلوب التفرقة واللعب على وتر التناقض في التصريحات، وبتت تصريحات تهدف لإثارة الفرقة الداخلية، وأسلوب

(1) شمعة، بـ"تغطية مهزوزة" و"التضليل" هكذا تناول إعلام "إسرائيل" مسيرة العودة، (موقع إلكتروني).

(2) المصري، الخطاب "الإسرائيلي": النشأة والأساليب والأهداف والدعاية الموجهة نحو مسيرة العودة الكبرى، (موقع إلكتروني).

الخداع كما في حادثة مقتل المسعفة رزان النجار، وأيضاً استغلال العاطفة الدينية، واستئثار الجوانب النفسية والاجتماعية، وتبرير استخدام الاسلحة المتفجرة التي تهتك اجساد الشهداء، وتضخيم الأضرار الناجمة عن البالونات ووحدات الكوشوك ووحدات قص السلك، والاقناع بلغة الأرقام (من خلال اللعب بأرقام البطالة والفقر والاقتصاد)

لم تتوقف الآلة "الإسرائيلية" تجاه مسيرات العودة لحظة واحدة واستطاعت أن تشكل في كثير من الأحيان نجاحات نتيجة تصيدها للأخطاء التي كانت تصدر عن المشاركين في مسيرات العودة او من خلال رصدها للخطاب الإعلامي لبعض المسؤولين الفلسطينيين، وهذا أدى إلى تراجع أهمية المسيرات في التغطية الغربية، وربط مسيرات العودة بحركة حماس وليس بكونها حالة شعبية عارمة يشارك فيها الشعب الفلسطيني، والتقليل من حجم المسيرات السلمية في الإعلام الغربي من خلال الضغوط "الإسرائيلية" والتركيز على أنها مناوشات بين الفلسطينيين والجيش "الإسرائيلي"، والتركيز على حرق الحقول "الإسرائيلية" عن طريق الأطباق المشتعلة بالنار وتضخيم صورة الحرائق، واستغلال صور اقتحام الشبان للحدود وحرق المواقع "الإسرائيلية" بانها تضر بأمن "إسرائيل" ومواطنيها<sup>(1)</sup>. رغم أنه وخلال عام من مسيرات العودة استشهد في قطاع غزة نحو 270 شهيداً منهم 196 في مسيرات العودة؛ ويتحدث مركز الميزان عن 15,234 جريحاً، بينهم أكثر من خمسمائة إصابة خطيرة<sup>(2)</sup>.

ويرى الناقدون أن المسيرات انحرفت عن هدفها الإستراتيجي في تحقيق العودة لفلسطين المحتلة 1948م، إلى أهداف تكتيكية مرتبطة بتخفيف الحصار<sup>(3)</sup>. ثم جاء قرار الهيئة الوطنية العليا لمسيرات العودة بتاريخ 26/ديسمبر/2019، بتعليق تنظيم مسيرات العودة حتى 30/مارس/2020م، وأن يكتفى بإجرائها بشكل شهري، نابع من استخلاص العبر التي وصلت إليها الهيئة، على أن يتم استثمار هذه الفترة الزمنية لتشكيل حالة استعداد عالية والتحشيد والتحضير لليوم التاريخي في ذكرى يوم الأرض، حيث جاء القرار مراعاة لمصلحة الشعب الفلسطيني وظروفه، بعد 36 أسبوعاً من ملحمة نضالية حققت جملة من الأهداف أبرزها إعادة إحياء حق العودة وكسر عنجهية الاحتلال وإيجاد البيئة السياسية لإفشال مشاريع التصفية<sup>(4)</sup>.

(1) المرجع السابق نفسه.

(2) صالح، مسيرات العودة بعد عام: وقفة مراجعة وتقييم، (موقع إلكتروني).

(3) المرجع السابق نفسه.

(4) موقع وكالة الأناضول، غزة...تعليق مسيرات العودة حتى نهاية مارس القادم، (موقع إلكتروني).

## خلاصة:

بعد أن كان ينظر للمسيرات على أنها تحرك عابر، سيختفي خوفاً أو مللاً، أصبحت ورقة قوية ومؤثرة، أخرجت "إسرائيل"، وأعدت القضية الفلسطينية لسلم الاهتمامات الدولية، مشكلة حقبة تاريخية أبدع خلالها الفلسطينيون في استحداث وسائل مقاومة جديدة ومؤثرة، ساهمت في تعرية الجيش الصهيوني وحكومة الاحتلال أمام العالم، مساهمةً في إعادة تشكيل الوعي الجمعي الفلسطيني حول حق العودة، والتشبث بالأرض.

## المبحث الثاني: الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية

يشمل هذا المبحث أربعة مطالب، الأول بعنوان: الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية المفهوم والنشأة والتطور، والمطلب الثاني بعنوان: أهداف الصحافة "الإسرائيلية" ووظائفها، والمطلب الثالث بعنوان: خصائص وسمات الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية، والمطلب الرابع بعنوان: أنواع الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية وأساليبها.

### المطلب الأول: الصحافة الإلكترونية المفهوم والنشأة والتطور

أصبحت مواقع الإنترنت حديثاً من أهم وسائل الإتصال والإعلام، لسعة انتشارها، وتمكنها من دخول حياة الناس والمؤسسات على حدٍ سواء، وقد أدرك الكيان الصهيوني ذلك، فأنشأ العديد من المواقع سواء المستترة أو المعروفة الوجهة والانتماء، وكانت حكومة الاحتلال قررت في عام 2000م، استخدام مواقع الإنترنت بوصفها وسائل إعلام، وأصدرت تعليمات للمديرين العاملين في الوزارات بإدخال مواد إعلامية على المواقع الخاصة بوزاراتهم، تحمل مضامين تسهم في شرح السياسة "الإسرائيلية"، وبرز عدد من المواقع "الإسرائيلية" ومنها على سبيل المثال "يديعوت أحرونوت" و"هآرتس" و"معاريف" وغيرها<sup>(1)</sup>.

أدركت الصحف العبرية مبكراً أن الصحافة المطبوعة في خطر داهم، وكانت منذ عام 2000م تقريباً تنشئ صفحات على الشبكة العنكبوتية، بل إنها سعت لتكون أكثر مهارة وسرعة وجرأة، وتختلف المواقع عن الصحف نفسها<sup>(2)</sup>. واستخدمت الحكومة "الإسرائيلية" مواقع الإنترنت الحكومية كوسائل إعلام عبر الشبكة الإلكترونية، لشرح السياسة "الإسرائيلية"<sup>(3)</sup>، وجاءت "إسرائيل" وفقاً لدراسة مقارنة أجريت في جامعة جنوب كاليفورنيا عام 2011م، في المرتبة الثانية في العالم بعد كندا، من حيث عدد الساعات التي يقضيها "الإسرائيلي" العادي في تصفح الإنترنت، ومن المواقع الإخبارية الأكثر شعبية في "إسرائيل" موقع صحيفة "يديعوت أحرونوت Ynet" التابع لصحيفة "يديعوت أحرونوت" نفسها، وموقع "والا" Walla، وموقع "Mako" التابع لشركة الأخبار التابعة للقناة الثانية، وموقع "تغنغ" الذي يعمل بالتنسيق والتعاون مع القناة العاشرة، وموقع "NRG" التابع لصحيفة "معاريف" إضافة لموقع صحيفة "هآرتس"<sup>(4)</sup>.

(1) حرارة، أساليب الدعاية في المواقع الإلكترونية الـ"إسرائيلية" الناطقة بالعربية تجاه قضية القدس، دراسة تحليلية مقارنة، ص 90.

(2) اللحام، تجسيد الصورة في الإعلام "الإسرائيلي"، ص 94-95.

(3) وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية "وفا"، الإعلام "الإسرائيلي" بنية، أدوات، أساليب عمل، (موقع إلكتروني).

(4) ايرام وغرين، قراءة بين السطور، دليل القراءة النقدية للإعلام الفلسطيني و"الإسرائيلي"، ص 55.

## أولاً: مفهوم الصحافة الإلكترونية

لقد جاهدت الصحافة الإلكترونية منذ منتصف التسعينات، ليكون لها أشكالها، وخصائصها المميزة، كوسيط اتصالي، ويشتمل تعريف الصحافة الإلكترونية على طيف متسع من أشكال النشر الصحفي الذي يبدأ بالنشر المطبوع المستعين بالحاسبات الإلكترونية، ليصل إلى الصحيفة الإلكترونية اللاورقية (1).

ويعرف عبد الحميد الصحافة الإلكترونية بأنها العمليات الصحفية التي تتم على مواقع محددة التعريف على الشبكات، لاتاحة المحتوى في روابط متعددة بعدد من الوسائل وفق آليات وأدوات معينة تساعد القارئ في الوصول للمحتوى، وتوفر له حرية التجول والإختيار والتفاعل، بما يتفق مع حاجاته واهتماماته وتفضيله. فيما يوضح كل من حسني نصر وسناء عبد الرحمن أن الصحيفة الإلكترونية هي الصحيفة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت، ويقوم القارئ باستدائها وتصفحها والبحث داخلها، بالإضافة لحفظ وطباعة المادة التي يريدها منها. وتعرفها بسنت العقباوي، بأنها وسيلة من وسائل الإتصال عبر الشبكة، تستخدم فنون وآليات ومهارات العمل الصحفي، مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات مستخدمة عناصر الوسائط المتعددة والنص والوسائط الفائقة (2).

ويعرفها أمين بأنها صحف يتم اصدارها ونشرها على الإنترنت، على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية. وعرفها آخرون بأنها الصحافة التي تنشر عبر الإنترنت أو غيرها من شبكات المعلومات، سواء كانت نسخة أو اصداراً الكترونياً لصحيفة مطبوعة أو صحيفة إلكترونية غير مطبوعة، طالما أنها تصدر بشكل منتظم (3).

وهناك من عرفها بأنها نوع من الإتصال تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تتناسب استخدم الفضاء الإلكتروني كوسيط، بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها (4). وقد عرّفها اللبان بأنها الصحافة كما يتم ممارستها على الخط المباشر (5).

وباستعراض التعريفات السابقة يمكن ملاحظة الإتفاق على أنها لا تأخذ الشكل الورقي، حتى وإن كانت في الأصل صحيفة ورقية، وأن المستخدم يقوم باستدائها من شبكة المعلومات،

(1) عامر، الصحافة الإلكترونية، الحاضر والمستقبل، ص 19

(2) حسونة، أنواع الصف الإلكترونية، ص 1-2.

(3) أمين، الصحافة الإلكترونية، ص 91-95.

(4) كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، ص 3-4.

(5) اللبان، الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ص 41.

ولا بد أن تاخذ طابعاً دورياً حتى تنطبق عليها صفة الصحافة، وتضم مادتها النص والصوت والصورة المتحركة ولقطات الفيديو والرسوم، حسب تطور موقع الصحيفة وإمكانياته التقنية، فالصحافة الإلكترونية "وسيلة متعددة الوسائط، وتصل للقارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي سواء كان لها أصل مطبوع أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة"<sup>(1)</sup>. مما سبق نخلص إلى أن الصحافة الإلكترونية هي نوع من الإتصال يتم عبر الفضاء الإلكتروني، تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحيفة المطبوعة<sup>(2)</sup>.

وتختلف الصحافة الإلكترونية عن المواقع الاخبارية التي تعد نوعاً جديداً من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والأهداف والمبادئ العامة، ويمتاز عنه بأنه يعتمد على الدمج بين كل وسائل الإتصال التقليدية، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة<sup>(3)</sup>. ويمكن النظر للمواقع الإخبارية على أنه نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الإلكترونية، ويتميز بسرعة الإنتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير، وقد عرّفته اللجنة العربية للإعلام بأنه الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح إنشاء وتطوير محتوى وسائل الإتصال الإعلامي باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة<sup>(4)</sup>.

يبقى أن نشير إلى ما يراه البعض من اختلاف بين مفهوم الصحافة الإلكترونية والمواقع الإخبارية الإلكترونية على النحو الآتي<sup>(5)</sup>:

1. **من حيث طبيعة النشأة:** فالصحيفة الإلكترونية نشأت ابتداءً على الورق بالصورة التقليدية، لكن القائمين عليها ارتأوا مجاراةً لتقدم العصر وجود نسخة إلكترونية، فأنشأوا لها موقعاً، أما الموقع الإخباري الإلكتروني فقد نشأ ابتداءً على الإنترنت وليس له أصل ورقي.
2. **من حيث طاقم العمل:** في الصحيفة الإلكترونية مجموعة من الفنيين ينصبّ اهتمامهم على رفع محتويات الصحيفة الورقية ونشرها على الموقع الإلكتروني، أما الموقع الإخباري فيتسع فريق العمل داخله ليشمل مكونات غرفة الأخبار، بما تحويه من رئيس تحرير ومحررين وصحفيين ومدققي اللغة والمعلومات ومصنفي المواد، وقسم الملتيميديا.
3. **من حيث زمن تحديث الأخبار:** ففي الصحيفة الإلكترونية يرتبط زمن التحديث في الغالب بدورية صدور الصحيفة، سواء أكانت يومية أم أسبوعية، أما بالنسبة للموقع الإلكتروني فهو في صراع مع الزمن لنشر الأخبار حال حدوثها.

(1) أمين، الصحافة الإلكترونية، ص 94-95.

(2) أبو مزيد، تحرير الصحف الإلكترونية، ص 8.

(3) الفريشي، الإعلام الإلكتروني وسيلة لفرض واقع مختلف، (موقع الكتروني).

(4) يوسف، الإعلام الإلكتروني، صحيفة المثقف نموذجاً، (موقع الكتروني).

(5) اسماعيل، الإعلام المعاصر، وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، ص 165.

## ثانياً: نشأة الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية وتطورها

أنشأت وزارة الدفاع الأمريكية في عام 1969م شبكة الإنترنت، لأغراض الاتصالات العسكرية، واستُعملت شبكة الإنترنت في البدء للربط بين الجامعات ومراكز البحوث، وبقي إطار استعمالها ضيقاً حتى الثمانينيات، عندما انتشرت أجهزة الكمبيوتر على نطاق عالمي واسع، وكان من المؤكد أن "إسرائيل" ستسارع لاستخدام الإنترنت خدمة لأهدافها في تدعيم وجودها داخلياً وخارجياً، لإبراز صورة الدولة اليهودية، لذلك أولت هذا القطاع الاهتمام الكبير، ليقوم بوظيفته على أكمل وجه، ولأن المجتمع "الإسرائيلي" مجتمع مهاجرين في غالبيته الساحقة، كان على الدولة العبرية العمل على تحقيق اندماج هؤلاء المهاجرين في مؤسساتها، فلم تجد سوى الإعتماد على المعلوماتية لتسهيل هذه المهمة (1).

شهدت الصحافة نهاية القرن العشرين وأوائل القرن الحالي، ثورة هائلة في نظم الاتصالات الرقمية واستخدام الإنترنت، وانعكس على الصحافة كمفهوم ووظيفة، مما استدعى إعادة هيكلة وبناء الأنماط الأساسية للصحافة (2). وقد بدأت الصحافة في "إسرائيل" كصحافة محلية، تخاطب جمهوراً محدداً، وعبرت ولم تكن وسائل الإعلام مركزية الأمر الذي انعكس على المستويات الأخرى، وأتاحت للسكان التعبير، خاصة للأقليات بل وعززت التعددية في الفضاء الإعلامي (3).

سعت الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية، إلى إعادة بناء خصائص الصحافة التقليدية، وتم إنشاء صحافة أكثر استقلالية وشخصية، غير أن هذه التغييرات زادت من حدة التوتّر بين التقليد المطبوع والتقليد الإلكتروني داخل "إسرائيل" (4). وقد كانت عملية رقمنة التصوير الفوتوغرافي بمثابة ثورة تكنولوجية في إنتاج التصوير الصحفي في "إسرائيل" فترة التسعينيات، وقد حدث ذلك على مرحلتين، الأولى خلال الثمانينات من خلال مسح الصور في شكل رقمي؛ والثانية في التسعينيات بعد انتشار الكاميرات الرقمية، حيث شكلت الرقمنة تحدياً كبيراً للمصورين من حيث التخصص في تقنية جديدة تماماً، وفي الوقت نفسه كان عليهم التعامل مع تهديدات مثل التسريجات الضخمة للعمال، ومنافسة الصور التي يلتقطها المواطنون، والتغييرات في اللغة المرئية للصحافة (5).

كان إطلاق موقع يديعوت أحرونوت "Ynet" في يونيو 2000م، حدثاً شكلياً في سياق

(1) التنير وعطوي، الإعلام "الإسرائيلي" ومواجهته، ص 48

(2) غازي، الصحافة الإلكترونية العربية، ص 7.

(3) منوسبيتش، الصحافة المحلية في "إسرائيل" 2013، خطوط معالهما، ص 24

(4) هيكيت، سر الصحافة الإلكترونية، (موقع إلكتروني).

(5) إلياس، التحولات في وسائل الإعلام-على شرف دان كسبي وعمله، ص 198.

تطور الصحافة "الإسرائيلية" على الإنترنت، فأول مرة منذ تأسيس القناة 2، تم إنشاء نظام أخبار وطني آخر في "إسرائيل"، وهذه المرة من خلال الإنترنت. وعلى عكس معظم مواقع الأخبار في العالم، برزت Ynet كنظام محتوى مستقل تماماً، ومنفصل عن نظام الصحف المطبوعة، وقد نمت الصحافة الإلكترونية وزاد دورها في تشكيل أجندة وسائل الإعلام "الإسرائيلية" تدريجياً، واليوم، على عكس الماضي، يتم نشر عدد قليل من الأخبار على وسائل الإعلام الأخرى، فساهمت الصحافة الإلكترونية في حرية المعلومات والتعددية الإعلامية، وإضعاف الرقابة العسكرية وإثراء مستهلكي الأخبار بمحتوى متاح في جميع الأوقات (1).

كانت صحيفة Globes التجارية أول من نشر نسخة إلكترونية باللغة الإنجليزية عام 1996م، تلاها إضافة نسخة عبرية، بعد ذلك مباشرة، وضعت صحيفة هآرتس موقعها على شبكة الإنترنت، ثم تلتها صحف أخرى مثل المشاهد وجيروساليم بوست وجيروساليم ريبورت، ومع تطور شعبية الصحافة على الإنترنت، أدركت الصحف المطبوعة أنها بحاجة للإنترنت، فبعد عام 2000م، بفترة قليلة نُشرت النسخة الإلكترونية لصحيفة يديعوت أحرونوت المطبوعة على الإنترنت، والتي سرعان ما أصبحت الصحيفة الإلكترونية الأكثر شعبية في "إسرائيل"، تلتها صحيفة معاريف (2).

واحتلت شبكة الإنترنت مكانة مرموقة في هيكلية وسائل الإعلام "الإسرائيلية"، إذ بلغ عدد وصلات الإنترنت في العالم مطلع عام 1998م، نحو ثلاثة أرباع المليون تلتها في "إسرائيل"، وفي تقرير وزير العلوم "الإسرائيلي" "ميخائيل ايتان" احتلت "إسرائيل" عام 1998م، المكان الثاني عشر بنسبة المشاركين في شبكة الإنترنت حيث كان 10% من السكان اليهود في "إسرائيل" مشتركين في هذه الشبكة، فيما بيّن استطلاع معهد "جالوب" "الإسرائيلي" في عام 1997م، أن (150) ألف منزل في "إسرائيل" يشتركون في شبكة الإنترنت، وذكر استطلاع لمعهد جيوكرتوغرافيا أن عدد الداخلين منهم إلى شبكة الإنترنت عام 1999م، نحو (750) ألف شخص أي نحو (19.5%) من إجمالي شريحة أولئك السكان، وكان هؤلاء يقضون فترة ساعة أسبوعياً على الأقل بصورة دائمة، وأفاد الاستطلاع أن ثلث الداخلين على الشبكة هم من الصبية من سن (8-17) عاماً (3).

وجاء في نتائج الاستطلاع الموسمي لشركة "تلكسار" في يناير 2001م، أنه يوجد في "إسرائيل" نحو (1.27) مليون مشترك في شبكة الإنترنت من سن 13 عاماً فما فوق، وأنهم

(1) مور، وضع الصحافة الإلكترونية، (موقع إلكتروني).

(2) موقع "لمידה מהנה"، التحول من الصحافة المطبوعة للصحافة الإلكترونية، (موقع إلكتروني).

(3) عبد الكريم، هيكلية المرسل في الإعلام "الإسرائيلي"، ص 26-28.

يشكلون نحو (20%) من السكان، وأن 39% من العائلات في "إسرائيل" مرتبطون بهذه الشبكة، وبلغت نسبة المشتركين الجدد الذين استخدموا الإنترنت في السنة الأخيرة (26%) من المشتركين مقابل (29%) في استطلاع عام 2000م. وذكر مدير عام وزارة الاتصالات "الإسرائيلية" عام 1998م، أن هناك عشرة آلاف موقع "إسرائيلي" على الشبكة، بينما ذكرت معلومات أخرى في يوليو 2000م، أن ل "إسرائيل" (30) ألف موقع (1).

تقدم هذه البيانات صورة عن ثقل الإنترنت في الواقع "الإسرائيلي"، وتعكس وسائل الإعلام "الإسرائيلية" جزءاً من هذه الصورة، نظراً لدخول الإنترنت في العملية الإعلامية (الدعائية) ل "إسرائيل"، وقد كشفت الانتفاضة الفلسطينية (الثانية) عن الدور الذي أعطاه "الإسرائيليون" لشبكة الإنترنت في حربهم الدعائية، إذ سارت في اتجاهين: الأول بث المادة الدعائية المبرمجة والمقولة لتسريب المقولات والمفاهيم التضليلية عبر المواقع "الإسرائيلية" والصهيونية العالمية، والثاني عمليات قرصنة وتخريب للمواقع الفلسطينية والعربية (2).

وكانت الحكومة "الإسرائيلية" قررت في الأول من يوليو 2002م، استخدام مواقع الإنترنت الحكومية كوسائل إعلام، وأصدرت تعليمات للمديرين العاملين في الوزارات بإدخال مواد إعلامية تحمل مضامين تشرح السياسة "الإسرائيلية" (3). ورأى المحررون في وسائل الإعلام "الإسرائيلية"، أن التعددية الفكرية والاختلافات الأيديولوجية بينهم، يجب ألا تشكل عائقاً أمام تجنيد وسائل الإعلام بشكل تام لخدمة الهدف الاستراتيجي الأعلى، وهو تجسيد مشروع الوطن القومي اليهودي (4).

وكان التطور الأبرز كما بقية دول العالم بدخول الإنترنت للسوق "الإسرائيلي"، ففي بداية التسعينيات وصلت خدمة الإنترنت عبر ADSL وكانت متاحة للإستخدام الشخصي في البيوت مع عام 2000م، الأمر الذي كان له تأثير كبير على شكل الإعلام فيما بعد، وأخذت خدمة الإنترنت في التطور السريع في "إسرائيل" فأصبحت تخضع لتنافس كبير بين شركات الإتصال الأساسية وهي بيزك وسلكوم وأورانج، الأمر الذي أسهم في انخفاض أسعارها وتوسع رقعة مستخدميها. واتجهت الصحافة العبرية لمواجهة الانخفاض الكبير في مبيعاتها إلى الإعتماد على الإنترنت كوسيلة مهمة في نقل الأخبار، فأستت غالبية تلك الصحف الفاعلة مواقع لها على شبكة الإنترنت ك "يديعوت أحرونوت" و "هآرتس" و "معاريف"، وهي الصحف الثلاث الأكبر

(1) المرجع السابق نفسه، ص 27

(2) المصدر السابق نفسه، ص 27-28.

(3) أبو عامر، دراسة في الأداء الإعلامي "الإسرائيلي" لأحداث انتفاضة الأقصى، ص 10.

(4) أبو عامر، أيديولوجيا الإعلام "الإسرائيلي" في تغطية الشأن الفلسطيني، ص 3.

في "إسرائيل"، وكذلك صحيفة "يسرائيل هيوم" التي ظهرت في عام 2007م، ثم أصبحت الأكثر انتشاراً خلال السنوات الأخيرة<sup>(1)</sup>.

ونفذت شركة "شوكن" خلال عام 2008م، خطوة رسمية باتجاه ترسيخ علامة تجارية خاصة بها وهو ما طبقته كل من معاريف ويديعوت أحرونوت سابقاً حيث عينت محرراً رئيسياً لشبكة الصحف المحلية، وبدأت كل من يديعوت أحرونوت ومعاريف تشر قنوات أخبار محلية على الإنترنت<sup>(2)</sup>. وقد مرّت منظومة الإعلام "الإسرائيلي" بمجموعة من التغيرات الهامة خلال العقد الأخير، في ظل انتشارها الواسع والحيز الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي التي دفعت الوسائل التقليدية لمحاولة التأقلم معها، وكذلك انخفاض الثقة في المؤسسة الإعلامية ككل، وحدث تغيير بسيط على الهيكلية الإعلامية، وظهور صحف مجانية ساهمت في تراجع كبير للصحف التاريخية، ومحاولة الرقابة العسكرية التأقلم في ظل دخول الإنترنت، وزيادة سعي اليمين للسيطرة على الآلة الإعلامية، ففي قطاع الأخبار استطاعت صحيفة "يديعوت أحرونوت" أن تحتفظ لنفسها بالمرتبة الأولى من حيث نسبة زوّار مواقعها، كما جاء في معطيات شركة "سيميلار ويب" في عام 2016م، ويمكن النظر لهذه المواقع على أنها أكثر تأثيراً من الصحف المكتوبة حيث يتصفحها ملايين الأشخاص شهرياً<sup>(3)</sup>.

وكان مجلس الصحافة "الإسرائيلي" بسط قواعد آداب مهنة الصحافة على الجرائد الإلكترونية منذ عام 2005م، لعدة أسباب أولها الشبه الملموس بين الصحيفة الإلكترونية ووسائل الإعلام التقليدية، والمخاوف من أن إعفاء الإعلام الإلكتروني من تطبيق قواعد آداب مهنة الصحافة سيؤدي إلى تدهور مستوى الآداب في الإعلام برمته، أما السبب الثالث فنشأ من الخشيته من تدخل تشريعي غير مرغوب فيه في مواجهة هذه الأخطار الإلكترونية<sup>(4)</sup>. وتأتي هذه المعطيات في ظل محاولة الوسائل التقليدية التأقلم مع العصر الرقمي، فشدنت مواقع إلكترونية للحفاظ على استمرارها، وأظهرت استجابة سريعة للتأقلم مع التطورات التكنولوجية<sup>(5)</sup>.

مما سبق يتبين أن الإعلام الحديث بات يأخذ حيزاً واسعاً ليتصدر السوق الإعلامي في "إسرائيل"، ولم يستطع القضاء على الوسائل التقليدية التي ما زالت متأقلمة، رغم التراجع الحاصل على بعضها خاصة الصحف، فيما تتصدر المواقع الإلكترونية الإخبارية كموقع صحيفة "يديعوت أحرونوت" وموقع القناة الثانية المشهد الإعلامي، وهي نفسها تستحوذ على

(1) أبو عواد، التغيرات على المشهد الإعلامي "الإسرائيلي" 2005-2015م، ص 7.

(2) كيزل وفويرشتاين، وسائل الإعلام المحلية وتغطية الأخبار، ص 78-79.

(3) أبو عواد، التغيرات على المشهد الإعلامي "الإسرائيلي" 2005-2015م، ص 10.

(4) إلتشولر، الصحافة الإلكترونية في "إسرائيل"، ص 374.

(5) أبو عواد، التغيرات على المشهد الإعلامي "الإسرائيلي" 2005-2015م، ص 15.

الحصة الأكبر، إذ تحتل "يديعوت أحرونوت" إلى جانب "يسرائيل هيوم" صدارة الصحف المكتوبة، ومن المتوقع أن تستحوذ الدعاية الحديثة عبر وسائل الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي على الحصة الأكبر من الدعاية الإعلامية في ظل القفزات المتتالية لها من عام لآخر، كما ساهم الإعلام الحديث في انفتاح "الإسرائيلي" بشكل أكبر على الكثير من القضايا وتحديداً الأمنية، التي حرمتهم منها الرقابة العسكرية قبل ذلك، وهذا ما يفسر الحراك الكبير الذي يحصل داخل المجتمع "الإسرائيلي" بعد كل قضية أمنية أو سياسية (1).

وقد وقف غرض الربح التجاري وراء التغير الكبير في ملكية وأساليب الإعلام بأشكاله في "إسرائيل"، وتمركز الإعلام لدى عائلتين أو ثلاث، ما شكّل تغييراً رئيسياً في أشكال السيطرة الإعلامية، لكن الأهم من ذلك هو عدم حدوث تغيير في أهداف وسياسات الإعلام "الإسرائيلي"، وخفّضت تكنولوجيا الإتصال الحديثة من احتياج الجماهير لوسائل الإعلام، إذ تشير المعطيات إلى أن 66% من الجمهور "الإسرائيلي" امتلكوا أجهزة ذكية في عام 2013م، وارتفعت النسبة لأكثر من 70% في عام 2015م، وساهم الإنتشار الكبير لوسائل الإتصال الحديثة في إحداث تغييرات جوهرية على وسائل الإعلام التقليدية الأخرى، وبات ثلثا "الإسرائيلي" ين يعربون عن قدرتهم على التأقلم دون الحاجة للصحف المطبوعة، في ظل وجود الهواتف الذكية والتابلت (2). وكانت دراسات في عام 2001م أثبتت أن 92.4% من الجمهور "الإسرائيلي" يقرأون الأخبار منهم 69% لا يرغبون في دفع ثمن مقابل لها ويفضلون الصحافة الإلكترونية (3). وعليه فإن الصحافة "الإسرائيلية" المطبوعة، لم تقلت من خسائر الحقة الجديدة، فقد انخفض عدد صفحات العديد من الصحف في "إسرائيل" خلال العقد الماضي، في حين حدثت عمليات تسريح واسعة النطاق في صفوف العاملين فيها (4).

### المطلب الثاني: أهداف الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية ووظائفها

تميز الإعلام "الإسرائيلي" قبل قيام "إسرائيل" وبعده، بارتباطه الوثيق بأهداف واضحة محددة من ناحية، وبقيامه كجزء من تخطيط عام لتنفيذ تلك الأهداف من ناحية ثانية (5). ومع إعلان تأسيس الكيان الصهيوني، تم تشكيل "هيئة رؤساء تحرير الصحف" التي ضمت كافة رؤساء الصحف المستقلة والحزبية آنذاك؛ واعتبرت إحدى أذرع الموساد الصهيوني؛ فقد كانت تتلقى المعلومات من كبار المسؤولين، كرئيس الحكومة والأجهزة الأمنية، حول ما يجب نشره

(1) المرجع السابع نفسه، ص 17-19

(2) المرجع السابق نفسه، ص 14-15.

(3) باراك، استطلاع 92.4% يقرأون الصحافة فقط 26% يدفعون ثمنها، (موقع إلكتروني).

(4) جويكمان، كيف نحافظ على الصحافة في عهد الإنترنت،

(5) غنبتاوي، أضواء على الإعلام "الإسرائيلي"، ص 17

في الإعلام، وبالتالي سيطرت الأجهزة الأمنية الصهيونية على السياسة الإعلامية؛ كون دولة الكيان بكافة مكوناتها كانت ولا زالت تنظر للعلاقة مع الفلسطينيين والعرب عموماً، من منظور أممي بحت؛ وغطى الإعلام الصهيوني ولا زال أحداث الصراع وفق الأهداف الآتية<sup>(1)</sup>:

1. **الأهداف الداخلية:** إذ ينص البند الثالث من قانون الإذاعة والتلفزيون الصهيوني على "أن الهدف من الإعلام الصهيوني في كافة المجالات؛ هو إظهار الطابع الصهيوني لدولتهم وعرض كفاح اليهود وتجاربه المرمية؛ إلى جانب إظهار إبداعاتهم وأهم إنجازاتهم على كافة المستويات، مع تعميق الإلتواء اليهودي والصهيوني معاً، والترويج للحياة الثقافية اليهودية في العالم أجمع، والتعجيد بالقوة الحربية للجيش والكفاءات القتالية للجندى الصهيوني، وتلقيح المبادئ وترسيخها في ذهن اليهودي كجزء من عملية التنشئة الإجتماعية".

2. **الأهداف الخارجية:** وتقوم على بث الإختلاف الثقافي بين الصهاينة والعرب، وأنهم (اليهود) يتجانسون ثقافياً مع الغرب؛ كي يتقرب الغرب منهم، وينفر من كل ما هو عربي، إلى جانب أن اليهود يحملون رسالة حضارية وتفوق حضاري، وبث برامج بالعربية لترويض الجمهور العربي في أراضي عام 1948م، وترويج دعاية للفلسطينيين والعرب عموماً وفق أهداف السياسة الصهيونية، واتباع استراتيجية كسب الأنصار من خلال إظهار أنفسهم بأنهم "الديمقراطية" الوحيدة في الشرق الأوسط، ومن الأهداف كذلك اختراق الوعي العربي، عبر إطلاق عدد من وسائل الإعلام باللغة العربية بهدف التأثير على عقليات الأفراد ونفسياتهم، ليصيبهم الوهن والإحباط والتفكك والاضطراب<sup>(2)</sup>.

إضافة إلى أن الإختلافات الفكرية للمراسلين، يجب ألا تقف عائقاً أمام الدفاع عن المشروع الصهيوني وتجسيد الدولة<sup>(3)</sup> ويكاد يكون من المستحيل إدراك أبعاد العمل الإعلامي "الإسرائيلي" دون فهم الأهداف القومية "الإسرائيلية" العامة، وقد حدد البند الثالث من قانون الإذاعة والتلفزيون الذي وافق عليه الكنيست "الإسرائيلي" في آذار 1965م، وظيفة الإذاعة والتلفزيون، وهي إبراز طابع الكيان اليهودي ونضاله وإنجازاته، وتنمية الصلة بالتقاليد اليهودية وتعميق معرفتها، وإبراز نمط حياة وثقافة الجماعات اليهودية في العالم<sup>(4)</sup>.

إن أهداف الإعلام "الإسرائيلي" هي نفسها الأهداف الصهيونية التي أقرها المؤتمر الصهيوني الأول عام 1897م، والذي يقوم على ركنين أساسيين هما تبني فكرة المرحلية في

(1) أبو سعدة، مؤسسات الإعلام الصهيوني، خريطة أولية، ص 2-3

(2) المرجع السابق نفسه، ص 3.

(3) وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية "وفا"، الإعلام "الإسرائيلي" بنية، أدوات، أساليب عمل، (موقع إلكتروني).

(4) أبو عامر، الاعلام "الإسرائيلي" وانتفاضة الأقصى، دراسة في الإداء الإعلامي "الإسرائيلي" لأحداث انتفاضة الأقصى، ص 4

تحقيق الأهداف، ويقول الدكتور شموئيل سجييف الخبير الإعلامي "الإسرائيلي" أن الدارس لأهداف الإعلام "الإسرائيلي" يجد أنها لم تكن في أي مرحلة سوى انعكاس للأهداف السياسية القومية في تلك المرحلة. ويتفق كل من الدكتور منذر عنبتاوي والدكتور حامد ربيع والدكتور شموئيل على أن الهدف العام والاستراتيجية الإعلامية لدولة "إسرائيل" تتمثل في خلق الإحساس لدى الرأي العام العالمي في كل مكان بأن سلام العالم وأمنه مرتبط ببقاء "إسرائيل" والمحافظة عليها. أما الركن الثاني فيتمثل في تقسيم العالم إلى دوائر جغرافية معينة، ثم تقويم عناصر الخلاف الظاهر والباطن بين هذه البلدان وعلى ضوء ذلك يحدد الإعلام "الإسرائيلي" مداخله النظرية والتطبيقية في كل بلد ثم يبدأ العمل<sup>(1)</sup>.

وكان المركز العربي للحرريات الإعلامية والتنمية والبحوث-إعلام، بيّن أن المنصة التي تشهد أكثر حالات التحريض على الفلسطينيين، هي شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" بنسبة 31.13%، حيث تضمّن البحث رصدًا للصحافة المكتوبة، والمرئية، والمسموعة، بالإضافة إلى تعقب صفحات سياسيين وإعلاميين "إسرائيليين" في مواقع التواصل الاجتماعي، في الفترة من يناير 2019، حتى يونيو الأخير، ورصد 452 مقالاً وخبراً وخطاباً محرّضاً أو عنصرياً ضد الفلسطينيين، وبيّن أن صحيفة "يسرائيل هيوم" تأتي في المرتبة الثانية، بنسبة تحريض تصل لـ 13%، تليها صحيفة "معاريف" بواقع 8%، وكل من صحيفة "يديعوت أحرونوت" وشبكة "تويتر" بنسبة 7% لكل منهما<sup>(2)</sup>.

وأظهرت نتائج البحث أنّ أسلوب التحريض الأكثر اتّباعاً في الإعلام "الإسرائيلي" هو نزع الشرعية عن الفلسطيني بنسبة 74%، بواقع 334 من مجمل المقالات، يليه استخدام خطاب العنصرية بنسبة 64%، بواقع 289 من مجمل المقالات، واستُعملت الشيطنة والتعميم، بنسبة 55%، والفوقية العرقية بنسبة 43%، وشرعنة العقوبات الجماعية واستخدام القوة بنسبة 14.14%، وأن "العديد من الصحافيين "الإسرائيليين" ين (يميلون) لتصوير الاحتلال والمجتمع "الإسرائيلي" بدور الضحية، وتطرّق البحث، إلى نوعية التحريض المتّبعة في المقالات والتقارير الإخبارية المتنوعة، التي يشرعن بعضها العقوبات الجماعية واستعمال القوة ضد الفلسطينيين، فيما يقوم بعضها الآخر بشيطنة الفلسطينيين واستعمال أسلوب التعميم<sup>(3)</sup>.

(1) رفوع، الإعلام "الإسرائيلي" ومحددات الصراع: الصحافة نموذجاً، ص 79-82.

(2) المركز العربي للحرريات الإعلامية والتنمية والبحوث-إعلام، عام من التحريض على الفلسطيني، (موقع إلكتروني)

(3) المرجع السابق نفسه.

## المطلب الثالث: خصائص وسمات الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية

### أولاً: خصائص وسمات عامة

ترتبط خصائص الصحافة الإلكترونية، بخصائص الإنترنت ذاته (1). وتتشرك مع خصائص الإعلام الإلكتروني بصفته أكثر شمولية وعمومية، بخصائص وسمات منها (2):

1. **التفاعلية (interactivity):** وتطلق على درجة المشاركة في عملية الإتصال وتأثيرها على أدوار الآخرين، بتبادل الآراء والأفكار، واستقبال وإرسال الرسائل في الوقت نفسه.

2. **اللاجماهيرية (Demassification):** وتعني أنّ الرسالة يمكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة، وتعني كذلك درجة التحكم في نظام الإتصال بحيث تصل الرسالة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

3. **اللاتزامنية: (asynchronization):** وتعني إمكانية إرسال الرسالة واستقبالها في أي وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.

4. **قابلية التحرك أو الحركة: (Mobility):** مثل التلفزيون النقال، وتلفون السيارة، والهاتف الخليوي وفيديو الجيب، والحاسب الشخصي.

5. **قابلية التحويل: (Convertibility):** وهي قدرة الفرد على نقل المعلومات من وسط لآخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى مطبوعة وبالعكس.

6. **قابلية التوصيل: (Connectivity):** وتعني توصيل الاجهزة الإتصالية بتتويعة كبرى من أجهزة اخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع.

7. **الشيوع والانتشار: (Ubiquity):** ويعني الانتشار المنهجي لنظام وسائل الإعلام والإتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو على أنّها ترف ثم تتحول لضرورة مثل التلفزيون والفاكسميل.

8. **الكونية: (Globalization):** البيئة الأساسية لوسائل الإتصال هي في تتبع المسارات المعقدة والتي يتدفق إليها رأس المال إلكترونياً عبر الحدود الدولية جيئة وذهاباً إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.

ويلخص الباحثون الإعلاميون سمات الصحافة الإلكترونية بالنقل الفوري للأخبار، وقدرة الصحف الإلكترونية على اختراق الحدود، وقلة التكاليف المالية مقارنة بالصحافة المطبوعة، وما تحتاجه من مباني ومطابع وورق وعاملين، ولجوء معظم الصحف الإلكترونية إلى التمويل

(1) الصحافة المتخصصة، الشمالية واللحام وكافي، ص 193.  
(2) يوسف، الإعلام الإلكتروني، صحيفة المثقف نموذجاً، (موقع إلكتروني).

من خلال الإعلانات، وتوفر تقنية الصحافة الإلكترونية إمكانية الحصول على إحصائيات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الإلكترونية: وتوفر للصحيفة مؤشرات عن أعداد القراء وبعض المعلومات عنهم، كما تمكنها من التواصل معهم بشكل مستمر، كما منحت تقنيات الصحافة الإلكترونية عملية رجوع الصدى Feed back وبات الحديث ممكناً عن تفاعل بين الصحف والقراء، بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر الصحافة الورقية، إضافة لإمكانية حفظ أرشيف إلكتروني سهل الإسترجاع، وفرضت الصحافة الإلكترونية واقعاً مهنيّاً جديداً فيما يتعلق بالصحفيين وإمكانياتهم، من حيث مواكبة التطورات (1).

### ثانياً: خصائص وسمات خاصة بالصحافة "الإسرائيلية"

تعتبر وسائل الإعلام من أبرز القطاعات ازدهاراً في "إسرائيل"، سواء التابعة للدولة أو التابعة للتيارات السياسية والأيدولوجية الشرقية والغربية، اليمينية واليسارية، ولعل من أبرز خصائص الإعلام في "إسرائيل" وجوده في ظروف استثنائية، فالدولة الوليدة تعاني من عقدة الشرعية وتشعر بالتهديد المستمر، لذلك كانت السيطرة على ما ينشر في وسائل الإعلام، إحدى وسائل مواجهة العدو وهو ما يعرف بالرقابة العسكرية، ولعل أكثر المصطلحات استخداماً في أروقة الصحافة العبرية مصطلح "سمح بالنشر" كدليل واضح على ما يخضع له الإعلام من رقابة، يفسرها البعض على أنها ضمن المسؤولية الاجتماعية للإعلام (2).

وغالبية وسائل الإعلام في "إسرائيل" الآن في أيدي أصحاب رؤوس الأموال الخاصة، ويتسبب العرض المتنوع لوسائل الإعلام في التنافس على قلوب وجيوب المستهلكين، كما أنه يحسّن الخدمات المقدمة للسكان "الإسرائيلي"ين ويخفّض من أسعارها كثيراً لا سيما أسعار الهاتف واستخدام الإنترنت، ومن المهم أن نلاحظ هنا أن "إسرائيل" من الدول الأولى على مستوى العالم من حيث الهواتف المحمولة التي يحملها سكانها، وعلى الرغم من أن "إسرائيل" دولة صغيرة إلا أنها تعد من الدول المتقدمة والمنجزة في مجال الإعلام والاتصالات على شبكة الإنترنت ونجحت شركات الهايتك "الإسرائيلية" في اختراع ابتكارات مهمة في هذا المجال (3).

ويتصف الإعلام "الإسرائيلي" بخصائص عديدة أهمها (4):

1. التعددية الإعلامية: يتميز الإعلام "الإسرائيلي" بكثرة الصحف وتنوعها، وقد ارتفع عدد الصحف نهاية الثمانينيات إلى حوالي (500) صحيفة أسبوعية ونصف أسبوعية ومجلة

(1) المرجع السابق نفسه.

(2) أبو عواد، التغييرات على المشهد الإعلامي "الإسرائيلي" 2005-2015م، ص4.

(3) فاين وسغيف، "إسرائيل" الإنسان والفضاء، موضوعات مختارة في الجغرافيا، ص 135-137.

(4) الرفوع، الإعلام "الإسرائيلي" ومحددات الصراع: الصحافة نموذجاً، ص 68-74.

ونشرة، وثمة مظهر آخر للتعددية الإعلامية في الكيان "الإسرائيلي"، وهو التعدد اللغوي، ويتضح ذلك من خلال كثرة اللغات التي تطبع بها الصحف والمنشورات الإعلامية، الأمر الذي يعكس تناقضات الكيان العرقية والإثنية والثقافية.

2. سيطرة الأحزاب "الإسرائيلية" على الصحافة في "إسرائيل": ترتبط الصحافة في "إسرائيل" ارتباطاً وثيقاً بالأحزاب، وعلى الرغم من أن صحف معاريف ويديعوت أحرونوت وهآرتس تتمتع باستقلالية عن الأحزاب مالياً وإدارياً، إلا أنها ترتبط بها أيديولوجياً.

3. سيطرة الأشكناز "اليهود الغربيين" على وسائل الإعلام ومؤسساته: حيث يسيطر الأشكناز على مجمل جوانب الحياة في "إسرائيل" ومن ضمنها الإعلام ومؤسساته، فيسيطرون على الصحافة الحزبية والمستقلة أيضاً، إضافة لمؤسسات الإعلام المسموعة والمرئية، وتسيطر ثلاث أسر من أصول أشكنازية على صحف (يديعوت أحرونوت ومعاريف وهآرتس)، وهذا يوضح أن البنية الفوقية "النخبة" للإعلام "الإسرائيلي" يشغلها الأشكناز، من خلال سيطرتهم المباشرة على رسم الثقافة السياسية، وأدوات رسمها.

4. الاهتمام الكبير بالأخبار الإقليمية والعالمية: تخصص معظم الصحف "الإسرائيلية" مساحات كبيرة للأخبار العالمية والأخبار الخارجية بصفة عامة، وخاصة ما يتعلق بالولايات المتحدة الأمريكية التي استقطبت أكبر تجمع يهودي في العالم، إضافة لدول أوروبا والشرق الأوسط.

5. الرقابة العسكرية: والتي تحدد الحقيقة التي يجب أن تقولها الصحافة "الإسرائيلية"، وتعتبر إسرائيل الدولة "الديمقراطية" الوحيدة في العالم، التي تفرض على المطبوعات ووسائل البث فيها رقابة عسكرية مسبقة، بحكم القانون.

وذكرت الأكاديمية والباحثة نسرین حسونة عدداً آخر من الخصائص والسمات منها (1):

6. التشكيك في الرواية الفلسطينية بشكل منهجي ومبرمج: يصل حد التكذيب والسخرية، والاعتماد على الرواية "الإسرائيلية" الرسمية، رغم وجود الثغرات والفجوات الإعلامية الواضحة، إضافة لتضخيم وسائل الإعلام "الإسرائيلية" لحجم خسائر الكيان.

7. التعامل مع الشهداء الفلسطينيين كأرقام: معظم محرري النشرات باللغة العربية والعبرية يتعاملون مع الشهداء الفلسطينيين كأرقام فقط، بقولهم قتل أربعة فلسطينيين مثلاً، ويلجأ المحررون إلى صيغة المبني للمجهول.

8. التحيز لصالح المستوطنين بشكل مطلق وفج: ووضع كلمة تجمعات سكانية بدلاً من الستوطنات، وبدلاً من كلمة مستوطن أخذوا يطلقون مسمى السكان اليهود في يهودا

(1) حسونة، الإعلام "الإسرائيلي"، الهيكلية، الأهداف، الخصائص، ص 25-28.

والسامرة، وفي هذا جهد إعلامي لإضفاء الشرعية على وجود المستوطنين، إضافة لرفض الإعلام "الإسرائيلي" إطلاق مسمى وزير أو رئيس على مسؤولي السلطة الفلسطينية.

9. اعتماد لغة إعلامية تحريضية: فيتم الإشارة للمظاهرات مثلاً على أنها أعمال شغب.

وجانب آخر هو ميل الصحافة العبرية إلى الإحتكارية الإصطلاحية، وكأن الحدث جرى لليهود أو "إسرائيل" فقط دون سواهم من الشعوب والدول، والملاحظ أيضاً أن الصحف العبرية تعتبر نفسها حامية النظام الديمقراطي في "إسرائيل"، من منطلق حرصها على التعبير عن الرأي والفكر، ولكن على أرض الواقع كثيرة هي الحالات التي تحولت فيها الصحف العبرية لبوق للمؤسسة السياسية والإستخبارية، وأصبحت مقيدة لتوجيهاتها الخاصة، وتحاول إظهار ذاتها كمصدر للمعلومات التي يحتاجها القارئ، فتعمل الصحف العبرية على تعميق الوعي السياسي والعقائدي لدى القارئ "الإسرائيلي"، إضافة لدورها في رسم مسارات السياسة الداخلية "الإسرائيلية" والتأثير عليها بفاعلية (1).

ومهما حاولت وتحاول الصحف العبرية السير في المسار الموضوعي، إلا أنها تحمل كليشيات وصور مسبقة حول العربي والفلسطيني والمسلم، ومرد ذلك رؤية الآخر في اليهودية كدين و"الإسرائيلية" كدولة وثقافة، ولا يعني هذا أن الصحافة "الإسرائيلية" لا تملك أدوات تحليلية وبحثية، بل بالعكس فإن ما تقوم به من توجيه النقد اللاذع نحو السياسة الحكومية والإدارية، ونحو الأحزاب دقيق جداً (2).

علماً أن معظم الصحفيين في وسائل الإعلام "الإسرائيلية" كانوا مجندين في خدمة الخط الإعلامي الرسمي السياسي والعسكري، ليس فقط بالإكتفاء بمصادر المؤسسة لنقل المعلومات، بل في توجيههم للشخصيات الفلسطينية التي كانوا يقابلونها بين الحين والآخر (3).

ويمكن القول بأن الإعلام "الإسرائيلي" يتسم بسمتين أساسيتين، الأولى: أنه دعاية منظمة ومخططة ذات أهداف استراتيجية واضحة، فهي تسبق الأحداث وتواكبها ولا تأتي في أعقابها، والثانية أنه دعاية تركز على تكرار مجموعة من القضايا والدعاوى التي يتم الإلحاح عليها لترسيخها في الأذهان وتثبيتها في ذاكرة الإنسان حتى تصبح بمثابة حقائق يجب التسليم بها (4).

أما عن سمات التغطية الصحفية "الإسرائيلية" الإلكترونية، فإنها تبتعد عن أدنى معايير المهنية في استنفارها لصالح الرواية الرسمية، ومحاولة التشكيك في الرواية الفلسطينية، وتحولت

(1) منصور، الانتقائية الإصطلاحية في الصحف العبرية في إسرائيل، ص 89.

(2) المرجع السابق نفسه، ص 101.

(3) ناطور، الإعلام "الإسرائيلي" والانتفاضة، استنفار لصالح المؤسسة، ص 44.

(4) أبو سعدة، مؤسسات الإعلام الصهيوني، خريطة أولية، ص 3.

وسائل الإعلام الرئيسية وذات التأثير الكبير لجزء من التحريض الممنهج على ممارسة العنف ضد الفلسطينيين، في ظل غياب الموضوعية، ونشر كتابات هجومية في إعداد التقارير الإخبارية، كما يحرص الإعلام "الإسرائيلي" على استجلاب واستكتاب مستشرقين ذوي توجهات عنصرية للتعليق على الأحداث بروجون لفكرة أن إسرائيل تدافع عن نفسها (1).

ومن سمات التغطية الإعلامية "الإسرائيلية" للحروب والعمليات العسكرية والأحداث ما يلي (2):

1. درجت الآلة الإعلامية "الإسرائيلية" على التعامل مع الأحداث وفق أجندة إعلامية أمنية:

ففي الانتفاضة الثانية على سبيل المثال حاولت السلطات "الإسرائيلية" منذ البداية فرض تعميم إعلامي، وقلّلت من قيمة المواجهات وزودت الإعلاميين بأرقام مضللة حول الضحايا، وتصوير المواجهات وكأنها اشتباكات مسلحة يعتدي فيها الفلسطينيون على المدنيين "الإسرائيلي"ين، إضافة لمدافعة "إسرائيل" عن نفسها في تبرير القصف العشوائي.

2. انتقائية التغطية: بتخصيص مساحات واسعة للحديث عن "العنف" الفلسطيني وإهمال القمع

"الإسرائيلي" للمدنيين، أو تصويره على أنه ردة فعل لا مفر منها، وتوسيع نطاق المقابلات مع المسؤولين "الإسرائيلي"ين الذين يؤيدون نشاطات الجيش، وتجاهل مواقف منظمات حقوق الإنسان، وإبراز تصريحات المسؤولين الفلسطينيين الذين يؤيدون مقاومة الاحتلال.

3. تحويل الخصم لشيطان وقاتل: فبعد أن أعلنت الحكومة "الإسرائيلية" تبنيها الصريح لسياسة

اغتيال النشطاء الفلسطينيين، بدأت وسائل الإعلام "الإسرائيلية" مهمة التسيويع الإعلامي لهذه السياسة بالتحليلات ومنح التبريرات.

4. تصوير أهداف الحرب بأنها حاسمة وواضحة: كما فعلت في حرب لبنان صيف عام

2006م، وتحميل حزب الله المسؤولية الكاملة.

5. تخلى الإعلام "الإسرائيلي" عموماً عما كان يردده من مفاهيم الليبرالية وحرية الرأي

والديمقراطية وما يتبعها من حيادية وموضوعية، وتخندق في حرب غزة لصالح الجيش، حيث انكشف الوجه القبيح للعنصرية الصهيونية، وقدمت الوسائل الإعلامية "الإسرائيلية" كافة إعلاماً غلبت عليه فنون الدعاية والأعياب الحرب النفسية.

6. أخفى الإعلام "الإسرائيلي" خلال الحرب على غزة صور القتلى من المدنيين والنساء

والأطفال، كما أخفى صور المناطق التي أصابها القصف، وألّزمت وزارة الخارجية المتحدثين بكُرّاسٍ يحمل حماس مسؤولية ما يجري في قطاع غزة، وطالبتهم بالإلتزام بمضامينه.

(1) النعامي، الإعلام "الإسرائيلي" وخطاب العنصرية، (موقع إلكتروني).

(2) النيرب، الإعلام "الإسرائيلي" ذراع الجراد، ص 72-83.

فمن جهة هناك تعددية واضحة، ومن جهة أخرى هناك خطاب قومي يضع حدوداً واضحة لما هو متاح وما هو غير شرعي، وبالتالي يصعب اختزال هذا الواقع في مقولة التعددية الليبرالية أو في مقولة الهيمنة، والإعلام "الإسرائيلي" كما هو الإعلام الغربي يميل للترفيه والمتعة، ولكنه ينصاع إرادياً للمؤسسة العسكرية، ويضفي الخطاب القومي على وسائله<sup>(1)</sup>. والإعلام "الإسرائيلي" في الصراع مع الفلسطينيين لا يقر بالمهنية الصحفية أو السبق الصحفي، ويعمل على أنه خلف القوات المشتبكة على الحدود أو داخل المدن الفلسطينية، وهذا أمر محسوم داخل العقل الصحفي "الإسرائيلي"، ربما يدعمه أن خلفيات بعض الصحفيين الإسرائيليين أمنية، وهو أمر يرتبط بأن المجتمع كله مجند لخدمة غرض استمرار الاحتلال وحماية الدولة المحتلة<sup>(2)</sup>. وهذا ما تبين في الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحو مسيرات العودة حيث اعتمد أسلوب تشويه صورة الفلسطينيين وتحميلهم المسؤولية وتجريدهم من الشرعية<sup>(3)</sup>.

#### المطلب الرابع: أنواع الصحافة الإسرائيلية الإلكترونية وأساليبها

##### أولاً: أنواع الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية

الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية جزء من الصحافة الإلكترونية بشكل عام، وقد تعددت تصنيفات الصحف الإلكترونية بشكل عام إلى عدة أنواع ومستويات<sup>(4)</sup>:

1. **التصنيف الأول:** الصحف الإلكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه: (صحيفة إلكترونية تصدر على الإنترنت فقط. صحيفة مطبوعة ولها نسخة إلكترونية)
2. **التصنيف الثاني:** الصحف الإلكترونية وفقاً لنوع التقنية المستخدمة في المواقع: (الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي، الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول PDF، الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق HTML، الصحف الإلكترونية التي تجمع بين النص الفائق والمحمول للاستفادة من مزايا النظامين).
3. **التصنيف الثالث:** الصحيفة الإلكترونية طبقاً للوسيلة أو الوسائط المستخدمة: (الصحيفة الإلكترونية المعتمدة على نشر النصوص على شاشة التلفاز. الصحيفة الإلكترونية المنشورة على شبكة الإنترنت. الصحيفة الإلكترونية المنشورة على شبكة الجوال. الصحيفة الإلكترونية المنشورة على وسائط العرض).

(1) عبد الله، الإعلام "الإسرائيلي" بين الديمقراطية والأمن أثناء حرب غزة 2008-2009، الصحافة المكتوبة نموذجاً، ص 30.

(2) أبو شنب، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" خلال العدوان على غزة 2014م عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، ص 84.

(3) أبو قوطة، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحو مسيرات العودة 2018م، عبر موقع تويتر دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال "الإسرائيلي"، ص 85.

(4) حسونة، أنواع الصحف الإلكترونية، ص 3-4.

وفيما يخص الصحف والمجلات المطبوعة التي لها مواقع على شبكة الإنترنت، فهي مواقع تقتصر خدمتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية، وبالتالي فهي بمثابة إعادة نشر ما سبق نشره في الإصدارات المطبوعة، ولم تعد مواقع الصحف مجرد نسخة إلكترونية من الصحيفة الورقية، بل أصبحت مكاناً يتم من خلاله تزويد القراء أو المستخدمين لشبكة الإنترنت بتنويعاً من الخدمات الإعلامية، منها ساحات للحوار المباشر وأسواق مركزية للتسوق المباشر وامكانية الدخول على أرشيف الأعداد السابقة، والبحث خلالها (1).

ويمكن أن نقسم الصحف التي تنشر بواسطة النشر الإلكتروني لستة أنواع (نسخة إلكترونية من صحف مطبوعة ورقياً معروفة باسمها وتاريخها، وما تقدمه مجرد نسخة إلكترونية طبق الأصل لما تقدمه الصحيفة الورقية، وصحف إلكترونية تحمل اسم الصحيفة الورقية، لكنها تختلف عنها في محتواها وخدماتها وتوجهاتها وتعتمد على التحديث المستمر واستطلاع الرأي والتفاعلية، وصحف إلكترونية ليس لها أصل ورقي، ومواقع إعلامية، ويقصد بها الشبكات الإخبارية على الإنترنت ومواقع الأحزاب والتيارات السياسية والإقتصادية، إضافة للإذاعات والفضائيات، ومواقع وكالات الأنباء العالمية والعربية (2).

وقد صنفت الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت لثلاث فئات هي المواقع التابعة لمؤسسات صحفية تقليدية، كالصحف وبعض الفضائيات، والمواقع الإخبارية، كالبوابات الإعلامية وهي مواقع إلكترونية متخصصة تنشر أخباراً وتحليلات وتحقيقات أعدت خصيصاً للنشر على شبكة الإنترنت وتحديث على مدار الساعة، والصحف الإلكترونية البحتة التي ليس لها صحيفة مطبوعة، وتدار عادة بجهد فردي، وتغطي مجالات الأخبار كافة (3).

في ضوء ما تقدم يقدم الباحث عرضاً لأبرز المواقع "الإسرائيلية" الإلكترونية الأكثر انتشاراً في الوسط "الإسرائيلي" حالياً، وذلك على النحو الآتي:

### 1. موقع صحيفة يديعوت أحرونوت:

كان الصدور الأول للصحيفة في عام 1939م (4)، وتملكها عائلة "موزيس"، التي تملك مجموعة من الصحف المحلية، تتضمن (17) صحيفة محلية، و(6) مجلات دورية، وصحيفة أسبوعية ناطقة باللغة الروسية تهتم بشؤون المرأة، إضافة إلى مجلة شبابية وأخرى تهتم بمجال الشركات، هذا إلى جانب إمتلاك العائلة لدار نشر ضخمة تسمى "آيدانيم" تطبع ما يصل إلى

(1) المرجع السابق نفسه، ص5.

(2) غازي، الصحافة الإلكترونية العربية، الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، ص 183-199.

(3) الشمالية واللحام وكافي، الصحافة المتخصصة، ص193.

(4) عدوان، تغطية الصحافة ال"إسرائيلية" للحرب على غزة 2008-2009م، دراسة تحليلية مقارنة لثلاث صحف عبرية، ص 13.

مئة ألف كتاب سنوياً، وتمتد أملاك العائلة لتصل إلى حيازة أسهم في القناة "الإسرائيلية" الثانية، وتوزع الصحيفة عادة ما يصل إلى مئة ألف نسخة يومياً، فيما يصل عدد نسخها الموزعة يوم الجمعة إلى (135) ألف نسخة، أما إيراداتها فتقدر بحوالي (200) مليون دولار سنوياً، والصحيفة قريبة من دوائر صنع القرار، حيث أعلن مؤسسها في عام 1973 أن الصحيفة تدعم الحكومات المنتخبة، علماً أن اليمين هو الذي شكل الحكومة حينها. (1)

بالإضافة إلى ذلك تدير شركة يديعوت أchronوت منتديات طبية يديرها كبار الأطباء في مجالاتهم، ويحتفظ الموقع بموسوعة كبيرة ومحدثة عبر الإنترنت، بالإضافة لموقع إخباري باللغة الإنجليزية، ويدير أيضاً مواقع تجارية للخدمات السياحية، ينتمي الموقع لمجموعة يديعوت أchronوت وتديره هيئة مستقلة تحتفظ بأنشطة صحفية منفصلة، إضافة إلى الصحيفة، وتنتج مئات الكتب، وبها مجموعة من المحررين والمصورين والمصممين، ومئات الأخبار اليومية والمقالات والفيديوهات والمجلات.

انطلق موقعها الإلكتروني في 6 يونيو/2000م، وأصبح عاملاً مؤثراً في جدول الأعمال اليومي داخل "إسرائيل"، يوفر الموقع معلومات محدثة ومثيرة للاهتمام في معظم مجالات المعرفة والأنشطة البشرية، من الأخبار والإقتصاد والرياضة والثقافة والترفيه والعالم اليهودي، وعالم الإنترنت والتكنولوجيا، إلى مجالات الصحة والسياحة والسيارات والغذاء، وأصبح الموقع أشبه بوكالة أنباء في "إسرائيل" تبث الأخبار على مدار الساعة، وله تأثير كبير داخل الدولة، ويصنف نفسه بأنه يعمل وفقاً للمبادئ الأخلاقية والمهنية الأساسية، من حيث الموثوقية الصحفية من الدرجة الأولى، والجودة والتوازن، وعدم وجود أي تحيز سياسي أو عقائدي، إضافة إلى ميزة السرعة إلى جانب استيعاب العناصر التفاعلية من عالم الإنترنت، كل ذلك جعل الموقع يرقى للمستوى الأول في "إسرائيل"، ويرأس المجموعة "ميمي موزس"، فيما يتأسس تحرير الموقع "يون فيدر" والرئيس التنفيذي له "آفي بن تل" (2).

على الرغم من أنها صحيفة ذات صبغة تجارية مستقلة، إلا أنها ذات ميول يمينية متطرفة، وتحتوي على مقالات تحليلية بمعلومات مختصرة، وهي ذات لغة متوسطة وعناوين ملونة، ومن أكثر الصحف التي تعتمد على لغة العدا للعر، في معظم خطاباتها، وتعمل على إعلاء الجنس اليهودي عن غيره عرقياً وقومياً، وترتكز على مبدأ التمييز العنصري، وتؤمن

(1) أبو عرقوب، تغطية الإعلام "الإسرائيلي" لحرب غزة 2014، صحيفة "يديعوت أchronوت" نموذجاً، ص 16-17.  
(2) ترجمة حرفية عن موقع يديعوت أchronوت، (موقع إلكتروني).

بشكل مكثف بيهودية الدولة (1).

وخسرت "يديعوت" مكانتها بصفتها الصحيفة الشعبية في "إسرائيل" وحلت محلها صحيفة "يسرائيل هيوم" ومنذ ذلك الحين تدور بينهما حرب شرسة، ويحظى موقعها الإلكتروني بنسب الزيارة الأعلى، ويتميز أسلوب الكتابة فيها بالسهولة (الإيجاز)، وهي تحاول جذب أكبر عدد من الجمهور ويصنف معظم قرائها من الطبقة الوسطى وأدنى، كما تصل نسبة انتشارها في أيام الأسبوع إلى (32.5%) وفقاً لاستطلاع عام 2017م (2).

## 2. موقع صحيفة يسرائيل هيوم:

جريدة يومية توزع مجاناً، تأسست في تموز 2007 على يد رأسمالي يهودي أمريكي هو شلدون أدلسون. وكان محررها الأول عاموص ريجيف (3). تحظى بشعبية كبيرة منذ سنوات وتعتبر الأكثر انتشاراً في "إسرائيل" حيث يشير استطلاع للرأي نُشر في يوليو/2017م بأن الصحيفة تحظى بنسبة انتشار (36.7%) خلال الأسبوع، وتعبّر عن آراء اليمين "الإسرائيلي"، كما يظهر جلياً دعمها العلني لرئيس الحكومة "الإسرائيلية" بنيامين نتنياهو، وهي صحيفة مثيرة للجدل من ناحية موضوعية أخبارها، وتلقب باسم "ببيبتون" أي (جريدة نتنياهو) لأنها متماهية مع مصالحه بشكل كبير، تعود ملكية الصحيفة للملياردير الأمريكي، شيلدون أدلسون، المعروف بدعمه للرئيس الأمريكي لدونالد ترامب، وتم في عام 2017م، تبديل محرر الصحيفة للمرة الأولى منذ إقامتها، كما تم إقالة بعض الصحفيين القدامى فيها، وربما طرأت تغييرات معينة حيث بدأت تنشر أحياناً عناوين انتقادية حول إدارة نتنياهو رغم ميلها اليمينية (4).

ووفقاً لما تنشره الصحيفة على موقعها، فقد جذبت مصداقيتها، والثقة العالية التي تمتعت بها داخل المجتمع "الإسرائيلي"، عدداً من الكتاب، حيث تضع الصحيفة معايير حادة وواضحة للتغطية الإعلامية، منها الشفافية والدقة والانفتاح مع الحفاظ على عدم نشر مواد مخلة بالآداب العامة، وقد أنشأت قسماً خاصاً للاستفسارات، من أجل التحقق من أي معلومات وحقائق يتم نشرها، أيضاً أقامت قسماً للشكاوى والمظالم، تستقبل فيه كافة الانتقادات، حيث تؤكد الصحيفة وموقعها الإلكتروني، أنها لا تنشر أي معلومات لمصادر مجهولة، دون أن يدرك القارئ موثوقيتها، كما يوفر الموقع الإلكتروني للصحيفة، خطأً مفتوحاً للتعليقات والنقد، وتسلم

(1) صلاح الدين، دلالات الصورة الصحفية والنصية حول الأزمة السورية في صحيفتي القدس الفلسطينية ويديعوت أحرانوت ال"إسرائيلية"، دراسة مقارنة، ص 10-11.

(2) صقر، تعرف على خارطة الصحف ال"إسرائيلية"، ميول واتجاهات، (موقع إلكتروني).

(3) المركز الفلسطيني للدراسات ال"إسرائيلية" "مدار"، يسرائيل هيوم، (موقع إلكتروني).

(4) صقر، تعرف على خارطة الصحف ال"إسرائيلية"، ميول واتجاهات، (موقع إلكتروني).

الاقتراحات لإدارة الموقع من أجل تحسين الأداء<sup>(1)</sup>.

### 3. موقع صحيفة هآرتس:

تعني بالعربية البلاد، وهي الصحيفة اليومية الأقدم في "إسرائيل"، ولها مكانة مرموقة، وهي ذات توجهات وميول يسارية، ولقد صدر العدد الأول منها باللغة العبرية أسبوعياً باسم "أخبار من الأرض المقدسة" التي كانت تصدرها هيئة أركان الجيش البريطاني في فلسطين بثلاث لغات في أبريل من عام 1918م، وتملكها عائلة "شوكن" وتتبنى خطاباً صحفياً ليبرالياً يدعم الموقع الداعي للسلام<sup>(2)</sup>.

انطلق موقعها الإلكتروني في عام 1995م، بنشر محتوى الصحيفة في نسخة إلكترونية، وظهر المحتوى في البداية على موقع (IOL - Israel OnLine)، وفي عام 2011م، تم إطلاق موقع الصحيفة على الإنترنت، عبر الرابط (haaretz.co.il)، والذي كان بمثابة منصة إضافية لمحتويات الصحيفة المطبوعة، وكوحدة أخبار مستقلة يتم تحديثها على مدار اليوم، حيث يعمل محررو الصحيفة - بأجزائها المختلفة - بالتعاون مع الموقع، وبإطلاع هيئة التحرير، على الأخبار والأحداث أولاً بأول، وفي عام 2008م، خضع الموقع لإعادة تصميم، وتمت إزالة النسخة المطبوعة، والتي كانت حتى ذلك الحين معروضة بالكامل على الموقع، وفي عام 2011م، تم إطلاق موقع (Haaretz) الجديد، وفي مارس من عام 2013م، كان موقع "هآرتس" أول منفذ إعلامي في "إسرائيل" يعتمد سياسة المشترك الرقمي المدفوع، حيث يطلب من المستخدمين الذين يرغبون في الوصول إلى جميع محتوياته شراء اشتراك رقمي، علماً أن قسم الإنترنت في مجموعة هآرتس، يضم موقع "هآرتس"، وموقع "TheMarker"، و "The Mouse"، و "TheMarker Café"<sup>(3)</sup>.

تعتبر "لسان حال" اليسار "الإسرائيلي"، وتعد صحيفة عالية الجودة، وكثيراً ما تثير جدلاً لأنها تشكل منصة لآراء ليست شائعة في المجتمع "الإسرائيلي"، فهي انتقادية بشكل كبير، وتهاجم في أحيان كثيرة عبر مقالات الرأي، حركة الاستيطان "الإسرائيلي" خارج حدود 1967م، إضافة للعناصر اليمينية في المجتمع "الإسرائيلي"، كما أنها قليلة الانتشار أسبوعياً، وتصل نسبة انتشارها نحو (4.0%) وفقاً لاستطلاع عام 2017م، ورغم ذلك فلديها تأثير كبير في أوساط النخبة "الإسرائيلية" المنقفة<sup>(4)</sup>.

(1) ترجمة حرفية عن موقع صحيفة يسرائيل هيوم، (موقع إلكتروني).

(2) عدوان، تغطية الصحافة ال"إسرائيلية" للحرب على غزة 2008-2009م، دراسة تحليلية مقارنة لثلاث صحف عبرية، ص 13.

(3) ترجمة حرفية عن موقع صحيفة هآرتس، (موقع إلكتروني).

(4) صقر، تعرف على خارطة الصحف ال"إسرائيلية"، ميول واتجاهات، (موقع إلكتروني).

#### 4. موقع صحيفة معاريف:

في السنوات الماضية، تغير مالكو الصحيفة كثيراً واتخذت اتجاهات أيولوجية مختلفة، وبدأت تعمل فيها طواقم عمل جديدة في وظائف إدارية، كتحضير المقالات، وكتابتها، وفي عام 2014م، أصبحت الصحيفة خاضعة لسيطرة "جيروزاليم بوست" - صحيفة "إسرائيلية" تصدر بالإنجليزية- ومنذ ذلك الحين بدأت تعرض مواقف يمينية مركزية، وبسبب التقلبات التي مرت بها الصحيفة التي اعتبرت في بضع عقود من بين الصحف الرائدة، انخفضت نسبة انتشارها إلى (5.4%) وفقاً لاستطلاع عام 2017م، وتم إغلاق ملحق الثقافة الخاص بالصحيفة وأصبح نمط الكتابة فيها أسهل وأقل عمقا، بهدف تحسينها واستقطاب قرائها ثانية (1).

تبنت الصحيفة وموقعها الإلكتروني مبدأ حرية التعبير، والتعددية من خلال مجموعة متكاملة من الآراء حول القضايا المثارة، وعدم تحديد أجندة مسبقة، وينشر الموقع جميع الأخبار حول القضايا الحيوية والشؤون الجارية سياسياً وعسكرياً وفي مجالات الإقتصاد والأعمال والثقافة والرياضة والغذاء والأزياء والصحة، كما يضم عدداً من الكتاب المتميزين في مجالاتهم، ولا زال يواصل الإحتفال بتقاليد الصحيفة التي أنشئت منذ سبعين عاماً، حيث تأسست في عام 1984م، على يد الدكتور "عزرائيل كارلباخ" بروح الصحافة المستقلة والحرية، والموقع حالياً ملك جروزاليم بوست التي تضم موقعاً باللغة الانجليزية أيضاً، ولها مواقع أخرى منها مواقع رياضية، إضافة لهيئة بث إذاعي (راديو 99 و 103) المنتشرة في "إسرائيل"، ويترأس تحرير صحيفة "معاريف" كل من "دورون كوهين وجولان بار يوسف" فيما يترأس تحرير الموقع "أساف ناحوم" (2).

وهناك موقع صحيفة مكور ريشون، وهي الصحيفة اليمينية الموازية لصحيفة هآرتس، اليسارية وهي صحيفة صغيرة تتقارب نسبة انتشارها مع هآرتس، وتؤثر في النخبة المثقفة من المتدينين القوميين والمستوطنين، ويعمل فيها عدد من أتباع التنظيم السري للمستوطنين منهم محرر الصحيفة حاجي سيغال، وتتميز بالكتابة بأسلوب فكري عميق وتعد صحيفة راقية وغير شعبية. كما يوجد في "إسرائيل" صحف خاصة باليهود المتدينين المحافظين (الحريديم)، وهي تختلف عن بقية الصحف "الإسرائيلية" من حيث مضامينها وأسلوبها، ومن بين الصحف المشهورة في الوسط الحريدي "همودياع"، "يند نامان"، "همفسير"، و"يوم ليوم". ومعظم الصحف اليمينية تتماهى مع تيار ديني معين وحتى مع حزب معين بشكل واضح وعلني، وغالباً لا

(1) المرجع السابق نفسه.

(2) ترجمة حرفية من موقع صحيفة معاريف، (موقع إلكتروني).

تتجسد الحيادية فيها ولا تعمل على تغطية موضوعية أو مهنية، وهي تعمل على نقل رسائل من زعماء المجتمع اليهودي المتدين لقراءها، وتهاجم نمط الحياة العلماني والثقافة الغربية، ومع مرور الوقت، افتتح موقعا أخبار للحاردييم "بحدري حدريم"، و"كيكار هشبات"، وهما لا يخضعان لمراقبة الحاخامات ويحاولان انتقاد المجتمع المتدين وتغطية الجرائم والفساد فيه (1).

## ثانياً: أساليب الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية

على صعيد الأساليب الفنية والمهنية، فإن الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية تشترك مع غيرها من الصحافة الإلكترونية بعدة أساليب، وقد ذكر الدكتور إبراهيم اسماعيل في كتابه الإعلام المعاصر عدداً من أساليب الصحافة الإلكترونية بشكل عام منها (جاذبية التصميم، تبويب النسخة الإلكترونية بحيث يكون مطابقاً لتبويب النسخة الورقية، السماح بتحميل أو طبع أية مادة من الموقع دون صعوبة، توفير نسخة على الموقع بتقنية أو بنظام pdf: حيث يتميز الملف بأنه يجمع كل العناصر الداخلة في تركيبه، مثل الخطوط والصور والعناصر التيبوغرافية وبذلك لا تفقد الصحيفة هويتها ويبقى الملف ثابتاً ومحفوظاً من التشويه أو التزييف أو تغيير المضمون وتوفير صور نقية واضحة التفاصيل، وإتاحة الفرصة للقارئ للتفاعل بالتعليق وإبداء الرأي، وتوفير شريط اخباري للنشر الفوري لأحدث الأخبار التي ستنتشر في عدد الغد، وإضافة روابط أخرى مع كل مادة صحفية لمن يرغب في الإستزادة حول الموضوع، وتوفير أرشيف يمكن للقارئ من خلاله العودة إلى الأعداد السابقة، وكذلك إتاحة الفرصة للإتصال بالصحيفة: بنشر عناوينها وأرقام هواتفها وبريدها الإلكتروني، وتوفير خدمات أخرى كأسعار العملات ودرجات الحرارة ومواعيد وصول وإقلاع الطائرات وغيرها (2).

أما عن الأساليب الخاصة بالصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية فتعتمد على أسلوب الحرب النفسية والدعائية، حيث تعتبر الحرب النفسية هجوماً عدائياً مبرمجاً يستهدف التأثير على عقول الأفراد ونفسياتهم ومعتقداتهم، عبر إثارة الإشاعات والبلاغات الكاذبة والدعايات والفتن؛ بهدف غرس الخوف والتمزق وزعزعة ثقتهم بقياداتهم، وقد استخدم الكيان الصهيوني كافة أدوات الحرب الدعائية والنفسية بشكل فعال وقوي من خلال سيكولوجية التلاعب في اختيار الأسماء والمصطلحات، وعكف خبراء نفسيون صهاينة على اختيار اسم لحملاتهم العسكرية؛ كـ "سياسة تكسير العظام" و"الرصاص المصبوب" ليحقق بهذا الاسم حالة من الرعب الداخلي، في كناية عن القوة والجبروت والمقدرة على السحق، وكذلك سياسة التجزئة والتفرقة، كمحاولاتها تحديد

(1) صقر، تعرف على خارطة الصحف الـ"إسرائيلية"، ميول واتجاهات، (موقع إلكتروني).

(2) اسماعيل، الإعلام المعاصر، وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، ص 60-61.

عدوها في فلسطين بحركة حماس، واستخدام تكتيكات الخداع والتمويه الإستباقية: لضمان نجاح الضربات العسكرية، وكذلك خلق الأزمات للمجتمع، إضافة لسيكولوجية تعويم الأهداف (ضبابية الأهداف) واستخدام أسلوب التضخيم للخصم من خلال استغلال بعض التصريحات بهدف خلق انطباع عالمي بأن الجيش الصهيوني يواجه قوة عسكرية، وأيضاً تكتيك التضليل من خلال تقديم معلومات كاذبة، حول أهداف العملية العسكرية (1).

### خلاصة:

رغم الإمكانيات الهائلة المتاحة لوسائل الإعلام "الإسرائيلية"، فإنها لجأت خلال تغطيتها للحروب ضد الفلسطينيين إلى التهويل تارة، والتستر تارة أخرى، وبدلاً من إيجاد رأي إسرائيلي عام من خلال عرض تعددي لوجهات النظر، أخذت على عاتقها تعبئة الرأي العام "الإسرائيلي" من خلال الحرب النفسية والتحريض (2).

---

(1) أبو سعدة، مؤسسات الإعلام الصهيوني، خريطة أولية، ص 8-9  
(2) أبو عامر، أيديولوجيا الإعلام "الإسرائيلي" في تغطية الشأن الفلسطيني، ص 16.

## المبحث الثالث: الرقابة العسكرية والدعاية والحرب النفسية "الإسرائيلية"

تم تقسيم هذا المبحث لثلاثة مطالب، الأول بعنوان: الرقابة العسكرية "الإسرائيلية" الماهية والنشأة والواقع، والمطلب الثاني بعنوان: الدعاية والحرب النفسية "الإسرائيلية"، والمطلب الثالث بعنوان: علاقة الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية بالساسة وأصحاب المال.

### المطلب الأول: الرقابة العسكرية "الإسرائيلية" الماهية والنشأة والواقع

تعد الرقابة العسكرية حلقة هامة في سلسلة حلقات ضبط العلاقة بين السلطة والإعلام في "إسرائيل"، ومهمتها إملاء المواقف المحددة في الموضوعات الأمنية، ورغم التطور الكبير الذي شهده الإعلام "الإسرائيلي" في النقاشات اليومية والشؤون السياسية، إلا أن الجانب الأمني ما زال متحكماً فيه، بداعي المصلحة الأمنية<sup>(1)</sup>. وكان شارون قرر بعيد تسلمه لرئاسة الحكومة منتصف عام 2001م، ضم إدارة سلطة البث لمسؤولياته، وتشديد سلطة الرقيب العسكري، وتدخل في حالات عديدة لمنع إذاعة ونشر تقارير صحفية عن قضايا عدة، بحجة أنها تمس الأمن<sup>(2)</sup>. وقد كشفت الدكتورة كليلية ماجين، عن الأيديولوجية غير المكتوبة التي يحملها رؤساء المنظمات الأمنية، بعضها كان يتم باستخدام الصحفيين لممارسة نشاط فعلي أو منحهم التقرد الإعلامي الحصري في قضية ما مقابل استعدادهم لتقديم المساعدة التشغيلية للمؤسسة<sup>(3)</sup>.

### أولاً: ماهية الرقابة العسكرية "الإسرائيلية"

الرقابة العسكرية "الإسرائيلية" وحدة عسكرية تابعة لشعبة الاستخبارات العسكرية "أمان"، يقودها ضابط رفيع يطلق عليه (الرقيب العسكري)، وتفرض طوقاً محكماً على الإعلام "الإسرائيلي" بجميع أنواعه وأشكاله، وكافة وسائل الإعلام الأجنبية، وتعدّ توجيهات الرقيب ملزمة للوسائل الإعلامية كافة، بحيث يمنع نشر أي مواد يمكن أن تمس بالوضع الأمني أو العسكري أو حتى المصالح العليا، أو ما من شأنه أن يؤثر على معنويات الجبهة الداخلية، فالمصلحة الأمنية هي معيار الرقابة، فكثير مما تعدّه "إسرائيل" سراً يتعاون الإعلام في عدم نشره حتى لو أثبتت ضجة إعلامية دولية حوله، مثل قضايا الخطف والقتل<sup>(4)</sup>.

وانطلقت مبادئ الرقابة على الصحافة "الإسرائيلية" من خلال اللجنة التي شكلها "بن غوريون" وأطلق عليها لجنة مراقبة الصحافة، وسعت اللجنة إلى الاتفاق بين الصحف

(1) أبو عامر، الاعلام "الإسرائيلي"، السلاح الأمضى في المعركة، ص 12.

(2) أبو عامر، دراسة في الأداء الإعلامي "الإسرائيلي" لأحداث إنتفاضة الأقصى، (موقع إلكتروني).

(3) نوسك، اطر وسائل الإعلام، ص 177-180.

(4) أبو زهري، الرقابة العسكرية ال"إسرائيلية" وصياغة الرأي العام، (موقع إلكتروني).

ومؤسسات الحركة الصهيونية، وكانت مشكلة من ستة ممثلين عن الصحافة وثلاث مراقبين عسكريين برئاسة "كاترئيل كاتس"، وقد حددت اللجنة في اجتماعها الذي عقده في التاسع من كانون الثاني 1948م، مبادئ الرقابة العسكرية على الصحف وهي، المعلومات الأمنية وتشمل مكونات القوات المسلحة العسكرية وأماكن وجودها وخط تحركها، وعلاقة الأجهزة الأمنية بأشخاص مهمين، ومعلومات عن تحركات شخصيات عامة كبيرة في الداخل والخارج، وتفاصيل عن اشارات ورموز عسكرية، وتوقعات حول عمليات عسكرية مستقبلية، وأي معلومات حول حجم وسرعة المركبات على الشوارع، أو نشر تفاصيل عن الوضع الغذائي والوقود في البلاد، أو نشر معلومات من شأنها أن تؤدي إلى إثارة الفزع في الجمهور<sup>(1)</sup>.

إن هذه المبادئ لم يتم تأطيرها، بل جاءت كاتفاق وتسوية بين الصحافة وقيادة الحركة الصهيونية، وجاءت في مرحلة حاسمة قبل إعلان الدولة، ولم تصل كعقوبات على الصحافة، بل كانت تأتي على شكل توجيه توبيخات لأصحاب الصحف، وبعد إعلان الدولة كان الرقيب العسكري يعمل جولة على الصحف ويوبخ المخالفة منها ويطلع على المواد الجاهزة للنشر<sup>(2)</sup>.

وهناك أكثر من دائرة ولجنة تقوم بمهمة مراقبة وسائل الإعلام، ومنها اللجنة الفرعية للرقابة العسكرية، وهي لجنة برلمانية ترأسها عضو الكنيست السابق "يوسي سريد" وعرفت بـ "لجنة سريد" وفحصت في عام 1990م، عمل الرقابة العسكرية في "إسرائيل"، وجمعت وجهات نظر وانتقادات من صحافيين إسرائيليين حول طبيعة عمل وقيود الرقابة العسكرية، وأوصت بعدم تغيير قانون الرقابة بالرغم من وجود تفاهات معينة بين وسائل الإعلام والرقابة، وتضمن تقرير اللجنة عدداً من التوصيات، أهمها أن الرقابة ليست مقتصرة على الصحف اليومية، وإنما على كل وسائل الإعلام في إسرائيل، ويسري الإتفاق أيضاً على مراسلي وسائل الإعلام الأجانب العاملين في "إسرائيل"، مع تقليص قائمة المواضيع المحظور التطرق إليها بين فينة وأخرى<sup>(3)</sup>.

وفي الإعلام "الإسرائيلي" هناك درجات للمنع من النشر، فقد تفرض قيود قانونية تمنع وسائل إعلام من نشر تفاصيل حول قضايا معينة، أو منع نشر كلي بشأنها، وبالرغم من اعتراف السلطة القضائية بحرية التعبير عن الرأي، وبكونها مبدأ أساسياً في المشهد القانوني لـ "إسرائيل"، إلا أن المنع ينبع من مصالح وحقوق أخرى، تصطدم بمبدأ حرية التعبير<sup>(4)</sup>.

ولكن ليس دائماً يمكن أن تكون الرقابة هي الحامية للأمن، ففي السنوات الأخيرة، هناك

(1) المشاقبة، الإعلام "الإسرائيلي" وفن التضليل الدعائي، ص 260-261.

(2) المصدر السابق نفسه، ص 261.

(3) النيرب، الاعلام "الإسرائيلي" ذراع الجراد، ص 70-71.

(4) المرجع السابق نفسه، ص 71.

من يُشكك في جدوى الرقابة العسكرية، في ظل التطور الهائل في وسائل الإعلام، مع ذلك يمكن القول إن هناك أسراراً يجب عدم السماح بنشرها، مثلاً تفاصيل حول عملية عسكرية سيتم تنفيذها خلال عدة ساعات، أو تفاصيل عن القدرات النووية أو العسكرية، أو عن التكنولوجيا الحديثة بالدولة، أو عن مكان سقوط صاروخ، وفق هذه الأمور فإن الرقابة العسكرية أمر مهم ومبرر، حتى لو لم يكن لها السلطة على التحكم بكل ما يُنشر على الإنترنت (1).

### ثانياً: نشأة الرقابة العسكرية "الإسرائيلية"

تعود جذور الرقابة العسكرية "الإسرائيلية" لأيام الإنتداب البريطاني على فلسطين، ولقانون ومرسوم الصحافة لعام 1933م، حيث تم بموجبه منح السلطات البريطانية آلية مراقبة فعالة في الصحف "الإسرائيلية" والعربية على حدٍ سواء، وبعد قيام الكيان أعطيت صلاحيات المنع لوزير الداخلية، وفي عام 1945م، سنتّ السلطات البريطانية أوامر أوقات الطوارئ، حيث حددت وجوب تقديم طلب مسبق للمراقب عن كل مادة مطبوعة، ويعود ذلك لعمليات اليهود ضد الإنجليز، وهذه الأوامر تبنتها إسرائيل وما زالت تطبقها، وحددت للمراقب صلاحية معاقبة كل من يخالف هذه الأوامر، باغلاق الصحف أو دور الطباعة، وهذه القضايا خارج دائرة الاستئناف عليها، ومع إنشاء الكيان وقفت الصحف إلى جانب الرقابة العسكرية، بل دعت إليها، وفيما بعد تنبه الوسط الصحفي أن الرقيب العسكري يفسر النصوص حسبما يشاء (2).

والهدف من الرقابة العسكرية منع نشر أي معلومات تمس بالأمن "الإسرائيلي"، والحفاظ على هيبة الدولة ومكانتها، ويخوّل المراقب العسكري بهذه الصلاحية، إلا أنها تجاوزت في كثير من الأحيان الأهداف الأمنية، فمنعت على سبيل المثال نشر أخبار التوسع الإستيطاني وبناء المستوطنات الجديدة، وقد عملت بنوع من الأريحية والتشدد في عصر ما قبل الإنترنت، إذ استطاعت أن تتحكم بكل ما ينشر حول الأمن "الإسرائيلي"، وقد تجندت لذلك وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة، وقبلت بمهنة الرقابة الأمنية (3).

وتستند الحكومة "الإسرائيلية" في الرقابة العسكرية، على قانون الطوارئ، الذي أصدره الإنتداب البريطاني على فلسطين، عام 1945، وتبناه الاحتلال "الإسرائيلي"، بعد إعلان قيام إسرائيل عام 1948م، فبعد إعلان قيامها بثلاثة شهور فقط، في أغسطس 1948م، تم إقرار أول اتفاق رسمي للرقابة على وسائل الإعلام، بموافقة ممثلي الصحف وسلطات الأمن

(1) سفارتس ولوريا، الرقابة العسكرية والأسرار الأمنية في العصر الرقمي، ص 8-9.

(2) مشاقبة، الاعلام "الإسرائيلي" وفن التضليل الدعائي، ص 259-260.

(3) أبو عواد، التغييرات على المشهد الإعلامي "الإسرائيلي" 2005-2015م، ص 11-12.

"الإسرائيلية"، وهو الاتفاق الذي عرف فيما بعد باتفاق "اللاءات الـ 16"، والذي شمل منع نشر أي معلومات عن حركة الجيش في "إسرائيل"، وحركة قادة الحركة الصهيونية و"الأماكن الحساسة"، وبحسب قانون الطوارئ في "إسرائيل"، يحق للرقابة العسكرية، التابعة لجهاز المخابرات الحربية، الإطلاع على المواد، ليس فقط المتعلقة بالأمن، وإنما أيضاً المتعلقة بالرياضة ونشرة الأحوال الجوية، ويحق أيضاً للرقاب العسكري حظر نشر كل مادة يرى هو أن نشرها قد يمس بقدرة البلاد على الدفاع عن نفسها، ويضر بسلامة الجمهور والنظام العام، وللرقاب وحده الحق في تحديد معايير المساس بقدرة البلاد على الدفاع عن نفسها، كما يحق له حظر نشر أي معلومات "من شأنها أن تؤدي لإثارة الفرع بين الجماهير"، وهو أيضاً نص فضفاض، يسمح للرقاب بحظر أي معلومة يراها هو مثيرة للفرع بين "الإسرائيلي"ين، وهو ما يحدث مع الإعلان عن قتلى ومصابي إسرائيل في الحروب (1).

### ثالثاً: واقع الرقابة العسكرية "الإسرائيلية" ودورها في ضبط المحتوى الإعلامي "الإسرائيلي"

وجدت الرقابة الأمنية "الإسرائيلية" نفسها مؤخراً، مضطرة لمواجهة تحديات كبرى تتعلق بوسائل الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، التي عقدت من مهمتها في منع نشر مضامين ضارة بأمنها، ففي الوقت الذي زادت فيه الرقابة الأمنية من تشديدها على الصحف ووسائل الإعلام الأخرى، كمنعها نشر ألفي مقال وتحقيق خلال السنوات الست الأخيرة، وهي بنسبة 20% من المواد المعروضة عليها، وفي عام 2012م أعلنت رئيسة الرقابة العسكرية "فاكنين جيل" عن بدء العمل لمراقبة شبكات التواصل الاجتماعي على فيسبوك وتويتر، وبعد اتضاح صعوبة السيطرة على المضامين، توجهت "إسرائيل" لإدارة فيسبوك وانفتحت معها على القضاء على الصفحات التحريضية وفق تعبيرها (2).

وتدور في الآونة الأخيرة الكثير من النقاشات حول الجدوى من الرقابة العسكرية إذ أنها تمس الحريات الأساسية وحقوق الانسان، كما أن وسائل الإعلام باتت عالمية وينكشف المواطن أينما كان على أي منها، رغم ذلك فإن "إسرائيل" تزعم أن ظروفها الأمنية تستوجب عليها العمل على توسيع الرقابة والحد من قدرة المواطن على الإطلاع على المعلومات ذات الصلة الأمنية، ويبدو أن قضية الرقابة تشكل مدخلاً هاماً للسيطرة على وسائل الإعلام والإعلاميين، وتستخدم أيضاً وسيلة يمكن من خلالها التلميح الدائم بإيقاع العقوبات على مخالفيها، من هنا تسعى

(1) بلال، الصحافة الـ"إسرائيلية" في قبضة الرقيب العسكري: 11 ألف خبير خضعوا للرقابة في 2018، (موقع إلكتروني).

(2) أبو عواد، التغييرات على المشهد الإعلامي "الإسرائيلي" 2005-2015م، ص 11-12.

الدولة العبرية لإيجاد صيغ تمكنها من مواجهة التطور الكبير في شبكات التواصل لضمان استمرار رقابتها وحفظ أمنها.

وبطبيعة الحال فإن الظروف الأمنية للدولة العبرية دفعت الغالبية العظمى من الجمهور "الإسرائيلي" إلى التعايش مع الرقابة العسكرية للإعلام وعدم انتقادها، وذلك حفاظاً على أمن الدولة، الأمر الذي ساعد الحكومة في إخفاء معلومات قيّمة تتعلق بقضايا مصيرية عن جمهورها، ومن البديهي أن يستمر ضعف الرقابة العسكرية الأمنية "الإسرائيلية" على وسائل الإعلام المختلفة في ظل سهولة انتقال المعلومات عبر الشبكة العنكبوتية، ففي كثير من الأحيان تجد الصحافة التقليدية والتلفازية نفسها آخر من ينقل الأخبار، التزاماً منها بمعايير الرقابة الأمنية رغم أن جزء منها يكون قد انتقل عبر الإنترنت الأمر الذي انعكس سلباً على مصداقية الإعلام بكشل عام<sup>(1)</sup>.

في "إسرائيل" حوالي أربعة آلاف صحفي حكومي وتعد "يديعوت أحرونوت" من أكبر مجموعات الإعلام فيها، تأتي بعدها شركة الإذاعة والبريد، وما يقرب من عُشر الصحفيين يعرفون أنفسهم بأنهم "مستقلون"، ويعمل غالبية حاملي الشهادات في القطاعين الديني والعربي، وقد تقلص هذا المجال بنسبة 25% على مدار العقد الأخير، ويوجد في "إسرائيل" (4024) صحفياً في المكتب الصحفي الحكومي<sup>(2)</sup>.

وقالت مجلة "972+" "الإسرائيلية" الإلكترونية إن جيش الاحتلال واصل فرض رقابته بشكل غير مسبوق على الأخبار الصحف في "إسرائيل" في عام 2018م، مقارنة بأي عام آخر، مشيرة إلى أن كافة التقارير المتعلقة بالأمن والجيش تخضع للرقابة، وأنه من غير المسموح للصحفيين الإفصاح عما إذا كانت تقاريرهم تعرضت للرقابة والحذف أو التعديل أم لا، ولفتت المجلة إلى أن ثمة رقابة ذاتية بات الصحفيون في "إسرائيل" يفرضونها على أنفسهم، لأنهم أصبحوا يعرفون الموضوعات الممنوعة فيتجنبونها<sup>(3)</sup>.

وبحسب المجلة حظرت الرقابة العسكرية في عام 2018م، (363) تقريراً إخبارياً بواقع أكثر من ستة تقارير أسبوعياً، بينما صححت بشكل جزئي أو كلي ما مجموعه (2712) تقريراً إخبارياً مقدماً إليها للمراجعة المسبقة، بما يعادل أكثر من سبعة مقالات يومياً. وشهد عام 2018م، زيادة في الأخبار الممنوعة من النشر، مقارنة بأي عام آخر من هذا العقد تقريباً كما ارتفع عدد القصص المنشورة بتدخل رقابي، فكانت النسبة المئوية للقصص الخاضعة للرقابة في

(1) المرجع السابق نفسه، ص 12.

(2) طاوسينغ، ما هي معطيات سوق الإعلام في إسرائيل، (موقع إلكتروني).

(3) بلال، الصحافة الـ"إسرائيلية" في قبضة الرقيب العسكري: 11 ألف خبر خضعوا للرقابة في 2018، (موقع إلكتروني).

عام 2018م، أعلى مما كانت عليه في كل عام منذ عام 2011م<sup>(1)</sup>. وأشارت المجلة أن قرار تقديم القصص للمراجعة يظل في أيدي المحررين في وسائل الإعلام، لافتة إلى أنه في عام 2018م، قدم الصحفيون "الإسرائيليون" ون (10.938) قصة للمراجعة، أقل من العام الذي سبقه (11.035). ما يشير إلى أن المحررين يتعلمون فرض رقابة ذاتية على تقاريرهم، وتتجاوز صلاحيات الرقابة العسكرية "الإسرائيلية" نطاق وسائل الأخبار، لتشمل سلطة المراجعة قبل النشر والرقابة على الكتب والمواد في أرشيف الدولة، ففي عام 2018م، قدم الناشر (83) كتاباً لرقابة الجيش، تم اعتماد (34) منها فقط دون أي تدخل، فيما قام الرقيب بتنقيح (49) كتاباً جزئياً أو كلياً، كذلك تخضع الوثائق الموجودة في الأرشيف "الإسرائيلي" للرقابة، لاتخاذ قرار إذا سيتم الإفراج عنها أم لا؟ وفي السنوات الأخيرة، حاول الرقيب توسيع نطاق سلطته لمراجعة المعلومات قبل نشرها في عالم الإنترنت، بما في ذلك إخطار المدونات المستقلة والمنشورات الرقمية، مثل مجلة "972+"، ويتعين عليهم تقديم مقالات معينة للمراجعة، ويقول "عوزي بنزيمان"، رئيس تحرير موقع "العين السابعة"، الذي يرصد وسائل الإعلام العبرية، إنه لم يعد من الممكن استمرار الرقابة العسكرية في ظل الثورة التكنولوجية، حيث أصبح "الإسرائيليون" يتداولون المعلومات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، ويطلعون على وسائل الإعلام الأجنبية<sup>(2)</sup>.

والمحتوى المنشور على الإنترنت متاح وسهل الوصول له من قبل الأعداء، لذلك تم مؤخراً مضاعفة إجراءات الرقابة العسكرية على وسائل الإعلام على مواقع الإنترنت، حتى وصل الأمر لحد الطلب من أصحاب الصفحات في المواقع الاجتماعية تقديم برامجهم بشكل مسبق للموافقة والمصادقة عليها<sup>(3)</sup>.

ولم تقتصر الرقابة العسكرية "الإسرائيلية" على الوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة والمقروءة بل امتدت لتطال المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، وتمكنت مؤخراً بعقد اتفاقيات مع كبريات شركات التواصل الاجتماعي في العالم كفيسبوك وتويتر بهدف حذف أو حظر أي محتوى ترى فيه أنه يضر بـ (إسرائيل)، ولا شك أن تلك الرقابة وعلى الرغم من حظرها لمعلومات مهمة عن الخصوم في أوقات السلم أو الحرب، إلا أنها صعّدت من حالة النقد الداخلي والخارجي لحالة قمع الحريات في "إسرائيل"<sup>(4)</sup>. كما نفى خبير الشؤون

(1) المرجع السابق نفسه.

(2) المرجع السابق نفسه.

(3) شفارتس ولوريا، الرقابة العسكرية والأسرار الأمنية في العصر الرقمي، ص 8-9.

(4) رجب، ما مدى نجاح الرقابة العسكرية الـ"إسرائيلية" على وسائل الإعلام؟ (موقع إلكتروني).

"الإسرائيلية" الدكتور صالح النعامي نشر أي محتوى يمس الأمن القومي "الإسرائيلي" على المواقع الإلكترونية أو وسائل التواصل الإجتماعي "الإسرائيلي"، مما يدل على ترابطها مع النخبة السياسية والعسكرية (1).

### المطلب الثاني: الدعاية والحرب النفسية "الإسرائيلية"

إن الإعلام الصهيوني هو في حقيقته دعاية، والدعاية الصهيونية جزء لا يتجزأ من السياسة المؤسسة للكيان الصهيوني، وهي تتكامل بذلك مع المشروع الصهيوني، سواء إزاء العالم العربي أو إزاء العالم كله، وتتنوع أساليب الدعاية الصهيونية، ولكنها تتركز على هدف استراتيجي يتكامل مع استراتيجيتها السياسية التي يمكن قراءتها في المواقف الإعلامية من إظهار "إسرائيل" كحقيقة تاريخية وأنها واحة للديمقراطية، وأنها منفتحة على الحضارات وتساهم في الإنسانية، وأنها جزء من الشرق الأوسط الذي يضم قوميات متعددة بينهم عرب متخلفون وجاهلون ومتبدلون، وأن الحضارة الإسلامية لم تسهم في شيء هام للإنسانية، ويمكن القول إن الدعاية الصهيونية نشاط متكامل ومنظم تنظيمياً دقيقاً وقد أصبحت جزءاً متكاملًا مع النشاطات العسكرية والسياسية في خدمة المشروع الصهيوني (2).

تمثل الدعاية في "إسرائيل" حالة فريدة بدءاً من التسمية وانتهاء بالجهات الناشطة فيها، فمصطلح "الهاسبارا" على سبيل المثال مصطلح عبري يعني الشرح والتفسير، اعتمده "إسرائيل" كنوع من التحايل والالتفاف على تسمية الدعاية حيث ترى أن الاسم يعكس نشاطاً سلبياً يتعارض مع قيم ومبادئ الديمقراطية لديها (3). كما طور الجيش "الإسرائيلي" أساليب جديدة للتأثير في وعي الجماهير، من بينها أساليب عبر مواقع التواصل الإجتماعي، ويتولى هذا القسم المتخصص إدارة دعاية خفية عبر تلك الوسائل (4).

### أولاً: أهداف الدعاية والحرب النفسية "الإسرائيلية" وسماتها

إن أهم هدف تسعى إليه الحرب النفسية قديماً وحديثاً هو زرع الخوف في نفوس من توجه إليهم، لأن أفعال الخوف نفسياً بغريزة حب الحياة وكراهية الموت، ويترتب على الخوف الهرب من المعارك، وفي غيرها عدم الشعور بالأمن والاستقرار في الحياة، وإن الإجراءات والنشاطات

(1) موقع الجزيرة نت، دور الرقابة العسكرية الـ"إسرائيلية" على الإعلام، (موقع إلكتروني).

(2) كافي والشمايلة واللحام، الإعلام والإرهاب الإلكتروني، ص 26-28

(3) Schleifer, R. (2014) Psychological Warfare in the Arab-Israeli Conflict, (Palgrave & Macmillan). p. 5-6.

(4) Shai, N. (2018). Hearts and Minds: Israel and the Battle for Public Opinion. Translated by: Ira . Moskowitz, (State University of New York Press), p. 88

التي تقوم بها الجهات التي تباشر الحرب النفسية، تكون ذات اتجاهين: داخلي لدعم المعنويات، وخارجي لهدمها، كما لا تعرف الحرب النفسية حالة حرب أو سلم، سواء أكانت هناك معارك حربية أم لم تكن، فهي مستمرة في عملها على المستويين الداخلي والخارجي معاً، لذا فإن الحرب النفسية في ديناميكية حركتها وتوجهها للإنسان، تستهدف تحقيق السيطرة على الإرادة لتدعيم الصديق وتحطيم العدو أو الحفاظ على حياد المحايد على أقل تقدير إذا لم تسع إلى استقطابهم وتجبيرهم لصالح غايات القائم بالحرب النفسية وأهدافه (1).

لقد أخذ الإعلام "الإسرائيلي" على عاتقه تطبيق الوسائل والأساليب التي تتعلق بالحرب النفسية، لذلك اعتبر فيلقاً مسانداً للفيالق العسكرية، يأتمر بأوامر قادتها وينفذ تعليماتهم، والإعلام "الإسرائيلي" هو المسؤول الأول عن الإعلام والدعاية، حيث ينطلق من عقيدة توراتية تدعو للعنف ضد الآخرين لا سيما العرب "فقتل العرب لا يجب ان يثير شفقة بل يجب ان يفرح اليهود" ويرضي قناعاتهم، وفي مقابل ذلك يعمل هذا الإعلام على استثارة مشاعر الرأي العام المحلي والعالمي من خلال عرض خسائر بشرية ومالية للعدو يتم في الأغلب تضخيمها، وبهذا تستقطب دولة العدو انسانية الرأي العام العالمي من جهة، وتدفع فاتورة باهظة تعويضاً عن خسارتها المزعومة من جهة أخرى (2).

وتتمثل أهداف الحرب الإعلامية النفسية "الإسرائيلية" ضد الشعب الفلسطيني في جملة أمور منها بث اليأس من النصر، والمبالغة في وصف قوة الاحتلال "الإسرائيلي" بحيث يشعر الفلسطينيون انهم أمام قوة لا تقهر، وتشجيع الفلسطيني على الاستسلام وعدم المقاومة، وزعزعة إيمان الشعب الفلسطيني بمبادئه وأهدافه، وإثبات استحالة تحقيقها، وإضعاف الجبهة الداخلية الفلسطينية، وتشكيك الفلسطينيين في قيادتهم ومقاومتهم، إضافة لاستخدام الشائعات سواء بأن الفلسطينيين لم يقاوموا وسلموا أرضهم أو بأنهم تركوا أرضهم بناء على أوامر الجيوش العربية، وليس المجازر الصهيونية (3).

واتسمت العمليات النفسية الإعلامية "الإسرائيلية" بعدة سمات وخصائص (4):

1. **التخصص:** لا سيما وأن من يقوم بهذا العمل داخل الكيان هم خبراء مختصون في مجالات اجتماعية وسيكولوجية متنوعة وهم قادرون على فهم ما يتطلبه "الإسرائيلي" أو إدراك ما يحدث داخل المجتمعات الأخرى.

(1) الشامي، الأبعاد السياسية والاجتماعية للحرب النفسية الـ"إسرائيلية" ضد الفلسطينيين إبان عدوان 2014م على غزة، ص 38.

(2) المريني، الحرب النفسية الـ"إسرائيلية" حقائق وأوهام، ص 43-44.

(3) الضلاعين وآخرون، الدعاية والحرب النفسية، ص 199.

(4) المريني، الحرب النفسية الـ"إسرائيلية" حقائق وأوهام، ص 39-40.

2. **المركزية:** يعمل الفريق وفق تخطيط شامل يتم رسمه بشكل محكم وقد تأخذ عملية التخطيط هذه فترة زمنية ليست بقليلة كما يتم وضع بدائل للتخطيط المعدة حال فشل طريقة التنفيذ.
3. **التوقيت:** وهو عامل أساسي في إدارة الحرب النفسية، فحسب الصهاينة يجب أن ينطلق الإعلام الدعائي النفسي الناجح في الوقت المناسب القابل لإنجاح الهدف.
4. **التركيز:** وهذه الصيغة تبدو واضحة في ممارسة الاحتلال للعمليات النفسية، حيث يتم التركيز على هدف ما لفترة طويلة، ويكون التكرار قاعدة لهذا التركيز لضمان نجاح العمل.
5. **كسب ثقة المجتمع الصهيوني:** يعطي إعلام العدو أهمية كبيرة للمصداقية النسبية، وهذه المصداقية تعتمد على سيكولوجية الجماهير، وفهم أمانى وطموحات الشعب الخصم.
- ومن خصائص الحرب النفسية أنها لا تسعى للإقناع وإنما غايتها تحطيم القوة المعنوية والنفسية للخصم موضع الهجوم، كما أنها تتجه للعدو لأنها صورة من صور القتال، وتهدف لزعزعة إيمان العدو بأهدافه ومبادئه، بإثبات إستحالة تحقيق هذه المبادئ والأهداف، إضافة لاستغلال بعض الانتصارات التي أحرزها الطرف المهاجم، واتخاذ هذا النجاح الذي لم يستطع الخصم أن يصل إليه وسيلة لإضعاف الثقة في عقيدته (1).
- ومن خصائص الحرب النفسية أنها تسعى لتحطيم الوحدة المجتمعية والنفسية للخصم، ببعثرة الجهود وبلبلة القوى السياسية، والسعي لتناحرها وزعزعة الثقة لدى الخصم بإحراز النصر وبقوة واستغلال أي انتصارات في إضعاف عقيدة الخصم، وتفنتيت حلفائه وكسب المحايدين وتحقيق أهداف ومصالح الطرف الأول في ذلك (2).
- أما فيما يخص مسيرات العودة فقد كشف المتحدث باسم جيش الاحتلال، "رونين منليس"، بتاريخ 26 يونيو 2018م، عن تنفيذ حرب نفسية على مسيرات العودة مع اقتراب موعد انطلاقها، تضمنت تشويهاها، باستخدام أساليب متعددة، وخطاباً دينياً في بعض الحالات، وذلك خلال محاضرة ألقاها في مركز أبحاث "الأمن القومي" الإسرائيلي، حول الحرب النفسية وحرب الوعي، في مواجهة الفلسطينيين (3).

ووفق "منليس"، فإن هيئة أركان جيش الاحتلال حددت أهدافاً للحرب النفسية، من بينها "ردع العدو"، وفي هذا الإطار تم إجراء محادثات تحذيرية مع عدة جهات ذات علاقة بالمسيرات، وذلك بالتعاون مع منسق أعمال حكومة الاحتلال في الضفة وغزة، كما نشرت

(1) الشامي، الأبعاد السياسية والإجتماعية للحرب النفسية الـ"إسرائيلية" ضد الفلسطينيين إبان عدوان 2014م على غزة، ص 40-41.

(2) المرجع السابق نفسه، ص 41.

(3) موقع فلسطين ألترا، حرب نفسية على مسيرات العودة، اعتراف اسرائيلي، (موقع إلكتروني).

الهيئة ملصقات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ استخدمت فيها الصياغات الدينية، فأثارت فضول الفلسطينيين واهتمامهم، ما جعل عددًا كبيرًا منهم يتلقفون تلك الرسائل، أما الهدف الثاني فتمثل في تشويه سمعة المسيرات وربطها بإيران، ما أثار تحفظات العالم العربي، هذا إضافة إلى جلب "قادة للرأي العام" في العالم لإطلاعهم على الرواية "الإسرائيلية" لما يجري، وكذلك استئجار رافعات ليستخدمها المراسلون في وكالات أنباء دولية في تصوير المواجهات، وتحدث "منليس" أيضًا عن تشكيل غرفة عمليات للحرب النفسية، من أجل الرد فورًا على الأحداث، مبيّنًا أن هذه الغرفة وجهت رسائل مباشرة للجمهور الفلسطيني، باستخدام صياغات إسلامية وآيات قرآنية، تنتهي عن استخدام ما أسماه "العنف"<sup>(1)</sup>.

### ثانيًا: مرتكزات الدعاية والحرب النفسية في المواقع "الإسرائيلية" الإلكترونية

لا تعد الدعاية "الإسرائيلية" وليدة اللحظة الراهنة، بل تعود نشأتها إلى بداية التفكير الاستيطاني في فلسطين، وقد عرف عن الدعاية "الإسرائيلية" أنها تخاطب الناس حسب مستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية، وحسب توجهاتهم الفكرية والعقائدية وانتهجت في سبيل ذلك أساليب متنوعة لتحقيق أهدافها، وفي سبيل ذلك تظهر الدعاية "الإسرائيلية" بعدة وجوه حيث تؤكد دائما على الطابع الإيجابي لليهود في فلسطين، ومن أساليبها الأسلوب النفسي حيث تلجأ للتأثير عبر إثارة انفعالات معينة مثل القلق وإظهار تعبيرات الخوف عند الحديث عن "الإرهاب" الإسلامي وخطورته على العالم، والإحباط من أن الأجهزة الأمنية العسكرية الأمريكية ودول العالم الحر لا تساعد "إسرائيل" بالقدر الكافي حتى تتجح في محاربة "الإرهاب"، وأسلوب التكرار في وصف العرب بالمتخلفين والنازيين، والمقاومة الفلسطينية بـ "الإرهاب" ووصف دولة "إسرائيل" بأنها ديمقراطية وجزء من الحضارة الغربية<sup>(2)</sup>.

واشتملت الدعاية "الإسرائيلية" على جميع أدوات الإتصال، ولم تكنف بأداة واحدة في أي موقف من مواقف التوجيه، واستغلت في ذلك الصحافة والإذاعة والسينما والمسرح والإنترنت، لتقوم تلك الوسائل بتبرير ممارسات الاحتلال والهجوم المستمر على الحقوق الفلسطينية بهدف ترسيخ صورة نمطية سلبية عن القضية الفلسطينية، وارتبطت ببناء عقائدي يؤكد على مبدأ التميز "الإسرائيلي" وتنسيق الجهود العسكرية والسياسية والإعلامية، واستخدمت في سبيل ذلك التلفزيون والإذاعة والصحف بمهارة، وتعمدت تشويه الصورة بما يتناسب مع الأهداف المرسومة لها، واستخدمت الكذب والتضخيم والمبالغة والتسفيه والتلاعب بالأرقام والإحصاءات وقلب

(1) المرجع السابق نفسه.

(2) النيرب، الاعلام "الإسرائيلي" ذراع الجراد، ص 12-16

الحقائق وتزوير الوقائع السياسية والتاريخية والإجتماعية (1).

وما يميز وسائل الإعلام في "إسرائيل" ارتباطها بالحرب النفسية من جهة، وبالعامل الدبلوماسي والأداة العسكرية من جهة أخرى، إضافة لتكامل المركزية الصارمة مع الفردية والمرونة في التنفيذ، مما يجعل لدعايتهم فعالية مميزة، ويتميز الإعلام "الإسرائيلي" بمزايا أخرى منها التركيز على هدف معين والعمل على تكراره طوال الوقت، إضافة لاستخدامه التوقيت المناسب لإطلاق الحملات الدعائية بعد تهيئة الجمهور واعتماده على نسبة معينة من المصادقية، ويعمل في مستويين: الأول يتعلق بتأكيد الشرعية "الإسرائيلية"، أما الثاني فيتعلق بتشويه منظم لسلوك الخصم (2).

ويمكن القول إن وسائل الإعلام "الإسرائيلية" أدت دورها كاملاً، في تنفيذ العمليات النفسية الحربية تجاه الشعب الفلسطيني خلال انتفاضة الأقصى وخاصة أثناء عملية السور الواقية تم رصد ثلاثين موقفاً إلكترونيًا في تلك الفترة، هدفت جميعاً للتأثير على الرأي العام العالمي وعلى القادة السياسيين، لتحشيد الدعم والتأييد، وتشويه الحقائق، ولرد على الدعاية الفلسطينية، وتلخصت الدعاية في هذه المواقع في أن السبب الحقيقي للانتفاضة لم يكن زيارة شارون للأقصى وإنما رغبة الفلسطينيين في استخدام العنف، وأن الانتفاضة كانت بقرار استراتيجي وليس بسبب الإستهيطان، وأن ثقافة المجتمع الفلسطيني تشجع على الكراهية مقابل المجتمع "الإسرائيلي" المتسامح، وأشارت إلى أن عملية السور الواقية عملية محدودة تهدف لإلقاء القبض على "الإرهابيين" وقتلهم ومصادرة أسلحتهم (3).

وإذا كان جزء من الصحافة "الإسرائيلية" يتمتع بقدر من الإستقلال عن السلطات الحاكمة فإن غالبية الصحافة إلى جانب الإذاعة والتلفزيون تشكل بمجموعها الجهاز الإعلامي الرسمي، ويتم توجيه السياسة العامة للإعلام "الإسرائيلي" بجانبيين هامين من النشاطات الرسمية الأولى: هو السياسة الخارجية، حيث درجت إسرائيل على جمع مهام وزارة الإعلام في وزارة الخارجية، حيث إن الإعلام "الإسرائيلي" الخارجي يتداخل مع السياسة الخارجية "الإسرائيلية" إلى درجة أنه يصعب الفصل بينهما، والثاني: هو أجهزة الأمن "الإسرائيلية" التي تستخدم وسائل الإعلام "الإسرائيلية" المختلفة لتحقيق سياساتها الهدامة في المنطقة العربية (4).

باختصار فإن مهمة الإعلام "الإسرائيلي" الموجه للمنطقة العربية، والذي تشرف عليه

(1) المرجع السابق نفسه.

(2) قاسم، أثر الحرب النفسية الـ"إسرائيلية" على الذات الفلسطينية، انتفاضة الأقصى نموذجاً، ص 115.

(3) عوض، لغة الخطاب الإعلامي "الإسرائيلي"، عملية السور الواقية نموذجاً، ص 39-41.

(4) التنير و عطوي، الاعلام "الإسرائيلي" ومواجهته، ص 17-19.

دائرة الحرب النفسية في وزارة الحرب "الإسرائيلية"، زرع اليأس وزعزعة ثقته العربي بنفسه وبأتمته وبتاريخها وحاضرها ومستقبلها، فتنشر أجهزة الإستخبارات "الإسرائيلية" معلومات مغلوبة وموجهة عبر أجهزة الإعلام "الإسرائيلية"، كجزء من حرب المخابرات الدائرة في ساحة الشرق الأوسط<sup>(1)</sup>.

واستخدمت الصحافة "الإسرائيلية" عدداً من أساليب الحرب النفسية من الخداع والتشويه والتحريف ونزع الصفة الإنسانية عن الخصم والإهانة والتحرش، وبذلك تحولت الصحافة في إسرائيل لصحافة مجنونة في عدم نقد الحكومة والصاق صفة "الارهاب" للفلسطينيين<sup>(2)</sup>.

صار من السهل على أصحاب المصالح خلق أغلبية وهمية على الإنترنت، للترويج لقضية ما، بتضخيم وتهويل لا يدع مجالاً لمصادقيتها، وهكذا تتلقفها الجماهير التي تؤمن بأن كل رائج ومنشور ومتداول بين جموع الناس يكون بالضرورة الحقيقة والصواب<sup>(3)</sup>. وتُخصص الوكالات الإعلامية الفلسطينية مساحات للنقل والترجمة عن الإعلام "الإسرائيلي"، وقد يصل النقل إلى ترجمة مقالات الكتاب "الإسرائيلي" بن ونقلها كاملة دون إحداث أي تغيير يُذكر على النص، مما يُوقعها في لغط وشكوك، أو تقديم معلومات تخدم الاحتلال بطريقة غير مباشرة<sup>(4)</sup>.

لقد باتت الصحافة العبرية أهم المصادر الصحفية لوسائل الإعلام الفلسطينية، ولعل أوضح الأمثلة على أنماط النقل عن الإعلام العبري، الذي يخدم الدعاية "الإسرائيلية"، التكهات باندلاع حروب، وخطوات (تخفيف أو تشديد) الحصار المفروض على غزة، وكذلك مستجدات التهدة وغيرها من القضايا التي تمس الحياة اليومية للمواطن الفلسطيني<sup>(5)</sup>.

ومن هنا علينا إدراك خروج المترجمين في طرفي الصراع عن المقاييس والمعايير المألوفة والمتبعة في عمليات الترجمة، فيتحولون في أحوال كثيرة إلى نوع من المفسرين والمتدخلين في صياغة النص المترجم<sup>(6)</sup>.

### المطلب الثالث: علاقة الصحافة "الإسرائيلية" الإلكترونية بالسياسة وأصحاب المال

#### أولاً: الواقع الصحفي في إسرائيل بين الأداء المهني والملكية الخاصة

يشتهر الإعلام العبري في "إسرائيل" بأن ملكيته ملكية خاصة لعائلات تمتلك أموالاً طائلة، وباستعراض ملكية أبرز وسائل الإعلام في "إسرائيل"، يتضح أن عائلات محددة تمتلك

(1) المرجع السابق نفسه، ص 19.

(2) قاسم، أثر الحرب النفسية الـ"إسرائيلية" على الذات الفلسطينية، انتفاضة الأقصى نموذجاً، ص 124

(3) الناصري، احتلال العقل، الإعلام والحرب النفسية، ص 7-8

(4) البرعي، الإعلام "الإسرائيلي" يتصدّر واجهات الصحف الفلسطينية، (موقع إلكتروني).

(5) النعامي، كيف يوظف إعلام الاحتلال الصحافة الفلسطينية لخدمته، (موقع إلكتروني).

(6) منصور، اشكالية الترجمة من العبرية الى العربية، ترجمة في ظل صراع. ص 102.

غالبية الحصص أو كلها، في وسائل إعلامية بعينها، كما يوضح الجدول الآتي<sup>(1)</sup>:  
جدول (3.1) يوضح ملكية الصحف العبرية الأكثر انتشاراً في "إسرائيل"

اسم الصحيفة	المالك	نسبة الملكية
يديعوت أحرونوت	عائلة موزيس	85.8%
معاريف	مجموعة بن تسبيبي	100%
هآرتس	عائلة شوكن	60%
يسرائيل هيوم	شيلدون أديلسون	100%

صحيفتا "يديعوت أحرونوت" و"يسرائيل هيوم" هما الأكثر انتشاراً، إذ تحصلان سوياً منذ ما يزيد عن عشرة أعوام على 80% فأكثر من حصة السوق الصحفي المطبوع، وهذا مدخل مهم لتمكين ملاك الصحف من فتح علاقات شخصية، وخدمة أطراف بعينها، وربما تحقيق أهداف شخصية وذاتية، ووفق المعطيات المذكورة فإنها تؤكد تركيز ملكية وسائل الإعلام في أيدي محدودة وقليلة، ولأن وسائل الإعلام التجارية مرتبطة بشخصيات سياسية حكومية، فإن الأمر سيفتح العلاقة بين ملاك الإعلام والسياسيين على مخاطر علاقة المال والحكم وأضرارها، وما قد يتبعها من تشويه للمنظومة الديمقراطية واحتمال انتشار الفساد بدرجات مختلفة<sup>(2)</sup>.

وبخصوص الإعلام، نجد أنه مع الخصخصة في سنوات الثمانينيات، وتمركزه في أيدي نخبة رأس المال، التي تهدف لجني الأرباح، أصبح قوة قائمة بذاتها قادرة على التأثير في السياسات، تتقاطع مصالحها مع مصالح السياسيين والأمنيين، فكل نخبة من هؤلاء تسعى لتحقيق مصالحها في إطار حالة من الإستقرار، فالقوى الاقتصادية تسعى إلى سن قوانين وتشريعات تخدمها، فيما يهدف السياسيون لإيصال وجهة نظرهم للجمهور، والعسكريون الذين يسعون للحفاظ على ما هو قائم من أوضاع وتعزيز مكانتهم<sup>(3)</sup>.

كانت السنوات الثلاث الأخيرة، سنوات صعبة بالنسبة للصحافة "الإسرائيلية"، فمن جهة أصابها الأزمة الاقتصادية العالمية وأزمة الصحافة المطبوعة، والتقليص في سوق النشر والإعلان، الذي جاء في أعقاب الإحتجاج الإجتماعي في صيف 2011م؛ ومن جهة ثانية، جاءت المبادرات لسن قوانين تقيّد الصحافة، ومن جهة ثالثة جاء الملياردير اليهودي الأمريكي "شيلدون إدلسون" بصحيفة "يسرائيل هيوم"، وهي نشرة دعائية لصالح بنيامين نتنياهو بلباس

(1) أبو عواد، التغييرات على المشهد الإعلامي "الإسرائيلي" 2005-2015م، ص 24-25.

(2) المرجع السابق نفسه، ص 24.

(3) قاسم، الإعلام "الإسرائيلي" وعلاقته بالمؤسستين العسكرية والسياسية، حرب 2006م على لبنان نموذجاً، ص 45.

صحيفة، وأصبحت في السنوات الأخيرة الأكثر انتشاراً في "إسرائيل"، حيث توزع مجاناً وتنتشر الإعلانات التجارية بأسعار متدنية جداً، وبذلك ألحقت الأضرار بسوق الصحافة كله، كما انهارت صحيفة "معاريف" مرتين، وانهارت صحيفة "مكور ريشون" مرة واحدة، وفقدت صحيفة "هآرتس" الليبرالية- اليسارية موقعها في قائمة الصحف المقروءة في "إسرائيل"، وتوقف الدعم الحكومي لها، واضطرت لتقليص عدد العاملين في تحريرها، كما أن صحيفة "يديعوت أحرونوت" التي يطلق عليها لقب "صحيفة الدولة" تمرّ في ضائقة بحيث قلّصت أجور مستخدميها (1).

شكّلت السنوات الثلاث الأخيرة فترة ازدهار جديد للعمل المنظم في الصحافة في "إسرائيل"، فالضائقة الاقتصادية ذاتها والاحتجاج الإجتماعي والتهديدات من قِبَل رأس المال والسلطة وعدم الإستقرار، كلّها أمور أدّت إلى إقامة منظمة الصحافيين في "إسرائيل"، والتي انضمّ إليها نحو ألفان وستمئة صحفي، وقد أقيمت لجان في عشرين وسيلة إعلامية مختلفة، تشمل كلّ وسائل الإعلام المركزية تقريباً (2).

### ثانياً: سيطرة اليمين "الإسرائيلي" على الإعلام في "إسرائيل"

يمكن القول إن حزب العمل أو "مباي" سابقاً، هو الذي أسس "إسرائيل"، ولكن اليمين اليوم هو الذي يحكم الدولة، ومع ذلك يتهم الإعلام بأنه إعلام يساري، وهذا ما يفسر حنق اليمين على الإعلام، وسعيه في السنوات الأخيرة من خلال حكوماته المتعاقبة إلى السيطرة على المشهد الإعلامي، ولكن اليوم وبعد تدشين العديد من محطات التلفزة اليمينية كالقناة "20" وصحيفة "يسرائيل هيوم" في عام 2007م، وتدشين مواقع ذات شعبية كبيرة كموقع "ويلا" المحسوب على الفكر اليميني، حصل نوع من التوازن على الساحة الإعلامية، ورغم ذلك ما زال اتهام الإعلام باليسارية يسيطر على الذهنية "الإسرائيلية"، إذ يعتقد 63% من الجمهور أن الإعلام يساري، وبعد ظهور العديد من وسائل الإعلام اليمينية وضع اليمين "الإسرائيلي" بزعامة الليكود ومنتياهو العديد من الخطط للسيطرة على الإعلام بشكل كبير فقد عمل منتياهو خلال ولايته كوزير للإعلام إلى جانب رئاسة الحكومة على اضعاف البث الإعلامي، فرفض سن قانون "إسرائيل اليوم" وسمح بتفكيك البث العام وتقسيم هيئة البث الجديدة، علاوة على مخطط تقسيم القناة الثانية الأكثر شعبية في "إسرائيل" (3).

(1) مطر، العمل المنظم في الصحافة الـ"إسرائيلية"-السقوط، الصعود، والتحديات الكبيرة في الطريق، ص 19-20.

(2) المرجع السابق نفسه، ص 20.

(3) أبو عواد، التغييرات على المشهد الإعلامي "الإسرائيلي" 2005-2015م، ص 18-19.

### ثالثاً: خدمة الإعلام "الإسرائيلي" للتوجهات السياسية والمالية

كثيراً ما يطرح في "إسرائيل" كثيراً سؤال: الإعلام يخدم من؟ ما يعني أن مجرد طرح هذا السؤال ينطوي على وجود اعتقاد بأن الإعلام "الإسرائيلي" لا يخدم القضايا المنوطة به بالشكل المطلوب، ويبعث الهواجس على تورط الإعلام بعلاقات مشبوعة مع السياسيين وأصحاب المال على حد سواء، فالإعلام يقف في الغالب عاجزاً أمام ضغط الجهات السياسية، وبالتالي فإن الجواب الأكثر وضوحاً على السؤال المطروح هو أن الإعلام يخدم السياسيين ليخدم السياسيون أصحاب رأس المال (1).

فعائلات المال في "إسرائيل" التي تتركز في أيديها ملكية أبرز وسائل الإعلام، هي ذاتها تمتلك شركات كبرى في الدولة، الأمر الذي يشير بشكل كبير لمدى التداخل بين المال والسياسة، في ظل انحصار ملكية الإعلام في أيدي حيتان المال والأعمال، فعلى سبيل المثال تخدم صحيفة "إسرائيل اليوم" المملوكة لـ "شيلدون أدليسون" صديقه "نتنياهو" صحيح أن لكل وسيلة إعلامية وجهة نظرها في القضايا العامة، إلا أن التأثير الأكبر سيكون لوسائل الإعلام القوية، وهي "إسرائيل هيوم" و"يديعوت أحرونوت" والقناة الثانية، وبسبب التداخل الكبير بين ملاك وسائل الإعلام وأصحاب المال والسياسيين، فإن النتيجة الطبيعية هي أن يخدم الإعلام بالدرجة الأولى المصالح المتداخلة لأصحاب المال ورجال السياسة، أما القضايا العامة فتأتي خدمتها بدرجة متأخرة، ويبدو أن ارتباط الصحف المطبوعة بالسياسيين سيستمر في التصاعد، ويعود ذلك إلى رغبة أصحاب هذه الصحف في الحفاظ على مكانتها بسبب تراجع قيمة الصحافة المطبوعة في ظل الثورة التكنولوجية الكبيرة، كما أن العلاقة مع السياسيين قد تخدم الصحافة في إطار تلقي عروض لتغطية الأحداث، وكذلك جلب الإعلانات من الحكومة والوزارات المختلفة، وهذا بدوره يضمن للصحافة المطبوعة دخلاً إضافياً مستمراً (2).

لقد صار الإعلام أحد الأدوات الرئيسية لإدارة العملية السياسية في المجتمع المعاصر، وهو ما أدركه العديد من صنّاع القرار السياسي، ومن ثم ازدادت درجة الاهتمام بالإعلام، والدليل على ذلك اتجاه العديد من الساسة نحو عقد المؤتمرات الصحفية، والإدلاء بالأحاديث لوسائل الإعلام المختلفة ومحاولة توظيف الإعلام للتأثير على الرأي العام (3).

(1) المرجع السابق نفسه، ص 27-29.

(2) أنور، الصحافة الدينية في إسرائيل، بين قضايا الصراع مع العرب والتناحر الداخلي، ص 95.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 95.

## رابعاً: دور الإعلام "الإسرائيلي" في قضايا الفساد المالي والسياسي

"إسرائيل" من الدول التي ينتشر فيها الفساد السياسي بشكل كبير، وتتضمن ملفات التحقيقات علاقة السياسيين بوسائل الإعلام التي كان آخرها التحقيق مع "بنيامين نتنياهو" بشأن علاقته مع مالك صحيفة يديعوت أحرونوت، فملف 2000 أو ما يطلق عليه ملف نتنياهو/موزيس تم بدء التحقيق فيه مطلع شهر كانون ثاني من عام 2017 بشبهة وجود علاقة خذ وهات بين الرجلين إذ تعهد "نتنياهو" ل "توني موزيس" بالعمل على وقف توزيع صحيفة "يسرائيل هيوم" بشكل مجاني مقابل أن تقوم "يديعوت أحرونوت" بتقديم "نتنياهو" بصورة اعلامية أفضل، وقد فتح التحقيق بعد أن وصلت تسجيلات مكالمات بينهما للشرطة، علاوة على لقائهما اثنتي عشرة مرة، ويستفيد مالك "يديعوت أحرونوت" من منع صدور "يسرائيل هيوم" بشكل مجاني، بأن تعود "يديعوت أحرونوت" للصدارة وتحافظ على شعبيتها التي انخفضت لصالح غريماتها "يسرائيل هيوم" فيما يضمن "نتنياهو" ولاء صحيفة "يديعوت أحرونوت" وهي الصحيفة الأكبر التي كانت تعد معارضة له<sup>(1)</sup>.

وتتصدر صحيفة "يسرائيل هيوم" المشهد الصحفي المطبوع، كونها توزع مجاناً، واليوم تثار علامات استفهام حول علاقتها ب "نتنياهو"، وهذه الصحيفة تعد تحت سيطرته بشكل كبير لدرجة وصفها بأنها مملوكة له وليس ل "شيلدون ادلسون"، ولا يخفي "نتنياهو" ذهابه للانتخابات عام 2015م، من أجل الوقوف ضد قانون يعيق توزيع الصحيفة مجاناً، وحسب الكثيرين تعتبر تلك العلاقة علامة الفساد الإعلامي في "إسرائيل"، لكن لا توجد دلائل قانونية يمكن الاعتماد عليها في ادانة تلك العلاقة، كما أن رئيس الحكومة "الإسرائيلية" السابق إيهود أولمرت واجه هو الآخر تهماً بالعلاقة مع مالك صحيفة "يديعوت أحرونوت" وأثيرت الشكوك حول تبادل المصالح بينه وبين "موزيس" حيث قدم أولمرت صحفيي الصحيفة مقابل تغطيتها لشخصه تغطية رائعة حتى في وقت التحقيق معه في قضايا فساد.

وهناك قضايا فساد واجهت "عوفر نمرودي" مالك صحيفة "معاريف" وعلاقته بمجموعة من السياسيين، وهناك تهمة موجهة لوسائل إعلام ناطقة بالروسية، حول تهريب أموال لصالح حزب ليبرمان ويمكن النظر إلى الفساد في الإعلام "الإسرائيلي" بأنه نتيجة طبيعية لانتشار الفساد في منظومة الحكم في "إسرائيل" التي طالمت كل رؤساء الحكومات خلال العقد ونصف العقد الأخيرين الأمر الذي سيؤسس لإعلام مهزوز وفاقد لدوره التاريخي وسيستمر في تسجيل

(1) أبو عواد، التغييرات على المشهد الإعلامي "الإسرائيلي" 2005-2015م، ص 18-19.

انخفاض دراماتيكي في نسبة الثقة الممنوحة له في المجتمع العبري (1). ولعل المثال الأكثر وضوحا على تأثير علاقات رأس المال والسلطة على التغطية الصحافية يكمن في التغيير الذي شهدته صحيفة "يديعوت أحرونوت" خلال العقدين الأخيرين بتوجيه "أرنون موزيس" أحد أصحاب الشركة الناشرة للصحيفة والمحرر المسؤول فيها، حيث أخذ بالضغط على المحررين والصحافيين ليكفوا عن نشر تحقيقات صحافية انتقادية تتعلق بقائمة طويلة من المقربين من ضمنهم ساسة كبار مثل أريئيل شارون وأيهود أولمرت، أما صحيفة "معاريف" التي كانت على امتداد سنوات المنافس الرئيسي ليديعوت أحرونوت قدمت في السنوات الأخيرة مثالا على الإنحياز لأسباب تجارية صرفة، ففي ربيع عام 2011م سيطرت شركة يملكها رجل الأعمال "توحي دنكنر" على "معاريف" ومنذ تلك اللحظة أخذت تخدم الأهداف التجارية لمالكها الجديد، أما "يسرائيل هيوم" فقد استندت على نموذج اقتصادي ومنطق تنظيمي مختلفين عن وسائل الإعلام الأخرى في "إسرائيل"، ويمولها مؤسسها الملياردير اليهودي الأمريكي "شيلدون أدلسون"، وأما بالنسبة لهآرتس فقد ادعى كذلك ناشر الصحيفة "عاموس شوكن" في عام 200م أن بنك هبوعليم الذي يرأس مجلس ادارته رجل الأعمال "داني دنكنر" فرض مقاطعة على "هآرتس" فيما يتعلق بنشر الإعلانات بسبب توجهها الانتقادي الذي سلكته في ملحقتها الاقتصادية ذي ماركر تجاه دنكنر والبنك الذي يترأسه (2).

تطورت في "إسرائيل" خلال السنوات الأخيرة، علاقات حميمة بين النخبة السلطوية والنخبة التجارية، بحيث غدا الفصل بين المال والسلطة في الكثير من الأحيان، عديم القيمة أو المغزى. ونتيجة لذلك، بات من الصعب على وسائل الإعلام التجارية في "إسرائيل"، وليس وسائل الإعلام العامة فحسب، تقديم تغطية انتقادية للسلطة، وفي المقابل فإن وسائل الإعلام العامة، وليس التجارية فقط، تواجه أيضا صعوبة في تغطية رأس المال بصورة انتقادية (3).

### خلاصة:

يتميز الإعلام "الإسرائيلي" بكونه مترابط ومتكامل، يصب في خدمة المشروع الصهيوني، كما يميز هذا الإعلام عمق الترابط بينه وبين الجانب السياسي النفسي، إذ لا إعلام دون سياسة، لكون الإعلام يمثل الدعامة الكبرى لتلك السياسة، والنجاح الآخر لها، باعتبارها المرجع والموجه له، من حيث التحكم في عرض المادة الإعلامية، وتطعيمها بالحرب النفسية الهادفة (4).

(1) المرجع السابق نفسه، ص 29.

(2) برييسكو، حول علاقة الصحافة في إسرائيل مع رأس المال والسلطة، ص 10-14.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 11.

(4) شقير، الحرب النفسية الـ"إسرائيلية" في الأراضي الفلسطينية، (موقع إلكتروني).

## الفصل الرابع

### نتائج الدراسة التحليلية

## تمهيد

يتناول هذا الفصل نتائج الدراسة التحليلية لصورة مسيرات العودة في مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية، وينقسم لثلاثة مباحث:

تتناول المبحث الأول نتائج تحليل محتوى صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة، من حيث موضوعاتها وأنواعها، واتجاهاتها ومصادرها، وشخصياتها المحورية والفاعلة، وأهدافها، ودلالاتها الرمزية، ونطاقها الجغرافي.

فيما تناول المبحث الثاني نتائج تحليل شكل صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة، من خلال التعرف على مدى اهتمام مواقع الدراسة بها، وتحديد أنواعها وفقاً لأسلوب عرضها، وأساليب اخراجها من حيث الشكل والحجم وموقعها داخل الموقع الإلكتروني وداخل الموضوعات، وموقع كلام الصورة والتعليق عليها، ومدى استخدام الألوان والإطارات.

وتتناول المبحث الثالث نتائج تحليل أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة ودلالات تأطيرها.

## المبحث الأول: نتائج تحليل محتوى صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة ومناقشتها.

يتناول هذا المبحث نتائج الدراسة التحليلية لفئات المضمون، والتي استهدفت التعرف على مستوى اهتمام مواقع الدراسة بالصورة الصحفية لمسيرات العودة وحجمها في كل موقع من مواقع الدراسة، والتعرف على موضوعاتها وألويات الاهتمام بها، واتجاهاتها ومصادرها، والشخصيات المحورية، والهدف من نشرها، ودلالاتها الرمزية، وأنواعها والنطاق الجغرافي الذي غطته.

## أولاً: مستوى اهتمام مواقع الدراسة بالصورة الصحفية لمسيرات العودة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري لمستوى اهتمام مواقع الدراسة بالصورة الصحفية لمسيرات العودة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.1) يوضح ترتيب أولويات مواقع الدراسة للصورة الصحفية لمسيرات العودة

التوزيع التكراري مستوى الاهتمام	ك	%
موقع يديعوت أحرونوت	819	71.4%
موقع هآرتس	168	14.6%
موقع يسرائيل هيوم	160	13.9%
المجموع	1147	100.0%

### 1. الاتجاه العام لترتيب أولويات مواقع الدراسة للصورة الصحفية لمسيرات العودة:

أولى موقع يديعوت أحرونوت درجة اهتمام أكبر من الموقعين الآخرين بالصورة الصحفية لمسيرات العودة، فنشر خلال فترة الدراسة (819) صورة بنسبة (71.4%)، في حين جاء موقع هآرتس في المرتبة الثانية ونشر (168) صورة بنسبة (14.6%)، تلاه موقع يسرائيل هيوم ونشر (160) صورة بنسبة (13.9%).

### 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

أ) موقع يديعوت أحرونوت: كان الأكثر اهتماماً بالصورة الصحفية لمسيرات العودة فنشر خلال فترة الدراسة (819) صورة، بنسبة (71.4%)، من إجمالي فترة الدراسة البالغة (78) يوماً.

ب) موقع هآرتس: جاء في المرتبة الثانية من حيث مستوى الاهتمام، حيث نشر (168) صورة، بنسبة (14.6%) من إجمالي عينة الدراسة، البالغة (78) يوماً.

ج) موقع يسرائيل هيوم: جاء في المرتبة الثالثة من حيث مستوى اهتمامه بصور مسيرات العودة، حيث نشر (160) صورة بنسبة (13.9%).

### 3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة: اتضح أن مستوى اهتمام موقع يديعوت أكبر

من الموقعين الآخرين، سواء من حيث عدد الصور الكلي أو مستوى النشر اليومي.

## ثانياً: موضوعات الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي تكرارات ونسب موضوعات الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة وأولويات الاهتمام بها، على النحو الآتي:

جدول (4.2) يوضح موضوعات الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

الإتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت احرونوت		التوزيع الكمي الموضوعات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
21.7%	940	23.3%	146	20.9%	139	21.6%	655	المسيرات الشعبية
10.2%	443	9.9%	62	13.5%	90	9.6%	291	الاعتداء على المتظاهرين
4.5%	193	4.9%	31	4.8%	32	4.3%	130	الطائرات الورقية والبالونات الحارقة
0.1%	4	0.2%	1	0.0%	0	0.1%	3	الارياك الليلي
3.4%	149	1.1%	7	4.4%	29	3.7%	113	الشهداء والجرحى
3.5%	153	4.1%	26	3.6%	24	3.4%	103	الحرائق
1.0%	42	0.2%	1	0.8%	5	1.2%	36	غضب المستوطنين وفعاليتهم
0.1%	3	0.0%	0	0.0%	0	0.1%	3	الاعتقال
1.6%	69	1.0%	6	0.6%	4	1.9%	59	الوساطات والوفود الدولية
1.4%	60	1.1%	7	0.2%	1	1.7%	52	مشاركة قيادة الفصائل الفلسطينية
16.0%	694	16.9%	106	16.8%	112	15.7%	476	منع الإقتراب من الحدود أو تنفيذ عمليات
18.1%	783	17.4%	109	18.9%	126	18.1%	548	وصول المتظاهرين للسياح الفاصل
0.5%	21	0.2%	1	0.3%	2	0.6%	18	فتح المعابر
2.5%	107	2.7%	17	1.2%	8	2.7%	82	الأنشطة والفعاليات الفصائلية
0.6%	26	0.2%	1	0.6%	4	0.7%	21	الفعاليات الشعبية
10.7%	462	12.8%	80	12.3%	82	9.9%	300	التجهيزات الأمنية قرب السياح
1.1%	46	1.1%	7	0.2%	1	1.3%	38	وحدة قص السلك
1.5%	67	1.8%	11	0.6%	4	1.7%	52	وحدة الكوشوك
0.3%	11	0.3%	2	0.0%	0	0.3%	9	رفض صفقة القرن
1.2%	51	1.0%	6	0.5%	3	1.4%	42	أخرى
100%	4324	100.0%	627	100.0%	666	100.0%	3031	المجموع <sup>(1)</sup>

### 1. الإتجاه العام لموضوعات الصورة الصحفية:

يتبين من خلال البيانات والمعطيات في الجدول السابق، أن الإجمالي العام لموضوعات الصورة الصحفية الخاصة بمسيرات العودة في المواقع الثلاثة بلغ (4324) موضوعاً، حيث تم تحليل (1147) صورة صحفية في المواقع الثلاثة، وتصدر موضوع المسيرات الشعبية سائر

(1) عدد تكرارات موضوعات الصورة الصحفية لمسيرات العودة أكبر من عدد الصور نفسها وذلك لوجود أكثر من موضوع في الصورة الواحدة.

الموضوعات بواقع (940) موضوعاً بنسبة (21.7%) من إجمالي الصور التي تم تحليلها، تلاه موضوع وصول المتظاهرين للسياح الفاصل بواقع (783) موضوعاً، بنسبة (18.1%)، ثم موضوع منع الإقتراب من الحدود ومنع تنفيذ عمليات بواقع (964) موضوعاً، بنسبة (16%)، ثم موضوع التجهيزات الأمنية قرب السياح الفاصل بواقع (462) موضوعاً، بنسبة (10.7%)، تلاه موضوع الاعتداء على المتظاهرين سواء بقتابل الغاز أو الرصاص بأنواعه أو من خلال الطائرات المسيرة بواقع (443) موضوعاً، بنسبة (10.2%).

وجاء موضوع الطائرات الورقية والبالونات الحارقة في المرتبة السادسة بواقع (193) موضوعاً بنسبة (4.5%) فقط، ثم جاءت موضوعات الحرائق والشهداء والجرحى في المرتبة السابعة والثامنة بنسبة (3.5%) للحرائق، و (3.4%) للشهداء والجرحى، وجاء موضوع الأنشطة والفعاليات الفصائلية في المرتبة التاسعة بنسبة (2.5%) وفي المرتبة العاشرة جاء موضوع الوفود والوساطات الدولية بنسبة (1.6%)، وفي المرتبة الحادية عشرة موضوع وحدة الكوشوك، فيما جاءت نسب باقي الموضوعات أقل من (1.5%).

## 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

أ) **موقع يديعوت أحرونوت:** بلغ إجمالي موضوعات الصورة الصحفية لمسيرات العودة في موقع يديعوت أحرونوت (3031) موضوعاً، وردت في عينة الموقع البالغة (819) صورة، حيث حظي موضوع المسيرات الشعبية على النصيب الأكبر من التكرارات بنسبة (21.6%)، تلاه موضوع وصول المتظاهرين للسياح الفاصل بنسبة (18.1%)، ثم موضوع منع الإقتراب من الحدود ومنع تنفيذ عمليات بنسبة (15.7%)، ثم موضوع التجهيزات الأمنية "الإسرائيلية" قرب السياح بنسبة (9.9%)، تلاه مباشرة موضوع الاعتداء على المتظاهرين بنسبة (9.6%)، ثم موضوع الطائرات الورقية والبالونات الحارقة بنسبة (4.3%)، ثم موضوع الشهداء والجرحى بنسبة (3.7%) ثم موضوع الحرائق بنسبة (3.4%)، ثم الأنشطة والفعاليات الفصائلية بنسبة (2.7%) ثم الوساطات والوفود الدولية (1.9%) تلاه موضوعي وحدة الكوشوك ومشاركة قيادة الفصائل الفلسطينية بنسبة (1.7%) لكل منهما.

تلت ذلك فئة أخرى بنسبة (1.4%) والتي شملت موضوعات مختلفة مثل (تجهيزات طبية، وحدة مكافحة الغاز المسيل للدموع، كتابات باللغة العبرية، منشورات تحذيرية للمتظاهرين، رصد قيادة الجيش العسكرية على حدود القطاع، كاريكاتير ذكرى النكبة، قصف مواقع للمقاومة ووحدة الكوشوك، السيطرة على طائرات "إسرائيلية" مسيرة، مرواح ضخمة لإبعاد دخان الكوشوك عن مستوطنات الغلاف، وأخرى تتعلق بالمسير البحري، وأيضا استخدام الجيش

للمياه العادمة لتفريق المتظاهرين، وكذلك صور تتعلق باعتداء المتظاهرين على العمادي خلال زيارته للمسيرات، وبعض الصور عبارة عن تصميم انفورافيك حول الوضع المعيشي والإنساني في القطاع، وبعضها حول مقتل جنود إسرائيليين على الحدود) وجاء موضوع وحدة قص السلك في المرتبة الرابعة عشرة بنسبة (1.3%) تلاه موضوع غضب المستوطنين وفعاليتهم بنسبة (1.2%)، فيما حاز موضوع رفض صفقة القرن على أقل تكرار بنسبة (0.3%) فقط.

**ب) موقع هآرتس:** حاز موضوع المسيرات الشعبية نفسها على أعلى نسبة اهتمام وتكرار في موقع صحيفة هآرتس، بنسبة بلغت (20.9%) من إجمالي موضوعات الصورة الصحفية في موقع هآرتس والبالغة (666) موضوعاً، وردت في عينة الموقع البالغة (168) صورة، تلاه موضوع وصول المتظاهرين للسياح الفاصل بنسبة (18.9%)، وفي المرتبة الثالثة موضوع منع الإقتراب من الحدود أو تنفيذ عمليات بنسبة (16.8%)، تلاه موضوع الاعتداء على المتظاهرين في المرتبة الرابعة بنسبة (13.5%)، ثم موضوع التجهيزات الأمنية قرب السياح بنسبة (12.3%)، تلاه في المرتبة الخامسة موضوع الطائرات الورقية والبالونات الحارقة بنسبة (4.8%)، ثم موضوع الشهداء والجرحى بنسبة (4.4%)، ثم موضوع الحرائق بنسبة (3.6%)، ثم موضوع الأنشطة والفعاليات الفصائلية بنسبة (1.2%)، ثم موضوع غضب المستوطنين وفعاليتهم بنسبة (0.8%)، ثم مواضيع الوساطات والوفود الدولية والفعاليات الشعبية ووحدة الكوشكوك بنسبة (0.6%) لكل منها، ثم فئة أخرى بنسبة (0.5%)، والتي شملت موضوعات (منشورات تحذيرية للمتظاهرين، واحراق انابيب الوقود في معبر كرم أبو سالم)، ثم موضوع فتح المعابر بنسبة (0.3%)، تلاه موضوعي مشاركة قيادة الفصائل الفلسطينية في المسيررات، وموضوع وحدة قص السلك، بأقل تكرارات بلغت صورة واحدة فقط لكل منهما بنسبة (0.2%).

**ج) موقع إسرائيل هيوم:** اهتم موقع يسرائيل هيوم بموضوع المسيرات الشعبية بشكل بارز بنسبة (23.3%) من إجمالي الموضوعات الخاصة بمسيرات العودة في الموقع والبالغة (627) موضوعاً، وردت في عينة الموقع والبالغة (160) صورة، تلاه موضوع وصول المتظاهرين للسياح الفاصل بنسبة (17.4%)، ثم موضوع منع الإقتراب من الحدود أو تنفيذ عمليات بنسبة (16.9%)، وجاء في المرتبة الرابعة موضوع التجهيزات الأمنية قرب السياح بنسبة (12.8%)، تلاه موضوع الاعتداء على المتظاهرين بنسبة (9.9%)، ثم موضوع الطائرات الورقية والبالونات الحارقة بنسبة (4.9%)، ثم موضوع الحرائق بنسبة (4.1%)، وجاء موضوع الأنشطة والفعاليات الفصائلية في المرتبة الثامنة بنسبة (2.7%)، ثم موضوع وحدة

الكوشوك بنسبة (1.8%)، فيما تساوت موضوعات الشهداء والجرحى ومشاركة قيادة الفصائل الفلسطينية في المسيرات ووحدة قص السلك بنسبة (1.1%) لكل منها، ثم موضوع الوساطات والوفود الدولية بنسبة (1.0%)، وهي نفس النسبة التي حظيت بها فئة أخرى والتي ضمن موضوعات (التجهيزات الطبية، احراق انابيب الوقود في معبر كرم أبو سالم، مقارنة بين الطائرات الورقية الحارقة والطائرات السلمية، وصورة انفوغرافيك، وصورة خاصة بوحدة الزواري)، فيما حاز موضوع رفض صفقة القرن على نسبة (0.3%)، بواقع صورتين فقط، وحظيت باقي الموضوعات (الارباك الليلي وغضب المستوطنين وفعاليتهم، وفتح المعابر والفعاليات الشعبية) على أقل نسبة بلغت (0.2%) لكل منها.

### 3. أوجه الإتفاق والإختلاف بين مواقع الدراسة: اتفقت مواقع الدراسة في تقديم موضوع

المسيرات الشعبية وموضوع منع الإقتراب من السياج، وموضوع وصول المتظاهرين للسياس الفاصل، فيما تفاوتت في اهتمامها بموضوعات أخرى ففي حين اهتم موقع هآرتس بموضوع الاعتداء على المتظاهرين كان موقعا يديعوت ويسرائيل هيوم أقل اهتماماً به، رغم عدم اهتمام موقع "هآرتس" بموضوع الارباك الليلي نهائياً. كما يلاحظ أن موقع يديعوت اهتم بشكل أكبر من الموقعين الآخرين بموضوعات فتح المعابر والوساطات والوفود الدولية، وغضب المستوطنين وفعاليتهم، ومشاركة قيادة الفصائل الفلسطينية في المسيرات، وموضوع وحدة وقص السلك، في الوقت الذي اهتم فيه موقع صحيفة يسرائيل هيوم أكثر من الموقعين الآخرين بكل من المسيرات الشعبية والطائرات الورقية والبالونات الحارقة، والحرائق ومنع الإقتراب من الحدود، والتجهيزات الأمنية قرب السياج ووحدة الكوشوك.

### ثالثاً: أهداف الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي تكرارات ونسب أهداف الصورة الصحفية لمسيرات العودة التي سعت مواقع الدراسة لتحقيقها، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.3) يوضح أهداف الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

الإتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت احرونوت		التوزيع التكراري الأهداف
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
7.1%	321	8.3%	52	9.8%	71	6.3%	198	إظهار عدم جدوى المسيرات
4.3%	192	4.0%	25	4.0%	29	4.4%	138	بيان خسائر المستوطنين وسكان الغلاف
20.7%	936	21.2%	132	20.3%	148	20.7%	656	"بيان مشروعية وسائل الجيش "الإسرائيلي"
11.9%	539	12.5%	78	12.4%	90	11.7%	371	إظهار استعدادات الجيش على الحدود
2.1%	95	1.4%	9	1.4%	10	2.4%	76	"إظهار انسانية الجيش "الإسرائيلي"
8.0%	362	6.3%	39	7.4%	54	8.5%	269	ممارسة عمليات نفسية ضد المتظاهرين
1.7%	76	0.8%	5	0.8%	6	2.1%	65	إظهار جهود التهدئة
21.3%	963	23.0%	143	21.6%	157	20.9%	663	تبرير استهداف المتظاهرين
5.4%	242	6.4%	40	4.8%	35	5.3%	167	إبراز استخدام المتظاهرين لوسائل خشنة
12.6%	568	12.4%	77	15.2%	111	12.0%	380	إظهار قدرات الجيش "الإسرائيلي" وسيطرته
1.0%	45	0.3%	2	0.1%	1	1.3%	42	إبراز الدور المصري
0.4%	19	0.5%	3	0.1%	1	0.5%	15	إبراز الدور القطري
3.3%	147	2.9%	18	2.1%	15	3.6%	114	إبراز مشاركة المرأة الفلسطينية
0.3%	12	0.0%	0	0.0%	0	0.4%	12	أخرى
100.0%	4517	100.0%	623	100.0%	728	100.0%	3166	المجموع <sup>(1)</sup>

### 1. الإتجاه العام لأهداف الصورة الصحفية:

يتبين من خلال البيانات والمعطيات في الجدول رقم (2)، أن الإجمالي العام لأهداف صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة بلغ (4517) هدفاً، وردت في (1147) صورة تم تحليلها في المواقع الثلاثة مجتمعة، وقد تصدر هدف تبرير استهداف المتظاهرين نسب التوزيع والتكرار بواقع (963) هدفاً بنسبة (21.3%)، تلاه هدف بيان مشروعية وسائل الجيش "الإسرائيلي" بنسبة (20.7%)، وجاء هدف إظهار قدرات الجيش "الإسرائيلي" وسيطرته في المرتبة الثالثة بنسبة (12.6%)، وفي المرتبة الرابعة جاء هدف إظهار استعدادات الجيش "الإسرائيلي" على الحدود بنسبة بلغت (11.9%)، تلاه هدف ممارسة عمليات نفسية ضد المتظاهرين بنسبة (8.0%)، وفي المرتبة السادسة جاء هدف إظهار عدم جدوى المسيرات

(1) مجموع الأهداف أكبر من مجموع الصور نفسها، وذلك لأن غالبية الصور شملت أكثر من هدف واحد في الصورة نفسها.

بنسبة (7.1%)، تلاه هدف إبراز استخدام المتظاهرين لوسائل خشنه بنسبة (5.4%)، مثل استخدام القنابل والزجاجات الحارقة والسلاح والبالونات الحارقة والإرياك الليلي. وجاء هدف بيان خسائر المستوطنين وسكان الغلاف في المرتبة الثامنة بنسبة (4.3%)، تلاه هدف إبراز مشاركة المرأة الفلسطينية في المسيرات بنسبة (3.3%)، تلاه هدف إظهار إنسانية الجيش "الإسرائيلي" بنسبة (2.1%)، وجاء هدف إظهار جهود التهدئة في المرتبة الحادية عشرة بنسبة (1.7%)، تلاه هدف إبراز الدور المصري بنسبة (1.0%) ثم هدف إبراز الدور القطري بنسبة (0.4%)، فيما حصلت فئة أخرى على أقل توزيع تكراري بنسبة (0.3%)، شملت أهدافاً أخرى مثل (الإعتزاز بالهوية والكوفية الفلسطينية، وأصل فكرة مسيرات العودة، والتضامن مع استشهاد الصحفي مرتجى، وإحراق وإهانة العلمين "الإسرائيلي" والأمريكي، ومنتشورات الجيش التحذيرية، وإبراز دور حركة الجهاد الاسلامي في التسبب بحالات التصعيد).

## 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

أ) **موقع يديعوت أحرانوت:** بلغ إجمالي أهداف صور مسيرات العودة في موقع يديعوت أحرانوت (3166) هدفاً، وردت في عينة الموقع والبالغة (819) صورة، وتصدر هدف تبرير استهداف المتظاهرين نسب التوزيع بواقع (663) هدفاً بنسبة (20.9%)، تلاه هدف بيان مشروعية وسائل الجيش "الإسرائيلي" بنسبة (20.7%)، وجاء هدف إظهار قدرات الجيش "الإسرائيلي" وسيطرته في المرتبة الثالثة بنسبة (12.0%)، وفي المرتبة الرابعة جاء هدف إظهار استعدادات الجيش "الإسرائيلي" على الحدود بنسبة بلغت (11.7%)، تلاه هدف ممارسة عمليات نفسية ضد المتظاهرين بنسبة (8.5%)، وفي المرتبة السادسة جاء هدف إظهار عدم جدوى المسيرات بنسبة (6.3%)، تلاه هدف إبراز استخدام المتظاهرين لوسائل خشنه بنسبة (5.3%).

جاء هدف بيان خسائر المستوطنين وسكان الغلاف في المرتبة الثامنة بنسبة (4.4%)، تلاه هدف إبراز مشاركة المرأة الفلسطينية في المسيرات بنسبة (3.6%)، ثم هدف إظهار إنسانية الجيش "الإسرائيلي" بنسبة (2.4%)، وجاء هدف إظهار جهود التهدئة في المرتبة الحادية عشرة بنسبة (2.1%)، تلاه هدف إبراز الدور المصري بنسبة (1.3%)، ثم هدف إبراز الدور القطري بنسبة (0.5%)، فيما حصلت فئة أخرى على أقل توزيع تكراري بنسبة (0.4%)، شملت أهداف (الإعتزاز بالهوية والكوفية الفلسطينية، وأصل فكرة مسيرات العودة، والتضامن مع استشهاد الصحفي مرتجى، واحراق وإهانة العلمين "الإسرائيلي" والأمريكي، والمنتشورات التحذيرية التي وزعها الجيش على المتظاهرين).

**ب) موقع هآرتس:** بلغ إجمالي أهداف صور مسيرات العودة في موقع هآرتس (728) هدفاً، وردت في عينة الموقع والبالغة (168) صورة، وتصدرها هدف تبرير استهداف المتظاهرين بواقع (157) هدفاً، بنسبة (21.6%)، تلاه هدف بيان مشروعية وسائل الجيش "الإسرائيلي" بنسبة (20.3%)، وجاء هدف إظهار قدرات الجيش "الإسرائيلي" وسيطرته في المرتبة الثالثة بنسبة (15.2%)، وفي المرتبة الرابعة جاء هدف إظهار استعدادات الجيش "الإسرائيلي" على الحدود بنسبة بلغت (12.4%)، تلاه هدف إظهار عدم جدوى المسيرات بنسبة (9.8%)، ثم هدف ممارسة عمليات نفسية ضد المتظاهرين بنسبة (7.4%).

وجاء في المرتبة السابعة هدف إبراز استخدام المتظاهرين لوسائل خشنة بنسبة (4.8%)، وجاء هدف بيان خسائر المستوطنين وسكان الغلاف في المرتبة الثامنة بنسبة (4.0%)، تلاه هدف إبراز مشاركة المرأة الفلسطينية في المسيرات بنسبة (2.1%)، ثم هدف إظهار إنسانية الجيش "الإسرائيلي" بنسبة (1.4%)، وجاء هدف إظهار جهود التهدة في المرتبة الحادية عشرة بنسبة (0.8%)، تلاه هدفا إبراز الدور المصري والقطري بنسبة (0.1%)، لكل منهما، ولم يتطرق الموقع لأي أهداف في فئة أخرى غير الأهداف المذكورة.

**ج) موقع إسرائيل هيوم:** بلغ إجمالي أهداف صور مسيرات العودة في موقع إسرائيل هيوم (623) هدفاً، وردت في عينة الموقع والبالغة (160) صورة، وتصدر هدف تبرير استهداف المتظاهرين نسب التوزيع والتكرار بواقع (143) هدفاً بنسبة (23.0%)، تلاه هدف بيان مشروعية وسائل الجيش "الإسرائيلي" بنسبة (21.2%)، ثم هدف إظهار استعدادات الجيش "الإسرائيلي" على الحدود بنسبة بلغت (12.5%)، تلاه هدف إظهار قدرات الجيش "الإسرائيلي" وسيطرته بنسبة (12.4%). وجاء هدف إظهار عدم جدوى المسيرات في المرتبة الخامسة بنسبة (8.3%)، تلاه هدف إبراز استخدام المتظاهرين لوسائل خشنة بنسبة (6.4%).

وجاء هدف ممارسة عمليات نفسية ضد المتظاهرين في المرتبة السابعة بنسبة (6.3%)، تلاه هدف بيان خسائر المستوطنين وسكان الغلاف في المرتبة الثامنة بنسبة (4.0%)، ثم هدف إبراز مشاركة المرأة الفلسطينية في المسيرات في المرتبة التاسعة بنسبة (2.9%)، وفي المرتبة العاشرة هدف إظهار إنسانية الجيش "الإسرائيلي" بنسبة (1.4%)، وجاء هدف إظهار جهود التهدة في المرتبة الحادية عشرة بنسبة (0.8%)، تلاه هدف إبراز الدور القطري بنسبة (0.5%)، ثم هدف إبراز الدور المصري بنسبة (0.3%)، فيما لم تحصل فئة أهداف أخرى على أي نسبة توزيع تكراري.

### 3. أوجه الإتفاق والإختلاف بين مواقع الدراسة:

بمقارنة النتائج السابقة، يتبين وجود اتفاق كبير بينها فيما يخص أهداف نشر الصورة الصحفية لمسيرات العودة لا سيما الأهداف الأربعة الأولى (تبرير استهداف المتظاهرين، بيان مشروعية وسائل الجيش "الإسرائيلي"، إظهار قدرات الجيش "الإسرائيلي" وسيطرته، إظهار استعدادات الجيش "الإسرائيلي" على الحدود) على الترتيب، فيما كانت الفروق والإختلافات بين المواقع الثلاثة في وجود أهداف ضمن فئة أخرى في موقع يديعوت أحرونوت في حين خلى منها كل من الموقعين الآخرين، في الوقت الذي لم يتطرق فيه موقع هآرتس لاستخدام المتظاهرين لوسائل خشنة كالسلاح أو الإرياك الليلي بخلاف الموقعين الآخرين، كما تطرق الموقع ذاته لهدف عدم جدوى المسيرات بنسبة أعلى من الموقعين الآخرين.

#### رابعاً: اتجاه الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري لاتجاه الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.4) يوضح اتجاه الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

الاتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت أحرونوت		التوزيع التكراري الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
22.5%	258	13.8%	22	35.7%	60	21.5%	176	اتجاه ايجابي
76.4%	876	86.3%	138	63.7%	107	77.0%	631	اتجاه سلبي
1.1%	13	0.0%	0	0.6%	1	1.5%	12	محايد
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	المجموع

#### 1. الإتجاه العام لاتجاه الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة:

بالنظر لمعطيات الجدول السابق حول اتجاه الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة، نلاحظ أن الصورة بشكل عام عكست اتجاهاً سلبياً تجاه الرواية الفلسطينية، حيث عكست (876) صورة هذا الإتجاه بنسبة (76.4%)، مثل الصورة التي أوضحت فوضوية المسيرات وعدم وضوح أهدافها، في مقابل (258) صورة عكست اتجاهاً إيجابياً لصالح الرواية الفلسطينية بنسبة (22.5%)، مثل رفض الحصار المطالبة بكسره أو الصمود في وجه

الاحتلال أو الإلتفاف حول حق العودة، فيما بلغت نسبة الصور التي عكست اتجاهاً محايداً (1.1%) فقط. مع ملاحظة أن ما هو ايجابي للرواية الفلسطينية يكون سلبياً للاحتلال والعكس.

## 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

أ) **موقع يديعوت أحرونوت:** تشير المعطيات والبيانات في الجدول السابق إلى أن الصور الصحفية لمسيرات العودة التي نشرها موقع يديعوت أحرونوت ضمن عينة الدراسة كانت ذات اتجاه سلبي من ناحية الرواية الفلسطينية وبلغ مجمل الصور التي عكست هذا الإتجاه (631) صورة من أصل (819) صورة، بنسبة بلغت (77.0%)، فيما بلغ مجمل الإتجاه الإيجابي في الصور التي نشرها الموقع (176) صورةً بنسبة (21.5%) في حين شملت عينة الموقع (12) اتجاهاً محايداً فقط بنسبة (1.5%) فقط.

ب) **موقع هآرتس:** تشير معطيات الجدول السابق إلى أن الصورة الصحفية لمسيرات العودة التي نشرها موقع هآرتس، كانت ذات اتجاه سلبي من ناحية الرواية الفلسطينية، وبلغ مجمل الإتجاه السلبي في عينة الموقع (107) صورةً، بنسبة بلغت (63.7%)، فيما بلغ مجمل الإتجاه الإيجابي في الصور التي نشرها الموقع (60) صورةً، بنسبة (35.7%) في حين شملت عينة الموقع اتجاهاً محايداً واحداً فقط بنسبة (0.6%) فقط.

ج) **موقع إسرائيل هيوم:** تشير المعطيات والبيانات في الجدول السابق إلى أن الصورة الصحفية لمسيرات العودة التي نشرها موقع إسرائيل هيوم ضمن عينة الدراسة، كانت ذات اتجاه سلبي وبصورة أكبر من الموقعين السابقين، من ناحية الرواية الفلسطينية وبلغ مجمل الإتجاه السلبي في عينة الموقع (138) صورةً، بنسبة بلغت (86.3%)، فيما بلغ مجمل الإتجاه الإيجابي في الصور التي نشرها الموقع (22) صورةً، بنسبة (13.8%)، في حين لم تشمل عينة الموقع أي صور ذات اتجاه محايد.

3. **أوجه الإتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:** جاءت نسب الإتجاه السلبي الأعلى في مواقع الدراسة الثلاثة وكانت أعلاها نسبة موقع إسرائيل هيوم (86.3%)، تلتها يديعوت أحرونوت ثم هآرتس، وفيما يخص الإتجاه الإيجابي، كانت النسب متقاربة كذلك ولكن أعلاها كان في موقع هآرتس (35.7%)، تلاه موقع يديعوت أحرونوت ثم إسرائيل هيوم.

## خامساً: مصادر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري لمصادر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع

الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.5) يوضح مصادر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

الإتجاه العام		موقع إسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت احرونوت		التوزيع التكراري	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مصادر	الصورة الصحفية
29.2%	335	26.9%	43	25.6%	43	30.4%	249	AFP	وكالات الأنباء الأجنبية
5.2%	60	6.9%	11	0.0%	0	6.0%	49	EPA	
5.8%	66	6.3%	10	6.0%	10	5.6%	46	AP	
17.5%	201	21.9%	35	19.6%	33	16.2%	133	رويترز	
0.5%	6	0.0%	0	0.0%	0	0.7%	6	أخرى	
58.2%	668	61.9%	99	51.2%	86	59.0%	483	المجموع	
0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	صحف ومجلات "إسرائيلية"	
0.1%	1	0.0%	0	0.0%	0	0.1%	1	صحف ومجلات دولية	
0.1%	1	0.6%	1	0.0%	0	0.0%	0	الأرشيف	
5.8%	66	10.0%	16	4.8%	8	5.1%	42	مصور الجيش	
11.7%	134	7.5%	12	26.8%	45	9.4%	77	مصور الصحيفة أو موقعها الإلكتروني	
1.4%	16	0.6%	1	0.0%	0	1.8%	15	وسائل التواصل الإجتماعي الفلسطيني	
0.4%	5	1.3%	2	0.6%	1	0.2%	2	وسائل التواصل الإجتماعي "الإسرائيلي"	
0.3%	3	0.6%	1	0.0%	0	0.2%	2	الانترنت	
16.9%	194	10.6%	17	11.9%	20	19.2%	157	بلا مصدر	
5.1%	59	6.9%	11	4.8%	8	4.9%	40	أخرى	
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	المجموع	

### 1. الإتجاه العام لمصادر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة:

يتبين من الجدول السابق، أن الإعتماد الأكبر لمواقع الدراسة من حيث مصدر الصورة، كان على وكالات الأنباء الأجنبية على اختلاف أنواعها بنسبة (58.2%)، موزعة على أربع وكالات أنباء رئيسية أعلاها وكالة فرانس برس (AFP) بنسبة بلغت (29.2%)، تلتها وكالة (رويترز) بنسبة بلغت (17.5%)، ثم وكالة أسوشييتد بريس (AP)، بنسبة بلغت (5.8%)،

وأخيراً الوكالة الأوروبية للصور الصحفية (EPA)، بنسبة بلغت (5.2%)، فيما حصلت فئة أخرى على أقل نسبة (0.5%)، حيث شملت هذه الفئة (وكالة MCT، موقع الصور gettyimages، وكالة الأنباء الألمانية DPA).

كما يوضح الجدول أن نسبة الصور التي نشرتها مواقع الدراسة دون الإشارة إلى مصدرها (المصادر المجهلة) بلغت (16.9%)، فيما بلغت نسبة الصور التي التقطها مصور الصحيفة أو موقعها الإلكتروني (11.7%)، تلاها اعتماد مواقع الدراسة على مصور الجيش بنسبة (5.8%)، تلتها الصور التي مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي الفلسطيني بنسبة (1.4%)، في مقابل (0.4%) فقط كان مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي "الإسرائيلي"، و (0.3%) فقط كان مصدرها شبكة الانترنت كانت نشرتها مواقع الكترونية فلسطينية مثل موقع وكالة شهاب وموقع صفا وموقع فضائية الأقصى، أما الصحف والمجلات الدولية والأرشيف فحصلت على أقل توزيع تكراري بنسبة (0.1%) لكل منهما.

تجدر الإشارة إلى أن فئة أخرى، حصلت على نسبة (5.1%) وشملت هذه الفئة عدة مصادر غير تلك التي تم ذكرها وهي (صور جوية، صور تم قصها من فيديوهات، صور مصدرها سلطة الطبيعة والمحميات "الإسرائيلية"، أو المتحدثة باسم الشرطة "الإسرائيلية"، أو الصندوق القومي اليهودي "ككال"، أو قوات الاطفاء والانقاذ "الإسرائيلية" في منطقة الجنوب، أو قوات أمن المجلس الاستيطاني أشكول، أو مكتب المنسق "الإسرائيلي"، أو مجلس استيطاني بني شمعون، أو صفحة فيسبوك مبعوث الامم المتحدة للشرق الأوسط نيكولاي ميلادينوف، أو وزارة الخارجية "الإسرائيلية"، أو منظمة حقيقتي "هاميت شلي"، أو حساب المبعوث الأمريكي للشرق الأوسط جايسون غرينبلاد على تويتر، أو أمن مستوطنات شاعر هنيغف).

## 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

أ) موقع يديعوت أchronوت: يوضح الجدول رقم (4) أن موقع يديعوت أchronوت اعتمد بنسبة كبيرة جداً على وكالات الأنباء الأجنبية كمصدر لصور مسيرات العودة، بواقع (483) صورة بنسبته (59.0%) من إجمالي عينة الموقع البالغة (819) صورة، وقد توزعت هذه النسبة على أربع وكالات أنباء رئيسية حيث اعتمد الموقع بنسبة (30.4%) على وكالة فرانس برس (AFP)، وبنسبة (19.6%)، على وكالة (رويترز)، وبنسبة (6.0%)، على الوكالة الأوروبية للصور الصحفية (EPA)، وأخيراً بنسبة (5.6%) على وكالة أسوشيتد بريس (AP)، فيما اعتمد الموقع على وكالات أنباء أخرى بنسبة (0.7%) هي كل من (وكالة MCT، موقع الصور gettyimages، وكالة الأنباء الألمانية DPA). ومن ناحية

أخرى فقد نشر الموقع صوراً بلا مصدر بما نسبته (19.2%)، فيما اعتمد على مصور الصحيفة أو موقعها الإلكتروني بنسبة (9.4%)، وعلى مصور الجيش بنسبة (5.1%)، وعلى نسبة (1.8%) من مواقع التواصل الاجتماعي الفلسطيني، أما فئة أخرى فقد حصلت على نسبة (4.9%) شملت مصادر غير تلك المصنفة في فئات التحليل.

**ب) موقع هآرتس:** وفقاً لمعطيات الجدول السابق، فقد اعتمد موقع هآرتس بنسبة كبيرة جداً على وكالات الأنباء الأجنبية أيضاً، كمصدر لصور مسيرات العودة، بواقع (86) صورة بنسبته (51.2%) من إجمالي عينة الموقع البالغة (168) صورة، وقد توزعت هذه النسبة على أربع وكالات أنباء رئيسية حيث اعتمد الموقع بنسبة (25.6%) على وكالة فرانس برس (AFP)، وبنسبة (16.2%)، على وكالة (رويترز)، وبنسبة (6.0%)، على وكالة أسوشيتد برس (AP)، ولم يعتمد على وكالات أنباء أخرى غيرها، كما اعتمد على مصور الصحيفة أو موقعها الإلكتروني بنسبة (26.8%)، ونشر صوراً بلا مصدر بنسبته (11.9%)، أما الصور التي كان مصدرها مصور الجيش فبلغت نسبة (4.8%)، وما نسبته (0.6%) من مواقع التواصل الاجتماعي الفلسطيني، وحصلت فئة أخرى على نسبة (4.8%) شملت مصادر غير تلك المصنفة في فئات التحليل.

**ج) موقع إسرائيل هيوم:** وفقاً للمعطيات في الجدول السابق فقد اعتمد موقع إسرائيل هيوم بنسبة كبيرة جداً على وكالات الأنباء الأجنبية كمصدر لصور مسيرات العودة، أكثر من الموقعين السابقين، بواقع (99) صورة أي ما نسبته (61.9%) من إجمالي عينة الموقع البالغة (160) صورة، وقد توزعت هذه النسبة على أربع وكالات أنباء رئيسية حيث اعتمد الموقع بنسبة (26.9%)، على وكالة فرانس برس (AFP)، وبنسبة (21.9%) على وكالة (رويترز)، وبنسبة (6.9%)، على الوكالة الأوروبية للصور الصحفية (EPA)، وبنسبة (6.3%)، على وكالة أسوشيتد برس (AP)، ولم يعتمد على وكالات أنباء أخرى غيرها، كما نشر صوراً بلا مصدر بما نسبته (10.6%)، وعلى مصور الجيش بنسبة (10.0%)، كما اعتمد الموقع على مصور الصحيفة أو موقعها الإلكتروني بنسبة (7.5%)، وعلى نسبة (1.3%) من مواقع التواصل الاجتماعي "الإسرائيلي"، في مقابل (0.6%) من مواقع التواصل الاجتماعي الفلسطيني، أما فئة أخرى فقد حصلت على نسبة (6.9%) كأكبر نسبة في فئة أخرى مقارنة بالموقعين الآخرين، شملت مصادر غير تلك المصنفة في فئات التحليل.

**3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:** اتفقت مواقع الدراسة في الاعتماد على

المصادر الصحفية الخاصة بـصور مسيرات العودة مع ملاحظة أن موقع إسرائيل هيوم اعتمد على وكالات الأنباء الأجنبية وعلى مصور الجيش "الإسرائيلي" بكشل أكبر من الموقعين الآخرين، في حين اعتمد موقع صحيفة هآرتس على مصور الصحيفة أو موقعها الإلكتروني بشكل أكبر بكثير من الموقعين الآخرين، وكانت نسبة الصور التي نشرها موقع يديعوت أحرونوت دون الإشارة إلى مصدرها (مجهولة المصدر) أعلى بكثير من الموقعين الآخرين بواقع (157) صورة من أصل عينة الموقع بنسبة (19.2%) في مقابل (11.9%) في هآرتس، و(10.6%) في إسرائيل هيوم.

يذكر أن موقع يديعوت أحرونوت اعتمد على مصوري الموقع بشكل أكبر من الموقعين الآخرين خاصة ما يخص مظاهرات المستوطنين والحرائق، ومن أبرز المصورين الذين اعتمد عليهم كل من (أفي روكيج، هرتسل يوسف، متان تسوري، روعي عيدان، أليرام كاليف، موشي فيلبيرغ، كوبي جدعون، داني بن دافيد، شأول غولان، بيني روبينوف، برئيل افرايم، ناؤور اوكراط، دانييل أليؤور، يوآف فايس، يوآف زيتون، إيتي دويتش، موتي كمحي، أساف غير عام، كوبي ريختر، برئيل افرايم، رافي ببيان، أفي هيرتس). أما موقع هآرتس فقد اعتمد على مصورين اثنين فقط هما (إياهو هيرشكوبيتس، عميت شابي). في حين اعتمد موقع إسرائيل هيوم على تسعة مصورين هم كل من (موشي شاي، روتم ليفي، زيف كورن، شنيؤور مامو، يهودا بيرتس، دادي فولد، معيان شنيؤور، أفي هيرتس، دودو غرينشبان)، مع ملاحظة أن أفي هيرتس زود صوراً لكلا الموقعين (يديعوت أحرونوت وإسرائيل هيوم).

## سادساً: الشخصيات المحورية في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري للشخصيات المحورية في الصورة الصحفية لمسيرات

العودة في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.6) يوضح الشخصيات المحورية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

الإتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت احرونوت		التوزيع التكراري	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الشخصيات المحورية	
0.7%	10	0.0%	0	0.9%	2	0.8%	8	رسمية	الشخصيات "الإسرائيلية"
17.9%	258	16.4%	32	27.8%	64	16.0%	162	عسكرية	
4.0%	58	3.1%	6	3.5%	8	4.3%	44	مستوطنون	
22.7%	326	19.5%	38	32.2%	74	21.1%	214	المجموع	
1.0%	14	1.0%	2	0.4%	1	1.1%	11	رسمية	الشخصيات الفلسطينية
4.0%	57	4.1%	8	0.4%	1	1.1%	48	حزبية	
1.3%	19	0.5%	1	0.4%	1	1.7%	17	عسكرية	
3.6%	52	1.5%	3	6.1%	14	3.5%	35	منظمات أهلية	
55.7%	802	57.4%	112	52.6%	121	56.1%	569	مدنيون	
65.6%	944	64.6%	126	60.0%	138	67.1%	680	المجموع	
0.8%	12	1.5%	3	0.0%	0	0.9%	9	مسؤولون عرب	الشخصيات العربية
0.1%	1	0.0%	0	0.0%	0	0.1%	1	متضامنون	
0.9%	13	1.5%	3	0.0%	0	1.0%	10	المجموع	
0.8%	11	0.0%	0	0.4%	1	1.0%	10	مسؤولون رسميون	الشخصيات الأجنبية
0.4%	6	0.0%	0	0	0	0.6%	6	متضامنون	
1.2%	17	0.0%	0	0.4%	1	1.6%	16	المجموع	
9.7%	139	14.4%	28	7.4%	17	9.3%	94	بدون شخصيات	
0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	أخرى	
100.0%	1439	100.0%	195	100.0%	230	100.0%	1014	المجموع <sup>(1)</sup>	

### 1. الإتجاه العام لمصادر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة:

يوضح الجدول السابق أن مجموع الشخصيات المحورية التي وردت في صور مسيرات

العودة في عينة مواقع الدراسة الثلاثة بلغت (1439) شخصية محورية، أعلاها فئة الشخصيات

(1) المجموع أكبر من الصور التي تم تحليلها نظراً لوجود أكثر من شخصية في الصورة الواحدة في كثير من الأحيان.

الفلسطينية بنسبة (65.6%)، تلتها فئة الشخصيات "الإسرائيلية" بنسبة (22.7%)، ثم فئة بدون شخصيات بنسبة (9.7%)، وجاءت الشخصيات الأجنبية في المرتبة الرابعة بنسبة (1.2%) سواء أكانوا مسؤولون رسميون أم متضامنون، في حين بلغت نسبة الشخصيات العربية (0.9%) سواء أكانوا مسؤولون أم متضامنون، مع ملاحظة أن النسبة الأكبر من الشخصيات العربية كانت لمسؤولين بنسبة (0.8%) و (0.1%) فقط لمتضامنين.

## 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

أ) موقع يديعوت أحرونوت: برزت الشخصيات الفلسطينية كشخصيات محورية في صور مسيرات العودة التي نشرها موقع يديعوت أحرونوت، وحظيت على النسبة الأعلى بنسبة (67.1%)، توزعت على خمس فئات فرعية أعلاها فئة المدنيين بنسبة (56.1%)، تلتها فئة المنظمات الأهلية بنسبة (3.5%) فيما بلغت نسبة فئة الشخصيات الفلسطينية العسكرية (1.7%)، في حين بلغت نسبة الشخصيات الرسمية والحزبية (1.1%) لكل منهما. ومن ناحية أخرى برزت الشخصيات المحورية "الإسرائيلية" في المرتبة الثانية بنسبة (21.1%)، منها (16.0%) لشخصيات "إسرائيلية" عسكرية، و (4.3%) لمستوطنين، و (0.8%) فقط لشخصيات رسمية. في حين بلغت نسبة الشخصيات الأجنبية المحورية في عينة الموقع (1.6%) منها (1.0%) لشخصيات رسمية والباقي لمتضامنين، أما نسبة الشخصيات العربية فبلغت (1.0%) منها (0.9%) لشخصيات رسمية أبرزها الوفد المصري والرئيس السيسي والعمادي، فيما نشر الموقع ما نسبته (9.3%) بدون شخصيات.

ب) موقع هآرتس: حظيت الشخصيات الفلسطينية كشخصيات محورية في صور مسيرات العودة التي نشرها هآرتس، على النسبة الأعلى بنسبة (60.0%)، توزعت على خمس فئات فرعية أعلاها فئة المدنيين بنسبة (52.6%)، تلتها فئة المنظمات الأهلية بنسبة (6.1%) فيما بلغت نسبة فئة الشخصيات الفلسطينية العسكرية والرسمية والحزبية (0.4%) لكل منها. ومن ناحية أخرى برزت الشخصيات المحورية "الإسرائيلية" في المرتبة الثانية بنسبة (32.2%)، منها (27.8%) لشخصيات "إسرائيلية" عسكرية، و (3.5%) لمستوطنين، و (0.9%) فقط لشخصيات رسمية. في حين بلغت نسبة الشخصيات الأجنبية المحورية في عينة الموقع (0.4%) جميعها لشخصيات رسمية، ولم يتطرق الموقع في الصور التي نشرها لأي شخصيات عربية، فيما نشر ما نسبته (7.4%) بدون شخصيات.

ج) موقع يسرائيل هيوم: كما الموقعين السابقين حظيت الشخصيات الفلسطينية كشخصيات محورية في صور مسيرات العودة التي نشرها موقع يسرائيل، على النسبة الأعلى بنسبة

(64.6%)، توزعت على خمس فئات فرعية أعلاها فئة المدنيين بنسبة (57.4%)، تلتها فئة الشخصيات الحزبية بنسبة (4.1%) ثم فئة المنظمات الأهلية بنسبة (1.5%) فيما بلغت نسبة فئة الشخصيات الفلسطينية الرسمية (1.0%)، في مقابل (0.5%) للشخصيات العسكرية لا سيما العروض العسكرية التي اقامتها الفصائل الفلسطينية. فيما بلغت نسبة الشخصيات العربية (1.5%) جميعها لمسؤولين عرب، دون أي ذكر للشخصيات الأجنبية في عينة الموقع، في الوقت الذي نشر فيه ما نسبته (14.4%) بدون شخصيات.

**3. أوجه الإتفاق والإختلاف بين مواقع الدراسة:** يتضح من خلال المعطيات آفة الذكر، وجود اتفاق بين مواقع الدراسة فيما يخص الشخصيات المحورية التي ظهرت في الصور الصحفية الخاصة بمسيرات العودة، مع ملاحظة إختلاف موقع إسرائيل هيوم عن الموقعين السابقين في أكثر من جزئية، حيث لم يبرز أي شخصيات "إسرائيلية" رسمية، أو شخصيات أجنبية، كما أن الشخصيات العربية التي أبرزها كانت كلها لمسؤولين عرب وليس لمتضامنين، في حين كانت نسبة الصور التي نشرها الموقع بدون شخصيات الأعلى مقارنة بالموقعين الآخرين وبلغت (14.4%).

### سابعاً: الدلالات الرمزية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري للدلالات الرمزية التي وردت في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.7) يوضح الدلالات الرمزية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

الإتجاه العام		موقع يسرائيل هيبوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت احرونوت		التوزيع التكراري الدلالات الرمزية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2.6%	83	3.2%	16	2.6%	13	2.5%	54	علامة النصر
8.6%	271	9.9%	49	7.1%	35	8.7%	187	الكوفية الفلسطينية
5.5%	172	6.1%	30	4.4%	22	5.6%	120	المقلاع
13.0%	408	11.5%	57	11.1%	55	13.8%	296	إطارات الكوشوك
8.5%	267	10.3%	51	6.5%	32	8.6%	184	العلم الفلسطيني
1.4%	43	1.4%	7	0.6%	3	1.5%	33	رايات وأعلام الفصائل الفلسطينية
0.3%	9	0.6%	3	0.8%	4	0.1%	2	مفتاح العودة
0.2%	6	0.6%	3	0.4%	2	0.0%	1	خريطة فلسطين
8.8%	277	8.5%	42	12.1%	60	8.1%	175	الحشودات العسكرية والقناصة
25.1%	787	22.3%	110	25.0%	124	25.7%	553	السياج الحدودي الفاصل
7.9%	247	8.9%	44	9.5%	47	7.3%	156	الأطفال
3.7%	116	3.8%	19	4.4%	22	3.5%	75	النساء
4.6%	144	2.6%	13	7.3%	36	4.4%	95	سيارات الإسعاف والمسعفين
0.8%	25	0.6%	3	0.0%	0	1.0%	22	مشاركة المصابين وكبار السن
6.1%	193	6.3%	31	6.5%	32	6.0%	130	الطائرات الورقية والبالونات الحارقة
3.0%	93	3.2%	16	1.8%	9	3.2%	68	أخرى
100.0%	3141	100.0%	494	100.0%	496	100.0%	2151	المجموع <sup>(1)</sup>

### 1. الإتجاه العام للدلالات الرمزية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة:

تشير معطيات الجدول السابق أن رمز السياج الحدودي الفاصل حظي على أعلى نسبة ظهور في المواقع الثلاثة بنسبة (25.1%)، تلاه رمز إطارات الكوشوك بنسبة (13.0%)، ثم رمز الحشودات العسكرية والقناصة بنسبة (8.8%)، وجاء رمز الكوفية الفلسطينية في المرتبة الرابعة بنسبة (8.6%)، تلاه رمز العلم الفلسطيني بنسبة (8.5%)، ثم جاءت الصور التي ظهر فيها رمز أطفال بنسبة (7.9%) مقابل (7.3%) ظهر فيها رمز نساء، وفي المرتبة السابعة جاء رمز الطائرات الورقية والبالونات الحارقة بنسبة (6.1%) تلاه رمز المقلاع في

(1) المجموع أكبر من عدد الصور التي تم تحليلها نظراً لوجود أكثر من دلالة رمزية في الصورة الواحدة.

المرتبة الثامنة بنسبة (5.5%)، تلاه رمز سيارات الإسعاف والمسعفين بنسبة (4.6%)، وفي المرتبة الحادية عشرة جاء رمز علامة النصر بنسبة (2.6%)، تلاه رمز رايات وأعلام الفصائل الفلسطينية بنسبة (1.4%)، فيما بلغت نسبة رمز المصابين وكبار السن (0.8%)، علماً أن فئة أخرى حظيت بنسبة (3.0%) وضمت رموزاً أخرى غير التي ذُكرت، وهي (علم "إسرائيل"، كامات الغاز، البصل، منجنيق، أقنعة ساخرة، خراطيم مياه عادمة لتفريق المتظاهرين، شعار هتلر، صور الأسرى "الإسرائيلي"ين في غزة، صور الأسرى الفلسطينيين في السجون "الإسرائيلية"، بوسترات لشهداء المسيرات، حوامات "إسرائيلية" للتصدي للطائرات الورقية والبالونات الحارقة، ملابس عليها كلمة عائدون، انقطاع التيار الكهربائي، عروض عسكرية مسلحة، مراوح ضخمة لإبعاد دخان الكوشوك، العلم التركي).

## 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

أ) **موقع يديعوت أحرانوت:** جاء رمز السياج الحدودي الفاصل في المرتبة الأولى في موقع يديعوت أحرانوت بنسبة (25.7%)، تلاه رمز إطارات الكوشوك بنسبة (13.8%)، تلاه رمز الكوفية الفلسطينية بنسبة (8.7%)، ثم رمز العلم الفلسطيني بنسبة (8.6%)، ثم رمز الحشودات العسكرية والقناصة بنسبة (8.1%)، تلاه رمز الأطفال بنسبة (7.3%) في مقابل (3.5%)، أظهرت رمز نساء، وفي المرتبة السابعة جاء رمز الطائرات الورقية والبالونات الحارقة بنسبة (6.0%)، تلاه رمز المقلاع بنسبة (5.6%)، ثم رمز سيارات الإسعاف والمسعفين بنسبة (4.4%)، ثم رمز علامة النصر بنسبة (2.5%)، ثم رمز رايات وأعلام الفصائل الفلسطينية بنسبة (1.5%)، ثم مشاركة المصابين وكبار السن بنسبة (1.0%)، فيما حصلت فئة أخرى على نسبة (3.2%).

ب) **موقع هآرتس:** حظي رمز السياج الحدودي الفاصل على المرتبة الأولى في موقع هآرتس بنسبة (25.0%)، تلاه رمز الحشودات العسكرية والقناصة بنسبة (12.1%) تلاه رمز إطارات الكوشوك بنسبة (11.1%)، ثم جاءت الصور التي تضمن رمز اطفال في المرتبة الرابعة بنسبة (9.5%) في مقابل (4.4%) أظهرت رمز نساء، وجاء في المرتبة الخامسة رمز سيارات الإسعاف والمسعفين بنسبة (7.3%)، تلاه رمز الكوفية الفلسطينية بنسبة (7.1%)، تلاه رمزي العلم الفلسطينية والطائرات الورقية والبالونات الحارقة بنسبة (6.5%) لكل منهما. ثم رمز المقلاع بنسبة (4.4%)، ثم رمز علامة النصر بنسبة (2.6%)، تلاه رمز مفتاح العودة بنسبة (0.8%)، ثم رمز رايات وأعلام الفصائل الفلسطينية بنسبة (0.6%) ولم يشر الموقع لأي رموز حول المصابين وكبار السن، فيما حصلت فئة أخرى

على نسبة (1.8%).

**ج) موقع إسرائيل هيوم:** حاز رمز السياج الحدودي الفاصل على المرتبة الأولى في موقع إسرائيل هيوم بنسبة (22.3%)، تلاه رمز إطارات الكوشوك بنسبة (11.5%)، ثم رمز العلم الفلسطيني بنسبة (10.3%)، ورمز الكوفية الفلسطينية بنسبة (9.9%)، ثم الصور التي فيها رمز أطفال بنسبة (8.9%)، تلاه رمز الحشودات العسكرية والقناصة بنسبة (8.5%)، وجاء بعده رمز الطائرات والورقية والبالونات الحارقة بنسبة (6.3%)، وجاء رمز المقلاع في المرتبة الثامنة بنسبة (6.1%)، وفي المرتبة التاسعة جاءت الصور التي ضمت رمز نساء بنسبة (3.8%)، ثم رمز علامة النصر بنسبة (3.2%)، وجاء في المرتبة الحادية عشرة رمز سيارات الإسعاف والمسعفين بنسبة (2.6%)، تلاه رمز رايات وأعلام الفصائل الفلسطينية بنسبة (1.4%)، تلاه رموز مفتاح العودة وخريطة فلسطين ومشاركة المصابين وكبار السن بنسبة (0.6%) لكل منها، فيما حصلت فئة أخرى على نسبة (3.2%).

**3. أوجه الإتفاق والإختلاف بين مواقع الدراسة:** يتبين وجود اتفاق بين المواقع الثلاثة فيما يخص رمز السياج الحدودي الفاصل، حيث حاز على المرتبة الأولى فيها جميعاً إلا أن رموز الحشودات العسكرية والقناصة في موقع هآرتس حازت على المرتبة الثانية، بخلاف موقعي يديعوت أحرونوت وإسرائيل هيوم، واللذين حاز فيهما رمز إطارات الكوشوك على المرتبة الثانية، كما اهتم موقع هآرتس بإبراز مشاركة الأطفال في المسيرات وكذلك رمز سيارات الإسعاف والمسعفين بنسبة أكبر من الموقعين الآخرين، فيما أبرز موقع إسرائيل هيوم رموز الكوفية والعلم الفلسطيني والمقلاع بنسبة أكبر من الموقعين الآخرين.

**ثامناً: نوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لمحتواها في مواقع الدراسة**

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري لنوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لمحتواها

في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.8) يوضح نوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لمحتواها في مواقع الدراسة

الإتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت احرونوت		التوزيع التكراري نوع الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.1%	1	0.0%	0	0.6%	1	0.0%	0	صورة مستقلة
94.3%	1082	95.6%	153	93.5%	157	94.3%	772	صورة تابعة
1.3%	15	1.3%	2	0.0%	0	1.6%	13	صورة موضوعية
4.3%	49	3.1%	5	6.0%	10	4.2%	34	صورة شخصية
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	المجموع

### 1. الإتجاه العام لنوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لمحتواها في مواقع الدراسة:

يوضح الجدول السابق أن مواقع الدراسة اعتمدت بشكل كبير على الصور التابعة، بنسبة بلغت (94.3%)، وبنسبة أقل على الصور الشخصية بنسبة (4.3%) والتي تركزت في صور بعض القادة والمسؤولين وصور شهداء المسيرات، فيما بلغت نسبة الصور الموضوعية (1.3%)، أما الصور المستقلة فحظيت بنسبة لا تكاد تذكر، بلغت (0.1%).

### 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

(أ) موقع يديعوت احرونوت: غالبية صور مسيرات العودة التي نشرها الموقع كانت صوراً تابعة بنسبة (94.3%) فيما اعتمد الموقع على الصور الشخصية بنسبة (4.2%)، أما الصور الموضوعية فبلغت نسبتها (1.6%) غير أن الموقع لم ينشر أي صور مستقلة.

(ب) موقع هآرتس: جاءت الصور التابعة أولاً بنسبة (93.5%)، فيما بلغت نسبة الصور الشخصية والمستقلة (0.6%) لكل منهما، ولم ينشر الموقع أي صور موضوعية.

(ج) موقع يسرائيل هيوم: بلغت نسبة الصور التابعة في موقع يسرائيل هيوم (95.6%)، فيما بلغت نسبة الصور الشخصية (3.1%)، مقابل (1.3%)، للصورة الموضوعية ولم ينشر الموقع أي صور مستقلة.

### 3. أوجه الإتفاق والإختلاف بين مواقع الدراسة: من الملاحظ وجود اتفاق بين المواقع الثلاثة

فيما يخص نشر الصور التابعة للأخبار والأحداث، على الرغم من أن موقع يديعوت احرونوت نشر عدداً كبيراً جداً من الصور التابعة مع كل خبر بخلاف الموقعين الآخرين، كما يلاحظ وجود إختلاف بين المواقع الثلاثة في زوايا أخرى، ففي حين لم ينشر موقعا

يديعوت أحرنونوت ويسرائيل هيوم صوراً مستقلة، لم ينشر موقع هآرتس صوراً موضوعية.

### تاسعاً: النطاق الجغرافي للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري للنطاق الجغرافي الذي غطته الصورة الصحفية

لمسيرات العودة، في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.9) يوضح النطاق الجغرافي للصورة الصحفية لمسيرات العودة

الإتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت أحرنونوت		التوزيع التكراري	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النطاق الجغرافي	
2.5%	29	0.6%	1	7.7%	13	1.8%	15	شمال القطاع	السياج الحدودي شرق قطاع غزة
1.4%	16	0.0%	0	7.1%	12	0.5%	4	وسط القطاع	
3.2%	37	4.4%	7	10.1%	17	1.6%	13	جنوب القطاع	
72.7%	834	72.5%	116	56.0%	94	76.2%	624	غير محدد	
79.9%	916	77.5%	124	81.0%	136	80.1%	656	المجموع	
3.8%	44	4.4%	7	1.8%	3	4.2%	34	مدينة غزة	
12.9%	148	16.9%	27	14.9%	25	11.7%	96	منطقة غلاف غزة	
3.4%	39	1.3%	2	2.4%	4	4.0%	33	أخرى	
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	المجموع	

### 1. الإتجاه العام للنطاق الجغرافي للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة:

حظي نطاق السياج الحدودي الفاصل شرق قطاع غزة على النسبة الأكبر من الصور التي نشرتها مواقع الدراسة من حيث النطاق الجغرافي بنسبة (79.9%)، موزعة على أربع فئات فرعية حيث بلغت نسبة نسبة الصور التي كان إطارها الجغرافي جنوب القطاع (3.2%)، تلتها فئة شمال القطاع بنسبة (2.5%)، فيما حصلت فئة وسط القطاع على نسبة (1.4%)، فقط، في حين أن نسبة الصور التي نشرت قرب السياج الفاصل دون تحديد مكانها بالضبط، إن كان شمال أو جنوب أو وسط القطاع على نسبة كبيرة بلغت (72.7%)، وفي السياق ذاته، بلغت نسبة الصور التي كان إطارها الجغرافي منطقة الغلاف (12.9%)، تلاها النطاق الجغرافي لمدينة غزة بنسبة (3.8%) في حين حازت فئة أخرى على نسبة (3.4%)، ضمت نطاقات جغرافية أخرى غير ذُكرت، هي كل من (مقر قيادة الجيش "الإسرائيلي" في فرقة غزة،

منظمات حقوق الإنسان في الخارج، مؤتمرات دولية، تركيا، رام الله، الداخل المحتل، مجلس الأمن، الأمم المتحدة، حيفا، القدس، تل أبيب، بحر غزة، مستشفيات "إسرائيل".

## 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

أ) موقع يدبوت أحرانوت: حاز نطاق السياج الحدودي الفاصل على النسبة الأكبر بواقع (80.1%)، ما نسبته (76.2%) منها غير محدد، ومنها أيضاً نسبة (1.8%) شمال القطاع ونسبة (1.6%) جنوب القطاع، ونسبة (0.5%) فقط وسط القطاع. فيما بلغ النطاق الجغرافي لمنطقة غلاف غزة ما نسبته (11.7%)، أما نطاق مدينة غزة فبلغت نسبته (4.2%)، في حيث حصلت فئة أخرى على نسبة (4.0%).

ب) موقع هارتس: حاز نطاق السياج الحدودي الفاصل على أكبر نسبة في موقع هارتس بنسبة (81.0%)، موزعة على أربع فئات فرعية، حيث حازت فئة غير محدد على النسبة الأكبر بواقع (56.0%)، فيما بلغت نسبة نطاق جنوب قطاع غزة على نسبة (10.1%)، مقابل نسبة (7.7%) شمال القطاع ونسبة (7.1%) في وسط القطاع. فيما بلغت نسبة النطاق الجغرافي لمنطقة غلاف غزة (14.9%)، مقابل (1.8%) لمدينة غزة، في الوقت الذي حصلت عليه فئة أخرى على نسبة (2.4%).

ج) موقع إسرائيل هيوم: حصل نطاق السياج الحدودي الفاصل لقطاع غزة على أعلى نسبة (77.5%)، منها (72.5%)، لم تحدد المكان بالضبط، فيما بلغت نسبة نطاق جنوب القطاع (4.4%) في مقابل (0.6%) لشمال القطاع، دون وجود أي نسبة لوسط القطاع. ومن ناحية أخرى بلغت نسبة النطاق الجغرافي لمنطقة غلاف غزة (16.9%) في مقابل (4.4%) لنطاق مدينة غزة، كما حصلت فئة أخرى على نسبة (1.3%).

## 3. أوجه الإتفاق والإختلاف بين مواقع الدراسة: يوضح الجدول السابق اتفاق مواقع الدراسة

فيما يخص تغطية النطاقات الجغرافية المشار إليها في الفئات الرئيسية والفرعية، باستثناء غياب فئة وسط القطاع من موقع إسرائيل هيوم، واهتمامه بالنطاق الجغرافي لمنطقة غلاف غزة بشكل أكبر من الموقعين الآخرين.

## عاشراً: كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري لكلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة، في مواقع

الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.10) يوضح كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

الإتجاه العام		موقع إسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت أحرونوت		التوزيع التكراري
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	كلام الصورة
96.1%	1102	100.0%	160	100.0%	168	94.5%	774	صورة بكلام (تعليق)
3.9%	45	0.0%	0	0.0%	0	5.5%	45	صورة بدون كلام (بدون تعليق)
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	المجموع

### 1. الإتجاه العام للناطق الجغرافي للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة:

يوضح الجدول السابق نشر مواقع الدراسة صوراً بكلام (تعليق) بنسبة (96.1%)، في مقابل نسبة قليلة من الصور التي نشرت بدون كلام (بدون تعليق) بلغت (3.9%).

### 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

أ) موقع يديعوت أحرونوت: اعتمد موقع يديعوت أحرونوت نشر الصور الصحفية لمسيرات العودة مصحوبة بتعليق بنسبة (94.5%)، في مقابل (5.5%) بدون تعليق.

ب) موقع هآرتس: لم ينشر موقع هآرتس أي صور خاصة بمسيرات العودة بدون كلام (بدون تعليق) حيث كانت جميع الصور التي نشرها مصحوبة بكلام.

ج) موقع إسرائيل هيوم: حازت فئة الصور المصحوبة بكلام (تعليق) على نسبة (100.0%) في موقع إسرائيل هيوم ولم ينشر الموقع أي صور بدون كلام.

3. أوجه الإتفاق والإختلاف بين مواقع الدراسة: من الملاحظ أن موقعي إسرائيل هيوم وهآرتس لم ينشرا أي صور بدون تعليق بخلاف موقع يديعوت أحرونوت الذي نشر (45) صورة.

## المبحث الثاني: نتائج تحليل شكل صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة ومناقشتها

يسلط هذا المبحث الضوء على نتائج تحليل شكل الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة، من حيث أسلوب عرضها، وشكلها الفني، وحجمها، وموقعها داخل الموقع وبالنسبة للموضوع، إضافة لموقع كلام الصورة واستخدام الصور الملونة والإطارات.

### أولاً: نوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لأسلوب عرضها في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري لنوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لأسلوب

عرضها في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.11) يوضح نوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لأسلوب عرضها في مواقع

الدراسة

الإتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت أحرونوت		التوزيع التكراري
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	نوع الصورة وفقاً لأسلوب عرضها
21.2%	243	56.9%	91	72.0%	121	3.8%	31	صورة مفردة
58.2%	667	33.1%	53	24.4%	41	70.0%	573	سلسلة صور
20.7%	237	10.0%	16	3.6%	6	26.3%	215	مشهد متعاقب
0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	صفحات مصورة
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	المجموع

### 1. الإتجاه العام لنوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لأسلوب عرضها:

تشير معطيات الجدول السابق إلى أن مواقع الدراسة فضّلت عرض الصور الصحفية الخاصة بمسيرات العودة بأسلوب سلسلة الصور، حيث بلغت نسبتها (58.2%) من إجمالي عينة الدراسة، في حين جاء أسلوب عرض الصور كصور مفردة في المرتبة الثانية بواقع (21.2%)، تلاها أسلوب عرض الصور كمشهد متعاقب بنسبة (20.7%)، في حين لم تستخدم مواقع الدراسة أسلوب الصفحات المصورة إطلاقاً.

### 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

أ) **موقع يديعوت أحرونوت:** عرض الموقع ما نسبته (70.0%) بأسلوب سلسلة الصور، ثم استخدم الموقع في المرتبة الثانية أسلوب المشهد المتعاقب بنسبة (26.3%)، في حين تم استخدام أسلوب الصورة المفردة بصورة قليلة بنسبة (3.8%).

ب) **موقع هآرتس:** جاء استخدام موقع هآرتس لأسلوب الصورة المفردة في المرتبة الأولى بنسبة

بلغت (72.0%)، في حين استخدم أسلوب سلسلة الصور في المرتبة الثانية بواقع (24.4%) وجاء أسلوب المشهد المتعاقب في المرتبة الثالثة بنسبة (3.6%).

**ج) موقع إسرائيل هيوم:** استخدم موقع إسرائيل هيوم أسلوب الصورة المفردة بنسبة أكبر من الأساليب الأخرى بلغت (56.9%)، في حين جاء أسلوب سلسلة الصور في المرتبة الثانية بنسبة (33.1%)، وجاء أسلوب المشهد المتعاقب في المرتبة الثالثة بنسبة (10.0%).

**3. أوجه الإتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة:** من الملاحظ ووفقاً للبيانات والمعطيات السابقة اتفاق جميع مواقع الدراسة على عدم استخدام أسلوب الصفحات المصورة، كما يلاحظ اتفاق موقعاً يديعوت أحرونوت ويسرائيل هيوم في اعتماد أسلوب سلسلة الصور بنسبة أكبر من موقع هآرتس، في حين برز استخدام موقع هآرتس لأسلوب الصورة المفردة بشكل أكبر من الموقعين الآخرين.

### ثانياً: الشكل الفني للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري للشكل الفني للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.12) يوضح الكشل الفني للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

الإتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت احرونوت		التوزيع التكراري
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الشكل الفني
1.2%	14	0.6%	1	0.6%	1	1.5%	12	الشكل المربع
98.8%	1133	99.4%	159	99.4%	167	98.5%	807	الشكل المستطيل
0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	الشكل الدائري
0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	اشكال هندسية غير تقليدية
0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	صورة محذوفة الخلفية (ديكوبيه)
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	المجموع

### 1. الإتجاه العام للشكل الفني للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة:

يتبين من خلال الجدول السابق أن مواقع الدراسة استخدمت الشكل المستطيل للصور الصحفية الخاصة بمسيرات العودة بنسبة كبيرة جداً، بلغت (98.8%)، في مقابل نسبة (1.2%) فقط للشكل المربع، فيما لم تستخدم مواقع الدراسة أيّاً من الأشكال الفنية الأخرى.

## 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

(أ) **موقع يديعوت أحرونوت:** استخدم موقع يديعوت أحرونوت الصور ذات الشكل المستطيل بنسبة (98.5%) فيما جاء في المرتبة الثانية استخدام الموقع للشكل المربع بنسبة (1.5%) فقط، ولم يستخدم الموقع أيًا من الأشكال الفنية الأخرى.

(ب) **موقع هآرتس:** حاز الشكل الفني المستطيل على المرتبة الأولى في موقع هآرتس بنسبة بلغت (99.4%)، مقابل استخدامه لنسبة (0.6%) فقط من الصور ذات الشكل المربع، ولم يستخدم الموقع أيًا من الأشكال الفنية الأخرى.

(ج) **موقع يسرائيل هيوم:** اعتمد موقع يسرائيل هيوم في نشره لصور مسيرات العودة على الصور ذات الشكل المستطيل بنسبة بلغت (99.4%)، مقابل استخدامه لنسبة (0.6%) فقط من الصور ذات الشكل المربع، ولم يستخدم الموقع أيًا من الأشكال الفنية الأخرى.

3. **أوجه الإتفاق والاختلاف في مواقع الدراسة:** يتبين وجود اتفاق بين مواقع الدراسة في استخدام الشكلين المستطيل والمربع وبذات النسب في موقعي هآرتس ويسرائيل هيوم، مع وجود عدد أكبر من الصور ذات الشكل المربع في عينة موقع يديعوت أحرونوت.

### ثالثاً: حجم الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري لحجم الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.13) يوضح حجم الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

الإتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت أحرونوت		التوزيع التكراري حجم الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
15.4%	177	59.4%	95	39.3%	66	2.0%	16	كبيرة
74.7%	857	40.0%	64	53.6%	90	85.8%	703	متوسطة
9.9%	113	0.6%	1	7.1%	12	12.2%	100	صغيرة
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	المجموع

### 1. الإتجاه العام لحجم الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة:

يوضح الجدول السابق أن مواقع الدراسة اعتمدت بالدرجة الأولى على صور مسيرات العودة ذات الحجم المتوسط بنسبة بلغت (74.7%) تلتها الصور كبيرة الحجم بنسبة (15.4%) فيما جاءت الصور صغيرة الحجم في المرتبة الثالثة بنسبة (9.9%).

## 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

أ) موقع يديعوت أحرونوت: اعتمد موقع يديعوت أحرونوت على صور مسيرات العودة متوسطة الحجم بنسبة كبيرة بلغت (85.8%)، تلتها الصور الصغيرة بنسبة (12.2%)، فيما بلغت نسبة نشره للصور الكبيرة (2.0%)

ب) موقع هآرتس: جاءت صور مسيرات العودة متوسطة الحجم في المرتبة الأولى في موقع هآرتس بنسبة (53.6%)، تلتها الصور كبيرة الحجم بنسبة (39.3%)، أما الصور الصغيرة فحظيت بأقل نسبة بلغت (7.1%).

ج) موقع إسرائيل هيوم: اعتمد موقع إسرائيل هيوم نشر صور مسيرات العودة ذات الحجم الكبير بنسبة أكبر من غيرها بلغت (59.4%)، تلتها الصور متوسطة الحجم بنسبة (40.0%) فيما لم يستخدم الصور الصغيرة الا بنسبة قليلة جدا بلغت (0.6%).

3. أوجه الإتفاق والإختلاف بين مواقع الدراسة: يتضح من خلال العرض السابق وجود اتفاق بين موقعي يديعوت أحرونوت وهآرتس باعتمادهما الأكبر على الصورة المتوسطة، بخلاف موقع إسرائيل هيوم الذي اعتمد على الصورة الكبيرة.

### رابعاً: موقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري لموقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.14) يوضح موقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل مواقع الدراسة

الاتجاه العام		موقع إسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت احرونوت		التوزيع التكراري موقع الصورة	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
22.3%	185	44.4%	71	41.1%	69	14.2%	116	الواجهة الرئيسية	داخل الموقع الإلكتروني
77.7%	962	55.6%	89	58.9%	99	85.8%	703	الواجهة الداخلية	
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	المجموع	

### 1. الإتجاه العام لموقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل مواقع الدراسة:

نشرت مواقع الدراسة صور المسيرات بنسبة أكبر في الواجهات الداخلية لمواقع الدراسة بنسبة بلغت (77.7%)، في مقابل (22.3%) تم نشرها على الواجهة الرئيسية لمواقع الدراسة.

## 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

- (أ) موقع يديعوت احرونوت: نشر موقع يديعوت أحرونوت صور المسيرات في الواجهات الداخلية بنسبة (85.8%)، في مقابل (14.2%) نشرت على الواجهة الرئيسية للموقع.
- (ب) موقع هآرتس: نشر الموقع صور مسيرات العودة في واجهاته الداخلية بنسبة (58.9%) في مقابل (41.1%) تم نشرها على الواجهة الرئيسية.
- (ج) موقع يسرائيل هيوم: نشر موقع يسرائيل هيوم غالبية صور المسيرات في واجهات الموقع الداخلية بنسبة (55.6%)، مقابل (44.4%) على الواجهة الرئيسية، علماً أن غالبية الصور التي نشرها على الواجهة الخارجية تكررت داخل الخبر في الواجهة الداخلية.
3. أوجه الإتفاق والإختلاف بين مواقع الدراسة: من الملاحظ أن مواقع الدراسة اتفقت في اعتمادها نشر النسبة الأكبر من صور مسيرات العودة في واجهاتها الداخلية، لكن اللافت أن موقع يسرائيل هيوم نشر صور المسيرات على الواجهة الرئيسية للموقع بنسبة أكبر من الموقعين الآخرين.

## خامساً: موقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل الموضوعات

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري لموقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل الموضوعات التي نشرتها مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.15) يوضح موقع صور مسيرات العودة داخل الموضوعات في مواقع الدراسة

الإتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت احرونوت		موقع الصورة التكراري	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
12.0%	138	40.0%	64	42.3%	71	0.4%	3	أعلى	داخل الموضوع
0.8%	9	1.9%	3	0.0%	0	0.7%	6	أسفل	
10.5%	120	0.0%	0	7.1%	12	13.2%	108	أحد الجانبين	
76.7%	880	58.1%	93	50.6%	85	85.7%	702	الوسط	
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	المجموع	

## 1. الإتجاه العام لموقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل الموضوعات:

يوضح الجدول السابق أن النسبة الأكبر من صور مسيرات العودة جاءت وسط الموضوعات التي نشرتها مواقع الدراسة بنسبة (76.7%)، فيما جاءت الصور التي نُشرت

أعلى الموضوعات في المرتبة الثانية بنسبة (12.0%)، تلاها نشر الصور على جانبي الموضوع بنسبة (10.5%)، أما الصور التي نشرت أسفل الموضوعات فبلغت (0.8%).

## 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

أ) موقع يديعوت أحرونوت: احتلت الصور التي جاءت وسط الموضوعات المرتبة الأولى بنسبة (85.7%)، وجاءت الصور التي نشرت على أحد جانبي الموضوع في المرتبة الثانية بنسبة (13.2%)، وفي المرتبة الثالثة الصور التي نشرت أسفل الموضوعات بنسبة (0.7%) في مقابل (0.4%) فقط نشرت أعلى الموضوعات.

ب) موقع هآرتس: بلغت نسبة الصور وسط الموضوعات التي نشرها الموقع (50.6%) تلتها الصور التي نشرت أعلى الموضوع بنسبة (42.3%) في مقابل (7.1%) نشرت على أحد جانبي الموضوع، فيما لم ينشر الموقع أي صور أسفل الموضوعات.

ت) موقع يسرائيل هيوم: نشر الموقع ما نسبته (58.1%) من صور مسيرات العودة وسط الموضوعات، في مقابل (40.0%) أعلى الموضوعات، ونسبة (1.9%) أسفلها، فيما لم ينشر الموقع أي صور على جانبي الموضوعات.

## 3. أوجه الإتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة: يتبين من خلال العرض السابق اتفاق مواقع

الدراسة على استخدام النسبة الأكبر من صور مسيرات العودة وسط الموضوعات، ولكنها اختلفت في نشرها في الأماكن الأخرى، حيث اهتم موقع يديعوت أحرونوت بالنشر على جانبي الموضوع أكثر من الموقعين الآخرين، فيما اهتم موقع هآرتس بالنشر أعلى الموضوع أكثر من الموقعين الآخرين، في الوقت الذي لم ينشر فيه موقع يسرائيل هيوم أي صور على جانبي الموضوعات نهائياً.

## سادساً: موقع كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري لموقع كلام (تعليق) الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.16) يوضح موقع كلام (تعليق) الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

الاتجاه العام		موقع إسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت أحرونوت		التوزيع التكراري	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
0.1%	1	0.0%	0	0.6%	1	0.0%	0	أعلى	داخل الموضوع
94.8%	1062	67.3%	105	98.8%	167	99.4%	790	أسفل	
0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	الجانب الأيمن	
0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	الجانب الأيسر	
5.1%	57	32.7%	51	0.6%	1	0.6%	5	على الصورة نفسها	
100.0%	1120	100.0%	156	100.0%	169	100.0%	795	المجموع <sup>(1)</sup>	

### 1. الاتجاه العام لموقع كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة:

يوضح الجدول السابق أن مواقع الدراسة نشرت كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة أسفل تلك الصور بنسبة كبيرة بلغت (94.8%)، تلاها نشر مواقع الدراسة لكلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة على الصورة نفسها بنسبة (5.1%)، فيما بلغت نسبة كلام الصورة الذي نشرته مواقع الدراسة أعلى تلك الصور أو على أحد جانبيها (0.1%) فقط، ولم يتم نشر أي تعليق على جانبي الصورة.

### 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

(أ) موقع يديعوت أحرونوت: جاء كلام صور المسيرات في موقع يديعوت أحرونوت أسفل الصورة بنسبة كبيرة جداً بلغت (99.4%)، مقابل (0.6%) فقط على الصورة نفسها، دون النشر في أماكن أخرى.

(ب) موقع هآرتس: نشر موقع هآرتس كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة أسفل تلك الصور بنسبة كبيرة جداً بلغت (98.8%) في مقابل (0.6%) أعلى الصورة ونسبة مماثلة لها على الصورة نفسها.

(ج) موقع إسرائيل هيوم: جاء كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة أسفل الصور في موقع إسرائيل هيوم في المرتبة الأولى بنسبة (67.3%)، فيما حصلت فئة على الصورة نفسها

(1) اختلاف المجموع نابع من أن بعض الصور وردت الكلام في أكثر من موقع، فيما بعضها الأخرى وردت بدون كلام، ولذلك نجد أن العدد أقل من المجموع في كل موقع من المواقع الثلاثة، باستثناء هآرتس حيث جاء التعليق في صورة واحدة أسفلها وعلى الصورة ذاتها في نفس الوقت.

على المرتبة الثانية بنسبة (32.7%)، دون النشر في أماكن أخرى.

3. أوجه الإتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة: اتفقت مواقع الدراسة على أن وجو كلام الصورة الصحفية أسفلها، كما اتفقت في عدم نشر كلام الصور على أحد الجانبين، فيما نشر موقع هآرتس كلام صورة واحدة أعلاها والتي يمكن اعتبارها حالة شاذة، فيما امتاز موقع يسرائيل هيوم بنشره كلام الصورة على الصورة نفسها بنسبة كبيرة مقارنة بالموقعين الآخرين بلغت (32.7%).

سابعاً: استخدام الألوان في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري لاستخدام الألوان في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.17) يوضح استخدام الألوان في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

الإتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت احرونوت		التوزيع التكراري استخدام الألوان
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	صورة ملونة
0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	صورة غير ملونة
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	المجموع

1. الإتجاه العام لاستخدام الألوان في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة: استخدمت مواقع الدراسة الصور الملونة بنسبة (100.0%).

2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة: اتفقت مواقع الدراسة بنسبة (100.0%).

ثامناً: استخدام الإطارات في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري لاستخدام الإطارات في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.18) يوضح استخدام الإطارات في صور الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

الإتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت احرونوت		التوزيع التكراري استخدام إطار للصورة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	صورة بدون إطار
0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	صورة بإطار
100.0%	1147	100.0%	160	100.0%	168	100.0%	819	المجموع

**1. الإتجاه العام لاستخدام الألوان في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة:**

تشير معطيات الجدول السابق إلى أن مواقع الدراسة استخدمت الصور دون إطار بشكل مطلق، ولم تنشر أي صور بإطار.

**2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:** من الملاحظ أن كل مواقع الدراسة نشرت صوراً بدون إطارات بنسبة مئة بالمائة، ولم تنشر أي صور بإطارات.

### المبحث الثالث: نتائج تحليل أطر صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة

نظراً لأهمية الأطر الخبرية للصورة الصحفية لمسيرات العودة، وما انبنى عليها من أهمية في دراسة دلالات تأطيرها، وبسبب اعتماد الباحث عليها بشكل أساسي في دراسة دلالة استخدام وتأطير كل إطار من أطر صور المسيرات، فقد ارتأى أن يفرد لها في مبحث خاص، حيث كان من المفترض أن ترد ضمن فئات تحليل المضمون.

ويهدف هذا المبحث إلى الكشف عن السمات العامة للأطر الخبرية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية عينة الدراسة، ويستعرض عدداً من الأطر الخبرية التي وردت فيها، مع الوقوف على أوجه الإتفاق والإختلاف بين استخدام مواقع الدراسة لها.

أولاً: أنواع أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة المستخدمة في مواقع الدراسة

يبين الجدول الآتي التوزيع التكراري لأنواع أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة

المستخدمة في مواقع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4.19) يوضح أنواع أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

الاتجاه العام		موقع إسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت أحرونوت		التوزيع التكراري	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	إطار الصورة	
18.3%	1147	17.7%	160	17.5%	168	18.6%	819	إطار الصراع	
3.6%	223	1.8%	16	3.2%	31	4.0%	176	المتظاهرون	إطار الاهتمامات الإنسانية
5.1%	322	5.1%	46	3.7%	36	5.5%	240	الجيش والمستوطنون	
8.7%	545	6.8%	62	7.0%	67	9.5%	416	المجموع	
1.3%	81	0.8%	7	0.7%	7	1.5%	67	الفلسطينيون	إطار النتائج الاقتصادية
4.0%	253	4.6%	42	3.2%	31	4.1%	180	المستوطنون	
5.3%	334	5.4%	49	4.0%	38	5.6%	247	المجموع	
15.0%	943	15.5%	140	12.8%	123	15.5%	680	الفصائل الفلسطينية	إطار المسؤولية
3.2%	203	2.2%	20	4.7%	45	3.1%	138	"الجيش والحكومة الإسرائيلية"	
18.3%	1146	17.7%	160	17.5%	168	18.6%	818	المجموع	
13.3%	831	15.9%	144	17.1%	164	11.9%	523	الإطار الأخلاقي	
13.6%	850	15.8%	143	15.1%	144	12.8%	562	الربح والخسارة	إطار الإستراتيجية
4.7%	294	2.2%	20	2.7%	24	5.6%	248	النصر والهزيمة	
18.3%	1144	18.0%	163	17.8%	168	18.4%	810	المجموع	
1.6%	101	0.7%	6	0.6%	6	2.0%	89	"إطار الدعم والمساندة للجيش الإسرائيلي"	
1.3%	82	0.9%	8	1.0%	10	1.5%	64	إطار تهديد وتخويف المتظاهرين	
1.6%	103	0.9%	8	1.1%	11	1.9%	84	إطار البدائل	
13.3%	834	16.1%	146	16.4%	158	12.0%	530	إطار الحق الشرعي في دفاع إسرائيل عن نفسها	
0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	أخرى	
100.0%	6267	100.0%	906	100.0%	961	100.0%	4400	المجموع <sup>(1)</sup>	

(1) المجموع أكبر من العينة حيث إن الكثير من الصور تتضمن تحت أكثر من إطار صحفي.

## 1. الاتجاه العام لأطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة:

بلغ مجموع أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة (6267) إطاراً، موزعة على عشرة أطر، حيث حظيت أطر الصراع والمسؤولية والإستراتيجية بالمرتبة الأولى من بين أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة بنسبة بلغت (18.3%) لكل منها، تلاها الإطار الأخلاقي وإطار الحق الشرعي ل "إسرائيل" في الدفاع عن نفسها بنسبة (13.3%)، لكل منهما، تلاهما إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة بلغت (8.7%)، تلاه إطار النتائج الاقتصادية في المرتبة السابعة بنسبة (5.3%)، ثم إطاري دعم ومساندة الجيش والبدائل بنسبة (1.6%)، لكل منهما، تلاهما إطار تهديد وتخويف المتظاهرين بنسبة بلغت (1.3%).

## 2. على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة:

(أ) موقع يديعوت أحرونوت: تصدر إطاري الصراع والمسؤولية في موقع يديعوت أحرونوت بنسبة (18.6%) لكل منهما، تلاهما إطار الإستراتيجية بنسبة (18.4%)، تلاه إطار الحق الشرعي ل "إسرائيل" في الدفاع عن نفسها بنسبة (12.0%)، ثم الإطار الأخلاقي بنسبة (11.9%)، تلاه إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة (9.5%)، تلاه إطار النتائج الاقتصادية بنسبة (5.6%)، تلاه إطار دعم ومساندة الجيش "الإسرائيلي" بنسبة (2.0%) تلاه إطار البدائل بنسبة (1.9%)، ثم إطار تهديد وتخويف المتظاهرين بنسبة (1.55%).

(ب) موقع هآرتس: احتل إطار الإستراتيجية المرتبة الأولى في أطر الصور الصحفية لمسيرات العودة التي نشرها موقع هآرتس بنسبة (17.8%)، تلاه إطاري الصراع والمسؤولية بنسبة (17.5%) لكل منهما، تلاهما الإطار الأخلاقي بنسبة (17.1%)، تلاه إطار الحق الشرعي ل "إسرائيل" في الدفاع عن نفسها بنسبة (16.4%)، تلاه إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة (7.0%)، ثم إطار النتائج الاقتصادية بنسبة (4.0%)، ثم إطار البدائل بنسبة (1.1%) تلاه إطار تهديد وتخويف المتظاهرين بنسبة (1.0%) وأخيراً إطار الدعم والمساندة للجيش "الإسرائيلي" بنسبة (0.6%).

(ج) موقع إسرائيل هبوم: احتل إطار الإستراتيجية المرتبة الأولى أيضاً بنسبة (18.0%)، تلاه إطاري الصراع والمسؤولية بنسبة (17.7%) لكل منهما، تلاهما إطار الحق الشرعي ل "إسرائيل" في الدفاع عن نفسها بنسبة (16.1%)، تلاه الإطار الأخلاقي بنسبة (15.9%)، ثم إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة (6.8%)، تلاه إطار النتائج الاقتصادية بنسبة (5.4%)، تلاه إطاري تهديد وتخويف المتظاهرين والبدائل بنسبة (0.9%) لكل منهما، فيما جاء إطار دعم ومساندة الجيش "الإسرائيلي" في المرتبة الأخيرة بنسبة (0.7%).

3. أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة: من الملاحظ وجود اتفاق بين موقعي هآرتس ويسرائيل هيوم في تقديم إطار الإستراتيجية على غيره من الأطر حيث احتل فيهما المرتبة الأولى بعكس ידיعوت أحرنونت الذي قدّم إطراري الصراع والمسؤولية على إطار الإستراتيجية، وفيما احتل إطار الحق الشرعي ل "إسرائيل" في الدفاع عن نفسها المرتبة الثالثة في كل من ידיعوت أحرنونت ويسرائيل هيوم، قدمت هآرتس الإطار الأخلاقي عليه، في حين اتفقت مواقع الدراسة في ترتيب إطراري الاهتمامات الإنسانية والنتائج الإقتصادية.

### ثانياً: نتائج استخدام وتوظيف كل إطار من أطر الصورة على حده

#### 1. إطار الصراع:

جدول (4.20) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار الصراع في مواقع الدراسة

الاتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع ידיعوت أحرنونت		التوزيع التكراري
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
18.3%	1147	17.7%	160	17.5%	168	18.6%	819	إطار الصراع

بلغ الإتجاه العام لإطار الصراع في مواقع الدراسة (18.3%) في حين تصدر موقع ידיعوت أحرنونت النتائج على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة بواقع (18.6%) في مقابل (17.5%) لموقع هآرتس و (17.7%) لموقع يسرائيل هيوم.

#### 2. إطار الاهتمامات الإنسانية:

جدول (4.21) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار الاهتمامات الإنسانية

الاتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع ידיعوت أحرنونت		التوزيع التكراري
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3.6%	223	1.8%	16	3.2%	31	4.0%	176	إطار المتظاهرون
5.1%	322	5.1%	46	3.7%	36	5.5%	240	إطار الاهتمامات الإنسانية
8.7%	545	6.8%	62	7.0%	67	9.5%	416	إطار الجيش والمستوطنون
								إطار المجموعة

بلغ الإتجاه العام لإطار الاهتمامات الإنسانية في مواقع الدراسة (8.7%)، أغلبها اهتمامات إنسانية بالجيش والمستوطنين بنسبة (5.1%) والباقي بالمتظاهرين، وقد استخدم موقع ידיعوت أحرنونت هذا الإطار بنسبة أكبر من الموقعين الآخرين بلغت (9.5%) في مقابل

(7.0%) في موقع هآرتس، و(6.8%) في موقع يسرائيل هيوم، علماً أن جميع مواقع الدراسة اهتمت بالاهتمامات الإنسانية الخاصة بالجيش والمستوطنين أكثر من المتظاهرين.

### 3. إطار النتائج الاقتصادية:

جدول (4.22) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار النتائج الاقتصادية

الاتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت أحرونوت		التوزيع التكراري إطار الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1.3%	81	0.8%	7	0.7%	7	1.5%	67	الفلسطينيون
4.0%	253	4.6%	42	3.2%	31	4.1%	180	المستوطنون
5.3%	334	5.4%	49	4.0%	38	5.6%	247	المجموع <sup>(1)</sup>

بلغ الإتجاه العام لإطار النتائج الاقتصادية في مواقع الدراسة (5.3%)، أغلبها ضمن النتائج الاقتصادية الخاصة بالمستوطنين بنسبة (4.0%) والباقي خاص بالفلسطينيين، وقد استخدم موقع يديعوت أحرونوت هذا الإطار أكثر من الموقعين الآخرين، حيث استخدمه موقع هآرتس بنسبة (4.0%) في مقابل (5.4%) في موقع يسرائيل هيوم، علماً أن جميع مواقع الدراسة اهتمت بالنتائج الاقتصادية للمستوطنين أكثر من الفلسطينيين.

### 4. إطار المسؤولية:

جدول (4.23) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار المسؤولية

الاتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت أحرونوت		التوزيع التكراري إطار الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
15.0%	943	15.5%	140	12.8%	123	15.5%	680	الفصائل الفلسطينية
3.2%	203	2.2%	20	4.7%	45	3.1%	138	"الجيش والحكومة الإسرائيلية"
18.3%	1146	17.7%	160	17.5%	168	18.6%	818	المجموع

بلغ الإتجاه العام لاستخدام مواقع الدراسة لإطار المسؤولية (18.3%) غالبيتها حملت المسؤولية عن الأحداث للفصائل الفلسطينية بنسبة (15.0%) والباقي للجيش والحكومة الإسرائيلية"، وقد استخدمه موقع يديعوت أحرونوت بأعلى نسبة بلغت (18.6%) في مقابل

<sup>(1)</sup> المجموع أقل من عينة مواقع الدراسة، حيث إنه ليس كل الصورة فيها نتائج اقتصادية أو اهتمام بهذا الجانب، وهذا ملاحظ في نتائج الأطر الأخرى في النتائج اللاحقة.

(17.5%) لموقع هارتس و (17.7%) لموقع يسرائيل هيوم، علماً أن جميع مواقع الدراسة حملت الفصائل الفلسطينية المسؤولية عن الأحداث بنسبة أكبر من الجيش والحكومة "الإسرائيلية"

#### 5. الإطار الأخلاقي:

جدول (4.24) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة للإطار الأخلاقي

الاتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هارتس		موقع يديعوت احرونوت		التوزيع التكراري إطار الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
13.3%	831	15.9%	144	17.1%	164	11.9%	523	الإطار الأخلاقي

بلغ الإتجاه العام لاستخدام مواقع الدراسة للإطار الأخلاقي (13.3%)، وكان موقع هارتس أكثر مواقع الدراسة استخداماً له بنسبة (17.1%) في مقابل (15.9%) في موقع يسرائيل هيوم، و(11.9%) في موقع يديعوت أحرونوت.

#### 6. إطار الإستراتيجية:

جدول (4.25) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار الإستراتيجية

الاتجاه العام		موقع يسرائيل هيوم		موقع هارتس		موقع يديعوت احرونوت		التوزيع التكراري إطار الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
13.6%	850	15.8%	143	15.1%	144	12.8%	562	الريح والخسارة
4.7%	294	2.2%	20	2.7%	24	5.6%	248	النصر والهزيمة
18.3%	1144	18.0%	163	17.8%	168	18.4%	810	المجموع

بلغ الإتجاه العام لاستخدام مواقع الدراسة لإطار الإستراتيجية (18.3%) غالبيتها ضمن فئة الريح والخسارة بنسبة (13.6%) والباقي ضمن فئة النصر والهزيمة، فيما استخدمه موقع يديعوت أحرونوت بأعلى نسبة بلغت (18.4%) في مقابل (17.8%) لموقع هارتس و(18.0%) لموقع يسرائيل هيوم، علماً أن جميع مواقع الدراسة قدّمت فئة الريح والخسارة على فئة النصر والهزيمة.

## 7. إطار الدعم والمساندة للجيش "الإسرائيلي":

جدول (4.26) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار الدعم والمساندة للجيش "الإسرائيلي"

الاتجاه العام		موقع إسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت أحرونوت		التوزيع التكراري إطار الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1.6%	101	0.7%	6	0.6%	6	2.0%	89	إطار الدعم والمساندة للجيش "الإسرائيلي"

بلغ الإتجاه العام لاستخدام مواقع الدراسة لإطار الدعم والمساندة للجيش "الإسرائيلي" (1.6%)، حيث استخدم موقع يديعوت أحرونوت هذا الإطار أكثر من الموقعين الآخرين بنسبة (2.0%) في مقابل (0.6%) في موقع هآرتس، و (0.7%) في موقع إسرائيل هيوم.

## 8. إطار تهديد وتخويف المتظاهرين:

جدول (4.27) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار تهديد وتخويف المتظاهرين

الاتجاه العام		موقع إسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت أحرونوت		التوزيع التكراري إطار الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1.3%	82	0.9%	8	1.0%	10	1.5%	64	إطار تهديد وتخويف المتظاهرين

بلغ الإتجاه العام لاستخدام مواقع الدراسة لإطار تهديد وتخويف المتظاهرين (1.3%)، علماً أن موقع يديعوت أحرونوت استخدمه أكثر من الموقعين الآخرين بنسبة (1.5%) في مقابل (1.0%) في موقع هآرتس، و (0.9%) في موقع إسرائيل هيوم.

## 9. إطار البدائل:

جدول (4.28) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار البدائل

الاتجاه العام		موقع إسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت أحرونوت		التوزيع التكراري إطار الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1.6%	103	0.9%	8	1.1%	11	1.9%	84	إطار البدائل

بلغ الإتجاه العام لاستخدام مواقع الدراسة لإطار البدائل (1.6%)، بنسبة (1.9%) في موقع يديعوت، في مقابل (1.1%) في موقع هآرتس، و(0.9%) في موقع إسرائيل هيوم.

#### 10. إطار ادعاء الحق الشرعي ل "إسرائيل" في الدفاع عن نفسها:

جدول (4.29) يوضح نتائج استخدام مواقع الدراسة لإطار الحق الشرعي لإسرائيل في الدفاع عن نفسها

الاتجاه العام		موقع إسرائيل هيوم		موقع هآرتس		موقع يديعوت أحرونوت		التوزيع التكراري إطار الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
13.3%	834	16.1%	146	16.4%	158	12.0%	530	إطار ادعاء الحق الشرعي في دفاع "إسرائيل" عن نفسها

بلغ الإتجاه العام لهذا الإطار نسبة (13.3%)، وهي نسبة عالية مقارنة بالأطر الأخرى، وقد استخدمه موقع هآرتس أكثر من الموقعين الآخرين بنسبة (16.4%)، في مقابل (16.1%) في موقع إسرائيل هيوم، و (12.0%) في موقع يديعوت أحرونوت.

## الفصل الخامس

### مناقشة النتائج والتوصيات

## تمهيد

يتناول هذا الفصل في مباحثه الثلاثة، مناقشة نتائج الدراسة بمستوياتها الثلاثة تحليل المضمون وتحليل الشكل وتحليل الأطر الخبرية للصورة الصحفية لمسيرات العودة، ودلالة استخدام وتوظيف كل إطار منها، وذلك على النحو الآتي:

**المبحث الأول:** مناقشة نتائج تحليل مضمون الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.

**المبحث الثاني:** مناقشة نتائج تحليل شكل الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة.

**المبحث الثالث:** مناقشة نتائج تحليل أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة ودلالات استخدام كل إطار منها.

**المبحث الرابع:** ملخص نتائج الدراسة والتوصيات.

## المبحث الأول: مناقشة نتائج تحليل مضمون صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة

يتناول هذا المبحث مناقشة نتائج تحليل مضمون صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة من حيث مستوى الاهتمام، وطبيعة الموضوعات وترتيب أولويات تناولها، وأهداف الصورة الصحفية لمسيرات العودة واتجاهها ومصادرها والشخصيات المحورية فيها والدلالات الرمزية المستخدمة ونوع الصورة وفقاً لمحتواها والنطاق الجغرافي الذي غطته وكلامها أو التعليق المرافق لها، وذلك على النحو الآتي:

### أولاً: مستوى اهتمام مواقع الدراسة بالصورة الصحفية لمسيرات العودة

كشفت نتائج الدراسة اهتمام موقع يديعوت أحرونوت بالصورة الصحفية لمسيرات العودة بدرجة أكبر من الموقعين الآخرين، بنسبة (71.4%)، في حين جاء موقع هآرتس في المرتبة الثانية بنسبة (14.6%)، تلاه موقع إسرائيل هيووم بنسبة (13.9%).

ويُرجع الباحث تزايد اهتمام موقع يديعوت أحرونوت بالصورة الصحفية لمسيرات العودة لعدة اعتبارات: أولها ما يتمتع به الموقع من شعبية وانتشار واسع داخل "إسرائيل"، وثانيها أن الموقع يدعم سياسات وإجراءات الحكومات المنتخبة، وقد أعلن ذلك صراحة، كما أنه يولي الشأن الفلسطيني اهتماماً بالغاً في كافة القضايا والمجالات لا سيما ما يتعلق منها بأطر الصراع والمسؤولية في كافة القضايا والأحداث اليومية والموسمية، وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة ربابعة<sup>(1)</sup>، حيث أثبتت دراسته أن صحيفة يديعوت أحرونوت اهتمت بالصور الصحفية للحرب على غزة 2014م أكثر من صحيفة معاريف في حينه.

ومن ناحية أخرى فإن للمواقع "الإسرائيلية" تأثير في الواقع الصحفي الفلسطيني وهذا ما أثبتته دراسة الأطرش<sup>(2)</sup> من حيث اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو المصادر "الإسرائيلية"، وهذا يفسر احتفاظ موقع يديعوت أحرونوت بتغطية قضايا الصراع أكثر من غيره من المواقع، ووفقاً لمتابعة الباحث حول ما أثير داخل "إسرائيل" من قضايا وشبهات فساد حول رئيس الوزراء "الإسرائيلي" بنيامين نتنياهو في الملف المسمى (2000) والمتعلق بالتفاوض مع ناشر صحيفة "يديعوت أحرونوت" أرنون موزيس، للحصول على تغطية إخبارية منحازة مقابل التضييق على صحيفة "إسرائيل هيووم" المنافسة<sup>(3)</sup>، حيث يتضح من خلال النتائج اللاحقة للدراسة أن موقع يديعوت أحرونوت انحاز بشكل واضح لصالح الجيش والحكومة "الإسرائيلية".

(1) ربابعة، دور الصورة الصحفية في الصحافة ال"إسرائيلية" في حرب غزة 2014، دراسة تحليلية مقارنة على يديعوت أحرونوت ومعاريف.

(2) الأطرش، اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو المصادر ال"إسرائيلية"، دراسة ميدانية.

(3) " موقع عرب 48، الملف 2000": من توسط بين نتنياهو وموزيس؟ (موقع إلكتروني).

وأيضاً نشرت صحيفة "يديعوت احرونوت" مقالة باللغتين العبرية والعربية عن مسيرات العودة الكبرى، تتوسل فيها الفلسطينيين لعدم الزحف تجاه السياج الفاصل، وناشد الكاتب اليميني في الصحيفة بن درور يميني الفلسطينيين لعدم المشاركة في المسيرة وعدم الاقتراب من الحدود، وهو أمر يعكس حالة الرعب الذي تعيشه "إسرائيل"، لاسيما مع هروب آلاف المستوطنين من البلدات "الإسرائيلية" المحاذية لغزة إلى وسط فلسطين المحتلة<sup>(1)</sup>. كل ذلك يشير إلى مدى اهتمام صحيفة يديعوت احرونوت وموقعها الإلكتروني بالمسيرات، ويعكس أجندة داخلية لديها في تغطيتها على مدار أكثر من عام ونصف.

## ثانياً: موضوعات الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

### 1. المسيرات الشعبية:

أظهرت نتائج الدراسة حصول موضوع المسيرات الشعبية على نسبة (21.7%) في الاتجاه العام لمواقع الدراسة في حين ركز عليه موقع إسرائيل بنسبة أكبر بلغت (23.3%) تلاه موقع يديعوت احرونوت بنسبة (21.6%) ثم موقع هآرتس بنسبة (20.9%). ويرى الباحث أن حصول موضوع المسيرات الشعبية على المرتبة الأولى، نابع من كونها التطور الأبرز في العامين الأخيرين على جبهة قطاع غزة، وكون السياج الحدودي مسرحاً للمواجهات بين الجيش والمتظاهرين، وهذا يتفق مع ما تفترضه نظرية ترتيب الأولويات بأن وسائل الإعلام لها دور مهم في انتقاء وتسليط الضوء على بعض الأحداث والقضايا<sup>(2)</sup>، وبالتالي سعت مواقع الدراسة لتغطيته باعتباره حديث الساعة، أما سر اهتمام موقع إسرائيل هيوم بموضوع المسيرات أكثر من غيره في عينة الدراسة فمرده لعدة أسباب أبرزها: أن الموقع يتبع سياسة تحريضية على قطاع غزة وعلى المتظاهرين أكثر من الموقعين الآخرين، وكانت المواد الصحفية التي نشرها خلال فترة الدراسة تصبُّ في هذا الاتجاه، ووصف المتظاهرين بالمخربين وطالب بإجراءات أكثر حدة ضدهم، والأمر الآخر أن السمة الأبرز في تركيزه على هذا الموضوع هو دعم الجيش في كافة إجراءاته والتركيز على ما يتعرض له من مخاطر.

وقد عبّر عن ذلك ما كتبه يوآف ليمور الخبير العسكري في صحيفة إسرائيل هيوم، أن مسيرات العودة الفلسطينية شكلت تحدياً حقيقياً وجاداً للقوات العسكرية "الإسرائيلية"، ووجود تقدير لدى الجيش بأن حماس قد لا يكون لديها رغبة بتدهور الوضع الميداني خلال هذه المسيرات، لكنهم يعترفون بأن هذه الأوضاع الأمنية قد تتدرج وتخرج عن السيطرة، مما

(1) موقع وكالة وطن للأنباء، للمرة الأولى: الصحف العبرية تكتب بالعربية، (موقع إلكتروني).  
(2) المشاقبة، نظريات الإعلام، ص 92.

يجعلهم يتحضرون للسيناريو الأسوأ والأكثر تطرفاً (1).

وفي دراسة أعدها معهد أبحاث الأمن القومي التابع لجامعة تل أبيب، أوردت العبارة الدعائية المشهورة القائلة بأن "الصورة تساوي ألف كلمة"، ولذلك اجتاحت صور الفلسطينيين المدنيين السلميين وهم يتعرضون لنيران الجيش "الإسرائيلي" شبكات التواصل ومواقع الإنترنت، وبالتالي فشلت "إسرائيل" في نزع الشرعية عن المسيرات الفلسطينية، وتوصيفها على أنها أعمال إرهابية (2). كما يرى الباحث أن هذه النتيجة تتفق مع دراسة عيسى (3) حول سيميائية كاريكاتير مسيرات العودة في الصحافة الفلسطينية حيث جاء موضوع الصمود في المرتبة الأولى والذي تمثله هنا المسيرات الشعبية، كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة أبو قوطة (4) التي أشارت لتعدد موضوعات مسيرات العودة حيث جاءت فئة القضايا المتعلقة بأفعال المتظاهرين في الترتيب الأول عنده بنسبة 41.5%.

## 2. موضوع وصول المتظاهرين للسياح الفاصل:

أظهرت نتائج الدراسة حصول موضوع وصول المتظاهرين للسياح الفاصل على المرتبة الثانية بنسبة (18.1%) في الاتجاه العام لمواقع الدراسة، حيث كانت نسبته الأعلى في موقع هآرتس بنسبة (18.9%)، تلاه موقع يديعوت أحرونوت بنسبة (18.1%) ثم موقع يسرائيل هيوم بنسبة (17.4%).

ويرى الباحث أن اهتمام مواقع الدراسة به، نابغ بالأساس من تخوفات عامة لدى القيادة السياسية والعسكرية "الإسرائيلية" بإمكانية تجاوز هذه الأعداد للسياح الفاصل وتطور الأحداث لمواجهة شاملة، ومما لا شك فيه أيضاً أن اهتمام موقع هآرتس بقضية الاعتداء على المتظاهرين له دلالة متعلقة بتوجهات الموقع اليسارية، الناقدة للحكومة بشكل عام، والتي تأخذ في بعض الأحيان النزعة الإنسانية وتحاول الظهور بمظهر الداعم لحقوق الإنسان وقد لاحظ الباحث خلال فترة الدراسة أن الموقع ركز بشكل أكبر من الموقعين الآخرين على مسألة حصار غزة وضرورة إيجاد حل انساني لها، علماً أن نتائج هذه الموضوعات في مواقع الدراسة تتعارض مع نتائج دراسة الرنتيسي (5)، وذلك نظراً لتناوله الصحف الفلسطينية وليس الإسرائيلية أو مواقعها الإلكترونية.

(1) موقع شاشة نيوز، كيف تناول الإعلام العبري مسيرة العودة الكبرى بغزة؟ (موقع إلكتروني).

(2) موقع عربي 21، دراسة "إسرائيلية": مسيرات العودة كشفت فشل إسرائيل استراتيجياً، (موقع إلكتروني).

(3) عيسى، سيميائية كاريكاتير مسيرات العودة في الصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة.

(4) أبو قوطة، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحو مسيرات العودة 2018م، عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال "الإسرائيلي".

(5) الرنتيسي، الأطر الخبرية لمسيرات العودة الكبرى في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

وقد انتقدت الصحيفة وموقعها الإلكتروني قتل الجيش "الإسرائيلي" للصحفيين والممرضين، ووجهت انتقاداً حاداً للجيش "الإسرائيلي"؛ بعد قتله الصحفي مرتجى، ولفتت إلى أن "إطلاق النار على الصحفيين عمل إجرامي وفقاً لكل المعايير"، وأن مرتجى كان يرتدي سترة زرقاء عليها عبارة صحافة بأحرف إنجليزية كبيرة، وكان يقف على بعد 350 متراً من السياج الحدودي ولم يعبر الخط وعلى الأرجح رأى القناص ("الإسرائيلي") الذي أطلق النار عليه أنه غير مسلّح، ولم يكن في المنطقة المحظورة<sup>(1)</sup>.

### 3. موضوع منع الإقتراب من الحدود أو تنفيذ عمليات:

أظهرت نتائج الدراسة حصول موضوع منع الإقتراب من الحدود أو تنفيذ عمليات على المرتبة الثالثة بنسبة (16.0%) بشكل عام، وأن موقع إسرائيل هيوم ركز عليه بشكل أكبر من الموقعين الآخرين إذ حصل على نسبة (16.9%) مقابل (16.8%) في موقع هآرتس، و (15.7%) في موقع يديعوت أحرونوت.

ويرى الباحث أن هذا الموضوع شكّل جُلّ اهتمام مواقع الدراسة، لا سيما في المادة الإخبارية المصاحبة لصور المسيرات، واتبعت مواقع الدراسة سياسية اعتبار غزة كياناً معادياً وعدم القناعة باكتفاء المتظاهرين بوسائل سلمية، وأن الطبيعة العسكرية لقطاع غزة، بوجود الفصائل والأذرع العسكرية، تحتم على الجيش التيقظ بدرجة كبيرة.

وكانت دراسة "إسرائيلية" أوضحت أن مسيرات العودة الفلسطينية التي اندلعت منذ أواخر آذار/مارس على حدود قطاع غزة كشفت عن إنجاز عملياتي إسرائيلي تمثل بمنع الفلسطينيين من اقتحام الحدود، مقابل فشل استراتيجي في عدم القدرة على تسويق الرواية "الإسرائيلية" أمام الرأي العام العالمي<sup>(2)</sup>.

اللافت أن الكاتب والمحلل السياسي يوف ليمور، في "إسرائيل هيوم"، وصف تسلل الفلسطينيين من غزة، بأنه فشل أمني وعسكري إسرائيلي كامل، خصوصاً أنه حدث بالضبط عندما يفترض أن يكون الجيش في ذروة التأهب<sup>(3)</sup>. ومن ناحية أخرى رصد الباحث اهتماماً بالغاً لمواقع الدراسة بتعزيزات الجيش العسكرية على حدود غزة خشية حدوث عمليات تسلل، وقد اهتمت مواقع الدراسة بالوضع المعيشي الهش لمستوطني الغلاف ونقلت تقارير المخاوف التي تتنبأهم من احتمالية اقتحام المتظاهرين الحدود أو حدوث عمليات تسلل وتنفيذ عمليات داخل

(1) موقع الخليج أون لاين، "هآرتس" تنتقد إسرائيل: قتل صحفيي غزة عمل إجرامي، (موقع إلكتروني).

(2) موقع عربي 21، دراسة "إسرائيلية": مسيرات العودة كشفت فشل إسرائيل استراتيجياً، (موقع إلكتروني).

(3) موقع فلسطين اليوم، الإعلام العبري: التسلل من غزة يخلط الأوراق ويفقد الإحساس بالأمن، (موقع إلكتروني).

تلك المستوطنات. كما يرى الباحث أن مواقع الدراسة ضللت المجتمع الإسرائيلي، بإظهار أن المسيرات مسيسة وليست نابعة من إرادة شعبية، وأن قطاع غزة بؤرة "للإرهاب" وإطلاق الصواريخ، وقد كان دور الرقابة العسكرية واضحاً في تسويق هذه الرواية بل إن هذه المواقع اعتمدت في كثير من صورها على مصور الجيش "الإسرائيلي".

#### 4. موضوع التجهيزات الأمنية قرب السياج:

أظهرت نتائج الدراسة حصول موضوع التجهيزات الأمنية قرب السياج على المرتبة الرابعة في مواقع الدراسة بنسبة (10.7%) في الاتجاه العام، حيث ركز موقع يسرائيل هيوم عليه بنسبة أكبر من الموقعين الآخرين بلغت (12.8%) في مقابل (12.3%) في موقع هارتس، و (9.9%) في موقع يديعوت أحرونوت.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة أبو قوطة<sup>(1)</sup> التي أوضحت أن القضايا المتعلقة بأفعال الجيش "الإسرائيلي" جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 20.1%، ويرى الباحث أن موضوع التجهيزات الأمنية قرب السياج، شغل اهتمام القيادة العسكرية "الإسرائيلية" خلال العامين الماضيين بشكل كبير جداً، وقد تزامن ذلك مع استمرار الجيش ببناء السياج الإسمنتي على طول حدود غزة، حيث أن غياب تجهيزات وتحصينات منيعة أرهق الجيش "الإسرائيلي" بشكل لافت على مدار مسيرات العودة.

ويدعم ذلك ما نشره عدد من المحللين "الإسرائيليين" من أن المسيرات على حدود غزة نجحت في استنزاف نصف الجيش الصهيوني قرب القطاع، وهي الساحة العسكرية الأقل راحة بالنسبة للجيش، في ظل نجاح الفلسطينيين في تسليط الأضواء مجدداً على قضيتهم، بعد أن طواها النسيان وأصابها الذبول لفترة طويلة، رغم ما يحمله ذلك من فرص جديّة بالتصعيد العسكري، وأن الفلسطينيين نجحوا في إشغال الجيش، ولئن أخفقوا في اجتياز السياج الفاصل عملياً، لكن المسألة باتت تراودهم فعلياً من ناحية الوعي والتفكير<sup>(2)</sup>.

#### 5. موضوع الاعتداء على المتظاهرين:

أظهرت نتائج الدراسة، حصول موضوع الاعتداء على المتظاهرين على المرتبة الخامسة من بين موضوعات صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة بنسبة (10.2%) في الاتجاه العام، في حين كان التركيز عليه موقع هارتس أكثر من الموقعين الآخرين وبلغت فيه النسبة (13.5%) مقابل (9.9%) في يسرائيل هيوم، و (9.6%) في يديعوت أحرونوت.

(1) أبو قوطة، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحو مسيرات العودة 2018م، عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال "الإسرائيلي".

(2) موقع لجان المقاومة، مسيرات غزة استدرجت الجيش لمواجهة الأفضل فيها للمتظاهرين، (موقع إلكتروني).

مرة أخرى يظهر موقع هآرتس اهتماماً بالموضوعات ذات الطابع الإنساني، حيث يرى الباحث أن ذلك يندرج ضمن ما أشار إليه سابقاً من التوجهات اليسارية للموقع نفسه، وانتقاده لإجراءات وسياسات الجيش في التعامل مع المتظاهرين وصلت حد الانتقاد الصارخ فيما يخص مقتل الصحفي مرتجى والمسعفة النجار، وهذا يتفق مع دراسة الترك<sup>(1)</sup> التي أشارت إلى أن موضوعات إصابات مسيرات العودة جاءت في المرتبة الخامسة وفي المرتبة السابعة موضوعات استخدام الاحتلال للأسلحة المحرمة دولياً، علماً أن موضوعات المواجهات والقمع في دراسة عيسى<sup>(2)</sup> جاءت في المرتبة الثانية والثالثة على التوالي وهذا نابغ من اختلاف موضوع الدراسة والعينة التي تركزت في الصحف الفلسطينية.

ونشرت صحيفة "هآرتس"، أن الجيش عزز قواته على حدود غزة، وأعطى تعليمات لجنوده بفتح النار الحية على المتظاهرين لمنعهم من عبور السياج، وأن ذلك ضمن استعدادات الجيش لسيناريو اجتياز أعداد كبيرة من المتظاهرين للحدود<sup>(3)</sup>.

لكن الباحث يرى أيضاً أن طبيعة الأحداث التي جرت خلال مسيرات العودة، أجبرت مواقع الدراسة على نشرها وعدم تجاهلها، لا سيما وأن هذه الأحداث جرى نقلها وبث تفاصيلها من قبل وكالات أنباء عالمية ومواقع إخبارية دولية، وأن نشرها بهذا المستوى يهدف بالأساس لإظهار شيء من المصدقية والموضوعية في نقل الأحداث لدى مواقع الدراسة.

## 6. موضوع الطائرات الورقية والبالونات الحارقة:

أظهرت نتائج الدراسة أن موضوع الطائرات الورقية والبالونات الحارقة احتل المرتبة السادسة من بين موضوعات صور المسيرات في مواقع الدراسة بنسبة (4.5%) في الاتجاه العام، أما على مستوى كل موقع فتبين أن موقع إسرائيل هيوم ركز عليه بشكل أكبر من الموقعين الآخرين وحصل على نسبة (4.9%) في مقابل (4.8%) في موقع هآرتس، و(4.3%) في موقع يديعوت أحرونوت.

دفعت هذه الوسيلة المنظومة الأمنية "الإسرائيلية" لإبتكار منظومة "لاهدف أو" وفقاً لما نشرته القناة السابعة العبرية لاعتراض البالونات<sup>(4)</sup>، كما نادى عدد من القادة والسياسيين "الإسرائيلي"ين لاغتيال مطلقي هذه البالونات منهم وزير التربية والتعليم حينها نفتالي بينت الذي

(1) الترك، معالجة وكالات الأنباء الدولية لمسيرات العودة "الكبرى"، دراسة حالة: وكالة الأنباء الفرنسية "AFP".

(2) عيسى، سيميائية كاريكاتر مسيرات العودة في الصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة.

(3) موقع وكالة قدس برس انترناشيونال للأنباء، الإعلام العبري: الجيش يستعد لمواجهة سيناريو اختراق جماعي لمئات الفلسطينيين من غزة، (موقع إلكتروني).

(4) موقع وكالة الصحافة الفلسطينية صفا، شرطة الاحتلال تطور منظومة ليزر لاسقاط البالونات الحارقة، (موقع إلكتروني).

شغل لاحقاً منصب وزير الدفاع (1).

ويرى الباحث أن هذه الوسيلة من أكثر الوسائل الإبداعية خلال مسيرات العودة، وشكلت وسيلة ضغط حقيقية على الجيش والحكومة "الإسرائيلية" نظراً لحجم الخسائر الذي تسببت به لمستوطني الغلاف، خاصة بعد تطورها من بالونات حارقة إلى بالونات متفجرة، وتناولت مواقع الدراسة هذا الموضوع بشكل تحريضي، وطالبت بشكل لافت إلى ضرورة استهداف مطلقى هذه البالونات لوضع حد لها، وهو ما نفذه الجيش بعد ذلك، بزعم تبعية مطلقها لحركة حماس خاصة بعد تسمية هذه الوحدة بوحدة الزواري، رغم أن الاحتلال حاول توظيفها في المراحل الأولى لتبرير استهداف المتظاهرين ولتشويه سلمية المسيرات عالمياً، كما مجّدت مواقع الدراسة بقدرات الجيش والوسائل الحديثة التي ابتكرها لمواجهة هذه الظاهرة ومن بينها بعض الحوامات من إنتاج شركة رفائيل للصناعات العسكرية حيث وظفتها مواقع الدراسة في إطار تعزيز صورة الجيش وللتخفيف من ضغط المستوطنين.

وفي هذا السياق ذكرت صحيفة "يديعوت أحرونوت" العبرية أن أكثر من 20 حريقاً يومياً يندلع بسبب الطائرات الورقية وبالونات الهيليوم الحارقة، وقالت الصحيفة في تقرير تزامن مع مرور 100 يوم على هذا الاختراع أن الطائرات الورقية وبالونات الهيليوم الحارقة باتت تشكل تهديداً حقيقياً للمستوطنات المحيطة بغلاف غزة، وأن النيران أتت على مساحات واسعة من الأراضي والغابات والمحميات الطبيعية، حيث وصل عدد الحرائق إلى أكثر من 600 حريق (30 مارس 2018)، وأنه تم تدمير محصول القمح، وأكثر من 6000 دونم من الأراضي الزراعية، مقابل 30 ألفاً من الدونمات الأخرى في الأراضي المفتوحة (2). علماً أن هذه النتيجة تختلف مع ما توصلت إليه دراسة أبو قوطة (3) حيث جاءت القضايا والموضوعات الخاصة بالمتظاهرين في المرتبة الأولى عنده ومن بين جملة موضوعاتها جاء موضوع البالونات الحارقة الذي جاء في المرتبة الثانية منها.

## 7. موضوع الحرائق:

احتل موضوع الحرائق المرتبة السابعة من بين موضوعات صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة بنسبة (3.5%) في الاتجاه العام، حيث ركز موقع يسرائيل هيوم عليه بشكل أكبر من الموقعين الآخرين وحصل فيه على نسبة (4.1%) في مقابل (3.6%) في موقع هآرتس،

(1) موقع النجاح الإخباري، وزير إسرائيلي: سأواصل المطالبة بقتل مطلقى البالونات الحارقة، (موقع إلكتروني).

(2) موقع الخليج أون لاين، الطائرات الورقية كابوس يواصل حرق عقول وحقول "إسرائيل"، (موقع إلكتروني).

(3) أبو قوطة، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحو مسيرات العودة 2018م، عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال "الإسرائيلي".

و (3.4%) في موقع يديعوت أحرونوت.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة رابعة<sup>(1)</sup>، حيث أشارت إلى أن فئة تضرر المدنيين "الإسرائيلي"ين قد حلت في المرتبة الثالثة كمضمون للصور الصحفية المنشورة، رغم قناعة الباحث باختلاف الأدوات في الدراستين إلا أن ذلك يعكس توجهاً راسخاً ونهجاً لمواقع الدراسة في التعاطي مع الشأن الفلسطيني، ويرى الباحث أن تأخر موضوع الحرائق للمرتبة السابعة من بين موضوعات صور المسيرات يعكس سياسة الجيش والحكومة "الإسرائيلية" التي تجاهلت هذه الظاهرة في البداية باعتبارها غير مؤثرة ولن تستمر، بل أكدت بعض المستويات الأمنية والعسكرية "الإسرائيلية" أنها تفاجأت من تطوير المتظاهرين لهذه الوسيلة ولم يتوقعوا حجم الخسائر التي تسببت بها، حيث شكلت فيما بعد وسيلة ضغط كبيرة على المستوى السياسي، حتى تطلب الأمر اقرار موازنات خاصة لتعويض المستوطنين المتضررين، لا سيما طواقم الإطفاء التي عملت في بعض المراحل على مدار ساعات متواصلة.

وكانت صحيفة "هآرتس" نشرت بأن الحرائق ستشكل ضغوطاً سياسية على رئيس الوزراء "الإسرائيلي" بنيامين نتنياهو مشيرة إلى سيناريو آخر يقلق جيش الاحتلال وهو التسلل ليلاً داخل غلاف غزة وعلى نطاق واسع<sup>(2)</sup>.

كما ذكرت إسرائيل هيوم خلال يوليو 2018، أن البالونات الحارقة أحرقت 25% من مساحة المحميات الطبيعية التي تشرف عليها سلطة الطبيعة والحدائق "الإسرائيلية"، وأنه تم إحصاء 805 موقع حريق، خلال شهرين فقط، شملت أراضي زراعية وأحراشا وغابات بمساحات تزيد عن 33 دونماً<sup>(3)</sup>.

#### 8. موضوع الشهداء والجرحى:

أظهرت نتائج الراسة حصول موضوع الشهداء والجرحى على نسبة (3.4%) في الاتجاه العام لموضوعات مسيرات العودة، حيث تبين أيضاً أن موقع هآرتس اهتم بهذا الموضوع أكثر من الموقعين الآخرين وبلغت نسبته فيه (4.4%)، في مقابل (3.7%) لموقع يديعوت أحرونوت، و (1.1%) فقط لموقع إسرائيل هيوم.

ويرى الباحث أن هذه النتيجة أيضاً تتسجم مع النتائج السابقة من حيث طبيعة اهتمام مواقع الدراسة بمسيرات العودة، والدوافع والخلفيات الأيديولوجية والحزبية لهذه المواقع، وهذا

(1) رابعة، دور الصورة الصحفية في الصحافة ال"إسرائيلية" في حرب غزة 2014، دراسة تحليلية مقارنة على يديعوت أحرونوت ومعاريف.

(2) موقع الوقت، "الإرباك الليلي" يشعل غلاف غزة ووسائل الإعلام ال"إسرائيلية" تحذر من الأسوأ، (موقع إلكتروني).

(3) موقع الجزيرة، مستوطنة عن بالونات غزة: الحرائق أسوأ من صواريخ القسام، (موقع إلكتروني)

يفسر زيادة النسبة في موقع هآرتس عنها في يديعوت أحرونوت واختلافهما عن موقع يسرائيل هيوم الذي كما أشرنا سابقاً تبنى نهجاً تحريضياً على المتظاهرين بل واعتبرهم مخربين وإرهابيين يجب قتلهم. كما اختلفت الدراسة مع دراسة الترك<sup>(1)</sup> حول معالجة وكالات الأنباء الدولية لمسيرات العودة الكبرى حيث جاء موضوع شهداء مسيرات العودة في المرتبة الأولى عنده. رغم أن الجيش "الإسرائيلي" قتل وفقاً للإحصاءات الرسمية 46 طفلاً وسيدتين من بين 324 شهيداً، علماً أن هذه الإحصائية حتى 7 سبتمبر 2019<sup>(2)</sup>.

### 9. موضوع الأنشطة والفعاليات الفصائلية:

أظهرت نتائج الدراسة أن موضوع الأنشطة والفعاليات الفصائلية حاز على المرتبة التاسعة من بين موضوعات صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة، بنسبة (2.5%) على مستوى الاتجاه العام، كما تبين أن موقعي يسرائيل هيوم ويديعوت أحرونوت قد ركزا عليه أكثر من موقع هآرتس وجاء بنسبة (2.7%) لكل منهما مقابل (1.2%) لموقع هآرتس.

ويرى الباحث أن تغطية يسرائيل هيوم ويديعوت أحرونوت لموضوع الأنشطة والفعاليات الفصائلية والحزبية جاء في إطار سعيهما لإثبات أن المسيرات مسيسة وليست شعبية، وأن الفصائل الفلسطينية تقف خلفها خاصة حركة حماس، وقد ظهر ذلك جلياً من خلال تركيز الموقعين على نشر صور مشاركة قادة حركة حماس للمسيرات على امتداد الحدود الشرقية.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة الرنتيسي<sup>(3)</sup> حيث جاء موضوع فعاليات مسيرات العودة عنده في المرتبة الثالثة بنسبة 17.2%، فيما تتفق مع ما نشره الصحفي والكاتب محمود سالم<sup>(4)</sup> في موقع العربي الجديد بتاريخ 23 مارس 2019م، من أن الإعلام "الإسرائيلي" يتحول إلى أداة وظيفية عندما يتعلق الأمر بالصراع كأداة مكملة لأدوات الحرب الأخرى العسكرية والسياسية والنفسية، وينسحب هذا على مسيرات العودة، فمنذ اليوم الأول لمسيرات العودة وحتى قبلها بأسابيع تجند الإعلام "الإسرائيلي" إلى جانب الجيش والأجهزته الأمنية بما يخدم هدف المعركة، وفي بعض الأحيان فرضت القيادة السياسية توجيهاتها على وسائل الإعلام في ما يخص مسيرات العودة في سياق حسابات داخلية حزبية بحتة، وسرد رواية تشوه حقيقة الحراك الشعبي، وتشكك في دوافعه، وتستهدف الروح المعنوية للجماهير المشاركة ومن خلفه الحاضنة الشعبية، والتغطية على جرائم القتل أمام الرأي العام الدولي من خلال نزع صفة الجماهيرية عن

(1) الترك، معالجة وكالات الأنباء الدولية لمسيرات العودة "الكبرى"، دراسة حالة: وكالة الأنباء الفرنسية "AFP".

(2) وكالة سما الإخبارية، 324 شهيداً منذ بداية مسيرات العودة بغزة، (موقع إلكتروني).

(3) الرنتيسي، الأطر الخبرية لمسيرات العودة الكبرى في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(4) سالم، التعاطي الإعلامي العربي والدولي و"الإسرائيلي"، (موقع إلكتروني).

الحراك ، واعتبار أن حركة حماس بعناصرها هي من تتصدره، مع بعض الفصائل الثانوية (1). ويتفق ما أشار إليه أبو سالم مع دراسة أبو قوطة (2) حيث جاء هدف تشويه مسيرات العودة والقائمين عليها في المرتبة الأولى من بين أهداف الخطاب الدعائي "الإسرائيلي".

#### 10. موضوع الوساطات والوفود الدولية:

أظهرت نتائج الدراسة حصول موضوع الوساطات والوفود الدولية على المرتبة العاشرة من بين موضوعات صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة بنسبة (1.6%) في الاتجاه العام، حيث ركز موقع يديعوت أحرونوت عليه أكثر من الموقعين الآخرين وجاء فيه بنسبة (1.9%) في مقابل (1.0%) في موقع إسرائيل هيوم، و (0.6%) في موقع هآرتس.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة الرنتيسي (3)، حيث جاء موضوع المبادرات والوساطات العربية والدولية عنده في المرتبة الرابعة، ويرى الباحث أن زيادة النسبة في صحيفة يديعوت أحرونوت سببها ميول الموقع وسياساته بتغطية الشؤون الحكومية والرسمية، وقد كانت مسألة الوفود والوساطات الدولية محط اهتمام الحكومة "الإسرائيلية" فترة مسيرات العودة، حيث عملت الحكومة "الإسرائيلية" على احتوائها وتجنب الدخول في مواجهة مفتوحة من خلال تقديم بعض الحلول والتسهيلات، ويرى الباحث أنها نجحت في تحويل هدف المسيرات من مسيرات تطالب بحق العودة إلى مسيرات مطلبية للتخفيف من حدة الحصار وبالتالي سرّعت في انهائها واستنزافها.

وقد أبرز موقع يديعوت أحرونوت دور الوسيط المصري، وغطى بالصورة زيارات الوفد المصري لغزة واجتماعاته مع الفصائل، ونقل العروض "الإسرائيلية" إليها، وأنه مارس دور المراقب على سلمية المسيرات والحصول على تعهدات من الفصائل بعدم عسكريتها (4).

#### 11. موضوع وحدة الكوشوك:

حاز موضوع وحدة الكوشوك على المرتبة الحادية عشرة من بين موضوعات صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة، بنسبة (1.5%) في الاتجاه العام، حيث بيّنت نتائج الدراسة أن موقع إسرائيل هيوم اهتم به أكثر من الموقعين الآخرين وحصل فيه على نسبة (1.8%) في مقابل (1.7%) في موقع يديعوت أحرونوت، و (0.6%) فقط في موقع هآرتس. ويرى الباحث أن هذا الموضوع كان حاضراً في الأسابيع الأولى من المسيرات، حتى أنه

(1) المرجع السابق نفسه.

(2) أبو قوطة، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحو مسيرات العودة 2018م، عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال "الإسرائيلي".

(3) الرنتيسي، الأطر الخبرية لمسيرات العودة الكبرى في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(4) موقع الجزيرة، رداً على عرض إسرائيلي للتهديد فصائل غزة ترفض وقف المسيرات وتتعهد بسلميتها، (موقع إلكتروني).

تم تسمية الجمعة الثانية من مسيرات العودة بجمعة الكوشوك<sup>(1)</sup>، والتي سببت ازعاجاً كبيراً للجيش والمستوطنين، وخصصت بعض المواقع العبرية الحديث عن الكمامات الجديدة التي ابتكرها الجيش لجنوده وخاصة القناصة للتغلب على الدخان.

كما وصل الأمر بالمتحدث باسم الجيش "الإسرائيلي" للنشر على حسابه على مواقع التواصل الاجتماعي أحاديث نبوية تحض على الحفاظ على البيئة، وأن الخطوات التي تتخذها حماس ما هي إلا مزيد من الإفساد في الأرض<sup>(2)</sup>. كما تم منع ادخل الإطارات للقطاع على ذات الخلفية، ووجه كل من الناطق باسم الجيش ورئيس لجنة الخارجية والأمن في الكنيست آفي ديختر ووزير الحرب حينها أفيغدور ليبرمان حديثاً باللغة العربية للمشاركين للمرة الأولى على حسابه على تويتر يتوعد المشاركين في المسيرات<sup>(3)</sup>.

## 12. موضوع مشاركة قادة الفصائل الفلسطينية في المسيرات:

حل موضوع مشاركة قادة الفصائل الفلسطينية في مسيرات العودة في المرتبة الثانية عشرة من بين موضوعات صور المسيرات بنسبة (1.4%) في الاتجاه العام، أما على صعيد المواقع نفسها فقد أوضحت نتائج الدراسة أن موقع يديعوت أحرونوت أهتم به بنسبة أكبر من الموقعين الآخرين إذ حصل فيه على نسبة (1.7%) في مقابل (1.1%) في موقع يسرائيل هيوم، و(0.2%) فقط في موقع هارتس.

ويرى الباحث أن مواقع الدراسة سلّطت الضوء على دور قيادة حركة حماس في تنظيم المسيرات والتحكم في حدّتها ووسائلها، وذلك يتفق مع ما نشره "أليئور ليفي" محرر الشؤون الفلسطينية في يديعوت أحرنوت، حيث كتب في أعقاب قرار الفصائل وقف مسيرات العودة بأن حماس هي من قررت وقف المسيرات، وأنه على الرغم من أن اللجنة مشكّلة من كل الفصائل إلا أن الأوامر من حركة حماس، وهي من تقرر إقامة مسيرات العودة أو إلغائها، وعدد المشاركين فيها، ومستوى "العنف" أو ضبط النفس فيها<sup>(4)</sup>. كما اهتمت مواقع الدراسة بهذه القضية بشكل لافت ونقلت تهديدات وزراء إسرائيليين باغتيال قادة حماس وعلى رأسهم السنوار إذا استمروا في المشاركة في المسيرات كالتهديدات التي أطلقها وزير الأمن الداخلي جلعاد اردان في 15 مايو 2018م<sup>(5)</sup>.

(1) النجار، غزة تستعد لجمعة الكوشوك وأدري واعظ بيبي، (موقع إلكتروني).

(2) موقع ساسة بوست، إسرائيل تعظ بالقرآن والأحاديث «جمعة الكوشوك» تستكمل رحلة العودة للبلاد، (موقع إلكتروني).

(3) الصفدي، أمام مسيرات العودة، هكذا كفر جنرالات إسرائيل بلغتهم ويهوديتهم، (موقع إلكتروني).

(4) موقع وكالة سما الإخبارية، كيف يرى الإعلام "الإسرائيلي" وقف مسيرات العودة في غزة للأسبوع الثالث؟ (موقع إلكتروني).

(5) موقع صحيفة الوطن الفلسطينية، وزير اسرائيلي يهدد باغتيال قادة حماس وعلى رأسهم السنور، (موقع إلكتروني).

### 13. موضوع وحدة قص السلك:

تظهر نتائج الدراسة أن موضوع وحدة قص السلك حاز على المرتبة الثالثة عشرة بنسبة (1.1%) في الاتجاه العام، حيث تشير معطيات الدراسة إلى أن موقع يديعوت أحرونوت اهتم به أكثر من الموقعين الآخرين حيث حصل فيه على نسبة (1.3%) في مقابل (1.1%) في موقع يسرائيل هيوم و (0.2%) فقط في موقع هآرتس.

علماً أنه ووفقاً لمتابعة الباحث فقد نشر موقعاً يديعوت أحرونوت ويسرائيل هيوم الأخبار المتعلقة بهذا الموضوع ضمن سياسة الموقعين في تبرير اجراءات الجيش كان من بينها توغل بعض الآليات العسكرية وإطلاق النار على عناصر من وحدة قص السلك كانوا يستخدمون الدرجات النارية أكثر من مرة، واستهداف عناصر هذه الوحدة بالنيران الحية مرات عديدة استشهد في إحداها الشهيد محمود أبو معمر<sup>(1)</sup>.

### 14. موضوع غضب المستوطنين وفعاليتهم:

أظهرت نتائج الدراسة حصول هذا الموضوع على المرتبة الرابعة عشرة بنسبة (1.0%) في الاتجاه العام، فيما كان موقع يديعوت أحرونوت أكثر تسليطاً للضوء عليه من الموقعين الآخرين حيث حصل فيه على نسبة (1.2%) في مقابل (0.8%) في موقع هآرتس و (0.2%) فقط في موقع يسرائيل هيوم.

ويرى الباحث أن هذه النسبة القليلة تعكس الواقع السياسي لسكان غلاف غزة، حيث إن ميولهم يمينية وتشكل بعض المستوطنات ك "سدירות" معقلاً لحزب الليكود الحاكم<sup>(2)</sup> وهذا يفسر عدم خروجهم في المسيرات بنسبة كبيرة.

### 15. موضوع الفعاليات الشعبية:

أظهرت نتائج الدراسة حصول موضوع الفعاليات الشعبية على المرتبة الخامسة عشرة من بين موضوعات صور المسيرات في مواقع الدراسة بنسبة (0.6%) في الاتجاه العام، حيث غطى موقع يديعوت أحرونوت هذا الموضوع بنسبة (0.7%) في مقابل (0.6%) لموقع هآرتس، و (0.2%) فقط لموقع يسرائيل هيوم.

تختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الترك<sup>(3)</sup> التي احتل فيها موضوع "مشاركة شعبية ورسمية واسعة" المرتبة الثامنة، ويرى الباحث أن مواقع الدراسة لم تكن معنية إطلاقاً بإبراز الفعاليات الشعبية، والتي تمثل التراث والثقافة الفلسطينية، وهذا نابع من طبيعة الصراع وسعي

(1) أبو شحمة، الشهيد أبو معمر بطل وحدة قص السلك على مدار 6 أسابيع، (موقع إلكتروني).

(2) وكالة سما الإخبارية، قناة عبرية: نتائج التصويت في مستوطنات الغلاف كانت مثيرة، (موقع إلكتروني).

(3) الترك، معالجة وكالات الأنباء الدولية لمسيرات العودة "الكبرى"، دراسة حالة: وكالة الأنباء الفرنسية "AFP".

الإعلام "الإسرائيلي" لسلب الفلسطينيين أي مكتسبات ثقافية أو تاريخية ترسخ حقهم في أرضهم.  
16. موضوع فتح المعابر:

أظهرت نتائج الدراسة أن موضوع فتح المعابر جاء في مرتبة متأخرة بنسبة (0.5%) في الاتجاه العام، كما تشير إلى أن موقع يديعوت أحرونوت غطاه بنسبة أعلى من الموقعين الآخرين بلغت (0.6%) في مقابل (0.3%) لموقع هآرتس و (0.2%) لموقع يسرائيل هيوم. وتقترب هذه النتيجة من نتيجة دراسة الرنتيسي<sup>(1)</sup> حيث جاء عنده موضوع تفاهمات وجهود فك الحصار في المرتبة العاشرة، علماً أن هذه الجهود تشمل فتح المعابر، ويرى الباحث أن هذا الموضوع أيضاً لم يحظ بالتغطية الكافية باعتبار أن المعابر كانت تفتح في أوقات متقطعة وضمن الجهود القطرية والمصرية للتهدة، ومن ناحية أخرى فإن صفحة المنسق "الإسرائيلي" على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك تخصصت في هذا المجال وتنتشر النشاط التجاري والإنساني على معابر القطاع بشكل دوري في إطار الحرب النفسية وتأييب الجمهور الفلسطيني على المسيرات وقيادة المقاومة.

#### 17. موضوع رفض صفقة القرن:

تشير نتائج الدراسة إلى أن موضوع رفض صفقة القرن حاز على نسبة (0.3%) فقط في الاتجاه العام حيث أشارت النتائج أيضاً إلى تساوي موقعي يديعوت أحرونوت ويسرائيل هيوم في نسبة تغطيتهما له (0.3%) لكل منهما فيما لم يتطرق له موقع هآرتس نهائياً. ويرى الباحث أن هذه النسبة قليلة جداً في مقابل ما تم عمله من فعاليات خلال مسيرات العودة رفضاً لصفقة القرن، كما وجد الباحث أنه تم نشر بعض الصور في أيام أخرى غير تلك التي تناولتها عينة الدراسة الحالية ولكنها في المجمل كانت تغطية بسيطة ولم تسلط مواقع الدراسة الضوء على هذا الموضوع داخل صور مسيرات العودة التي نشرتها.

#### 18. موضوع الإرياك الليلي:

حصل موضوع الإرياك الليلي على نسبة (0.1%) فقط في الاتجاه العام ضمن موضوعات صور مسيرات العودة تركزت بشكل أساسي في موقع يسرائيل هيوم بنسبة (0.2%) في مقابل (0.1%) في يديعوت أحرونوت، ولم يتطرق موقع هآرتس له نهائياً. تجاهلت مواقع الدراسة هذا الموضوع وغطته بنسبة قليلة جداً، وذلك نابع وفقاً لما يراه الباحث مع عدة اعتبارات أبرزها أن هذه العمليات تتم ليلاً وعادة ما تكون امكانيات التصوير غير متاحة مثل الفعاليات خلال النهار، والثاني عجز الجيش عن التعامل مع هذه الظاهرة أو

(1) الرنتيسي، الأطر الخبرية لمسيرات العودة الكبرى في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

وقفها على الرغم من إطلاق النار على عناصرها عدة مرات.

## 19. موضوع الإعتقال:

حصل موضوع الاعتقال على نسبة (0.1%) فقط في الاتجاه العام وهي ذات النسبة التي حصل عليها في موقع يديعوت أحرونوت دون أن يتطرق الموقعان الآخران لهذا الموضوع نهائياً. ويرى الباحث أن النتائج السابقة والتي شملت تسعة عشر موضوعاً، تتفق مع ما تفترضه نظرية ترتيب الأولويات أنه كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على قصة أو حدث معين، زاد احتلال تلك القصة مساحة في عقول الجمهور بنفس القدر، فالعلاقة طردية بين حجم اهتمام الإعلام بقضية معينة وبين حجم اهتمام الجمهور بها<sup>(1)</sup>، وهذا ما عسكته نتائج الدراسة الحالية.

### ثالثاً: أهداف الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

#### 1. تبرير استهداف المتظاهرين:

حاز هدف تبرير استهداف المتظاهرين على المرتبة الأولى من بين أهداف نشر صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة بنسبة (21.3%)، أما على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة فقد تصدر هذا الهدف موقع إسرائيل هيوم بنسبة (23.0%)، في مقابل (21.6%) في هآرتس، و (20.9%) في يديعوت أحرونوت.

ويرى الباحث انسجام هذه النتيجة مع نتائج موضوعات الصورة الصحفية لمسيرات العودة التي أشير إليها في البند السابق، حيث أن موقع إسرائيل هيوم كان الأكثر تحريضاً على استهداف المتظاهرين، وبالتالي من الطبيعي أن يكون الأكثر تبريراً لاستهدافهم.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أبو عرقوب<sup>(2)</sup> لا سيما ما يخص النتيجة الثانية منها من أن صحيفة يديعوت أحرونوت استخدمت روايتها الرسمية في إطار تبرير أفعال الجيش خلال فترة الحرب على غزة 2014م، ومن ناحية أخرى تتفق الدراسة مع دراسة عمر<sup>(3)</sup> والتي أشار فيها إلى تركيز الإعلام "الإسرائيلي" على مهمتين هما مواصلة ترميم صورة الجيش في نظر الجمهور "الإسرائيلي" وتوجيه رسائل قوة وردع تجاه أعداء تل أبيب في تناغم تام بين المؤسستين العسكرية والسياسية، وأن الإعلام "الإسرائيلي" مجند بشكل كامل لصالح الطبقة الحاكمة خاصة فيما يخص الأمن والسياسة الخارجية، وأن الصحافة "الإسرائيلية" ظهرت كصحافة مجندة أحادية الجانب وعملت على التهويل وعدم الدقة والتعامل والتحريض.

(1) معهد الجزيرة، ترتيب الأولويات، هل فقدنا جهاز التحكّم؟ (موقع إلكتروني).

(2) أبو عرقوب، تغطية الإعلام "الإسرائيلي" لحرب غزة 2014، صحيفة "يديعوت أحرونوت" نموذجاً.

(3) عمر، تغطية الإعلام "الإسرائيلي" للحرب على غزة 2014م، دراسة تحليلية لواقع الإعلام "الإسرائيلي" وثقة جمهوره به فترة حرب غزة 2014م.

## 2. بيان مشروعية وسائل الجيش الإسرائيلي:

أوضحت نتائج الدراسة حصول هذا الهدف على المرتبة الثانية من بين أهداف نشر صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة بنسبة (20.7%) في الاتجاه العام، أما على مستوى كل موقع فتبين أنه تصدر موقع يسرائيل هيوم أيضاً بنسبة (21.2%) مقابل (20.7%) في يديعوت احرونوت، و (20.3%) في موقع هآرتس.

ويرى الباحث أن الهدف الثاني مرتبط بالهدف الأول، ففيما بررت مواقع الدراسة في الهدف الأول استهداف الجيش للمتظاهرين ركزت في الهدف الثاني على مشروعية الوسائل التي استخدمها الجيش في استهدافهم، حيث تم التركيز بشكل كبير على بعض الوسائل المشروعة دولياً مثل قنابل الغاز المسيل للدموع، واعتقال المتسللين، والإستهداف بالقصف وإطلاق النار لكل من يحاول تنفيذ عمليات أو للوحدات العاملة والنشطة خلال المسيرات مثل وحدة الزواري والإرياك الليلي.

ويتفق نتيجة هذا الهدف مع ما توصلت إليه دراسة عبد الله<sup>(1)</sup>، في أن إسرائيل في أوقات الأزمات ليست هي ذاتها في الأوقات الإعتيادية، ويكون الإعلام فيها سلاحاً رديفاً للأسلحة الأخرى، كما ساندت الصحف الثلاثة في دراسته المؤسسة العسكرية وقدمت لها كل الدعم وفق مبدأ المصلحة الوطنية والقومية.

ويرى الباحث أن مواقع الدراسة أبرزت استخدام الجيش للقناصة والطائرات المسيرة التي تطلق قنابل الغاز على أنها وسائل مشروعة في مواجهة أي أعمال "شغب" أو مظاهرات في جميع دول العالم، لكنها تجاهلت وبشكل متعمد استخدام القناصة للرصاص الحي وبأنواعه المحظورة دولياً، كالرصاص المتفجر وما تسبب به من بتر للأطراف.

## 3. إظهار قدرات الجيش "الإسرائيلي" وسيطرته:

احتل هذا الهدف المرتبة الثالثة من بين أهداف نشر صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة بنسبة بلغت (12.6%) في الاتجاه العام، حيث تبين أن أعلى نسبة تكرار له وردت في موقع هآرتس بنسبة (15.2%) في مقابل (12.4%) في موقع يسرائيل هيوم، و (12.0%) في موقع يديعوت أحرونوت.

وتتفق نتيجة هذا الهدف مع ما توصل إليه نعيم<sup>(2)</sup> في دراسته حيث جاء هدف استعراض القوة والإنجاز الإسرائيلي عنده في المرتبة الثالثة ضمن أهداف الخطاب الدعائي

(1) عبد الله، الإعلام "الإسرائيلي" بين الديمقراطية والأمن اثناء حرب غزة 2008-2009، الصحافة المكتوبة نموذجاً.  
(2) نعيم، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية مقارنة.

"الإسرائيلي" باللغة العربية نحو المقاومة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويرى الباحث أن زيادة النسبة في موقع هآرتس ليست نابعة بالضرورة من تأييد الموقع لإجراءات الجيش بل بالعكس كان الأكثر انتقاداً له، ولكنها جاءت في إطار إبراز الموقع لسيطرة الجيش على المسيرات والمشاركين فيها، من حيث انتشاره على طول الحدود ونجاحه في منع أي حالة تسلل.

4. إظهار استعدادات الجيش على الحدود:

أوضحت نتائج الدراسة حصول هدف إظهار استعدادات الجيش على الحدود على المرتبة الرابعة من بين أهداف مواقع الدراسة من نشرها لصور مسيرات العودة، حيث بلغت نسبته (11.9%) في الاتجاه العام، وعلى مستوى كل موقع من مواقع الدراسة تبين أن موقع يسرائيل هيوم استخدمه أكثر من غيره بنسبة (12.5%) في مقابل (12.4%) في موقع هآرتس و(11.7%) في موقع يديعوت أحرونوت.

اللافت وفقاً لما يراه الباحث، أن مواقع الدراسة أبرزت استعدادات الجيش في الخطوط الخلفية للسياس الفاصل من تجميع للقوات وتحشدات عسكرية تحسباً لأي طارئ، وقد استمرت في نشر هذه الصور على مدار فترة مسيرات العودة، وفي ذلك رسالة للشارع "الإسرائيلي" والجمهور الداخلي والمستوطنين تتضمن تطمينات بأن الجيش مستعد لكافة السيناريوهات.

#### 5. ممارسة عمليات نفسية ضد المتظاهرين:

جاء هدف ممارسة عمليات نفسية ضد المتظاهرين في المرتبة الخامسة من بين أهداف نشر مواقع الدراسة لصورة مسيرات العودة بنسبة (8.0%) في الاتجاه العام، وتبين أن موقع يديعوت أحرونوت استخدمه بنسبة (8.5%) في مقابل (7.4%) في هآرتس، و (6.3%) في موقع يسرائيل هيوم.

ويرى الباحث أن هذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة قاسم<sup>(1)</sup> حول أثر الحرب النفسية على الذات الفلسطينية، من حيث الاستفراد بالخصم ومحاولة عزله دولياً وقلب المفاهيم وتصوير "الإسرائيلي" بالضحية إضافة لتحطيم وحدة الفلسطينيين وإضعاف معنوياتهم وخلق حالة من التناقضات واستثمار الردع والتضليل، حيث استخدمت مواقع الدراسة هذه الأساليب أو جزء منها في إطار التأثير النفسي على المتظاهرين لوقف المسيرات أو تقليل أعداد المشاركين فيها.

#### 6. إظهار عدم جدوى المسيرات:

جاء هدف إظهار عدم جدوى المسيرات في المرتبة السادسة بنسبة (7.1%) في الاتجاه العام، أما على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة فقد حصل على نسبة (9.8%) في هآرتس،

(1) قاسم، أثر الحرب النفسية الـ"إسرائيلية" على الذات الفلسطينية، انتفاضة الأقصى نموذجاً، ص 115.

مقابل (8.3%) في إسرائيل هيوم و (6.3%) في يديعوت أحرونوت. وتتفق نتيجة هذا الهدف مع ما توصل إليه أبو قوطة<sup>(1)</sup>، حيث جاء هدف تشويه مسيرات العودة والقائمين عليها عنده في المرتبة الأولى من بين أهداف الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" تجاه المسيرات، كما تتفق مع دراسة المصدر<sup>(2)</sup>، والتي تركزت على الطرق والوسائل الدعائية التي اتبعتها الاحتلال في سبيل تشويه وشيطة مسيرات العودة، ويرى الباحث أن موقع هآرتس ومن خلال الصور التي نشرها والتي أبرزت سيطرة الجيش واستعداته، أعطت انطباعاً في النهاية بأن المسيرات ليست ذات جدوى، وأنها لن تحقق للفلسطينيين حلاً دائماً، خاصة في ظل ما شاب فترة المسيرات من جولات تصعيد بين المقاومة وإسرائيل لم تسفر جميعها عن إيجاد حلول فعلية للواقع المعيشي في قطاع غزة.

#### 7. إبراز استخدام المتظاهرين لوسائل خشنة:

جاء هذا الهدف في المرتبة السابعة بنسبة (5.4%) في الاتجاه العام، حيث بلغت نسبته في موقع إسرائيل هيوم (6.4%)، مقابل (5.3%) في موقع يديعوت أحرونوت، و (4.8%) في موقع هآرتس.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة المصدر<sup>(3)</sup>، حيث أوضح إبراز استخدام الإعلام "الإسرائيلي" لصور شهداء مسيرات العودة وهم بالزبي العسكري لفصائل المقاومة، ويرى الباحث أن هذا الهدف مرتبط بشكل كبير بالهدف الأول المتعلق بتبرير استهداف المتظاهرين، حيث ركزت مواقع الدراسة على استخدام المتظاهرين للبالونات الحارقة والسلاح والقنابل الحارقة والمتفجرة، ورصدت عدداً من الصور قرب السياج ضمن هذا السياق.

#### 8. بيان خسائر المستوطنين وسكان الغلاف:

أظهرت نتائج الدراسة أن هذا الهدف حاز على المرتبة الثامنة بنسبة (4.3%) في الاتجاه العام، وقد كان موقع يديعوت أحرونوت الأكثر إبرازاً له بنسبة (4.4%) في مقابل (4.0%) لكل من الموقعين الآخرين.

وقد سعت مواقع الدراسة لإبراز هذا الهدف وفقاً لما يراه الباحث من منطلق تصوير المستوطنين وسكان الغلاف على أنهم ضحايا للإرهاب الفلسطيني، وأنهم الجهة المعتدى عليها، وقد خدمت صور الحرائق الدعائية "الإسرائيلية" في الترويج على المستوى الخارجي ضد

(1) أبو قوطة، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحو مسيرات العودة 2018م، عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال "الإسرائيلي".

(2) المصدر، الدعاية السيبرانية الـ"إسرائيلية" لمحاصرة مسيرات العودة الفلسطينية، ص 13.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 13.

المسيرات، حتى أن الحكومة "الإسرائيلية" أقرت تعويضات للمستوطنين لمنعهم من الخروج في مظاهرات ضد سياسة الجيش والحكومة. وفي هذا الإطار كانت صحيفة إسرائيل هيوم أوضحت ان الطائرات الورقية والبالونات الحارقة تسببت بأضرار جسيمة للقطاع الزراعي ودمرت مئات الدونمات (1). وأن أكثر من 60 ألف إسرائيلي يخشون البقاء في مستوطنات الغلاف (2).

#### 9. إبراز مشاركة المرأة الفلسطينية في المسيرات:

جاء هدف إبراز مشاركة المرأة الفلسطينية في المرتبة التاسعة بنسبة (3.3%) في الاتجاه العام، حيث جاء في موقع يديعوت أحرونوت بنسبة (3.6%)، مقابل (2.9%) في إسرائيل هيوم، و (2.1%) في هآرتس.

ويرى الباحث أن مواقع الدراسة أبرزت هذا الهدف بشكل لافت بعد 20 مايو 2018 حيث ارتقت أولى شهيدات المسيرات الشهيدة وصال الشيخ خليل، ولاحقاً تم إبرازه بشكل أكبر بعد استشهاد المسعفة النجار واصابة عدد آخر من النساء خلال مشاركتهن في المسيرات، وقد استخدم الإعلام "الإسرائيلي" سابقاً المرأة الفلسطينية في إطار التحريض بأنها تربي "إرهابيين" أو بأن الشعب الفلسطيني يقدس أمهات الشهداء على غرار ما حدث مع نموذج "أم محمد فرحات". وفي دراسة أجراها صندوق الأمم المتحدة للسكان أوضحت أنه ومنذ بدء المسيرات وحتى نوفمبر 2018م قتل الاحتلال امرأة وفتاة أصاب ما يربو على 1800 امرأة وفتاة أخرى (3).

#### 10. إظهار إنسانية الجيش "الإسرائيلي":

أظهرت نتائج الدراسة حصول هذا الهدف على المرتبة العاشرة بنسبة (2.1%) في الاتجاه العام، حيث استخدمه موقع يديعوت أحرونوت بنسبة (2.4%) مقابل (1.4%) لكل من الموقعين الآخرين.

وتتوافق هذه النتيجة مع ما توصل إليه نعيم (4)، حيث جاء أسلوب الإستعطاف وتمثيل دور الضحية في المرتبة السابعة من بين الأساليب التي استخدمها الخطاب الدعائي "الإسرائيلي"، تلاه أسلوب استعراض الإنسانية، وقد حاولت مواقع الدراسة من خلال بعض الصور التي نشرتها إبراز هذا الهدف، حيث أظهرت قرب المتظاهرين من الجيش دون أن يمس بهم، لكن استخدام مواقع الدراسة لهذا الهدف جاء بنسبة قليلة نظراً لتركيزها على الأهداف الأخرى والتي جاء أغلبها ضمن إطار الصراع.

(1) صقر، طائرات غزة الورقية تكبد مستوطني الغلاف خسائر فادحة، (موقع إلكتروني).

(2) موقع فلسطين اليوم، خسائر الإحتلال "الإسرائيلي" على مدار عام من مسيرات العودة، (موقع إلكتروني).

(3) مكتب تنسيق الشؤون الإنسانية للأمم المتحدة، أثر مسيرة العودة الكبرى على النساء، (موقع إلكتروني).

(4) نعيم، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية مقارنة.

## 11. إظهار جهود التهدة:

بلغت نسبته في الاتجاه العام (1.7%)، حيث استخدمه موقع يديعوت أحرونوت أكثر من الموقعين الآخرين وبلغت نسبته فيه (2.1%) مقابل (0.8%) في كل منهما. ويرى الباحث أن محدودية فرص التهدة خلال فترة مسيرات العودة، وعدم نجاح الجهود التي بذلت إلا بشكل جزئي في بعض القضايا، كان السبب لتأخر هذا الهدف في مواقع الدراسة.

## 12. إبراز الدور المصري:

جاء هذا الهدف في المرتبة الثانية عشرة، بنسبة (1.0%) في الاتجاه العام، حيث ركز عليه موقع هآرتس أكثر من الموقعين الآخرين وجاءت نسبته فيه (1.35) في مقابل (0.3%) في يسرائيل هيوم، و (0.1%) فقط في هآرتس. وقد اقتصرَت الصور في هذا الجانب على صور الوفد المصري واجتماعاته بالفصائل الفلسطينية في غزة، وقد أدت مصر دوراً مركزياً في الحروب الثلاثة الماضية على قطاع غزة، وكذلك في مسيرات العودة لا سيما بعد التنسيق المباشر مع جيسون غرينبلات المبعوث الأممي للشرق الأوسط<sup>(1)</sup>. ويرى الباحث أن إسرائيل تمسكت ولا تزال بالدور المصري في قطاع غزة، أولاً من الناحية التاريخية، وثانياً بسبب قدرتها على التأثير في القرار الفلسطيني.

## 13. إبراز الدور القطري:

جاء هذا الهدف آخر الأهداف بنسبة (0.4%) في الاتجاه العام، حيث برز استخدامه في موقعي يسرائيل هيوم ويديعوت أحرونوت بنسبة (0.5%) لكل منهما، مقابل (0.1%) فقط في هآرتس. وقد اقتصرَت الصور التي نشرتها مواقع الدراسة في إبراز صرف المنحة القطرية، إضافة لبعض الصور التي روجت لها مواقع الدراسة خلال حديثها عن اعتداء المتظاهرين على موكب العمادي خلال زيارته لمسيرات العودة.

الجدير ذكره أنه وعلى خلفية حالة الصراع الخفي التي يعيشها اليسار واليمين داخل إسرائيل (تُتهم وسائل إعلام اليسار بخيانة الدولة ومعارضة سياسات اليمين الذي يتربع على كرسي الحكم منذ أكثر من عشرة أعوام) فأصبحت هذه الوسائل ومنها هآرتس تتجه يمينا، في محاولة لإثبات أنها لا تمارس دور الانتقاد بشكل دائم، وإنما تخدم أيضا سياسة الجيش والحكومة، ولذلك نجد أن موقع هآرتس نحى نفس منحى يديعوت أحرونوت في تناوله لبعض الموضوعات والأهداف.

وتبرز حاجة "إسرائيل" للدور القطري باعتبار المنحة المالية إحدى أدوات الضغط على

(<sup>1</sup>) النعامي، ماذا وراء الاستنفار المصري لاحتواء مسيرات العودة؟ (موقع إلكتروني).

حماس، ومحاولة للتوصل لشروط جديدة فيما يخص هدنة طويلة الأمد، وأيضاً ثني الغزيين عن مواصلة المسيرات، فيما يتم توظيف الدور القطري ضمن الصراعات الإقليمية ونفوذ بعض الدول الخليجية حيث يحقق ذلك مصلحة قطرية علياً أيضاً<sup>(1)</sup>.

#### رابعاً: اتجاه الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

أظهرت نتائج الدراسة أن صور مسيرات العودة كانت ذات اتجاه سلبي في الغالب بنسبة (76.4%) مقابل (22.5%) كان اتجاهها إيجابياً، وعلى مستوى كل موقع من مواقع الدراسة فقد كان الاتجاه السلبي غالب في عينة موقع يسيرائيل هيوم بنسبة (86.3%) تبعه موقع يديعوت أحرانوت بنسبة (77.0%) ثم هآرتس بنسبة (63.7%). فيما كان الاتجاه الإيجابي غالب في موقع صحيفة هآرتس بنسبة (35.7%) في مقابل (21.5%) في يديعوت أحرانوت و (13.8%) في يسيرائيل هيوم.

ويرى الباحث أنه ورغم السياسة التي اتبعتها مواقع الدراسة، حيث استهدفت الجمهور "الإسرائيلي" بدرجة أولى، لتحقيق أهداف معينة كذلك التي أشرنا إليها في البند السابق، إلا أن هذه الصور خدمت الإتجاه الإيجابي لصالح الفلسطينيين من حيث إبرازها بشكل أو بآخر الإنتفاخ الفلسطيني حول حق العودة، والصمود في وجه الاحتلال ورفض الحصار والمطالبة بكسره، وحالة التضامن الدولي مع المسيرات، وإدانة سلوك الجيش غير القانوني باستهداف المدنيين العزل، أما حول تدني نسبة الحيادية فمرد ذلك لطبيعة مواقع الدراسة، حيث أنها جميعاً مؤطرة، وتخدم توجهات حزبية وأيديولوجية معينة.

وقد جاءت نتائج اتجاه الصور الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة مخالفة لنتائج كل من دراسة مشرف<sup>(2)</sup> ودراسة عيسى<sup>(3)</sup>، وكذلك دراسة الرنتيسي<sup>(4)</sup>، حيث أجريت على الصحف الفلسطينية، وإيضاً مخالفة لنتائج دراسة الترك<sup>(5)</sup> التي أجريت على وكالة الصحافة الفرنسية، وهذا يدعم نتائج تحليل الباحث، حيث أن وسائل إعلام الاحتلال غير معنية بإبراز الإتجاه الإيجابي الداعم للرواية الفلسطينية، بخلاف وسائل الإعلام الفلسطينية أو وكالات الأنباء التي تحاول أن تكون محايدة في تغطيتها.

(1) مركز مسارات، ورقة بعنوان تداعيات موافقة إسرنيل على إدخال الدعم القطري لغزة، (موقع إلكتروني).

(2) مشرف، الأطر الخبرية لحصار غزة في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(3) عيسى، سيميائية كاريكاتر مسيرات العودة في الصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة.

(4) الرنتيسي، الأطر الخبرية لمسيرات العودة الكبرى في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(5) الترك، معالجة وكالات الأنباء الدولية لمسيرات العودة "الكبرى"، دراسة حالة: وكالة الأنباء الفرنسية "AFP".

## خامساً: مصادر الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

### 1. وكالات الأنباء الأجنبية:

أظهرت نتائج الدراسة أن اعتماد مواقع الدراسة على وكالات الأنباء الأجنبية أكثر من أي مصادر أخرى بنسبة (58.2%) على المستوى العام، وهذه النسبة تشمل أربعة وكالات أنباء أجنبية هي كل من (AP، EPA، AFP) ورويترز، أما على صعيد كل موقع من مواقع الدراسة فتبين أن يديعوت أحرونوت اعتمد على وكالة AFP بنسبة بلغت (30.4%) في مقابل (26.9%) في إسرائيل هيوم و (25.6%) في هآرتس، وأعتمد على وكالة EPA بنسبة (6.0%) فقط مقابل (6.9%) في إسرائيل هيوم وعدم اعتماد هآرتس عليها مطلقاً، كما اعتمد على وكالة AP بنسبة (5.6%) فقط في مقابل (6.0%) في هآرتس، و (6.3%) في إسرائيل هيوم، واعتمد على وكالة رويترز بنسبة (16.2%) في مقابل (19.6%) في هآرتس، و (21.9%) في إسرائيل هيوم.

وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة الكرنز<sup>(1)</sup> حيث أشارت إلى اعتماد الصحف الفلسطينية أيضاً على وكالات الأنباء الأجنبية بنسبة (36.0%)، فيما تتعارض هذه النتيجة مع دراسة الخرابشة<sup>(2)</sup> حيث جاءت وكالات الأنباء الأجنبية في المرتبة التاسعة، ويرى الباحث أن التوجه العام للمواقع الإخبارية "الإسرائيلية" في الآونة الأخيرة تزايد في اعتماده على وكالات الأنباء الأجنبية لا سيما في المناطق التي لا يتمكن مصوروا الصحف والمواقع من التواجد فيها كساحة غزة ولبنان وسوريا وإيران، وأيضاً في ظل تراجع دور الرقابة العسكرية في عصر الإنترنت، وهذا يعد من وجهة نظر الباحث سياسة ذكية تنفذها مواقع الدراسة بحيث تعتمد على مصادر أجنبية، تعد حيادية في نظر الأطراف الإقليمية والدولية، ولكنها وظفتها وفقاً لأهدافها.

### 2. بلا مصدر:

بلغت نسبة الصور التي نشرت دون الإشارة إلى مصدرها (16.9%) في الاتجاه العام، في حين أن أعلى مواقع الدراسة نشرًا للصور بلا مصدر كان موقع يديعوت أحرونوت بنسبة (19.2%) مقابل (11.9%) في هآرتس، و (10.6%) في إسرائيل هيوم. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الدلو<sup>(3)</sup> دراسة نعيم<sup>(4)</sup> حيث جاء أسلوب

(1) الكرنز، الصورة الصحفية لانتفاضة القدس في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.  
(2) الخرابشة، الإطار الإعلامي للدعاية الـ"إسرائيلية" على الفيسبوك، دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي.  
(3) الدلو، الأطر الخبرية للمقاومة الشعبية في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.  
(4) نعيم، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية مقارنة.

التضليل والتعتيم في المرتبة الأولى من بين أساليب الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحو المقاومة، كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة محمد (1) حيث جاءت فئة بلا مصدر عنده في المرتبة الثالثة وحصلت على نسبة (21.0%) من مجمل مصادر الصور عينة الدراسة. ويفسر الباحث هذه النتيجة بسبب طبيعة مواقع الدراسة، والتي تتبع سياسة نشر مختلفة عن المواقع الفلسطينية أو العربية، حيث تسمح بنشر مجموعة صور كبيرة داخل الخبر الواحد، قد تصل لثلاثين صورة متتالية أو أكثر في بعضها، وبالتالي لا يتم الإشارة لمصدر كل صورة ويكتفي الموقع بالإشارة لمصدر عدد منها، وهذا يتوافق مع سياسة نشر الصور ضمن المشهد المتعاقب أو سلسلة الصور وهي النتيجة التي توصل إليها الباحث فيما يخص نوع الصورة الصحفية من حيث أسلوب عرضها، وهذا قد يمس بالشفافية والمصادقية كأساس للعملية الصحفية، وقد يؤثر على ثقة الجمهور بالموقع نفسه.

### 3. مصور الصحيفة أو موقعها الإلكتروني:

أظهرت نتائج الدراسة اعتماد مواقع الدراسة على مصور الصحيفة أو الموقع بنسبة (11.7%) وهي المرتبة الثالثة في الاتجاه العام لاعتماد مواقع الدراسة على هذا المصدر، أما على مستوى كل موقع فقد أظهرت النتائج اعتماد موقع هآرتس عليه بشكل كبير بنسبة (26.8%) في مقابل (9.4%) في يديعوت أحرونوت، و (7.5%) في إسرائيل هيوم.

ويرى الباحث أن هذه النتيجة تعكس الواقع الموجود بعدم السماح لأي من المراسلين "الإسرائيلي"ين الدخول لغزة أو التصوير داخلها، حيث منعت "إسرائيل" الصحفيين والمراسلين من دخول غزة بعد خطة الانفصال في العام 2005م<sup>(2)</sup>، فتجد أن غالبية الصور التي نشرتها مواقع الدراسة ونسبت مصدرها لمصور الصحيفة أو الموقع كانت إما على الحدود أو في منطقة الغلاف والداخل المحتل، كما يرى الباحث أن ضعف هذه النتيجة سبب في زيادة النتيجة الأولى وهي الاعتماد على وكالات الأنباء لذات السبب، وقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة علاونة<sup>(3)</sup> حول الصورة الصحفية في الصحافة الأردنية، والتي أشارت إلى أن (52.0%) من صور الدراسة كان مصدرها مصوروا الصحف ومواقعها الإلكترونية.

### 4. مصور الجيش:

أظهرت نتائج الدراسة اعتماد مواقع الدراسة على مصور الجيش "الإسرائيلي" بنسبة

(1) محمد، دلالات التغطية المصورة لأنشطة التنظيمات الإرهابية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية. دراسة تحليلية سيميولوجية على موقع صحيفتي الأهرام المصرية والشرق الأوسط السعودية.

(2) موقع صحيفة الشعب اليومية أون لاين، استمرار عدم السماح للصحفيين الأجانب بدخول غزة، (موقع إلكتروني).

(3) علاونة، الصورة الصحفية في الصحافة الأردنية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الدستور والغد.

(5.8%) في الاتجاه العام، أما على صعيد كل موقع فبيّنت اعتماد موقع يسرائيل هيوم عليه بنسبة (10.0%) في مقابل (5.1%) في يديعوت أحرونوت، و (4.8%) في هآرتس. ويرى الباحث أن اعتماد مواقع الدراسة على مصور الجيش كان في كل الصور التي تتعلق إما بانتشار الجيش واستعداداته على طول الحدود، أو فيما يخص ضبط المتسللين أو محاولات تنفيذ عمليات أو زرع عبوات قرب السياج الفاصل، وهذا نابع من تمسك الجيش بعدم نشر أي معلومات حوله دون العودة للوحدة الإعلامية ووحدة الناطق باسمه حيث إنها المسؤولة عن نشر هذه الصور أو السماح بتداولها عبر شبكة الإنترنت. وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة أبو قوطة<sup>(1)</sup>، في اعتماد موقع الدراسة لديه (موقع تويتر) على المصادر الرسمية، كما تتفق النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أبو عرقوب<sup>(2)</sup> حيث اعتمد موقع صحيفة يديعوت أحرونوت بأعلى نسبة على المصادر العسكرية "الإسرائيلية" فيما يخص أخبار وصور حرب 2014م. كما أشارت نتائج الدراسة الحالية أن اعتماد مواقع الدراسة على باقي المصادر كان قليلاً، وفي بعضها لا يكاد يُذكر، حيث اعتمدت مواقع الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي الفلسطيني بنسبة (1.4%) فيما اعتمدت على وسائل التواصل الاجتماعي "الإسرائيلي" بنسبة (0.4%) ونسبة (0.3%) على الانترنت، وبنسبة (0.1%) فقط على الصحف والمجلات الدولية والأرشيف، ولم تعتمد مطلقاً على الصحف والمجلات "الإسرائيلية"، ويفسر الباحث هذه النتيجة باعتبار اعتماد مواقع الدراسة على المصادر الرسمية والتي تعطيها ثقة ومصداقية أكبر أمام القراء، ويجعلها تخلي مسؤوليتها حال وجود أي معلومات مفبركة أو غير صحيحة.

#### سادساً: الشخصيات المحورية في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

##### 1. الشخصيات الفلسطينية:

أظهرت نتائج الدراسة حصول الشخصيات الفلسطينية على المرتبة الأولى من بين الشخصيات المحورية والفاعلة في صور مسيرات العودة التي نشرتها مواقع الدراسة بنسبة (65.6%) في الاتجاه العام موزعة على عدة فئات فرعية أعلاها المدنيون بنسبة (55.7%)، أما على صعيد كل موقع من مواقع الدراسة فبيّنت إبراز موقع يديعوت أحرونوت للمدنيين بنسبة (56.1%)، و (3.5%) منظمات أهلية، و (1.7%) شخصيات عسكرية، و (1.1%) للشخصيات الرسمية والحزبية، فيما جاءت في موقع هآرتس بنسبة (52.6%) مدنيون، و

(<sup>1</sup>) أبو قوطة، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحو مسيرات العودة 2018م، عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال "الإسرائيلي".

(<sup>2</sup>) أبو عرقوب، تغطية الإعلام "الإسرائيلي" لحرب غزة 2014، صحيفة "يديعوت أحرونوت" نموذجاً.

(6.1%) منظمات أهلية، و(0.4%) للشخصيات العسكرية والحزبية والرسمية، أما موقع إسرائيل هيوم فجاءت الشخصيات المدنية فيه بنسبة (57.4%)، و(1.5%) منظمات أهلية، و(4.1%) شخصيات حزبية، و(1.0%) رسمية، و(0.5%) عسكرية.

واتفقت نتائج الدراسة مع نتائج دراسة الكرنز<sup>(1)</sup> رغم أنها أجريت على الصحف الفلسطينية، حيث حصلت فئة المدنيين فيها على نسبة (57.7%) من بين الشخصيات المحورية في الدراسة، كما تتوافق هذه النتيجة مع ما توصل إليه الرنتيسي<sup>(2)</sup> في دراسته إذ حلت فئة الشخصيات الفلسطينية غير الرسمية عنده المرتبة الأولى بنسبة (38.6%) تلتها الشخصيات الفلسطينية الرسمية بنسبة (29.9%)، ويرى الباحث أن هذه النتيجة حتمية لأن الشخصيات الفلسطينية هي صانعة الحدث وتدور التغطية الصحفية حولها شعبياً ورسمياً.

## 2. الشخصيات "الإسرائيلية":

أبرزت مواقع الدراسة للشخصيات "الإسرائيلية" بنسبة (22.7%) في الاتجاه العام، موزعة على ثلاثة فئات فرعية، أما على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة فقد أظهر موقع يديعوت أحرونوت الشخصيات "الإسرائيلية" العسكرية بنسبة (16.0%) في مقابل (4.3%) مستوطنون، و (0.8%) شخصيات رسمية، في حين أن موقع هآرتس أبرز الشخصيات "الإسرائيلية" العسكرية بنسبة (27.8%) في مقابل (3.5%) للمستوطنين، و(0.9%) للشخصيات الرسمية، أما موقع إسرائيل هيوم فقد أبرز الشخصيات "الإسرائيلية" العسكرية بنسبة (16.4%) مقابل (3.1%) للمستوطنين دون أن يظهر أي شخصيات رسمية.

وتتعارض هذه النتيجة مع ما توصل إليه الرنتيسي<sup>(3)</sup> في دراسته حيث حلت فئة الشخصيات "الإسرائيلية" عنده في المرتبة الرابعة، يرى الباحث أن مواقع الدراسة أبرزت الشخصيات العسكرية والمستوطنين باعتبارهما طرفان فاعلان في مسيرات العودة فالأول يتعامل مع المتظاهرين مباشرة والثاني يعاني من نتائج المسيرات كالحرائق والإرباك الليلي وغيره.

## 3. بدون شخصيات:

بلغت نسبة الصور التي أوردتها مواقع الدراسة وتخلو من وجود شخصيات (9.7%)، في الاتجاه العام، أما على مستوى كل موقع فقد بلغت في إسرائيل هيوم (14.4%) في مقابل (9.3%) في يديعوت أحرونوت و (7.4%) في هآرتس.

ويرى الباحث أن نسبة هذه الفئة مرتفعة نسبياً، لكن سببها تلك الصور المتعلقة بالحرائق

(1) الكرنز، الصورة الصحفية لإنتفاضة القدس في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.  
(2) الرنتيسي، الأطر الخبرية لمسيرات العودة الكبرى في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.  
(3) المرجع السابق نفسه.

أو الطائرات الورقية والبالونات الحارقة والتي يتم تصويرها إما خلال طيرانها في الهواء أو بعد سقوطها في أماكن زراعية أو بعيدة، وبالتالي خلت هذه الصور من أي عناصر بشرية.

#### 4. الشخصيات الأجنبية:

بلغت نسبة الشخصيات الأجنبية في مواقع الدراسة (1.2%) في الاتجاه العام، منها (0.8%) لمسؤولين رسميين، والباقي لمتضامنين، أما على مستوى كل موقع فقد ظهرت هذه الشخصيات في صور موقع يديعوت أحرونوت بنسبة (1.6%) وبنسبة (0.4%) في هآرتس، ولم تظهر مطلقاً في موقع يسرائيل هيوم.

علماً أن فئة الشخصيات الدولية أو الأجنبية وردت في دراسة الرنتيسي في المرتبة الثالثة، فيما احتلت في دراسة الدلو<sup>(1)</sup> المرتبة الخامسة والأخيرة، ويعتقد الباحث أن سبب تدني هذه النسبة هو عدم وجود أطراف دولية فيما يخص الوساطات والحلول بين إسرائيل وقطاع غزة، باستثناء مبعوث الأمم المتحدة للشرق الأوسط ميلادينوف، وبعض الجلسات التي حدثت في الأمم المتحدة ومجلس حقوق الإنسان، وذلك لانشغال العالم بصفقة القرن.

#### 5. الشخصيات العربية:

جاءت الشخصيات العربية في المرتبة الثالثة من بين الشخصيات المحورية في صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة بنسبة (0.9%) في الاتجاه العام، أغلبها لمسؤولون عرب بنسبة (0.8%)، أما على صعيد كل موقع فقد بلغت في موقع يديعوت أحرونوت نسبة (1.0%) منها (0.9%) لمسؤولون، فيما جاءت في موقع يسرائيل هيوم بنسبة (1.5%) كلها لمسؤولين عرب، في حين لم يتطرق موقع هآرتس للشخصيات العربية إطلاقاً.

ووفقاً لمتابعة الباحث، فقد ركزت الصور التي تظهر الشخصيات العربية على شخصيات محددة مثل السفير القطري محمد العمادي أو وفد المخابرات المصرية للتوسط في التهدئة وتفاهات المصالحة، مع بعض الصور التي أظهرت الرئيس المصري السيسي بحكم الدور المحوري الذي تؤديه مصر.

#### سابعاً: الدلالات الرمزية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

أظهرت نتائج الدراسة حصول رمز السياج الحدودي الفاصل على أعلى نسبة ظهور في صور مسيرات العودة في المواقع الثلاثة بنسبة (25.1%)، تلاه رمز إطارات الكوشوك بنسبة (13.0%)، ثم رمز الحشودات العسكرية والقناصة بنسبة (8.8%)، وجاء رمز الكوفية الفلسطينية في المرتبة الرابعة بنسبة (8.6%)، تلاه رمز العلم الفلسطيني بنسبة (8.5%)، ثم

(1) الدلو، الأطر الخبرية للمقاومة الشعبية في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

جاءت الصور التي ظهر فيها أطفال بنسبة (7.9%) مقابل (7.3%) ظهر فيها نساء، وفي المرتبة السابعة جاء رمز الطائرات الورقية والبالونات الحارقة بنسبة (6.1%) تلاه رمز المقلاع في المرتبة الثامنة بنسبة (5.5%)، تلاه رمز سيارات الإسعاف والمسعفين بنسبة (4.6%)، وفي المرتبة الحادية عشرة جاء رمز علامة النصر بنسبة (2.6%)، تلاه رمز رايات وأعلام الفصائل الفلسطينية بنسبة (1.4%)، فيما بلغت نسبة رمز المصابين وكبار السن (0.8%). ويرى الباحث أن اعتماد مواقع الدراسة لهذه الدلالات الرمزية، مرتبط بشكل أساسي بأطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة، حيث تخدم الدلالات الرمزية الأطر الخبرية باختلاف أنواعها، سواء الصراع أو الاهتمامات الإنسانية أو المسؤولية أو غيرها، ولعل الأدوات التي استخدمها المشاركون في المسيرات فرضت صوراً بعينها، وهذا ما يفسر تصدر هذه الدلالات بصورة أكبر من غيرها، يبقى أن نشير إلى أن كل دلالة من هذه الدلالات الرمزية أسهمت في استخدام إطار معين من الأطر الخبرية للصورة الصحفية لمسيرات العودة وهو ما سيتم الحديث عنه في المبحث الثالث.

وقد اتفقت الدراسة بشكل كبير مع دراسة عيسى<sup>(1)</sup> حول الرموز المستخدمة في كاريكاتير مسيرات العودة في الصحف الفلسطينية، وهذا نابع من طبيعة استخدام الجمهور الفلسطيني لهذه الرموز حتى أضحت جزء منه ومن شخصيته، وقد أوضحت دراسة أمير<sup>(2)</sup> أن للصورة خاصية التأويل حيث تفتتح على جميع الأعين التي تنظر إليها وتمنحنا إمكانية الحديث عنها وتقديم تأويلات مختلفة ومتعددة حولها.

### ثامناً: نوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لمحتواها في مواقع الدراسة

أظهرت نتائج الدراسة حصول الصور التابعة على نسبة عالية جداً بلغت (94.3%) في الاتجاه العام مقابل (4.3%) صور شخصية، و (1.3%) صور موضوعية، و فقط (0.1%) صور مستقلة. أما على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة فبينت النتائج أن موقع يسرائيل هيوم كان الأعلى استخداماً للصور التابعة بنسبة (95.6%)، فيما كان موقع هآرتس الأعلى في استخدام الصور الشخصية بنسبة (6.0%) ولم يستخدم موقع هآرتس أي صور موضوعية وهو الموقع الوحيد الذي استخدم الصور المستقلة وبنسبة قليلة جداً.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة صلاح الدين 2015م<sup>(3)</sup>، حيث جاءت الصور الإخبارية

(1) عيسى، سيميائية كاريكاتير مسيرات العودة في الصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة.

(2) أمير، الدلالات الرمزية للصورة الكاريكاتورية "باقي بوخلفة" نموذجاً، ص 38.

(3) صلاح الدين، دلالات الصورة الصحفية والنصية حول الأزمة السورية في صحيفتي القدس الفلسطينية وبيديوت أchronوت ال"إسرائيلية"، دراسة مقارنة.

المستقلة فيها في المرتبة الأولى تلتها الصور الموضوعية ثم الشخصية. كما تختلف أيضاً مع دراسة الرنتيسي (1)، ومشرف (2)، حيث جاء عدم استخدام الصور في موضوعات مسيرات العودة في المقدمة تلتها الصور الخبرية ثم الشخصية. ويرى الباحث أن هذه النتيجة تتسجم تماماً مع طبيعة السياسة التحريرية لكل موقع من مواقع الدراسة، نظراً لطبيعة القوالب الصحفية التي يستخدمها كل موقع وشكله وطبيعة تقسيم الموضوعات داخله، كما يميل الباحث إلى أن قلة استخدام الصور الشخصية في عينة الدراسة وتركزها في موقع هآرتس نابع من كونها جامدة وساكنة ولا تضيف شيئاً مؤثراً على القصة الخبرية، غير أن موقع هآرتس أوردها في سياق انتقاده لسلوك الجيش "الإسرائيلي".

### تاسعاً: النطاق الجغرافي للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

جرى التقاط غالبية الصور على طول السياج الحدودي مع قطاع غزة بنسبة (79.9%) منها (72.7%) غير محددة بالضبط ان كانت جنوب أو وسط أو شمال القطاع، في مقابل (12.9%) في منطقة غلاف غزة و (3.8%) في مدينة غزة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أبو عرقوب (3)، وجزئياً مع دراسة الدلو (4)، حيث ركزت فيها صحيفة فلسطين على قطاع غزة، ولم تهتم مواقع الدراسة كثيراً بتحديد مكان الأحداث التي نقلتها صور مسيرات العودة وهذا نابع من تعامل الجيش مع حدود القطاع كوحدة واحدة، وتتم الإشارة إلى أماكن الأحداث مقارنة بمواقع الجيش أو مستوطنات الغلاف أو المعابر التجارية والإنسانية، وليس بتصنيف الجهة الجغرافية، كما يرى الباحث أن ارتفاع نسبة الصور التي كان نطاقها الجغرافي مستوطنات الغلاف، نابع من طبيعة الأحداث التي جرت فيها، والتي تركزت في الحرائق التي سببتها البالونات الحارقة والأضرار المادية التي لحقت بالمستوطنين.

### عاشراً: كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

بيّنت نتائج الدراسة أن مواقع الدراسة نشرت صوراً بكلام بنسبة (96.1%) في الاتجاه العام مقابل (3.9%) فقط بدون كلام، أما على صعيد كل موقع من مواقع الدراسة فقد أوضحت انفراد موقع يديعوت أحرنونت دوناً عن الموقعين الآخرين في نشر صور بدون تعليق بنسبة بلغت (5.5%).

(1) الرنتيسي، الأطر الخبرية لمسيرات العودة الكبرى في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(2) مشرف، الأطر الخبرية لحصار غزة في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(3) أبو عرقوب، تغطية الإعلام "الإسرائيلي" لحرب غزة 2014، صحيفة "يديعوت أحرنوت" نموذجاً.

(4) الدلو، الأطر الخبرية للمقاومة الشعبية في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

وتقاربت نتائج الدراسة مع دراسة الكرنز (1) حيث أوضحت أن 90% من عينة دراستها كانت صور بكلام، و10% بدون كلام، ومن المعلوم أن الصور الصحفية لا تستطيع أن تؤدي وظيفتها الصحفية على أكمل وجه، ما لم يصاحبها تعليق، سواء أكان قصيراً أم طويلاً، فالقارئ في أغلب الأحيان حين يطالع صورة صحفية يحتاج إلى تعليق بسيط يشير لمحتواها ويشرح مضمونها وييسر فهمها (2). ويرى الباحث أن الصورة المصحوبة بتعليق تلفت نظر القارئ لتفاصيل قد لا ينتبه إليها في سياق النص، وقد تضيف له تفاصيل جديدة.

---

(1) الكرنز، الصورة الصحفية لإنتفاضة القدس في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.  
(2) موقع الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، تحرير الصورة الصحفية – الإعلام، (موقع إلكتروني).

## المبحث الثاني: مناقشة نتائج تحليل شكل صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة

يتناول هذا المبحث مناقشة نتائج الدراسة الخاصة بتحليل شكل صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة، وذلك من حيث نوع الصورة الصحفية المستخدمة وفقاً لأسلوب عرضها، وشكلها الفني وحجمها وموقعها داخل الموقع الإلكتروني وداخل الموضوع نفسه وموقع كلامها أو التعليق المرافق لها ومدى استخدام الألوان والإطارات معها، وذلك على النحو الآتي:

### أولاً: نوع الصورة الصحفية لمسيرات العودة وفقاً لأسلوب عرضها في مواقع الدراسة

أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية التكرارات كانت لصالح سلسلة الصور بنسبة (58.2%) في الاتجاه العام مقابل (21.2%) للصور المفردة، و(20.7%) للمشهد المتعاقب، ولم يتم استخدام أسلوب الصفحات المصورة اطلاقاً. وعلى مستوى كل موقع من مواقع الدراسة تبين أن موقع هآرتس كان الأكثر استخداماً لأسلوب الصورة المفردة بنسبة (72.0%) وأن موقع يديعوت أحرونوت كان الأكثر استخداماً لأسلوب سلسلة الصور والمشهد المتعاقب.

وهذه النتيجة مخالفة تماماً لدراسة الكرنز<sup>(1)</sup> حيث حصل فيها أسلوب الصورة المفردة على الغالبية العظمى بنسبة (96.6%). ويرى الباحث أن سلسلة الصور هي النوع الأفضل لنشره في حالة مسيرات العودة، حيث أنها تعبر عن موضوع واحد ومن أكثر من وجهة نظر ويتم التقاطها في أوقات متباعدة نسبياً، ولذلك يلاحظ من النتائج السابقة أن مواقع الدراسة أعادت نشر بعض الصور أكثر من مرة وفي فترات متباعدة، بل إن عدداً من الصور تم عرضها في العام 2019م، كانت قد التقطت في العام 2018م.

### ثانياً: الشكل الفني للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

أظهرت نتائج الدراسة حصول الشكل المستطيل على النسبة الأكبر من بين الأشكال الأخرى في الاتجاه العام بنسبة (98.8%) مقابل (1.2%) للشكل المربع، في حين لم يتم استخدام أي أشكال أخرى، علماً أنه وعلى مستوى كل موقع من مواقع الدراسة، فقد تميز موقع يديعوت أحرونوت باستخدامه الشكل المربع أكثر من الموقعين الآخرين حيث جاءت بنسبة (1.5%) مقابل (0.6%) لكل من الموقعين الآخرين.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الكرنز<sup>(2)</sup> بنسبة كبيرة جداً. كما تتفق مع دراسة ويرى الباحث أن الشكل المستطيل من أكثر الأشكال استخداماً في مواقع الدراسة، نظراً لما يحققه من جذب لانتباه القارئ وتوصيل مضمون الصورة بأيسر السبل، كما أنه يغطي المنطقة في وسط

(1) الكرنز، الصورة الصحفية لإنتفاضة القدس في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(2) الكرنز، الصورة الصحفية لإنتفاضة القدس في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

الصفحة والتي عادةً ما تحاذيها الإعلانات التجارية والإخبارية من الجانبين، ومن المعروف بدهياً في اخراج الصورة الصحفية سواء للمواقع الإلكترونية أو الصحف المطبوعة الإبتعاد عن الشكل المربع، لما يمتاز به من جمود ورتابة، وقد جاءت نتائج تحليل شكل الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة متفقة مع ما يطرحه التيبوغرافيين بخصوص اخراج الصورة الصحفية داخل الأخبار والموضوعات.

### ثالثاً: حجم الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

أظهرت نتائج الدراسة استخدام مواقع الدراسة الصور متوسطة الحجم بنسبة (74.7%) في الاتجاه العام مقابل (15.4%) للصورة الكبيرة، و(9.9%) للصورة الصغيرة، أما على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة فقد بيّنت الدراسة أن موقع يديعوت أحرونوت استخدم الصور المتوسطة والصغيرة بنسبة أعلى من الموقعين الآخرين في حين استخدم موقع يسرائيل هيوم الصور الكبيرة بنسبة أكبر من الموقعين الآخرين.

وقد جاءت هذه النتيجة متوافقة مع دراسة علاونة<sup>(1)</sup>، وإلى حد كبير مع دراسة الكرنز<sup>(2)</sup>، فيما تختلف مع دراسة ربابعة<sup>(3)</sup> حيث جاءت فيها الصورة الصغيرة في المرتبة الأولى. ويرى الباحث أن الصورة المتوسطة والكبيرة أكثر وضوحاً وأشدّ جذباً لانتباه القراء، وأن استخدام مواقع الدراسة لهذين الحجمين بدرجة كبيرة، يدل على أهمية الموضوع وحيويته بالنسبة لمواقع الدراسة، على الرغم من أن هذا الأسلوب في النشر هو ديدن هذه المواقع وليس خاصاً بموضوعات مسيرات العودة فقط.

### رابعاً: موقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل مواقع الدراسة

أظهرت الدراسة أن ما نسبته (77.7%) من الصور التي نشرتها مواقع الدراسة جاءت في الواجهة الداخلية لتلك المواقع، في مقابل (22.3%) على الواجهة الرئيسية، أما على صعيد كل موقع فبيّنت الدراسة أن موقع يديعوت أحرونوت كان الأكثر استخداماً للصور في الواجهات الداخلية بنسبة (85.8%) في حين أن موقع يسرائيل هيوم كان الأكثر نشرًا على الواجهة الرئيسية للموقع بنسبة (44.4%).

وقد لاحظ الباحث خلال جمعه عينة الدراسة أن مواقع الدراسة استخدمت في عدد من الموضوعات صوراً في الواجهة الرئيسية تختلف عن الصورة الرئيسية للخبر في الصفحات

(1) علاونة، الصورة الصحفية في الصحافة الأردنية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الدستور والغد.

(2) الكرنز، الصورة الصحفية لانتفاضة القدس في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(3) ربابعة، دور الصورة الصحفية في الصحافة ال"إسرائيلية" في حرب غزة 2014، دراسة تحليلية مقارنة على يديعوت أحرونوت ومعاريف.

الداخلية، كما فعل موقعا هآرتس ويسرائيل هيوم، فيما وضع موقع يديعوت أحرنونوت الصورة الرئيسية للخبر في الواجهة الرئيسية واستخدمها نفسها ولكن بحجم أصغر في أعلى يمين الصفحات الداخلية، وهذا ينسجم مع تصميم هذه المواقع وليس مرتبطاً بموضوعات وصور مسيرات العودة فقط. ورغم اختلاف عينة الدراسة ومجتمعها مقارنة بدراسة الكرنز<sup>(1)</sup> إلا ان النتيجة كانت متقاربة حيث بلغت نسبتها في الصفحات الداخلية (69.3%).

#### خامساً: موقع الصورة الصحفية لمسيرات العودة داخل الموضوعات

أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية الصور التي نشرتها مواقع الدراسة تم نشرها وسط الموضوعات بنسبة (76.7%) في مقابل (12.0%) أعلى الموضوعات، و(10.5%) على أحد الجانبين، و(0.8%) فقط أسفلها، أما على مستوى كل موقع فنتبين أن موقع يديعوت أحرنونوت نشر النسبة الأعلى وسط الموضوعات بنسبة (85.7%) في حين أن موقع هآرتس لم ينشر أي صور أسفل الموضوعات، ونشر الصور أعلاها بنسبة تفوق الموقعين الآخرين، أما موقع يسرائيل هيوم فلم ينشر أي صور على أحد جانبي الموضوع نهائياً.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة رابعة<sup>(2)</sup> حيث جاءت فيها الصور التي نشرت أعلى الموضوعات في المرتبة الأولى، وهو ما أكدته دراسة علاونة<sup>(3)</sup> أيضاً، ويرى الباحث أن هذا الأسلوب في عرض الصور يجعلها أكثر تضميناً في الموضوع الصحفي ذاته، بحيث لا تبدو وكأنها منفصلة عنه، ويُشرك القارئ في تطور مجريات الأحداث بنسبة كبيرة، كما أنه يحدث نوعاً من التواصل الذهني والبصري ما بين القارئ والأحداث، وكان لافتاً أن موقع هآرتس اقتصر على نشر الصور الشخصية لشهداء وجرحى المسيرات على جانبي الموضوع، فيما اقتصر موقع يديعوت أحرنونوت على الصورة الرئيسية للخبر نشرت بجانب العنوان، أعلى يمين الصفحة، وخلا موقع يسرائيل هيوم من هذا الأسلوب تماماً، ويرى الباحث كذلك أن طبيعة تصميم المواقع تؤثر بشكل كبير في استخدام هذا الأسلوب من عدمه، بمعنى وجود أبعاد فنية وليس فقط مهنية، وهو ما يفسر الاختلاف بين مواقع الدراسة.

#### سادساً: موقع كلام الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

بيّنت الدراسة أن موقع كلام الصور التي نشرتها مواقع الدراسة جاء بنسبة عالية أسفل الصور بلغت (94.8%) في مقابل (5.1%) على الصورة نفسها، و (0.1%) فقط أعلاها،

(1) الكرنز، الصورة الصحفية لإنفاضة القدس في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.  
(2) رابعة، دور الصورة الصحفية في الصحافة ال"إسرائيلية" في حرب غزة 2014، دراسة تحليلية مقارنة على يديعوت أحرنونوت ومعاريف.  
(3) علاونة، الصورة الصحفية في الصحافة الأردنية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الدستور والغد.

في حين لم يتم استخدام أسلوب وضع كلام الصورة على أحد الجانبين نهائياً. أما على صعيد كل موقع من مواقع الدراسة فتبين أن موقع هآرتس استخدم التعليق أعلى الصور بنسبة (0.6%) فيما لم يستخدم الموقعان الآخران هذا الأسلوب نهائياً.

ويرى الباحث أن وجود الكلام أسفل الصورة يعد أكثر مهنية وأيسر متابعة للقارئ خاصة إذا ما أخذنا طبيعة تصفح هذه المواقع إلكترونياً من أعلى إلى أسفل، حيث يتماشى مع الحركة الطبيعية لعين القارئ من ناحية، ويسهل عملية الربط بين الكلام والصورة، كما لاحظ الباحث أن الصور التي نشرتها مواقع الدراسة وكان التعليق فيها على الصورة نفسها، جاء أيضاً في الناحية السفلية من الصورة بما يتناسب مع حركة العين. وقد أوضح أبراهيم<sup>(1)</sup> رأي بعض التيبوغرافيين بأن القيمة الإتصالية للصورة مع تعليق تعادل موضوعاً على صفحة كاملة.

### سابعاً: استخدام الألوان في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

أظهرت نتائج الدراسة أن جميع مواقع الدراسة نشرت صوراً ملونة، ولم تنتشر صور غير ملونة. وتتوافق هذه النتيجة مع كثير من الدراسات الحديثة في مجال الصورة، ويرى الباحث أن النشر الإلكتروني يتطلب نشر صور ملونة، بل إنه أتاح ذلك بسهولة ويسر، حيث لا يتطلب الأمر أي تكلفة مادية بعكس الصحف المطبوعة، ومن ناحية أخرى فإن العصر الرقمي وتطور التكنولوجيا سواء على مستوى كاميرات التصوير أو آليات نقل المادة الصحفية، فرض على المواقع الإلكترونية نشر الصور الملونة، لما تضيفه الألوان من حيوية وتشويق، وجذب انتباه القارئ، وإظهار كافة تفاصيل الحدث بدقة متناهية، مع عدم اغفال القدرات التكنولوجية والبرمجية العالية في المواقع الإلكترونية "الإسرائيلية" بشكل أكبر من نظيرتها الفلسطينية.

### ثامناً: استخدام الإطارات في الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة

نشرت مواقع الدراسة صور المسيرات جميعها بدون إطار، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الرنتيسي<sup>(2)</sup> حيث حلت فئة الإطارات في المرتبة الثالثة كأحد عناصر الإبراز المستخدمة، فيما حلت في المرتبة الثانية في دراسة مشرف<sup>(3)</sup>، ويرى الباحث أن نشر مواقع الدراسة للصورة الصحفية بدون إطار ليس مرتبطاً بصور مسيرات العودة دوناً عن غيرها، بل سلوك نتجه مواقع الدراسة، وهذا مردّه إلى أن هذه المواقع حافلة بالإعلانات والدعايات في الصفحة الواحدة، وقد يكون الإخراج العكسي بعدم وضع إطار للصور مدعاة لزيادة الانتباه إليها في ظل وجودها داخل صفحة مليئة بالإعلانات والدعايات والإطارات.

(1) أبراهيم، اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، ص 90.

(2) الرنتيسي، الأطر الخبرية لمسيرات العودة الكبرى في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(3) مشرف، الأطر الخبرية لحصار غزة في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

### المبحث الثالث: مناقشة نتائج تحليل أطر صورة مسيرات العودة في مواقع الدراسة

يتناول هذا المبحث مناقشة أنواع أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة المستخدمة في

مواقع الدراسة من حيث أنواعها ودلالات تأطير كل إطار منها، وذلك على النحو الآتي:

#### أولاً: أنواع أطر الصورة الصحفية لمسيرات العودة المستخدمة في مواقع الدراسة

كشفت نتائج الدراسة استخدام مواقع الدراسة لعشرة أطر خبرية خاصة بالصورة الصحفية لمسيرات العودة، حيث بلغ إجمالي عدد الأطر الخبرية في مواقع الدراسة (6267) إطاراً، منها (4400) في يديعوت أحرونوت، و (961) في موقع هآرتس، و (906) في موقع يسرائيل هيوم، ويرى الباحث أن نسب توزيع الأطر بين المواقع يتوافق مع عدد الصور الصحفية التي نشرها كل موقع، أما على صعيد كل إطار من الأطر المستخدمة فيمكن مناقشة النتائج على النحو الآتي:

#### 1. إطار الإستراتيجية:

بلغت نسبته في الاتجاه العام (18.3%)، حيث إن غالبية هذه النسبة جاءت لصالح فئة الريح والخسارة بنسبة (13.6%)، والباقي كان لصالح فئة النصر والهزيمة. أما على مستوى كل موقع فقد استخدمه موقع يديعوت أحرونوت بنسبة أكبر بلغت (18.4%) في مقابل (18.0%) في يسرائيل هيوم، و (17.8%) في هآرتس، وقد ركزت جميعها على فئة الريح والخسارة، أكثر من فئة النصر والهزيمة.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة الخرابشة<sup>(1)</sup>، وقد لاحظ الباحث أن الكثير من دراسات الأطر الخبرية السابقة لم تذكر في غالبها إطار الإستراتيجية مثل دراسة مشرف<sup>(2)</sup> والدلو<sup>(3)</sup> وأبو طه<sup>(4)</sup> وعض الله<sup>(5)</sup>، مع أن الصحافة "الإسرائيلية" تركز على استخدامه بشكل لافت، ويرى الباحث أن مواقع الدراسة ركزت على استخدام هذا الإطار باعتبار السياسة "الإسرائيلية" في الدعاية والحرب النفسية، والتي تقوم على قياس الأمور من منطلق الريح والخسارة في محاولة لإقناع الجبهة المستهدفة والتأثير على قناعاتها، وقد تم استخدام هذه الإطار خلال العمليات العسكرية ضد قطاع غزة للتأثير على الوعي العام للجمهور الفلسطيني للتخلي عن المقاومة وأنها جلبت له الدمار والخراب ولم يربح من دعمها أي شيء.

(1) الخرابشة، الإطار الإعلامي للدعاية ال"إسرائيلية" على الفيسبوك، دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم الجيش "الإسرائيلي".

(2) مشرف، الأطر الخبرية لحصار غزة في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(3) الدلو، الأطر الخبرية للمقاومة الشعبية في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(4) أبو طه، الأطر الخبرية للعداوان "الإسرائيلي" على غزة عام 2008م في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(5) عض الله، الأطر الخبرية للعدوان على غزة عام 2012م في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية، دراسة تحليلية مقارنة.

## 2. إطار المسؤولية:

كشفت الدراسة أن نسبته مساوية لنسبة إطار الإستراتيجية حيث بلغت (18.3%) أيضاً، غير أن غالبية هذه النسبة حملت المسؤولية للفصائل الفلسطينية بنسبة (15.0%) والباقي حملت المسؤولية للجيش والحكومة "الإسرائيلية"، وعلى مستوى كل موقع من مواقع الدراسة تبين وجود تقارب في نسب موقعي يديعوت أحرونوت ويسرائيل هيوم، في حين أن موقع هآرتس حمل الجيش والحكومة "الإسرائيلية" المسؤولية بنسبة أكبر من الموقعين الآخرين بلغت (4.7%) في مقابل (3.1%) في يديعوت أحرونوت و (2.2%) في يسرائيل هيوم.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة أبو طه (1) ودراسة مشرف (2)، التي حلّ فيها في المرتبة الثانية، وكذلك دراسة عوض الله (3) التي حل فيها في المرتبة الثامنة، وهذا طبيعي ومنطقي حيث إن الإعلام "الإسرائيلي" يحمل المسؤولية للفصائل الفلسطينية ومن غير المنطقي أن يحمل المسؤولية للجيش والحكومة "الإسرائيلية" بل بالعكس فإنه يتجند لصالحهما فيما يخص التهديدات الخارجية، أما فيما يخص موقع هآرتس فقد ذكر الباحث سابقاً أن توجهات الموقع اليسارية من ناحية والذي يحاول الظهور بمظهر الداعم لحقوق الإنسان تفسر تحميله المسؤولية للجيش والحكومة "الإسرائيلية" بهذا القدر، علماً أن هذه النسبة تركزت في إدانة مقتل صحفيين ومسعفين وأطفال خلال فترة المسيرات، وليس بشكل مطلق، وقد أدانت هآرتس استهداف الصحفي مرتجى وقالت إن الجيش استهدفه عن سبق إصرار ووصفته بأنه عمل إجرامي (4).

## 3. إطار الصراع:

جاءت نسبة هذا الإطار أيضاً مساوية لنسبة الإطارين السابقين حيث بلغت (18.3%) في الاتجاه العام، أما على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة فبيّنت النتائج أن موقع يديعوت أحرونوت استخدمه بنسبة أكبر من الموقعين الآخرين بلغت (18.6%) في مقابل (17.7%) في موقع يسرائيل هيوم، و (17.5%) في موقع هآرتس.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الرنتيسي (5) حيث جاء إطار الصراع عنده في المرتبة الأولى مثل اعتداءات الجيش وفعاليات المسيرات ثم التهديدات المتبادلة، كما اتفقت مع دراسة الدلو أيضاً (6)، فيما اختلفت مع دراسة عوض الله (1) حيث احتلّ فيها المرتبة الثانية، ويرى

(1) أبو طه، الأطر الخبرية للعداوان "الإسرائيلي" على غزة عام 2008م في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(2) مشرف، الأطر الخبرية لحصار غزة في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(3) عوض الله، الأطر الخبرية للعداوان على غزة عام 2012م في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية، دراسة تحليلية مقارنة.

(4) موقع رام الله الإخباري، هآرتس: قتل إسرائيل للصحفي "ياسر مرتجى" عمل إجرامي، (موقع إلكتروني).

(5) الرنتيسي، الأطر الخبرية لمسيرات العودة الكبرى في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(6) الدلو، الأطر الخبرية للمقاومة الشعبية في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

الباحث أن هذه النتيجة تتفق مع دراسة أبو عرقوب<sup>(2)</sup>، والتي أثبت فيها الباحث تحريض صحيفة يديعوت أحرونوت على قتل الفلسطينيين وتحقيق النصر في الحرب على غزة عام 2014م، حيث تتفق نتيجة الباحث مع التوجهات العامة لموقع وصحيفة يديعوت أحرونوت والتي أشار سابقاً إلى أنها تتخذ موقع الداعم للجيش وللحكومة "الإسرائيلية" المنتخبة.

4. الإطار الأخلاقي:

احتلَّ المرتبة الثانية نسبته (13.3%) في الاتجاه العام، أما على مستوى كل موقع فكان موقع هآرتس أكثر استخداماً له من الموقعين الآخرين بنسبة (17.1%) في مقابل (15.9%) في موقع يسرائيل هيوم، و(11.9) في موقع يديعوت أحرونوت. وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مشرف<sup>(3)</sup>، حيث جاء الإطار الأخلاقي فيها في المرتبة الأخيرة، ويحاول قادة إسرائيل العسكريين والسياسيين في الفترة الأخيرة تسويق الجيش "الإسرائيلي" على أنه من الجيوش القليلة في العالم التي تستند على منظومة أخلاقية إنسانية عظيمة<sup>(4)</sup>. ويرى الباحث أن هذه النتيجة تعكس التوجه الأيديولوجي لمواقع الدراسة، فموقع هآرتس ورغم توجهاته اليسارية إلا أنه يبدي تأييداً في بعض القضايا الخاصة بالجيش مثل الجانب الأخلاقي، وهذا يفهم أيضاً إذا ما وضع في سياقه الطبيعي، الذي يوضح أن غالبية قيادات الجيش "الإسرائيلي" ذات توجهات علمانية يسارية، مع ملاحظة أن التوجه خلال الأعوام الأخيرة أصبح يجنح لليمين بشكل ملحوظ، ورغم ذلك لا تزال قضية الجيش الأخلاقي والمثالي في الشرق الأوسط تسيطر على الواقع "الإسرائيلي" وتتبنها غالبية فئات المجتمع، ضمن الثقافة والمعايير المجتمعية العامة.

#### 5. إطار ادعاء الحق الشرعي لـ "إسرائيل" في الدفاع عن نفسها:

أظهرت نتائج الدراسة أن هذا الإطار جاء في المرتبة الثانية مكرراً، وبلغت نسبته في الاتجاه العام (13.3%) أيضاً، وقد بيّنت النتائج أن موقع هآرتس كان الأكثر استخداماً لهذا الإطار بنسبة (16.4%) في مقابل (16.1%) في موقع يسرائيل هيوم، و (12.0%) فقط في يديعوت أحرونوت.

قد يتبادر إلى الذهن وجود تناقض في نتيجة هذا الإطار مقارنة بنتائج الأطر السابقة، غير أن الباحث يرى أنه لا تناقض، ففيما يرى موقع هآرتس على سبيل المثال الحق الشرعي لـ

(<sup>1</sup>) عوض الله، الأطر الخبرية للعدوان على غزة عام 2012م في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية، دراسة تحليلية مقارنة.

(<sup>2</sup>) أبو عرقوب، تغطية الإعلام "الإسرائيلي" لحرب غزة 2014، صحيفة "يديعوت أحرونوت" نموذجاً.

(<sup>3</sup>) مشرف، الأطر الخبرية لحصار غزة في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(<sup>4</sup>) لافي، أخلاق المقاومة الفلسطينية وانحطاط الجيش "الإسرائيلي"، (موقع إلكتروني).

"إسرائيل" في الدفاع عن نفسها وعن حدودها بنسبة كبيرة، فإنه أيضاً يرى بأن الدفاع يكون وفقاً لطبيعة المهذدات، فعندما كانت المهذدات عسكرية على غرار ما حدث في جنوب لبنان دعم الموقع موقف الجيش ولكن عندما تعلق الأمر بمهذدات غير عسكرية مثل مسيرات العودة انتقد الموقع اجراءات ووسائل الجيش في التعامل مع هذا التهديد بل وأدان الإفراط في اطلاق النار واستهداف الصحفيين والمرضىين.

#### 6. إطار الاهتمامات الإنسانية:

كشفت نتائج الدراسة ترتيب هذا الإطار في المرتبة الثالثة بعد الأطر السابقة، بنسبة (8.7%)، منها (5.1%) اهتمامات إنسانية لصالح الجيش والمستوطنين والباقي لصالح المتظاهرين، أما على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة فأوضحت النتائج أن موقع يديعوت احرونوت استخدمه بشكل أكبر من الموقعين الآخرين بنسبة (9.5%) في مقابل (7.0%) في هآرتس، و (6.8) في موقع يسرائيل هيوم، علماً أن موقع يديعوت أحرونوت كانت النسبة فيه في كلا الاتجاهين سواء للمتظاهرين أو للجيش والمستوطنين أعلى من الموقعين الآخرين وذلك نظرا لحجم العينة الكبير في الموقع مقارنة بعينة الموقعين الآخرين.

وتتفق هذه النتيجة تماماً مع ما توصلت إليه دراسة الدلو<sup>(1)</sup>، حيث جاء في المرتبة الثالثة أيضاً، فيما تتعارض مع دراسة عوض الله<sup>(2)</sup> حيث جاء هذا الإطار في المرتبة الأخيرة عنده. ويرى الباحث أن هذه النتيجة تتفق مع توجهات مواقع الدراسة إذ غلب عليها جميعاً تقديم الاهتمامات الإنسانية للجيش والمستوطنين على المتظاهرين، وهذا يؤكد تجند الإعلام "الإسرائيلي" لصالح المؤسستين العسكرية والسياسية في أوقات الحروب والأزمات والإنقاضات.

#### 7. إطار النتائج الاقتصادية:

جاء إطار النتائج الاقتصادية في المرتبة الرابعة في الاتجاه العام بنسبة (5.3%) أغلبها لصالح فئة المستوطنين بنسبة (4.1%) والباقي لصالح فئة الفلسطينيين، أما على مستوى كل موقع من واقع الدراسة فقد بيّنت الدراسة أن موقع يديعوت أحرونوت كان الأكثر استخداماً لهذا الإطار بنسبة (5.6%) مقابل (5.4%) في يسرائيل هيوم، و (4.0%) في هآرتس، علماً أن كافة مواقع الدراسة اتفقت في تقديم فئة المستوطنين على فئة الفلسطينيين.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة مشرف<sup>(3)</sup> حيث حاز فيها هذا الإطار على المرتبة

(1) الدلو، الأطر الخيرية للمقاومة الشعبية في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(2) عوض الله، الأطر الخيرية للعدوان على غزة عام 2012م في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية، دراسة تحليلية مقارنة.

(3) مشرف، الأطر الخيرية لحصار غزة في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

السابعة، يرى الباحث أن هذه النتيجة تتسجم تماماً مع مجريات وأحداث مسيرات العودة، فعلى الرغم من أن الهدف الجزئي للمسيرات فك الحصار، وإيجاد حلول للأزمة المالية والإقتصادية في القطاع، إلا أن مواقع الدراسة آثرت التركيز على الأضرار التي تسببت بها المسيرات للمستوطنين لا سيما في مناطق غلاف غزة وما تسببت به الحرائق من خسائر فادحة.

#### 8. إطار الدعم والمساندة للجيش:

حصل إطار الدعم والمساندة للجيش "الإسرائيلي" على المرتبة الخامسة من بين أطر صور مسيرات العودة التي استخدمتها مواقع الدراسة، بنسبة (1.6%) في الاتجاه العام، وكشفت نتائج الدراسة أن موقع يديعوت أحرونوت كان أكثرها استخداماً له بنسبة (2.0%) في مقابل (0.7%) في موقع يسرائيل هيوم، و (0.6%) في موقع هآرتس.

ويرى الباحث أن هذه النتيجة تتفق مع توجهات موقع يديعوت أحرونوت بشكل كبير، والتي تركز على دعمه شبه المطلق لتوجهات الجيش والحكومة "الإسرائيلية". وقد نشر الموقع مواقف لجنرالات سابقين في الجيش يؤيدون استهداف المتظاهرين وبيروونه، مثل نشره مقالة للضابط دانئيل رايزنر<sup>(1)</sup> يبرر فيه استهداف المتظاهرين حتى لا تحدث عمليات تسلل جماعي لمستوطنات الغلاف.

#### 9. إطار البدائل:

كشفت نتائج الدراسة أن إطار البدائل جاء في المرتبة الخامسة مكرر بنسبة (1.6%) في الاتجاه العام، وعلى مستوى كل موقع من مواقع الدراسة تبين أن موقع يديعوت أحرونوت استخدمه بشكل أكبر من الموقعين الآخرين بنسبة (1.9%) مقابل (1.1%) في هآرتس، و(0.9%) في يسرائيل هيوم.

وتقترب هذه النتيجة من دراسة عليان<sup>(2)</sup>، حيث جاء هذا الإطار في دراستها في المرتبة الأخيرة من بين الأطر المستخدمة، وقد لاحظ الباحث أيضاً أن هذه النتيجة تتوافق مع توجهات الجيش والحكومة "الإسرائيلية" خلال فترة مسيرات العودة بعدم الرغبة في الدخول في مواجهة عسكرية مع قطاع غزة، والبحث عن بدائل وحلول بعيداً عن الخيار العسكري، وقد ركزت الصور التي تم توظيفها ضمن هذا الإطار في مواقع الدراسة على فتح المعابر وصرف المنحة القطرية وصور الوفد المصري.

(1) صقر، جنرال إسرائيلي يبرر استهداف المتظاهرين بمسيرات العودة، (موقع إلكتروني).  
(2) عليان، الأطر الخبرية لقضية الدولة الفلسطينية في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية، دراسة تحليلية مقارنة.

## 10. إطار تهديد وتخويف المتظاهرين:

كشفت نتائج الدراسة ترتيب هذا الإطار في المرتبة السادسة في الاتجاه العام بنسبة (1.3%)، في حين كان موقع يديعوت أحرونوت الأكثر استخداماً له بنسبة (1.5%) في مقابل (1.0%) في هآرتس، و (0.9%) في يسرائيل هيوم.

وتتسجم هذه النتيجة مع توجهات المتحدث باسم الجيش، وبعض الإجراءات التي اتخذتها المؤسسة الأمنية والعسكرية "الإسرائيلية" مثل توزيع المنشورات الورقية التحذيرية، أو توجهات منسق أعمال الحكومة "الإسرائيلية" ومديرية تنسيق وارتباط غزة لسكان القطاع عبر منصات التواصل الاجتماعي لإقناعهم بالعدول عن المشاركة في المسيرات وتهديدهم بما يمكن أن يكون خسارة على المستوى الشخصي للمتظاهرين مثل بتر الأطراف، كما يرى الباحث أن هذا الإطار له ارتباط وثيق بالدعاية والحرب النفسية "الإسرائيلية" التي مورست على المتظاهرين وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أبو قوطة<sup>(1)</sup> حول صفحة المتحدث باسم الجيش على موقع تويتر، كما تتفق تماماً مع دراسة نعيم<sup>(2)</sup> وكذلك مع دراسة أبو شنب<sup>(3)</sup>.

### ثانياً: دلالات تأطير كل إطار من أطر صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة

إن لكل إطار من الأطر السابقة دلالات ومعاني ظاهرة وخفية، دفعت لاستخدامه دون غيره من الأطر، بما يخدم سياق الموضوعات والأخبار التي نشرت فيها صور المسيرات، وبما يحقق الرؤية والسياسة الإعلامية التي يتبناها كل موقع من مواقع الدراسة تجاه مسيرات العودة، سواء بناء على توجهه الأيديولوجي أو الحزبي، حيث تمثل مواقع الدراسة اتجاهات حزبية مختلفة يمينية ويسارية، ولبعضها مواقف أيديولوجية سواء باتجاه التدين أو العلمانية، وفيما يلي توضيح ذلك:

### 1. دلالات استخدام إطار الإستراتيجية:

أوضحت مواقع الدراسة من خلال استخدامها لهذا الإطار، رؤيتها لأحداث مسيرات العودة من منطلق الرؤية الإستراتيجية للإسرائيليين عامة، وفسرت الواقع، بناء على الأحداث السياسية والعسكرية والميدانية، من حيث النظرة الحاسمة في التعاطي مع القضية برمتها، سواء من ناحية الربح والخسارة أو النصر والهزيمة. وأشارت الكثير من الصور التي نشرتها مواقع الدراسة إلى

(1) أبو قوطة، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحو مسيرات العودة 2018م، عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال "الإسرائيلي".

(2) نعيم، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية مقارنة.

(3) أبو شنب، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" خلال العدوان على غزة عام 2014م عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، دراسة تحليلية.

تعامل الجيش مع المتظاهرين على قاعدة الريح أو الخسارة، عندما أشارت مثلاً إلى أن حركة حماس ربحت من مسيرات العودة باستثمار الأموال القطرية، وتخفيف حدة الحصار، وتحقيق تسهيلات إنسانية، رغم خسارتها في كسره بشكل كامل، وكذلك التأثير على المشاركين بأن أرباحهم ستكون لا شيء مقابل خسارتهم لأرواحهم أو بعض أطرافهم، كما أشارت بعض الصور إلى تعامل الجيش وفقاً لمبدأ النصر أو الهزيمة، كما في حالة البالونات الحارقة، حتى وصل الأمر لاستهداف وحدة الزواري وقصف أماكنها، وكما حدث مع وحدة الكوشوك أيضاً، واعتبر الجيش أن وقوفه في وجه هذا الظاهرة مسألة نصر أو هزيمة، ولذلك استهدفها بكافة الأشكال.

ويرى الباحث أن تصدُر هذا الإطار لباقي الأطر الإخبارية للصورة الصحفية لمسيرات العودة، نابع من نظرة الحكومة "الإسرائيلية" وقيادة الجيش، لخطورة مسيرات العودة والتعامل معها بأقصى درجات الجدية، ويتوافق ذلك مع التقرير الاستراتيجي "الإسرائيلي" لعام 2020م، الذي حذر من إعادة احتلال قطاع غزة، وحثّ على التوصل لاتفاق تهدئة مع حركة حماس، باعتبارها المهدد الثاني بعد الجبهة الشمالية (1). وهي ذات الرؤية التي حملها التقرير خلال العامين الأخيرين، إضافة لطبيعة نظرة "إسرائيل" لحق العودة، وما يشكله عليها من خطر استراتيجي، ولذلك سعت لإيجاد حلول بديلة كالمنحة القطرية أو السماح بفتح المعابر لفترة أطول من السابق، فيما أشارت دراسة "إسرائيلية" أن مسيرات العودة كشفت عن إنجاز عملياتي إسرائيلي تمثل بمنع الفلسطينيين من اقتحام الحدود، مقابل فشل استراتيجي في عدم القدرة على تسويق الرواية "الإسرائيلية" أمام الرأي العام العالمي (2).

## 2. دلالات استخدام إطار المسؤولية:

حددت من خلاله مواقع الدراسة الجهة التي تتحمل المسؤولية عن مسيرات العودة، وما رافقها من أحداث يومية على مدار فترة الدراسة، حيث جاء هذا الإطار في المرتبة الأولى مكرراً، نظراً لما أولته مواقع الدراسة من اهتمام بتحميل مسؤولية الأحداث للطرف الفلسطيني بالدرجة الأولى.

ويرى الباحث أن ذلك نابع من طبيعة تغطية مواقع الدراسة لأحداث مسيرات العودة، حيث أبرزت صور المسيرات التي نشرتها مواقع الدراسة دلالات رمزية معينة، أسهمت في بروز هذا الإطار منها العروض العسكرية للفصائل الفلسطينية، وتسليط الضوء على وحدات الكوشوك وقص السلك، ووحدة مواجهة الغاز ووحدة الزواري للطائرات والبالونات الحارقة، إضافة

(1) موقع النرا فلسطين، تقرير إسرائيل الاستراتيجي 2020، ماذا عن غزة؟ (موقع إلكتروني)  
(2) أبو عامر، دراسة "إسرائيلية": مسيرات العودة كشفت فشل إسرائيل استراتيجياً، (موقع إلكتروني).

لتسليطها الضوء على الخلفية الحزبية والأيدولوجية لبعض شهداء المسيرات، باعتبارهم عناصر فاعلة في التنظيمات الفلسطينية، لا سيما حركتي حماس والجهاد الاسلامي، إضافة لإبرازها مشاركة قيادة حركة حماس في المسيرات بشكل دوري، من خلال مشاركة شخصيات قيادية كالسنوار وهنية والحية، في حين كانت المسؤولية التي حملتها مواقع الدراسة للجيش والحكومة "الإسرائيلية" مقتصرة على الإفراط في عدد الإصابات والشهداء، واستهداف الصحفيين والمسعفين، وعدم منح تسهيلات اقتصادية وإنسانية للقطاع.

وتتعارض هذه النتيجة مع عدة دراسات سابقة منها دراسة عوض الله<sup>(1)</sup>، نظراً لاختلاف عينة الدراسة حيث اعتمد على قنوات روسيا اليوم والحررة وفرنسا 24، والتي حملت المسؤولية لإسرائيل بشكل أكبر حيث جاء هذا الإطار عنده في المرتبة الثالثة في الاتجاه العام، وكذلك تتعارض مع دراسة الدلو<sup>(2)</sup> حيث جاء هذا الإطار عنده في المرتبة الثانية، فيما جاءت نتيجة دراسة غبن<sup>(3)</sup> مخالفة تماماً لهذه النتيجة نظراً لاختلاف عينة الدراسة وهي المواقع الإلكترونية للصحف الأمريكية، التي عبرت عن انحياز كامل لصالح الاحتلال.

### 3. دلالات استخدام إطار الصراع:

استخدمت مواقع الدراسة إطار الصراع في إشارة لطبيعة الصراع الفلسطيني "الإسرائيلي" على مدى الأعوام الماضية، حيث تناولت الصور مسيرات العودة التي هدفت بالأساس لآحياء حق العودة باعتبار ما تسبب به الاحتلال في سنوات النكبة والنكسة من تهجير آلاف الفلسطينيين من أراضيهم وتحويلهم للاجئين في الداخل والخارج، حيث سلطت المواقع الضوء على قضية العودة، باعتبار مسيرات العودة أقوى ظاهرة شعبية وجماعية انطلقت لاستعادة هذا الحق منذ عام 1948م وحتى يومنا، وفي هذا الإطار تم توظيف الصور التي شملت إغلاق المعابر، وبعض جولات التصعيد بين المقاومة والجيش "الإسرائيلي"، وإطلاق النار وقنابل الغاز على المشاركين، واستخدام وسائل أخرى لتفريقهم كخرطوم المياه العادمة، إضافة لصور المصابين والجرحى من الطرفين، وصور الحرائق، والحشودات العسكرية، وكذلك التجهيزات الأمنية على طول السياج باعتباره منطقة فاصلة بين كيانين معادين.

وكان لافتاً في هذا الإطار ميل مواقع الدراسة إلى توظيف دلالات رمزية بعينها، لعل أبرزها: السياج الحدودي الفاصل والعلم الفلسطيني والحشودات العسكرية والقناصة، والكوفية

(1) عوض الله، الأطر الخبرية للعدوان على غزة عام 2012م في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية، دراسة تحليلية مقارنة.

(2) الدلو وأبو مزيد، سيميائية الصورة الصحفية في انتفاضة القدس في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة.

(3) غبن، الأطر الخبرية لانتفاضة القدس في المواقع الإلكترونية للصحف الأمريكية: دراسة تحليلية مقارنة.

الفلسطينية وعلامة النصر والمقلع.

ويرى الباحث أن نسبة هذا الإطار منطوية، حيث أن الرمز الدلالي "السياج الحدودي الفاصل"، حاز على أعلى نسبة ضمن جدول الدلالات الرمزية التي وردت في صور المسيرات، ويرجع هذا الأمر إلى طبيعة العلاقة بين قطاع غزة وإسرائيل لا سيما بعد خوض الأخيرة عدداً من الحروب ضد القطاع، حيث أصبحت قضية الصراع بينهما قضية بدئية، بل وسيطرت خلال السنوات الأخيرة على أروقة السياسة الإقليمية والدولية، ولا تزال هذه القضية محط اهتمام كبير من جميع الأطراف، وهذا يفسر سبب بقاءه في صدارة الأطر التي اعتمدها مواقع الدراسة، علماً أن هذه النتيجة تتوافق مع نتائج دراسة كل من الدلو<sup>(1)</sup>، وعض الله<sup>(2)</sup>، والرننيسي<sup>(3)</sup>.

#### 4. دلالات استخدام الإطار الأخلاقي:

استخدمت مواقع الدراسة الإطار الأخلاقي، لغرض عرض أحداث المسيرات ضمن السياق الأخلاق والثقافي للمجتمع والجيش "الإسرائيلي"، وجاء هذا الإطار في المرتبة الثانية، من بين الأطر الخيرية للصورة الصحفية الخاصة بمسيرات العودة، حيث تناولته المواقع من أكثر من زاوية، فمثلاً تم إبراز استخدام الجيش لوسائل مشروعة في تفريق المتظاهرين ممثلة بقنابل الغاز وخرطوم المياه العادمة، والرصاص المطاط، والحوامات المسيرة، كما تم إبراز الصور التي تظهر قوات الجيش على الحدود على مقربة من المتظاهرين وعلى بعد مسافات قريبة، دون المساس بهم، فيما تناول هذا الإطار صور المسيرات من ناحية أخرى باعتبار استخدام المتظاهرين لوسائل خشنة مثل القنابل والسلاح والبالونات الحارقة والمتفجرة، لتبرير اجراءات الجيش وسلوكه ضد المتظاهرين امام الرأي العام "الإسرائيلي"، باعتبار عدم تعامل الفلسطينيين بأي قواعد أخلاقية في استهداف الجيش والمستوطنين.

ويرى الباحث أن سلوك مواقع الدراسة فيما يخص توظيفها للإطار الأخلاقي وافق بشكل كبير سلوك المتحدث باسم الجيش "الإسرائيلي" افياخي أدري من خلال منشوراته عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفقاً لما كشفت عنه نتائج دراسة الخرابشة<sup>(4)</sup>. كما أن متابعة الباحث لما نشره المتحدث باسم الجيش "الإسرائيلي" باللغة العبرية على حسابه، فيما يخص مسيرات العودة،

(1) الدلو وأبو مزيد، سيميائية الصورة الصحفية في انتفاضة القدس في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة.  
(2) عض الله، الأطر الخيرية للعدوان على غزة عام 2012م في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية، دراسة تحليلية مقارنة.

(3) الرننيسي، الأطر الخيرية لمسيرات العودة الكبرى في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.  
(4) الخرابشة، الإطار الإعلامي للدعاية ال"إسرائيلية" على الفيسبوك، دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم الجيش "الإسرائيلي".

وافق تماماً هذه النتيجة، ومن ناحية أخرى فإن ذلك يتماشى مع طبيعة النظرة "الإسرائيلية" الرسمية والشعبية لمكانة الجيش "الإسرائيلي" باعتباره الجيش الأخلاقي الأول في منطقة الشرق الأوسط، فحتى في أسوأ مراحل أدائه خلال العمليات العسكرية ضد لبنان وقطاع غزة، وعلى الرغم مما تسبب به من دمار وخراب، ومخالفة لكل القوانين الدولية، بقيت هذه المواقع تدافع عن سلوك الجيش "الإسرائيلي" وأدائه خلال تلك العمليات، وهذا ما أبرزته عدة دراسات سابقة لعل أبرزها دراسة أبو عرقوب (1)، ودراسة أبو شنب (2) ودراسة ربابعة (3)، علماً أن إطار المبادئ الأخلاقية جاء في المرتبة العاشرة والأخيرة في دراسة مشرف (4)، وهذا سببه أن عينة دراسته تركز في الصحف الفلسطينية وليس "الإسرائيلية".

### 5. دلالات استخدام إطار ادعاء الحق الشرعي لـ"إسرائيل" في الدفاع عن نفسها:

استخدمت مواقع الدراسة هذا الإطار لإبراز حق "إسرائيل" في الدفاع عن نفسها وعن حدودها، كسائر الدول والكيانات الأخرى، وقد حصل هذا الإطار على المرتبة الثانية مكرراً، من بين الأطر الخبرية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة. ويرى الباحث أن هذه النسبة قليلة مقارنة بتسويق الرواية "الإسرائيلية" في تجارب سابقة، لا سيما ما يخص تبرير العمليات العسكرية ضد قطاع غزة أو لبنان، باعتبار تشكيل الفصائل الفلسطينية وما تمتلكه من قوة صاروخية تهديداً وجودياً على "إسرائيل"، ورغم تراجع نسبة هذا الإطار إلا أن الإعلام "الإسرائيلي" متمسك به ولا زال يعتمد بنسبة كبيرة لخدمة الأجندة "الإسرائيلية" السياسية والعسكرية. كما يرى الباحث أن قضية مسيرات العودة مختلفة نوعاً ما عن غيرها من المواجهات والصراعات باعتبارها سلمية وغير مسلحة، ويعقد مقارنة بسيطة بين ما تزوجه "إسرائيل" بخصوص عملياتها العسكرية في سوريا ومنطقة الجولان وفي لبنان، نجد أن الأمر مختلف بنسبة كبيرة باعتبار طبيعة التهديدات العسكرية والتي تعتبرها "إسرائيل" حجة قوية تسوّق من خلالها روايتها. ورغم استخدام "إسرائيل" لهذا الشعار لسنوات طويلة إلا أن المراجع لحروب "إسرائيل" على مدى سنوات طويلة يجد أنها لم تكن دفاعية بل هجومية، وما تسمية الجيش "الإسرائيلي" بجيش الدفاع إلا خدمة لهذا الشعار ودعم ممارسته فعلياً (5).

(1) أبو عرقوب، تغطية الإعلام "الإسرائيلي" لحرب غزة 2014، صحيفة "يديعوت أحرونوت" نموذجاً.

(2) أبو شنب، الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" خلال العدوان على غزة عام 2014م عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، دراسة تحليلية.

(3) ربابعة، دور الصورة الصحفية في الصحافة الـ"إسرائيلية" في حرب غزة 2014، دراسة تحليلية مقارنة على يديعوت أحرونوت ومعاريف.

(4) مشرف، الأطر الخبرية لحصار غزة في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(5) عباس، أكذوبة حق إسرائيل في الدفاع عن النفس، (موقع إلكتروني).

## 6. دلالات استخدام إطار الاهتمامات الإنسانية:

استخدمت مواقع الدراسة هذا الإطار لاقناع الجمهور "الإسرائيلي" بصحة الإجراءات "الإسرائيلية" ضد قطاع غزة، وعلى الرغم من أن هذا الإطار ورد في المرتبة الثالثة في الإتجاه العام لأطر صور مسيرات العودة، إلا أن الجزء الأكبر من هذه النسبة كان لصالح الاهتمامات الإنسانية بقضايا الجيش والمستوطنين، من حيث توضيح حجم الأضرار التي لحقت بهم جراء الطائرات الورقية والبالونات الحارقة، أو من خلال توضيح الجهد الذي يبذله الجيش للحفاظ على أمن مستوطنات الغلاف، وعلى طول السياج الفاصل مع قطاع غزة، في حين أشارت بنسبة أقل للاهتمامات الإنسانية للمتظاهرين كفتح المعابر والسماح بدخول المنحة القطرية، وإدخال الوقود والبضائع والمساعدات الإنسانية، وتوظيف هذه الصور في الأخبار والموضوعات التي تتحدث عن اهتمام "إسرائيل" بالتوصل لتهدئة، ونيتها تخفيف الحصار عن سكان القطاع، حتى وصل الأمر بموقع يديعوت أحرونوت لنشر صور انطوغرافيك حول الوضع الإنساني والمعيشي في القطاع خلال فترة الدراسة.

ويرى الباحث أن مواقع الدراسة لم تهتم بهذا الإطار بصورة كبيرة، نظراً لعدة اعتبارات أبرزها أن "إسرائيل" نفسها هي المتسبب الرئيس بالحالة الإنسانية في قطاع غزة، وتردي الأوضاع المعيشية، الأمر الآخر صعوبة دفاع هذه المواقع عن السياسة "الإسرائيلية" وتبرير إجراءات الجيش لا سيما بعد عدة حوادث قتل فيها صحفيون مثل الصحفي مرتجي، أو ممرضون مثل الممرضة النجار، أو استشهاده أطفال أو التسبب بإصابات بالغة أدت لعشرات حالات البتر، في مقابل اهتمام نسبي من المواقع بقضايا مستوطني الغلاف، خاصة الحرائق والأضرار الاقتصادية التي لحقت بهم، وما تلا ذلك من مشاركتهم في عدة مظاهرات مركزية في حيفا والقدس للضغط على الحكومة والجيش لإيجاد حلول لهم. ورغم أن هذا الإطار جاء في دراسة سكيك<sup>(1)</sup> في المرتبة الثالثة أيضاً إلا أنه كان لصالح الفلسطينيين، في حين جاء في دراسة مشرف<sup>(2)</sup> في المرتبة السادسة، وفي دراسة عوض الله<sup>(3)</sup> في المرتبة العاشرة والأخيرة من بين الأطر المستخدمة.

## 7. دلالات استخدام إطار النتائج الاقتصادية:

وهذا الإطار مرتبط بشكل كبير بإطار الاهتمامات الإنسانية ومكمل له، من حيث طبيعة

(1) سكيك، الأطر الخبرية للعدوان "الإسرائيلي" على غزة 2014م، في موقعي الجزيرة والعربية باللغة الإنجليزية، دراسة تحليلية مقارنة.

(2) مشرف، الأطر الخبرية لحصار غزة في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

(3) عوض الله، الأطر الخبرية للعدوان على غزة عام 2012م في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية، دراسة تحليلية مقارنة.

توظيف مواقع الدراسة لصور مسيرات العودة لإبرازه، إذ جاء في المرتبة الرابعة، مع ميل كبير لصالح النتائج الاقتصادية المتعلقة بالمستوطنين، حيث سلطت مواقع الدراسة الضوء على الحرائق في الغلاف، وعلى ظاهرة الإرياك الليلي، إضافة لخشية المستوطنين من حالات التسلل ومغادرة عدد كبير منهم لمستوطنات الغلاف لداخل المدن "الإسرائيلية" الأخرى، وتعطل مصالحهم الزراعية والصناعية، في مقابل نسبة قليلة لصالح النتائج الاقتصادية للفلسطينيين، شملت الحديث عن تدني الأجور في قطاع غزة وزيادة نسب البطالة وانعدام مقومات الحياة لا سيما الماء والكهرباء.

ويرى الباحث أن استخدام مواقع الدراسة لهذا الإطار، بهذا القدر في عينة الدراسة، يشير إلى نوع من تقبل المستوطنين والجهات الحكومية والرسمية لهذه الخسائر، لا سيما بعد تعهد حكومة "نتنياهو" بتقديم تعويضات مالية لكل المستوطنين الذين تضرروا من الحرائق، علماً أن "نتنياهو" اتخذ هذا الإجراء خدمةً لتوجهاته باستمرار الدور القطري، وحتى يقطع الطريق على المستوطنين بتوسيع رقعة مظاهراتهم في المدن "الإسرائيلية" المركزية، وقد تحقق له ذلك، كما استغلت مواقع الدراسة هذا الإطار بما يشير ولو جزئياً للنتائج الاقتصادية للطرف الفلسطيني، من خلال المنحة القطرية، وإتاحة بعض التسهيلات مثل توسيع مساحة الصيد والسماح لعدد قليل من المواطنين بالعمل في الداخل المحتل. وقد جاء هذا الإطار في دراسة مشرف<sup>(1)</sup> في المرتبة السابعة.

#### 8. دلالات استخدام إطار دعم ومساندة الجيش "الإسرائيلي":

وظفت مواقع الدراسة هذا الإطار إظهاراً لحالة التضامن مع الجيش "الإسرائيلي" على امتداد حدود القطاع، ونقلت صور المجهودات العسكرية التي تبذل بشكل دائم في سبيل حفظ أمن الحدود ومنع أي حالات تسلل، والتعامل مع المسيرات بحزم حتى لا تنتقل لمرحلة هجوم متقدم، إضافة لنقل صور احباط الجيش لمحاولات تنفيذ عمليات على الحدود، ونشر صور تعاطف المستوطنين مع الجيش، ودعم مجالسهم الإستيطانية للقوات العسكرية في مجال إطفاء الحرائق ومواجهة البالونات الحارقة، وجاء هذا الإطار في المرتبة الخامسة من بين الأطر الخيرية للصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الدراسة، بما يعكس اهتمام مواقع الدراسة بالأطر السابقة أكثر منه.

تعد مكانة الجيش "الإسرائيلي" في المجتمع "الإسرائيلي" ذخراً استراتيجياً يضاعف قوته، ولها قيمة عليا داخل المجتمع الذي ينظر لضباط الجيش على أنهم رسل أميين لدولة تتبنى

(1) مشرف، الأطر الخيرية لحصار غزة في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة.

القيم اليهودية<sup>(1)</sup>، ويرى الباحث أن توظيف مواقع الدراسة لهذا الإطار، تماشى مع الثقافة المجتمعية "الإسرائيلية"، التي تنظر للجيش على أنه درع الدولة، وأن الوقوف معه في أوقات الأزمات والعمليات العسكرية واجب وطني وأخلاقي "إسرائيلي"، حتى أن المعارضة نفسها تمتع عن انتقاد الجيش في هذه الفترات، كموقف أخلاقي ووطني يفتخر "الإسرائيلي"ون به، بمعنى أن إطار دعم ومساندة الجيش جزء أصيل من الثقافة والالتزام الوطني "الإسرائيلي"، وقد لاحظنا سابقاً كيف امتعت المعارضة "الإسرائيلية" عن التصويت ضد الحكومة والجيش داخل الكنيست ومنحهما الدعم خلال العمليات العسكرية.

### 9. دلالات استخدام إطار البدائل:

أشارت مواقع الدراسة من خلال توظيفها لهذا الإطار إلى وجود بدائل، يمكنها وقف استمرار المسيرات، أو تكون سبباً في منع اندلاع مواجهة عسكرية شاملة، أو الحد من تأثير أدوات المسيرات لا سيما البالونات الحارقة والإرياك الليلي، وقد احتل هذا الإطار المرتبة الخامسة مكرراً، بما يعكس اهتمامات مواقع الدراسة به أقل من الأطر التي سبقتة.

وفي هذا الإطار طرح الاحتلال مبدأ الهدوء مقابل الترميم الإقتصادي، بما يعيد لغزة حالة الاستقرار والخروج من الأزمة الإنسانية<sup>(2)</sup>. ويرى الباحث أن قلة استخدام مواقع الدراسة لهذا الإطار عكست صعوبة تسويق هذه المواقع لبدائل أخرى غير تلك التي طرحتها الحكومة "الإسرائيلية"، ففي الوقت الذي روجت فيه بعض صور المسيرات للتهدئة كبديل لتصاعد الأوضاع من خلال عرض دلالات رمزية، دعمت هذا الإطار، مثل نشر صور الوفود القطرية والمصرية وفتح المعابر وتوسيع مساحة الصيد، إلا أن ذلك لم يكن كافياً لاقناع المشاركين في المسيرات والقائمين عليها، بجدية "إسرائيل" في طرح هذه البدائل أو تطبيقها. ومن ناحية أخرى فإن حالة عدم الاستقرار السياسي في "إسرائيل" والتنافس المحموم بين القوى السياسية، فتح باب المزادات على مصراعيه، واعتبر كل من يقدم مقترحات للتخفيف عن غزة مضحياً بحياة سكان الغلاف.

### 10. دلالات استخدام إطار تهديد وتخويف المتظاهرين:

وظفت مواقع الدراسة عدداً من الصور الصحفية لمسيرات العودة، تحقيقاً لهذا الإطار، في محاولة لممارسة عمليات نفسية ضد المتظاهرين، وثنيتهم عن استمرار المشاركة في المسيرات، وكان من أبرز الدلالات الرمزية التي استخدمتها مواقع الدراسة لإبرازها الحشودات العسكرية

(<sup>1</sup>) شنيون، عن الزي العسكري والقيم، (موقع إلكتروني).  
(<sup>2</sup>) المصدر، التهدئة في غزة من منظور المصلحة الـ"إسرائيلية"، (موقع إلكتروني).

والقناصة، وكذلك التجهيزات الأمنية على السياح، وصور الإصابات بما فيها الأطفال، والمنشورات الورقية التي وزعها الجيش، واستخدمت مواقع الدراسة هذا الإطار، لعلمها المؤكد بأن عدداً من الجهات الفلسطينية وحتى الإقليمية والدولية تتابع وسائل الإعلام "الإسرائيلية" وتستقي منها بعض المعلومات والتوجهات.

ويرى الباحث أن ضعف نسبة استخدام هذا الإطار نابع من التجربة "الإسرائيلية" مع سكان قطاع غزة سابقاً، حيث لم يكن تأثير العمليات النفسية التي استخدمها الجيش أو الحكومة "الإسرائيلية" مؤثراً في الحروب السابقة، ورغم ذلك لم تسقط مواقع الدراسة هذا الإطار من خياراتها واستمرت في توظيف صور المسيرات لتحقيقه وإن كان بدرجة أقل.

## المبحث الرابع: خلاصة نتائج الدراسة والتوصيات

### أولاً: خلاصة نتائج الدراسة

توصلت الدراسة لجملة نتائج يلخصها الباحث في الآتي:

1. كشفت نتائج الدراسة اهتمام موقع يديعوت أحرونوت بالصورة الصحفية لمسيرات العودة بدرحة أكبر من الموقعين الآخرين، بنسبة (71.4%)، في حين جاء موقع هآرتس في المرتبة الثانية بنسبة (14.6%)، تلاه موقع يسرائيل هيوم بنسبة (13.9%).
2. أظهرت نتائج الدراسة حصول موضوع المسيرات الشعبية على نسبة (21.7%) في الاتجاه العام لمواقع الدراسة في حين ركز عليه موقع يسرائيل بنسبة أكبر بلغت (23.3%) تلاه موقع يديعوت أحرونوت بنسبة (21.6%) ثم موقع هآرتس بنسبة (20.9%).
3. حاز هدف تبرير استهداف المتظاهرين على المرتبة الأولى من بين أهداف نشر صور مسيرات العودة في مواقع الدراسة بنسبة (21.3%)، أما على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة فقد تصدر هذا الهدف موقع يسرائيل هيوم بنسبة (23.0%)، في مقابل (21.6%) في هآرتس، و (20.9%) في يديعوت أحرونوت.
4. جاءت الصور التي نشرتها مواقع الدراسة لصالح الاتجاه السلبي بنسبة (76.4%) مقابل (22.5%) كان اتجاهها إيجابياً، وجاء الاتجاه السلبي في عينة موقع يسرائيل هيوم بنسبة (86.3%) تبعه موقع يديعوت أحرونوت بنسبة (77.0%) ثم هآرتس بنسبة (63.7%). فيما كان الاتجاه الإيجابي في موقع صحيفة هآرتس بنسبة (35.7%) في مقابل (21.5%) في يديعوت أحرونوت و (13.8%) في يسرائيل هيوم.
5. اعتمدت مواقع الدراسة على وكالات الأنباء الأجنبية أكثر من أي مصادر أخرى بنسبة (58.2%) على المستوى العام، وهذه النسبة تشمل أربعة وكالات أنباء أجنبية هي كل من (AP، EPA، AFP) ورويترز.
6. حصلت الشخصيات الفلسطينية على المرتبة الأولى من بين الشخصيات المحورية والفاعلة في صور مسيرات العودة بنسبة (65.6%) في الاتجاه العام موزعة على عدة فئات فرعية أعلاها المدنيون بنسبة (55.7%).
7. حصل رمز السياج الحدودي الفاصل على أعلى مرتبة بنسبة (25.1%)، تلاه رمز إطارات الكوشوك بنسبة (13.0%)، ثم رمز الحشودات العسكرية والقناصة بنسبة (8.8%)، وجاء رمز الكوفية الفلسطينية في المرتبة الرابعة بنسبة (8.6%)، تلاه رمز العلم الفلسطيني بنسبة (8.5%).

8. حصلت الصور التابعة على نسبة عالية جداً بلغت (94.3%) في الاتجاه العام مقابل (4.3%) صور شخصية، و(1.3%) صور موضوعية، و فقط (0.1%) صور مستقلة. وكان موقع إسرائيل هيوم الأعلى استخداماً للصور التابعة بنسبة (95.6%)، فيما كان موقع هآرتس الأعلى استخداماً للصور الشخصية بنسبة (6.0%).
9. جرى النطاق غالبية الصور على طول السياج الحدودي مع قطاع غزة بنسبة (79.9%) منها (72.7%) غير محددة بالضبط ان كانت جنوب أو وسط أو شمال القطاع، في مقابل (12.9%) في منطقة غلاف غزة و (3.8%) في مدينة غزة.
10. نشرت مواقع الدراسة صوراً بكلام بنسبة (96.1%) في الاتجاه العام، مقابل (3.9%) فقط بدون كلام، وانفرد موقع يديعوت أحرونوت بنشر صور بدون تعليق بنسبة بلغت (5.5%).
11. تم استخدام سلسلة الصور بنسبة (58.2%) في الاتجاه العام مقابل (21.2%) للصور المفردة، و(20.7%) للمشهد المتعاقب، ولم يتم استخدام أسلوب الصفحات المصورة إطلاقاً. وكان موقع هآرتس الأكثر استخداماً لأسلوب الصورة المفردة بنسبة (72.0%).
12. حصل الشكل المستطيل على النسبة الأكبر في الاتجاه العام بلغت (98.8%) مقابل (1.2%) للشكل المربع، في حين لم يتم استخدام أي أشكال أخرى.
13. استخدمت مواقع الدراسة الصور متوسطة الحجم بنسبة (74.7%) في الاتجاه العام مقابل (15.4%) للصورة الكبيرة، و(9.9%) للصورة الصغيرة.
14. تم نشر (77.7%) من الصور في الواجهة الداخلية لمواقع الدراسة، في مقابل (22.3%) على الواجهة الرئيسية، وكان موقع يديعوت أحرونوت الأكثر استخداماً للصور في الواجهات الداخلية بنسبة (85.8%).
15. استخدمت مواقع الدراسة عشرة أطر خبرية خاصة بالصورة الصحفية لمسيرات العودة، وبلغ إجمالي عدد الأطر الخبرية في مواقع الدراسة (6267) إطاراً، منها (4400) في يديعوت أحرونوت، و (961) في موقع هآرتس، و (906) في موقع إسرائيل هيوم،
16. فسّرت مواقع الدراسة من خلال استخدامها لإطار الإستراتيجية تعامل الجيش مع المتظاهرين على قاعدة الريح أو الخسارة.
17. حمّلت مواقع الدراسة مسؤولية اندلاع المسيرات للفصائل الفلسطينية، بتوظيف إطار المسؤولية من خلال التركيز على وحدة الزواري للطائرات والبالونات الحارقة، وعلى الخلفية الحزبية والأيدولوجية لبعض شهداء المسيرات، باعتبارهم

## ثانياً: توصيات الدراسة

بناء على نتائج الدراسة التحليلية، وما توفر للباحث من معرفة واطلاع في موضوع الدراسة، فإنه يوصي بالآتي:

1. الاستفادة من آليات وأساليب تعاطي المواقع الإلكترونية "الإسرائيلية" مع القضايا المستجدة وتأطيرها للصور والمواد الصحفية، بما يدعم صانعي القرار على كافة الصعد لا سيما العسكرية والسياسية.
2. تشير دلالات تأطير الصورة الصحفية لمسيرات العودة إلى تركيز مواقع الدراسة على أطر بعينها، بما يخدم المرحلة السياسية والتوجهات الرسمية لحكومة الاحتلال، لذلك يوصي الباحث الجهات الإعلامية أخذ الوضع السياسي العام وتوجهات المقاومة بالحسبان خلال نشر الأخبار ونقل الأحداث، بحيث توظف في أطر إخبارية تخدم هذه التوجهات.
3. أن تحاكي الصحافة الإلكترونية الفلسطينية الأسلوب "الإسرائيلي" الذي يوظف المعلومات- بغض النظر عن طبيعتها- لخدمة روايته، فالفلسطينيون أحق باستخدام هذه الأسلوب وهذا يحتاج لرؤساء تحرير متعمقين في المجال الصحفي.
4. يوصي الباحث الجهات التي تتابع ترجمة المواد من المواقع "الإسرائيلية" أن تكون يقظة بما يكفي لكشف الأهداف الكامنة وراء النشر، وأن يتم التعامل معها بحذر شديد، فهي مواقع منحازة ومؤطرة وفقاً لخلفيات أيديولوجية وحزبية.
5. يوصي الباحث الجامعات ومراكز الأبحاث بضرورة إجراء المزيد من الدراسات التحليلية والتطبيقية التي تهدف إلى التعرف على أساليب ومضامين وسائل الإعلام "الإسرائيلية"، ومعرفة مدى تأثير تلك الوسائل على المجتمع "الإسرائيلي" والاستفادة من نقاط الضعف التي تخدم الرواية الفلسطينية، وتعزز موقف المقاومة دولياً ومحلياً.
6. يوصي الباحث المؤسسات الأكاديمية بضرورة تعزيز تعليم اللغة العبرية في بما يحقق القدرة على المتابعة الدقيقة للإعلام "الإسرائيلي" وكشف خطته وأهدافه.
7. تعزيز نشر الصور ذات المصادر الخارجية كوكالات الأنباء الأجنبية، وأستثمارها لصالح الرواية الفلسطينية على غرار ما فعلت مواقع الدراسة باعتمادها على الوكالات الأجنبية مع توظيف الصور لصالح أطر معينة تخدم الرواية "الإسرائيلية".
8. ضرورة استحداث دلالات رمزية جديدة على غرار بعض الدلالات الرمزية التي استحدثتها المسيرات، كالمجنيق والكوشوك والبالونات الحارقة وغيرها، لما لها من أثر في تقديم المعاني النضالية التي تعبر عن الحق الفلسطيني وتزيد من شرعيته، واستغلال هذه الرموز في تأطير

الأخبار والصور لصال القضية الفلسطينية.

9. ينبغي للفلسطينيين الاستفادة مما ينشره الإعلام "الإسرائيلي" بما يدعم الموقف الفلسطيني ويسوّق روايته بالأدلة والبراهين التي تحقق مزيداً من الإدانة الدولية للاحتلال، ويعتقد الباحث أن التفكير في تشكيل جهة ذات خبرة واطلاع واسع تكون مختصة بهذا المجال سيكون له الأثر البالغ في نظم السياسة الإعلامية الفلسطينية والتصدي للتضليل الصهيوني ووضع الخطط لمواجهة الخطاب الدعائي.

10. اتخاذ الإجراءات الحكومية والإعلامية اللازمة، لوقف النقل عن الإعلام "الإسرائيلي" دون خطة مدروسة، وتغيير النظرة السائدة لدى الكثير من الفلسطينيين حول تمسكهم بمصداقية الإعلام "الإسرائيلي"، فهو إعلام موجه وكل ما ينشر فيه يندرج تحت إطار الدعاية والحرب النفسية حتى وان كانت المعلومات المنشورة صحيحة.

## المراجع والمصادر

## المصادر والمراجع

تتضمن مصادر الدراسة، عينة التحليل وهي الأيام التي نشرت فيها مواقع الدراسة صوراً صحفية لمسيرات العودة<sup>(1)</sup>، كما تتضمن الرسائل العلمية المنشورة وغير المنشورة والكتب العربية والمراجع الأجنبية والعبرية والمقالات والتقارير الصحفية والمواقع الإلكترونية.

### أولاً: المراجع العربية

ابراهيم، اسماعيل. (2015م). *اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي*. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع  
ابراهيم، آسية. (2017م، 7 فبراير). *في نقد مفهوم الصورة*. تاريخ الإطلاع 4 ديسمبر 2019م، الموقع:

<https://www.noonpost.com/content/16544>

اسماعيل، إبراهيم. (2014م). *الإعلام المعاصر، وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته*. ط1. الدوحة: وزارة الثقافة والفنون والتراث، إدارة البحوث والدراسات الثقافية.

اسماعيل، سامر. (2017م، 19 فبراير). *الصورة في حياتنا*. تاريخ الإطلاع 17 نوفمبر 2019م، الموقع:

<https://cutt.us/WtdxY>

إسماعيل، فتيحي. (2019م). *فن الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق*. ط1. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.  
الأطرش، نسرين. (2017م). *اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو المصادر "الإسرائيلية"*. دراسة ميدانية.  
(رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

إمام، إبراهيم. (2010م). *دراسات في الفن الصحفي*. ط1. القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.  
أمير، درقاوي. (2017م). *الدلالات الرمزية للصورة الكاريكاتيرية "باقي بوخالفة" أنموذجاً*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أبي بكر بلقايد، الجزائر.

أمين، رضى. (2007م). *الصحافة الإلكترونية*. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.  
أنور، أحمد. (2010م). *الصحافة الدينية في إسرائيل، بين قضايا الصراع مع العرب والتناحر الداخلي*. ط2. القاهرة: عالم الكتب.

أومون، جاك. (2013م). *الصورة*. ط3. بيروت: المنظمة العربية للترجمة.  
ايرام، شيري. وغرين حنا. (2011م). *قراءة بين السطور، دليل القراءة النقدية للإعلام الفلسطيني و"الإسرائيلي"*.  
(دراسة منشورة). مركز حماية الديمقراطية. إسرائيل.

باديس، مجاني. (2017م). *الصورة واستخداماتها في الصحافة المكتوبة الجزائرية*. دراسة منشورة في مجلة  
ميلاف للبحوث والدراسات. (5)، 848.

البتيري، علي، (2018م، 4 مايو). *مسيرات العودة وصفقة القرن*. تاريخ الإطلاع، 22 نوفمبر 2019م،

<https://cutt.us/o8Vw6> الموقع:

بدارنة، علاء. (2018م، 1 أبريل). *الصورة الناطقة في الإطار الصامت*. تاريخ الإطلاع 13 نوفمبر 2019م،

(1) العينة موضحة في الملحق رقم (2).

الموقع: <http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/382>

البرعي، آلاء. (2017م، 4 أبريل). الإعلام "الإسرائيلي" يتصدّر واجهات الصحف الفلسطينية، تاريخ الإطلاع 15 يناير 2020م، الموقع: <https://cutt.us/VM1SE>

بركات، عبد العزيز. (2012م). مناهج البحث الإعلامي "الأصول النظرية ومهارات التطبيق". ط1. مصر: دار الكتاب الحديث.

بريسكو، أرن. (2015م 29 يناير). حول علاقة الصحافة في إسرائيل مع رأس المال والسلطة. (مقال منشور في مجلة قضايا "إسرائيلية"، ع 56). تاريخ الإطلاع 10 أكتوبر 2019م، الموقع: <https://www.madarcenter.org>

بغدادى، أحمد. (2015م). الصورة الفوتوغرافية كمصدر لابتكار تصميمات فنية مبتكرة للمعلقات النسيجية الحديثة. دراسة منشورة في مجلة الفنون والعلوم التطبيقية. مصر، مجلد 2، (1)، 294.

بلال، أحمد. (2019م، 20 مارس). الصحافة "الإسرائيلية" في قبضة الرقيب العسكري: 11 ألف خبير خضعوا للرقابة في 2018. تاريخ الإطلاع 15 ديسمبر 2019م، الموقع: <https://cutt.us/RFFld>

بنكراد، سعيد. (2012م). السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها. ط3. سوريا: دار الحوار للنشر والتوزيع.

بيسان الجعفري وحرية حامد وشيما مرزوق، (2018م، 16 أغسطس). مسيرات العودة الكبرى...متطلبات الإستمرارية والتوسع. تاريخ الإطلاع: 2020/4/15م، الموقع: <https://cutt.us/3DdA0>

النت، هداية. (2019م). مسيرات العودة الكبرى، الفكرة والأهداف والمستقبل. (دراسة غير منشورة). أكاديمية دراسات اللاجئين، لبنان.

الترك، أحمد. (2018م). معالجة وكالات الأنباء الدولية لمسيرات العودة "الكبرى"، دراسة حالة: وكالة الأنباء الفرنسية "AFP". مجلة الباحث الإعلامي بغداد، (42)، 109-134.

التتير، الرائد تقي الدين. وعطوي، محمد. (1999م). الإعلام "الإسرائيلي" ومواجهته. ط1. نشر خاص.

جرار، صالح. (2019م، 8 مايو). الحرب وسلاح الصورة. تاريخ الإطلاع 14 نوفمبر 2019م، الموقع: <http://alrai.com/article/1048313>

الجعفري، بيسان. وحامد، حرية. ومرزوق، شيما. (2018م). مسيرات العودة الكبرى متطلبات الاستمرارية والتوسع، ورقة تحليل سياسات. دراسة منشورة على المركز الفلسطيني لأبحاث السياسات والدراسات الاستراتيجية-مسارات.

الحازمي، البراق. (2018م، 27 يناير). في سطوة الصورة، من فضيحة ابو غريب الى فاجعة داعش". تاريخ الإطلاع 20 أكتوبر 2019م، الموقع: <https://www.okaz.com.sa/article/1609558>

حرارة، سامي. (2018م). أساليب الدعاية في المواقع "الإسرائيلية" الإلكترونية الناطقة بالعربية تجاه قضية القدس، دراسة تحليلية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

الحساني، حسناء. (2015م). الصورة الإعلامية وتأثيرها على المجتمع في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة. ط1. الاسكندرية: حروف منثورة للنشر الإلكتروني.

حسن، سلوى. (2016م). دور المقاومة الشعبية كإحدى وسائل التحرر الفلسطيني في تعزيز المشاركة السياسية في فلسطين 2005م-2013م. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية، نابلس.

- حسني، حسني. (2019م). معايير جودة الصورة الصحفية في المواقع الإلكترونية الإخبارية. مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، ع 46، 133.150.
- الحسني، عبد المنعم. (2015م، 30/ديسمبر). قراءة الصورة الفوتوغرافية، تحليل سمبويطيقي. تاريخ الإطلاع 4 يناير 2020م، الموقع: <http://arb-photo.com/news-84.html>
- حسونة، نسرين. (2014م). الإعلام "الإسرائيلي" الهيكلية، الأهداف، الخصائص. دراسة منشورة على شبكة الألوكة.
- حسونة، نسرين. (2014م). أنواع الصحف الإلكترونية. دراسة منشورة على شبكة الألوكة.
- حسونة، نسرين. (2015م). نظريات الإعلام والاتصال. ط1. شبكة الألوكة.
- حسين، سمير. (1976م). بحوث الإعلام. ط1. القاهرة: مطابع الفاروق الحديثة للطباعة والنشر.
- حمزة، عبد اللطيف. (1984م). الإعلام والدعاية. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.
- حمزة، عبد اللطيف. (2002م). المدخل في فن التحرير الصحفي. ط4. القاهرة: دار الفكر العربي.
- حمو، حنان. (2014م). الصورة الصحفية وتأثيرها على المتلقي: دراسة سيميائية لبعض الصور من جريدة الشروق اليومي أثناء سقوط حكم الرئيس حسني مبارك والعقيد معمر القذافي أنموذجاً. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة د. مولاي الطاهر سعيدة، الجزائر.
- حميدة، مخلوف. (2015م، 11 يناير). الصورة والإيديولوجيا: قراءة في سلطة الصورة. تاريخ الإطلاع 6 ديسمبر 2019م، الموقع: [http://ahlemedia.blogspot.com/2015/01/blog-post\\_11.html](http://ahlemedia.blogspot.com/2015/01/blog-post_11.html)
- حنادر، عبد الله. (2017م). مكانة الصورة الصحفية في الصحافة المكتوبة الجزائرية: دراسة تحليلية لصور الصفحة الأولى من جريدتي الخبر والشعب. مجلة تاريخ العلوم الجزائر، (12)، 235-253.
- الحيزان، محمد. (2004م). البحوث الإعلامية أسسها وأساليبها ومجالاتها. ط2. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- الخرابشة، محمد. (2018م). الإطار الإعلامي للدعاية "الإسرائيلية" على الفيسبوك. دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم الجيش "الإسرائيلي". (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- خريس، رامي. (2014م). الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المقاومة الفلسطينية، دراسة تحليلية وميدانية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
- خطاب، أمل. (2012م). سيمولوجيا التغطية المصورة لأحداث ثورة 25 يناير في صحف الأهرام والوفد والمصري اليوم: "دراسة تحليلية مقارنة". (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الحديثة لتكنولوجيا المعلومات، القاهرة.
- خليل، سمير. (2015م). فن الإخراج الصحفي. ط1. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- خمايسة، محمد. (2018م، 23 أكتوبر). ترتيب الأولويات. هل فقدنا جهاز التحكم؟ تاريخ الإطلاع: 12 أبريل 2020م، الموقع: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/298>
- الخوري، نسيم. (2009م). الكتابة الإعلامية المبادئ والأصول. ط2. بيروت: دار المنهل اللبناني.

- الدسمة، مبارك. (2013م). *التأثير الدلالي للكلمة والصورة في الخبر الإعلامي، دراسة نظرية في الإعلام الكويتي*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- دعدوش، أحمد. (2014م). *قوة الصورة كيف نقاومها وكيف نستثمرها*. ط1. دار ناشري للنشر الإلكتروني.
- الدلو، جواد. أبو مزيد، رجاء. (2018م). *سيمائية الصورة الصحفية في انتفاضة القدس في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة*. مجلة دراسات وأبحاث، *المجلة العربية في العلوم الإنسانية والإجتماعية*، م 9، ع 30، 64-100.
- الدلو، محمد. (2015م). *الأطر الخيرية للمقاومة الشعبية في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة*. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
- دليو، فضيل. (2014م). *معايير الصدق والثبات في البحوث الكيفية والكمية*. مجلة العلوم الإجتماعية، (19)، ص 82-91.
- ربابعة، محمد. (2015م). *دور الصورة الصحفية في الصحافة "الإسرائيلية" في حرب غزة 2014: دراسة تحليلية مقارنة على يديعوت أحرونوت ومعاريف*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القدس، أبو ديس.
- ربيع، حسين. (2017م). *سيمائية الصورة في الخطاب الصحفي للتنظيمات المتطرفة: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الرسائل البصرية بمجلة "دابق" وفقاً لمقاربة "رولان بارث"*. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، القاهرة، ع 48، 293-344.
- ربيع، عبد الجواد. (2005م). *فن الخبر الصحفي دراسة نظرية وتطبيقية*. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- رجب، جهاد. (2019، 14 يناير). ما مدى نجاح الرقابة العسكرية "الإسرائيلية" على وسائل الإعلام؟ تاريخ الاطلاع: 8 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/saV82>
- زاوي، وسام. (2016م). *دلالة الصورة في الاعلان الصحفي. دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من صور إعلانات جريدة الشروق اليومية*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة محمد بوضياف-المسيلة، الجزائر.
- زهد، زاهر. (2017م). *مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر. طلبة المرحلة الثانوية في سلفيت نموذجاً*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القدس، أبو ديس.
- أبو زينة، مهند. (2015م). *معالجة الصحافة "الإسرائيلية" للبرنامج النووي الإيراني، هآرتس ويديعوت أحرونوت. دراسة تحليلية*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- سالم، محمود. (2019م، 23 مارس). *التعاطي الإعلامي العربي والدولي و"الإسرائيلي"*. تاريخ الاطلاع: 29 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/FyFpC>
- أبو سعدة، محمد. (2016م). *مؤسسات الإعلام الصهيوني خريطة أولية*. (دراسة منشورة). المعهد المصري للدراسات السياسية والاستراتيجية، مصر.
- سكيك، هدى. (2017م). *الأطر الخيرية للعدوان "الإسرائيلي" على غزة 2014م، في موقعي الجزيرة والعربية*

- باللغة الإنجليزية، دراسة تحليلية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة) الجامعة الإسلامية، غزة.
- سلمان، عبد الباسط. (2005م). سحر التصوير فن وإعلام. ط1. القاهرة: الدار الثقافية للنشر.
- سليمان، إبراهيم. (2014م). مدخل الى مفهوم سيميائية الصورة. دراسة منشورة في المجلة الجامعة، مجلد 2، (16)، 168-169.
- سليمان، إبراهيم. (2014م). مدخل الى مفهوم سيميائية الصورة. المجلة الجامعة. جامعة الزاوية، م 2، (16)، 1-26.
- سليمان، مروة. (2015م). الإتجاهات الحديثة في إخراج الصورة الصحفية على الصحف المصرية والأجنبية، مجلة الفنون والعلوم التطبيقية، م 2، ع 2.
- شاكر، زياد. (2016م). مصداقية الصورة الرقمية وانعكاسها على العملية الإدراكية للصورة الصحفية لدى المتلقي. مجلة الأكاديمي، بغداد، (76)، 91-106.
- الشامي، أحمد. (2018م). الأبعاد السياسية والاجتماعية للحرب النفسية "الإسرائيلية" ضد الفلسطينيين إبان عدوان 2014م على غزة. (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة الأزهر، غزة.
- شنيون، آفي. (2016م، 18 مايو). عن الزي العسكري والقيم، مقال مترجم عن صحيفة هآرتس، تاريخ الاطلاع 10 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/FHbDI>
- الشجيري، سهام. (2018م). التحيز في تناول الإعلام. ط1. القاهرة: دار حميثرا للنشر والترجمة.
- أبو شحمة، محمد. (2018م، 16 مايو). الشهيد أبو معمر بطل وحدة قص السلك على مدار 6 أسابيع. تاريخ الاطلاع 8 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/eTbO0>
- الشقاقي، أحمد. (2018، 31 مارس). مسيرات العودة، سيميائية الصورة ودلالات المحتوى. تاريخ الإطلاع 8 سبتمبر 2019م، الموقع: <https://cutt.us/SAavE>
- شكير، عاطف. (2013م). الحرب النفسية "الإسرائيلية" في الأراضي الفلسطينية. دراسة منشورة على موقع دنيا الوطن، تاريخ الاطلاع 2 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/OrD7e>
- شلتح، انطوان. (2018م، 8 أبريل). مسيرات العودة: معركة على الوعي. تاريخ الإطلاع 20 أكتوبر 2019م، الموقع: <https://cutt.us/e8bcA>
- الشمائلة، ماهر. وآخرون. (2015م). الصحافة المتخصصة. ط1. عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- شمبة، نجاة. مومن خيرة. (2011م). تأثير الصورة الصحفية على الرأي العام، تحليل سيميولوجي لصور احتجاجات مصر. جريدة الوطن الجزائرية نموذجاً. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر.
- شمعة، آية. (2018م، 25 أبريل). بتغطية مهزوزة والتضليل، هكذا تناول إعلام إسرائيل مسيرات العودة. تاريخ الاطلاع 5 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/JDvsO>
- الشميمري، فهد. (2010م). التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام. ط1. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- أبو شنب، حمزة. (2017م). الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" خلال العدوان على غزة عام 2014م عبر موقع

- التواصل الاجتماعي "فيس بوك". دراسة تحليلية. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
- صالح، محسن. (2019م، 4 أبريل). مسيرات العودة بعد عام: وقفة مراجعة وتقييم. تاريخ الإطلاع 17 سبتمبر 2019م، الموقع: <https://cutt.us/uDbkQ>
- صحاح، الأمير. (2017م، 23 أكتوبر). "الوظيفة الإخبارية للصحافة". تاريخ الإطلاع 25 نوفمبر 2019م، الموقع: <https://mqqa.com> <https://cutt.us/2HqSH>
- صديق، عبد اللطيف. (2005م). التطبيقات الفنية الحديثة في الإخراج ودورها في تطوير التحرير الصحفي، دراسة وصفية تحليلية لصحيفتي الرأي العام السودانية والشرق القطرية خلال الفترة 2001-2002م. (اطروحة دكتوراة). جامعة أم درمان الإسلامية. السودان.
- الصفدي، نادر. (2018، 17 أبريل). أمام مسيرات العودة... هكذا كفر جنرالات إسرائيل بلغتهم ويهوديتهم. تاريخ الاطلاع 11 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/43QW2>
- صقر، أحمد. (2017م، 26 أغسطس). تعرف على خارطة الصحف "الإسرائيلية"، ميول واتجاهات. تاريخ الاطلاع 15 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/DDAM3>
- صقر، أحمد. (2018، 30 أبريل). طائرات غزة الورقية تكبّد مستوطني الغلاف خسائر فادحة. تاريخ الاطلاع 5 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/3tbD5>
- صقر، أحمد. (2018م، 1 أبريل). جنرال إسرائيلي يبرر استهداف المتظاهرين بمسيرات العودة. تاريخ الاطلاع 10 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/jc0fU>
- صلاح الدين، وائل. (2015م). دلالات الصورة الصحفية والنصية حول الأزمة السورية في صحيفتي القدس الفلسطينية ويديعوت أحرونوت "الإسرائيلية". دراسة مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- الصواف، مصطفى. (2019م، 25 مارس). مسيرات العودة الكبرى وكسر الحصار الحال والمآل. المركز الفلسطيني لأبحاث السياسات والدراسات الاستراتيجية-مسارات، ورقة قدمت لحلقة نقاش عام على مسيرات العودة (البيرة-غزة).
- الصوالي، سهلة. (2012م). مشاهدة الصورة الإعلامية والمعايشة للإحداث خلال الحرب على غزة وعلاقتها باضطرابات كرب ما بعد الصدمة لدى الأمهات في قطاع غزة. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.
- الصويحي، عبد العزيز. (1998م). الإخراج الصحفي والتصميم بين الأفلام والأفكار والحواسيب. ط1. بيروت: دار الملتقى للطباعة والنشر.
- صياد، وسام. (2016م). المعالجة الإعلامية لصور الجثث والقتلى، قناة الشروق نيوز نموذجاً. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر.
- الضلاعين، نضال. وآخرين. (2015م). الدعاية والحرب النفسية. ط1. عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- أبو طه، علا. (2016م). الأطر الخيرية للعداوان "الإسرائيلي" على غزة عام 2008م في الصحف الفلسطينية

- اليومية، دراسة تحليلية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
- أبو عامر، عدنان (2018م). أيديولوجيا الإعلام "الإسرائيلي" في تغطية الشأن الفلسطيني. (دراسة منشورة على مركز الجزيرة للدراسات).
- أبو عامر، عدنان. (2018م). الإعلام "الإسرائيلي" السلاح الأمضى في المعركة. ط1. المركز العربي للدراسات الانسانية ضمن سلسلة رؤى معاصرة.
- أبو عامر، عدنان. (2018م، 16 يناير). دراسة في الأداء الإعلامي "الإسرائيلي" لأحداث انتفاضة الأقصى. تاريخ الإطلاع 20 مارس 2019م، الموقع: <https://cutt.us/RgAr4>
- أبو عامر، عدنان. (2018م، 6 يونيو). دراسة "إسرائيلية": مسيرات العودة كشفت فشل إسرائيل استراتيجياً. تاريخ الإطلاع 22 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/WskQO>
- أبو عامر، عدنان. (2018م، 7 يونيو). دراسة "إسرائيلية": مسيرات العودة كشفت فشل إسرائيل استراتيجياً. تاريخ الإطلاع 5 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/5YXDD>
- عامر، فتحي. (2018م). الصحافة الإلكترونية، الحاضر والمستقبل. ط1. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع. كافي، مصطفى. وآخرون. (2015م). الإعلام والإرهاب الإلكتروني. ط1. عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- عباس، إبراهيم. (2019م، 14 نوفمبر). أكلية إسرائيل في الدفاع عن النفس. تاريخ الإطلاع 12 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/buCHK>
- عباس، علاء الدين. (2017م). صناعة الخوف في خطاب الصورة الدعائي لتنظيم "داعش" الإرهابي عبر مواقع الإنترنت. مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، ع 38، 67-94.
- عبد الحميد، شاكراً. (2005م). عصر الصورة السلبية والايجابيات. ط1. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- عبد الحميد، صلاح. (2013م). الإعلام وثقافة الصورة. ط1. الرياض: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد (1983م). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. ط1. جدة: دار النشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد. (2000م). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط1. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الحميد، محمد. بهنسي، السيد. (2004م). تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق. ط1. المملكة العربية السعودية: عالم الكتب.
- عبد العزيز، إبراهيم. (2016م). أثر التكنولوجيا الحديثة في تطور الصورة الصحفي. دراسة وصفية. مجلة آداب الفراهيدي، (27).
- عبد الكريم، إبراهيم. (2001م). هيكلية المرسل في الإعلام "الإسرائيلي". (دراسة منشورة على مجلة مؤسسة الأرض للدراسات الفلسطينية). دمشق.
- عبد الله، حسام. (2013م). الإعلام "الإسرائيلي" بين الديمقراطية والأمن أثناء حرب غزة 2008-2009، الصحافة المكتوبة نموذجاً. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القدس أبو ديس، القدس.
- عبد الله، حنان. (2019م). توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية-دراسة تحليلية لموقع العربية نت. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة تكريت، العراق.

عبد الله، سعد سليمان. (2013م). تطور الصورة الصحفية في الصحافة العراقية: دراسة تحليلية لصور الصفحة الأولى لصحيفة الصباح لعام 2012م. مجلة الباحث الإعلامي، (21)، 56-82.

عبد اللوي، سفيان. (2019م، 14 مايو). الصورة ودورها في ترويض الرأي العام، هل فعلا الصورة الصحفية أبلغ من ألف كلمة. تاريخ الإطلاع 15 ديسمبر 2019م، الموقع: <http://alalam.https://cutt.us/2z6vT>

العبد، عاطف. وآخرون. (2011م). نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية. (د.ط.). القاهرة: دار الفكرة العربية.

عبيد، أحمد. (2016م). التحليل الموضوعي للصور الصحفية الأسس والتطبيقات. ط1. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

عثمان، باسم. (2019م، 5 مارس). مسيرات العودة شكل من أشكال المقاومة الشعبية. تاريخ الإطلاع: 15 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/hQyTh>

عدوان، أحمد. (2012م). تغطية الصحافة "الإسرائيلية" للحرب على غزة 2008-2009م. دراسة تحليلية وصفية مقارنة لثلاث صحف عبرية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.

أبو عرقوب، عمر. (2015م). تغطية الإعلام "الإسرائيلي" لحرب غزة 2014م، صحيفة "يديعوت أحرنوت" نموذجًا، دراسة تحليلية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة شرق البحر الأبيض المتوسط، قبرص الشمالية.

العسكر، فهد. (1998م). الإخراج الصحفي، أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة. ط1. الرياض: مكتبة العبيكان.

أبو علان، محمد. (2019م، 28 نوفمبر). كيف يرى الإعلام "الإسرائيلي" وقف مسيرات العودة في غزة للأسبوع الثالث؟ تاريخ الإطلاع 29 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/JeT1J>

علاونة، حاتم. (2011م). الصورة الصحفية في الصحافة الأردنية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الدستور والغد. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، م 38، ع1، 1-17.

علم الدين، محمود. (1991م)، الصورة الصحفية: دراسة فنية. ط1. القاهرة: دار العربي للطباعة والنشر والتوزيع.

علي، نسمة. (2015م). استخدام الجمهور الفلسطيني لوسائل الإعلام "الإسرائيلية" والإشباع المتحققة منها. دراسة تطبيقية على حربي 2008-2012م. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.

عليان، رولا. (2014م). الأطر الخبرية لقضية الدولة الفلسطينية في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية. دراسة تحليلية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

عمر، أحمد. (1998م). علم الدلالة. ط 5. القاهرة: عالم الكتب.

عمر، محمد. (2017م). تغطية الإعلام "الإسرائيلي" للحرب على غزة 2014م. دراسة تحليلية لواقع الإعلام "الإسرائيلي" وثقة جمهوره به فترة حرب غزة 2014. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القدس أبو ديس، القدس.

عنباتوي، منذر. (1968م). أضواء على الإعلام الإسرائيلي. ط 1. بيروت: مركز أبحاث منظمة التحرير الفلسطينية.

أبو عواد، عماد. (2017م). التغيرات على المشهد الإعلامي "الإسرائيلي" 2005-2015. (دراسة منشورة على موقع مركز رؤية للتنمية السياسية).

عوض الله، أحمد. (2012م). الأطر الخيرية للعدوان على غزة عام 2012م في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية. دراسة تحليلية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

عوض، أحمد. (2006م). لغة الخطاب الإعلامي الإسرائيلي: عملية السور الواقعي نموذجاً. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القدس، أبو ديس.

عوف، ميرفت. (2018م، 7 أبريل). إسرائيل تعظ بالقرآن والأحاديث «جمعة الكوشوك» تستكمل رحلة العودة للبلاد. تاريخ الإطلاع 29 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/MZGRh>

عيسى، طلعت. (2019م). سيميائية كاريكاتير مسيرات العودة في الصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة. مجلة الباحث الإعلامي. (46)، 97-116

غازي، خالد. (2016م). الصحافة الإلكترونية العربية، الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح. ط1. الجيزة: وكالة الصحافة العربية ناشرون.

الغباشي، شعيب. (2002م). صحافة الاطفال في الوطن العربي. ط1. المملكة العربية السعودية: عالم الكتب.

غبين، يوسف. (2019). الأطر الخيرية لانتفاضة القدس في المواقع الإلكترونية للصحف الأمريكية: دراسة تحليلية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

فاطمة الزهراء، فكيك. (2013م). دلالة الصورة الفوتوغرافية في الصحافة المكتوبة، دراسة سيميولوجية لنماذج عن زيارة الرئيس للجزائر سنة 2012م في جريدتي الشروق والجزائر نيوز. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة د. الطاهر مولاي سعيدة، الجزائر.

فراغنة، حمادة. (2019م، 6 يناير). أحمد ابو ارتيمة صاحب فكرة مسيرات العودة. تاريخ الإطلاع 15 يونيو 2019م، الموقع: <https://www.amad.ps/ar/post/275552>

قاسم، نجود. (2010م). الإعلام "الإسرائيلي" وعلاقته بالمؤسستين العسكرية والسياسية، حرب 2006م على لبنان نموذجاً. (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة بير زيت، رام الله.

قاسم، يوسف. (2007م). أثر الحرب النفسية "الإسرائيلية" على الذات الفلسطينية-انتفاضة الأقصى نموذجاً (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بير زيت، رام الله.

القرشي، دنيا. (2018م، 17 ديسمبر). الإعلام الإلكتروني وسيلة لفرض واقع مختلف. تاريخ الإطلاع 7 ديسمبر 2019م، الموقع: <https://cutt.us/7RMjd>

أبو قوطة، خالد. (2019م). الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" نحو مسيرات العودة 2018م، عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال "الإسرائيلي". مجلة الدراسات الإعلامية. المركز الديمقراطي العربي. برلين، (7)، 61-86.

قيراط، محمد. (2018م، 16 يونيو). الارهاب كما تصوره لنا وسائل الإعلام. تاريخ الإطلاع 10 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/3K0Ea>

كباشي، عثمان. (2016م، 27 مارس). الصورة في صحافة الإنترنت. تاريخ الإطلاع 25 ديسمبر 2019م،

الموقع: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/250>

الكتبي، سالم. (2016م، 7 مايو). سلطة الصورة. تاريخ الإطلاع 16 نوفمبر 2019م، الموقع:

<https://cutt.us/Rh2M9>

الكرنز، ختام. (2018م). الصورة الصحفية لانتفاضة القدس في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

أبو كريم، منصور. (2018م). مسيرات العودة: تحديات الواقع وآفاق المستقبل. مجلة جدل، (33)، 30. كنعان، علي. (2014م). الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية. ط1. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

لافي، حسن. (2019م، 13 أكتوبر). أخلاق المقاومة الفلسطينية وانحطاط الجيش "الإسرائيلي". تاريخ الاطلاع

9 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/KxhEF>

اللبان، درويش. (2000م). تكنولوجيا الإتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الإجتماعية. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

اللبان، شريف. (2005م). الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

اللبان، شريف، وياسين، سارة. (2015م، 25 أغسطس). حرب الصورة، توظيف الصورة الصحفية في الحروب

والثورات (1). تاريخ الإطلاع، 17 سبتمبر 2019م، الموقع: <http://www.acrseg.org/39312>

لبد، عبير. (2014م). إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت، دراسة تحليلية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

الحام، ناصر (2014م). تجسيد الصورة في الإعلام "الإسرائيلي". ط1. عمان: دار اليازوري العلمية. المبحوح، وائل. (2018م). المقاومة الشعبية الفلسطينية خيار الواقع أم استراتيجية وطنية. مسيرات العودة الكبرى نموذجاً. دراسة منشورة على مركز الزيتونة للدراسات والإستشارات.

محمد، رحاب. (2017م). دلالات التغطية المصورة لأنشطة التنظيمات الإرهابية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية. دراسة تحليلية سيميولوجية على موقع صحفيي الأهرام المصرية والشرق الأوسط السعودية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أسيوط، مصر.

مدكور، مرعي. (2002م). الصحافة الإخبارية. ط1. القاهرة: درا الشروق. المدهون، محمد. (2018م، 7 أبريل). مسيرات العودة-نضال يحيي القضية ويربك الاحتلال. تاريخ الإطلاع،

20 نوفمبر 2019م، الموقع: <https://cutt.us/KCiiU>

مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات. (2019م، مارس). مسيرات العودة بعد عام على انطلاقها، تقييم الأداء وسيناريوهات المستقبل، التقدير الاستراتيجي (111). تاريخ الإطلاع 14 أكتوبر 2019م، الموقع:

<https://cutt.us/v67VU>

المركز العربي للحريات الإعلامية والتنمية والبحوث-إعلام. (2020م، 12 يناير). عام من التحريض على

الفلسطيني، تاريخ الاطلاع 7 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/vF7T5>

المركز الفلسطيني للدراسات "الإسرائيلية" مدار". (بدون تاريخ). يسرائيل هيوم. تاريخ الاطلاع 3 يونيو

2020م، الموقع: <https://cutt.us/R9C4o>

المركز الفلسطيني للديمقراطية وحل النزاعات. (2019م). دراسة تحديد احتياجات مصابي مسيرات العودة الكبرى. دراسة متعددة القطاعات.

مركز الميزان لحقوق الإنسان، (2019م، 26 سبتمبر)، ورقة عمل حول سلوك قوات الاحتلال "الإسرائيلي" وتعاملها مع الصحفيين والعاملين في حقل الإعلام "مسيرات العودة نموذجاً". (دراسة منشورة)، الموقع:

<https://cutt.us/S0su4>

مركز مسارات. (2019م، 17 مارس). تداعيات موافقة إسرائيل على إدخال الدعم القطري لغزة. تاريخ الاطلاع 10 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/R7D8G>

المريني، ندى. (2011م). الحرب النفسية "الإسرائيلية" حقائق وأوهام. بيروت: مركز باحث للدراسات الفلسطينية والاستراتيجية.

أبو مزيد، رجاء. (2012م). تحرير الصحف الإلكترونية. (ورقة بحثية غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة. المشاقبة، بسام. (2011م). نظريات الإتصال. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

مشاقبة، بسام. (2014م). الإعلام "الإسرائيلي" وفن التضليل الدعائي. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

مشاقبة، بسام. (2014م). مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

مشرف، رامي. (2016م). الأطر الخبرية لحصار غزة في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

المشهداني، سعد. (2017م). مناهج البحث الإعلامي. ط1. لبنان: دار الكتاب الجامعي.

المصدر، حيدر. (2018م). الدعاية السيبرانية "الإسرائيلية" لمحاصرة مسيرات العودة الفلسطينية. مركز الجزيرة للدراسات. 1-25.

المصدر، حيدر. (2018م، 10 نوفمبر). التهدة في غزة من منظور المصلحة "الإسرائيلية". تاريخ الاطلاع 8 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/6lhwh>

المصري، هاني (2019م، 18 سبتمبر). الخطاب "الإسرائيلي": النشأة والأساليب والأهداف والدعاية الموجهة نحو مسيرات العودة الكبرى، تاريخ الاطلاع: 6 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/dOf2i>

المصري، هاني. (2018م، 15 أبريل). مسيرات العودة ما بين الاستثمار السريع وعدمه. تاريخ الإطلاع 18 سبتمبر 2019م، الموقع: <https://cutt.us/Suz28>

مطر، حجابي. (2015م، 29 يناير). العمل المنظم في الصحافة "الإسرائيلية" - السقوط، الصعود، والتحديات الكبيرة في الطريق. (مقال منشور في مجلة قضايا "إسرائيلية"، ع 56). تاريخ الإطلاع 10 أكتوبر

2019م، الموقع: <https://www.madarcenter.org>

مكاوي، حسن. السيد، ليلي (1998م). الإتصال ونظرياته المعاصرة. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. مكتب تنسيق الشؤون الإنسانية للأمم المتحدة. (2019م، 16 يناير). أثر مسيرات العودة الكبرى على النساء.

تاريخ الاطلاع 8 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/CEQV8>

ملح، حبيب. (2013م). اخراج الصورة الصحفية لصحف المحافظات، تحليل الشكل الفني للصورة. ط1. دراسة منشورة في مجلة العراقية. جامعة الأنبار، 314-339.

منصور، جوني. (2005م، 1 سبتمبر). اشكالية الترجمة من العبرية الى العربية، ترجمة في ظل صراع. (مقال منشور في مجلة قضايا "إسرائيلية"، ع 19). الموقع: <https://www.madarcenter.org>

منصور، جوني. (بدون تاريخ). الإصطلاحية الإنتقائية في الصحف العبرية في إسرائيل. (مقال منشور في مجلة قضايا "إسرائيلية"، عدد 88). تاريخ الإطلاع 5 أكتوبر 2019م، الموقع: <https://www.madarcenter.org>

موقع الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي. (بدون تاريخ). تحرير الصورة الصحفية - الإعلام. تاريخ الإطلاع: 11 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/RZ42n>

موقع ألترا فلسطين. (2020م، 6 يناير). تقرير إسرائيل الإستراتيجي 2020، ماذا عن غزة. تاريخ الاطلاع 13 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/zQFV0>

موقع الجزيرة للدراسات. (2018م، 11 أبريل). مسيرات العودة الكبرى، وتأثيرها على ديناميات القضية الفلسطينية، تقدير موقف. تاريخ الإطلاع 23 أكتوبر 2019م، الموقع: <https://cutt.us/Ci3oc>

موقع الجزيرة نت. (2014، 17 يوليو). دور الرقابة العسكرية "الإسرائيلية" على الإعلام. تاريخ الاطلاع 3 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/YHAOT>

موقع الجزيرة. (2018م، 6 يوليو). مستوطنة عن بالونات غزة: الحرائق أسوأ من صواريخ القسام. تاريخ الإطلاع 28 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/iujdj>

موقع الجزيرة. (2019م، 28 مارس). رداً على عرض إسرائيلي للتهدة فصائل غزة ترفض وقف المسيرات وتتعهد بسلامتها. تاريخ الإطلاع 29 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/nIEbv>

موقع الخليج أون لاين. (2018م، 6 يوليو). الطائرات الورقية كابوس يواصل حرق عقول وحقول "إسرائيل". تاريخ الإطلاع 25 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/GH74k>

موقع الخليج أون لاين. (2018م، 9 أبريل). هارتس "تنتقد إسرائيل: قتل صحفيي غزة عمل إجرامي. تاريخ الإطلاع 22 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/Xj5A7>

موقع المركز الفلسطيني للدراسات "الإسرائيلية" "مدار". (2019م). جريدة معاريف. تاريخ الإطلاع: 15 يونيو 2019م، الموقع: <https://cutt.us/Syp2S>

موقع المعاجم. (2019م). معنى الصورة في قاموس معاجم اللغة العربية. تاريخ الإطلاع 22 أكتوبر 2019م، الموقع: <https://www.maajim.com/>

موقع المعاني. (2019). تعريف ومعنى صورة في معجم المعاني الجامع. تاريخ الإطلاع 22 أكتوبر 2019م، الموقع: <https://www.almaany.com/>

موقع النجاح الإخباري. (2018، 30 يونيو). وزير إسرائيلي: سأواصل المطالبة بقتل مطلقي البالونات الحارقة. تاريخ الاطلاع 3 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/hs9uz>

موقع الوقت. (2018م، 23 سبتمبر). "الإرياك الليلي" يشعل غلاف غزة ووسائل الإعلام "الإسرائيلية" تحذر من الأسوأ. تاريخ الإطلاع 25 أبريل 2019م، الموقع: <https://cutt.us/K1TTW>

موقع دنيا الوطن. (2018م، 2 يونيو). صحيفة أمريكية: حماس في غزة تواجه أسوأ أزماتها منذ سنوات. تاريخ الإطلاع 15 يوليو 2019م، الموقع: <http://bit.ly/2Jporpg>

موقع رام الله الإخباري. (2018م، 9 أبريل). هآرتس: قتل إسرائيل للصحفي "ياسر مرتجى" عمل إجرامي.  
تاريخ الاطلاع 10 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/5hHiN>

موقع رسالة الجامعة. (بدون تاريخ). التآطير الإعلامي وصياغة الخبر. تاريخ الاطلاع 2 يونيو 2020م،  
الموقع: <http://rs.ksu.edu.sa/issue-1295/5084>

موقع شاشة نيوز. (2018م، 31 مارس). كيف تناول الإعلام العبري مسيرات العودة الكبرى بغزة؟ تاريخ  
الإطلاع 13 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/01xL8>

موقع صحيفة الشعب أون لاين. (2009م، 7 يناير). استمرار عدم السماح للصحفيين بدخول غزة. تاريخ  
الاطلاع 12 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/WvSka>

موقع صحيفة الوطن الفلسطينية (2018م، 15 مايو). وزير إسرائيلي يهدد باغتيال قادة حماس وعلى رأسهم  
السنور. تاريخ الإطلاع 29 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/0TOfw>

موقع صحيفة "Hamodia" (2019م)، التعريف بالصحيفة. تاريخ الإطلاع 14 أكتوبر 2019، الموقع:  
<https://hamodia.com/about/>

موقع عرب 48. (2018م، 19 يونيو). "الملف 2000": من توّسط بين نتنياهو وموزيس؟ تاريخ الإطلاع 20  
أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/RMlez>

موقع فلسطين الترا. (2018م، 26 يونيو). حرب نفسية على مسيرات العودة، اعتراف إسرائيلي. تاريخ الإطلاع  
11 ديسمبر 2019م، الموقع: <https://cutt.us/NE471>

موقع فلسطين اليوم. (2018، 28 مارس). الإعلام العبري: التسلسل من غزة يخلط الأوراق ويفقد الإحساس  
بالأمن. تاريخ الإطلاع 22 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/1DILl>

موقع فلسطين اليوم. (2019م، 24 مارس). خسائر الاحتلال "الإسرائيلي" على مدار عام من مسيرات العودة.  
تاريخ الاطلاع 6 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/R2axl>

موقع لجان المقاومة. (2018م، 7 أبريل). مسيرات غزة استدرجت الجيش لمواجهة الأفضلية فيها للمتظاهرين.  
تاريخ الإطلاع 22 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/oJTdf>

موقع وكالة الأناضول. (2019م، 26/ديسمبر). تعليق مسيرات العودة حتى نهاية مارس القادم. تاريخ الإطلاع  
5 فبراير 2020م، الموقع: <https://cutt.us/o17ZP>

موقع وكالة سما. (2019، 10 أبريل). قناة عبرية نتائج التصويت في مستوطنات الغلاف كانت مثيرة. تاريخ  
الاطلاع 1 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/yfRHE>

موقع وكالة قدس برس إنترناشيونال للأنباء. (2018م، 29 مارس). الإعلام العبري: الجيش يستعد لمواجهة  
سيناريو اختراق جماعي لمئات الفلسطينيين من غزة. تاريخ الإطلاع 22 أبريل 2020م، الموقع:  
<https://cutt.us/wj2a9>

موقع وكالة وطن للأنباء. (2018، 28 مارس). اعلان المبادئ العامة لمسيرة العودة الكبرى. تاريخ الاطلاع  
22 يوليو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/E0l33>

موقع وكالة وطن للأنباء. (2018، 30 مارس). للمرة الأولى: الصحف العبرية تكتب بالعربية. تاريخ الإطلاع  
15 أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/klxWs>

- النادي، نور الدين. (2006م). *فن الإخراج الصحفي*. ط1. عمان: مكتبة المجتمع العربي.
- ناصر، عبد الجبار. (2011م). *ثقافة الصورة في وسائل الإعلام*. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الناصر، بثينة. (2017م). *احتلال العقل، الإعلام والحرب النفسية*. ط1. الجيزة: وكالة الصحافة العربية ناشرون.
- ناطور، سلمان. (بدون تاريخ). *الإعلام "الإسرائيلي" والانتفاضة، استنفار لصالح المؤسسة* (مقال منشور في مجلة قضايا "إسرائيلية"، عدد 1). تاريخ الإطلاع 5 أكتوبر 2019م، الموقع: <https://www.madarcenter.org>
- النجار، سعيد. (2008م). *التصوير الفلمي والرقمي*. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- النجار، محمد. (2018م، 5 أبريل). غزة تستعد لجمعة الكوشوك وأدري واعظ بيئي. تاريخ الاطلاع 6 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/qz1zi>
- نصر، حسني. (2008م). *التغطية الصحفية المصورة للحرب "الإسرائيلية" على لبنان (2006م) في المجالات الإخبارية العربية*. دراسة تحليلية دلالية في ضوء نظرية الأطر. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (26)، 1-16.
- النعامي، صالح. (2015م، 22 أكتوبر). *الإعلام "الإسرائيلي" وخطاب العنصرية*. تاريخ الإطلاع 10 يناير 2020م، الموقع: <https://cutt.us/gJ9QB>
- النعامي، صالح. (2018م، 13 مايو). ماذا وراء الاستنفار المصري لاحتواء مسيرات العودة؟ تاريخ الاطلاع 3 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/QC1W6>
- النعامي، محمد. (2019م، 23 يونيو). *كيف يوظف إعلام الاحتلال الصحافة الفلسطينية لخدمته*. تاريخ الإطلاع 20 ديسمبر 2019م، الموقع: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/778>
- نعيم، باسم. (2018م، 30 مارس). *مسيرات العودة-الشعب الفلسطيني يأخذ زمام المبادرة*. تاريخ الإطلاع 15 نوفمبر 2019م، الموقع: <https://cutt.us/i1eqz>
- نعيم، هدى. (2017م). *الخطاب الدعائي "الإسرائيلي" باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي*. دراسة تحليلية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
- نمره، ليلى. (2014م). *المقاومة الشعبية من وجهة نظر التنظيمات السياسية الفلسطينية وأثر ذلك على التنمية السياسية حركة فتح نموذجاً*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية، نابلس.
- النيرب، يوسف. (2010م). *الإعلام "الإسرائيلي" نراع الجراد*. ط1. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- الوائلي، شيماء. (2010م). *الصورة وحدة تعبيرية وجمالية في بنية أغلفة المجلات، شيماء كامل الوائلي*. دراسة منشورة في *مجلة الأكاديمي*. (56)، 121.
- وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية "وفا". (بدون تاريخ). *الإعلام "الإسرائيلي" بنية، أدوات، أساليب عمل*. تاريخ الإطلاع 10 ديسمبر 2019م، الموقع: [http://info.wafa.ps/ar\\_page.aspx?id=8788](http://info.wafa.ps/ar_page.aspx?id=8788)
- وكالة الصحافة الفلسطينية صفا. (2019م، 26 ديسمبر). *شرطة الاحتلال تطور منظومة ليزر لاسقاط البالونات الحارقة*. تاريخ الاطلاع 10 يونيو 2020م، الموقع: <https://cutt.us/fB4Uc>
- وكالة سما الإخبارية. (2019م، 7 سبتمبر). *324-شهيدياً منذ بداية مسيرات العودة بغزة*. تاريخ الإطلاع 29

أبريل 2020م، الموقع: <https://cutt.us/R8AV4>

يخلف، فايزة. (2012م). سيميائيات الخطاب والصورة. ط1. بيروت: دار النهضة العربية.  
يمينة، لعباني. (2016م). دلالة الصورة الفوتوغرافية في الصحافة المكتوبة: دراسة سيميائية لصور "داعش".  
جريدة البلاد أنموذجاً. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الدكتور مولاي الطاهر "سعيدة"، الجزائر.  
يوسف، السيد. (2016م). الدلالة وعلم الدلالة المفهوم والمجال والأنواع. شبكة الألوكة، مجلد 1، 2-3.  
يوسف، سعد. (بدون تاريخ). الإعلام الإلكتروني، صحيفة المثقف نموذجاً. تاريخ الإطلاع 20 ديسمبر  
2019م، (دراسة منشورة على موقع صحيفة المثقف، العدد: 4896)، الموقع:

<https://cutt.us/4bkxP>

### ثانياً: المراجع الإنجليزية:

1. Greenwood, K. & Thomson, T. (2019). Framing the migration: A study of news photographs showing people fleeing war and persecution. The International Communication Gazette 0(0), 1-24.
2. Khan AIS, Mazhar B. Effects of Photojournalism on Reader's Exposure and Retention. Master's Thesis Published in Global Media Journal. 2017, 15:28. Bahauddin Zakariya University, Multan, Pakistan.
3. Victor, A. (2017): The Photographic Representation of Refugees, a Visual Study. Master – Thesis, Malmö University- Sweden.
4. Padil, M. N., & Azahari, M. H. (2014). The impact of photographic images in print and online media for political campaign in Malaysia. International Journal of Social Science and Humanity, 4(3), p. 214-223.
5. Tewari, P. (2015). Evolutions in Photojournalism in India (2001 to 2011). Online Journal of Communication and Media Technologies, 5(2), p. 79-80.
6. UNRWA .(2018). gaza's "great march of return" one year on. impact on palestine refugees and unrwa services. p. 6.
7. Katy Parry, (2010). A visual framing analysis of British press photography during the 2006 Israel– Lebanon conflict. p. 68-69.
8. Joanna Szylo-Kwas. (2019). Photography as a statement of journalism – variety of genres. p. 99.
9. Schleifer, R. (2014) Psychological Warfare in the Arab-Israeli Conflict, (Palgrave & Macmillan). p. 5-6.
10. Shai, N. (2018). Hearts and Minds: Israel and the Battle for Public Opinion. Translated by: Ira . Moskowitz, (State University of New York Press), p. 88

### ثالثاً: المراجع العربية:

إطشولر، تهيللا. (2007م). صحافة دوت نت، الصحافة الإلكترونية في إسرائيل. ط1. إسرائيل: المعهد  
"الإسرائيلي" للديمقراطية.  
إلياس، نيلي. وآخرون (2015م). التحولات في وسائل الإعلام-على شرف دان كسبي وعمله. ط1. إسرائيل.

دار "تسبعونيم" للنشر.

باراك، روعي. (2011م، 15 يونيو). استطلاع: 92.4% يقرأون الصحافة و فقط 26% يدعون ثمنها. تاريخ

الاطلاع: 10 فبراير 2020م. الموقع: <https://cutt.us/ypYLZ>

جويكمان، رفائيل. (2019م، 15 يوليو). خطر واضح وفوري، كيف نحافظ على الصحافة في عهد الإنترنت.

تاريخ الاطلاع 15 فبراير 2020م، الموقع:

<https://www.themarket.com/technation/1.7500244>

شفارتس، تهيل. ولوريا، جي. (2019م). الرقابة العسكرية والأسرار الأمنية في العصر الرقمي، المعهد

"الإسرائيلي" للديمقراطية. ترجمة مركز الدراسات الإقليمية، غزة.

طاوسيف، شوكي. (2019م، 16 أبريل). ما هي معطيات سوق الإعلام في إسرائيل. تاريخ الاطلاع 11 فبراير

2020م، الموقع: <https://cutt.us/RRmWg>

فاين، تسفيا. وسغيف، مائيرا. ولبي، حلي. (2007م). إسرائيل الإنسان والفضاء، موضوعات مختارة في

الجغرافيا. (دراسة منشورة). مركز التكنولوجيا التعليمية. إسرائيل.

فورمان، يوتام. (بدون تاريخ). صحافة الإنترنت. تاريخ الاطلاع 5 فبراير 2020م، الموقع:

<https://sites.google.com/site/yotamforman/3>

كسبي، دان. (2012م، 19 أغسطس). ما وراء المشهد. تاريخ الاطلاع 5 يناير 2020م، موقع العين السابعة،

الموقع: <https://www.the7eye.org.il/48832>

كيزل، أرييه. وفويرشتاين، ميرا. (2011م). وسائل الإعلام المحلية وتغطية الأخبار، دراسة منشورة في مجلة

"العلاقة-كيشر، (41). إسرائيل.

ليف أون. آزي. (2011م). صحافة إلكترونية متنوعة، مقارنة جداول الأعمال بين الصحف الإلكترونية في

إسرائيل، دراسة منشورة على موقع researchgate، الموقع: <https://cutt.us/UiJYj>

منوسبيتش، عديت. وليف أون، آزي. (2014م). الصحافة المحلية في إسرائيل 2013م، خطوط معالمها.

(دراسة منشورة). جامعة أريئيل، الموقع: <https://www.researchgate.net/>

مور، غال. (2014م، 5 نوفمبر). وضع الصحافة الإلكترونية. تاريخ الاطلاع 5 فبراير 2020م، الموقع:

<https://cutt.us/xDjxm>

موقع "למידה מהנה" (بدون تاريخ). التحول من الصحافة المطبوعة للصحافة الإلكترونية. تاريخ الاطلاع 5

فبراير 2020م، الموقع: <https://cutt.us/mz70r>

موقع seoweb. (2012م، 13 مارس). الصحافة الرقمية. تاريخ الاطلاع 25 يناير 2020م، الموقع:

<https://www.seoweb.co.il/digital-journalism>

موقع صحيفة "معاريف"، (2019م)، التعريف بالصحيفة. تاريخ الإطلاع 10 يوليو 2019م، الموقع:

<https://www.maariv.co.il/AboutUs>

موقع صحيفة "هآرتس"، (2019م)، التعريف بالصحيفة. تاريخ الإطلاع 10 يوليو 2019م، الموقع:

<https://www.haaretz.co.il/misc/about-haaretz>

موقع صحيفة "هموديع" (2019). التعريف بالصحيفة. تاريخ الإطلاع 14 أكتوبر 2019م، الموقع:

<https://www.jdn.co.il/home/about/>

موقع صحيفة "يديعوت أحرونوت"، (2019م)، *التعريف بالصحيفة*. تاريخ الإطلاع 10 يوليو 2019م، الموقع:

<https://www.ynet.co.il/home/0,7340,L-822,00.html>

موقع صحيفة "يسرائيل هيوم"، (2019م)، *التعريف بالصحيفة*. تاريخ الإطلاع 10 يوليو 2019م، الموقع:

<https://www.israelhayom.co.il/about-page>

موقع صحيفة معاريف. (2017م، 11 سبتمبر). *الصحافة الإلكترونية أم الصحافة المطبوعة*. تاريخ الاطلاع

<https://cutt.us/KHRdo> الموقع: 30 يناير 2020م،

نوسك، هيلل. (2018م). *أطر وسائل الإعلام، دراسة منشورة في مجلة "إسرائيلي للإعلام-يسرائيلي لتكشورت"*،

الجمعية "الإسرائيلية" للإعلام، اسرائيل.

هيكت، يعقوب. (2006م، 6 أغسطس). *سر الصحافة الإلكترونية*. تاريخ الاطلاع 5 فبراير 2020م، موقع

<https://cutt.us/iaGOB> الموقع: "الإسرائيلي"، اتحاد الإنترنت

## الملاحق

## ملحق (1)

أسماء المحكمين مرتبين أبجدياً

م	الاسم	الصفة
.1	الدكتور أحمد المغاري	أستاذ الصحافة والإعلام المساعد في كلية الإعلام - جامعة الأقصى بغزة.
.2	الدكتور حسن أبو حشيش	أستاذ الصحافة المشارك في قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية.
.3	الدكتور طلعت عيسى	أستاذ الصحافة المشارك في قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية.
.4	الدكتور علاء عايش	أستاذ الصحافة والإعلام المساعد في قسم تكنولوجيا الإعلام في جامعة فلسطين التقنية - خضوري.
.5	الدكتور عمر أبو عرقوب	أستاذ الصحافة والإعلام المساعد في قسم اللغة العربية والإعلام بالجامعة العربية الأمريكية برام الله.
.6	الدكتور فريد أبو ظهير	أستاذ الإعلام المشارك في كلية الإعلام في جامعة النجاح بنابلس.
.7	الأستاذ الدكتور ماجد تريان	أستاذ الصحافة بكلية الإعلام - جامعة الأقصى بغزة.

## ملحق (2)

### عينة الدراسة التحليلية

شملت عينة الدراسة التحليلية 78 يوماً في كل موقع من مواقع الدراسة، بإجمالي 234 يوماً، موضحة في الجدول الآتي:

عينة يوم الجمعة للعام 2018 في المواقع الثلاثة				
2018/5/4	2018/4/27	2018/4/20	2018/4/13	2018/4/6
2018/6/8	2018/6/1	2018/5/25	2018/5/18	2018/5/11
2018/7/13	2018/7/6	2018/6/29	2018/6/22	2018/6/15
2018/8/17	2018/8/10	2018/8/3	2018/7/27	2018/7/20
2018/9/21	2018/9/14	2018/9/7	2018/8/31	2018/8/24
2018/10/26	2018/10/19	2018/10/12	2018/10/5	2018/9/28
2018/11/30	2018/11/23	2018/11/16	2018/11/9	2018/11/2
	2018/12/28	2018/12/21	2018/12/14	2018/12/7
عينة يوم الجمعة للعام 2019 في المواقع الثلاثة				
2019/2/1	2019/1/25	2019/1/18	2019/1/11	2019/1/4
2019/3/8	2019/3/1	2019/2/22	2019/2/15	2019/2/8
2019/4/12	2019/4/5	2019/3/29	2019/3/22	2019/3/15
2019/5/17	2019/5/10	2019/5/3	2019/4/26	2019/4/19
2019/6/21	2019/6/14	2019/6/7	2019/5/31	2019/5/24
2019/7/26	2019/7/19	2019/7/12	2019/7/5	2019/6/28
2019/8/30	2019/8/23	2019/8/16	2019/8/9	2019/8/2
	2019/9/27	2019/9/20	2019/9/13	2018/9/6



الجامعة الإسلامية-غزة  
شؤون البحث العلمي والدراسات العليا  
كلية الآداب  
ماجستير الصحافة

### ملحق (3)

استمارة تحليل مضمون الصورة الصحفية لمسيرات العودة

السيد الدكتور / ..... حفظه الله ورعاه

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

#### الموضوع: تحكيم أداة الدراسة

نظرا لما تتمتعون به من علم وخبرة في مجالات الصحافة والإعلام والبحث العلمي، أضع بين أيديكم استمارة تحليل مضمون، أعدتها في سياق دراستي التحليلية الموسومة بـ "دلالة تأطير الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الصحف "الإسرائيلية" اليومية" دراسة تحليلية مقارنة، للاستتارة برأيكم والاستفادة من علمكم وخبرتكم، لتحديد قدرة الأداة على تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

علما أن هذه الاستمارة تأتي ضمن استكمال دراسة الباحث لنيل درجة الماجستير في الصحافة، آملا منكم الاطلاع عليها وابداء الملاحظات اللازمة لإثرائها وتحسينها، لتكون أكثر فاعلية ومهنية، في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

الباحث/ أمجد أحمد أبو عرقوب

جوال: 0592567668

[amjad.ahmad.aa.2020@gmail.com](mailto:amjad.ahmad.aa.2020@gmail.com)

إشراف: د. أحمد عرابي الترك

#### المرفقات

- أهداف الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- وصف الفئات وتعريفها
- استمارة تحليل المضمون

فئات تحليل المضمون: ماذا قيل؟

فئة الموضوعات

٦

أخرى			
رفض صفقة القرن			
وحدة الكوشوك			
وحدة قص السلك			
التجهيزات الأمنية قرب السياج			
صلاة الجمعة	الفعاليات الشعبية		
تراثية واجتماعية			
الأنشطة والفعاليات الفصائلية والحزبية			
فتح المعابر			
وصول المتظاهرين للسياح الفاصل			
منع الاقتراب من الحدود			
مشاركة قيادة الفصائل الفلسطينية			
الوساطات والوفود الدولية			
الاعتقال			
غضب المستوطنين وفعاليتهم			
الحرائق			
الشهداء والحرحى			
الارياك التليي			
البالونات الحارقة			
الاعتداء على المتظاهرين			
المسيرات الشعبية			

فئات تحليل المضمون: ماذا قيل؟

فئة الأهداف

فئة الأهداف		٦
أخرى		
إبراز مشاركة المرأة الفلسطينية في المسيرات		
إبراز الدور القطري		
إبراز الدور المصري		
إظهار قدرات الجيش "الإسرائيلي" وسيطرته		
إبراز استخدام المتظاهرين لوسائل خشنة	أرياك ليلي	
	بالونات حارقة	
	سلاح	
	قنابل وزجاجات حارقة	
تبرير استهداف المتظاهرين		
إظهار جهود التهدة		
ممارسة عمليات نفسية ضد المشاركين		
إظهار انسانية الجيش "الإسرائيلي"		
إظهار استعدادات الجيش "الإسرائيلي" على الحدود		
بيان مشروعية وسائل الجيش "الإسرائيلي"		
بيان خسائر المستوطنين وسكان الغلاف		
إظهار عدم جدوى المسيرات		



فئات تحليل المضمون: ماذا قيل؟

فئة النطاق الجغرافي		فئة الاتجاه	فئة الشخصيات المحورية				م	
			أخرى	الاجنبية	العربية	الفلسطينية		"الإسرائيلية"
أخرى	منطقة غلاف غزة (المستوطنات)	السياج الحدودي شرق قطاع غزة	جنوب القطاع					
			وسط القطاع					
			شمال القطاع					
		محايد						
		اتجاه سلبي						
		اتجاه ايجابي						
			متضامنون					
			مسؤولون رسميون اجانب					
			مواطنون عرب متضامنون					
			مسؤولون عرب					
			مدنيين					
			شخصيات من المنظمات الأهلية					
			شخصيات عسكرية					
			شخصيات حزبية					
			شخصيات رسمية					
			مستوطنون					
			شخصيات عسكرية					
			شخصيات رسمية					

فئات تحليل المضمون: ماذا قيل؟

فئة الدلالات الرمزية للصورة												
أخرى												
الطائرات الورقية والبالونات الحارقة												
مشاركة المصابين وكبار السن												
سيارات الإسعاف												
النساء												
الأطفال												
السياج الحدودي الفاصل												
الحشود والآليات العسكرية "الإسرائيلية"												
خريطة فلسطين												
مفتاح العودة												
رايات وأعلام الفصائل الفلسطينية												
العلم الفلسطيني												
إطارات الكاوتشوك												
المقلاع												
الكوفية الفلسطينية												
علامة النصر												
												٦

فئات تحليل المضمون: كيف قيل؟

فئة إطار الصورة		فئة استخدام الألوان		فئة حجم الصورة			فئة الشكل الفني للصورة				فئة نوع الصورة من حيث أسلوب عرضها				فئة نوع الصورة وفقا لمحتواها				م	
صورة بدون إطار	صورة بإطار	صور غير ملونة	صور ملونة	صغيرة	متوسطة	كبيرة	صورة محذوفة الخلفية (ديكوريه)	اشكال هندسية غير تقليدية	الشكل المستطيل	الشكل الدائري	الشكل المربع	صفحات مصورة	مشهد متعاقب	سلسلة صور	الصور المفردة	صور شخصية	موضوعية	اخبارية تابعة	اخبارية مستقلة	

فئات تحليل الشكل: كيف قيل؟

فئة كلام الصورة		فئة موقع الصورة				فئة كلام الصورة		م
على الصورة نفسها	الجانب الأيسر	الجانب الأيمن	أسفل	أعلى	موقع الصورة من الموضوع		داخل الموقع الإلكتروني	
					الوسط	أحد الجانبين		
					الواجهات الداخلية	الواجهة الرئيسية	صورة بدون كلام (بدون تعليق)	
							صورة بكلام (تعليق)	

