

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي



قسم السياسات العامة و النظم المقارنة

توجهات الرأي العام حول القضية الفلسطينية في ظل الاعلام الرقمي الجديد
دراسة تحليلية لأحداث طوفان الأقصى 7 اكتوبر 2023

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر في العلوم السياسية
تخصص سياسات عامة و نظم مقارنة

تحت اشراف الاستاذ
ا.د علي لاراي

من اعداد الطالبة:
سفيان لينا هديل

اعضاء اللجنة المناقشة

الصفة	مؤسسة الانتساب	الرتبة العلمية ، الاستاذ
رئيسا	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	د.عامر ناصر
مشرفا و مقورا	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	د.علي لاراي
عضوا مناقشا	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	د.فاتح خننو

الموسم الجامعي 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى

(وَأَخِرُّ دَعْوَاهُمْ أَنْ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ)

سورة يونس - الآية 10

شكر و عرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبتوفيقه يُكتب النجاح والإنجاز. أحمدُه سبحانه وتعالى على ما مَنَّ به عليّ من صبر وتوفيق لإتمام هذه المذكرة، وأسأله أن يجعل هذا العمل خالصًا لوجهه الكريم، ونافعًا للعلم والمعرفة.

أتوجّه بجزيل الشكر وعميق التقدير إلى أستاذي المشرف الدكتور علي لاربي، على ما قدّمه لي من توجيه علمي دقيق، ونصائح قيّمة، ومتابعة مستمرة كانت حجر الأساس في إخراج هذا العمل إلى النور. فله مني كل الشكر والعرفان.

كما لا يفوتني أن أُعبّر عن تقديري الكبير لإدارة وأساتذة المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية، الذين كان لهم بالغ الأثر في تكويني العلمي، من خلال ما قدّموه من علم وتوجيه ودعم طيلة سنوات الدراسة.

الإهداء

إلى من سجدتُ لله شاكرة أن وهبني دفء حضنها وصدق

دعائهما...

إلى أمي وأبي، اللذين كانا دومًا نبعًا لا ينضب من الحنان والدعاء

والدعم...

إلى عائلتي التي وقفت إلى جانبي في كل لحظات التعب والفرح،

فكانت السند والملاذ...

إلى صديقتي ، رفيقات الدرب والسهر، من خفن عني وطأة الطريق

وشاركني لحظات الإرهاق بابتسامة صادقة أو كلمة مشجعة...

إلى من آمن بي من قريب أو بعيد، وكان حضوره سببًا في

استمرارني...

وإلى المرابطين الصامدين في أرض العزة، من خطوا بدمهم وصبرهم

دروسًا في الكرامة والتحدّي، وذكرونا دومًا أن للحق رجالًا لا

يساومون ، رجال صدقوا ما عاهدوا الله عليه ...

أهدي هذا العمل المتواضع، عربون وفاء وامتنان، لكل أولئك الذين

جعلوا من الحلم ممكنًا، ومن الطريق معنى

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	شكر وعرهان
	اهداء
	فهرس المحتويات
02	مقدمة
	الفصل الاول : الاطار النظري و المفاهيمي للاعلام الرقمي الجديد و الراي العام
18	المبحث الاول : الاعلام الرقمي الجديد و الراي العام
18	المطلب الاول: تعريف الاعلام الرقمي و خصائصه
23	المطلب الثاني : الفرق بين الاعلام الرقمي الجديد و الاعلام التقليدي
25	المطلب الثالث: التطور التاريخي للإعلام الرقمي
27	المبحث الثاني : مفهوم الراي العام و علاقته بالاعلام الرقمي الجديد
28	المطلب الاول : مفهوم الراي العام و نظرياته
34	المطلب الثاني : اهم الوسائل و النظريات الاعلامية المساهمة في تشكيل الراي العام
41	المطلب الثالث: دور الاعلام الرقمي في توجيه الراي العام حول القضايا السياسية
	الفصل الثاني : تاثير الاعلام الرقمي على توجهات الراي العام حول القضية الفلسطينية
45	المبحث الاول : الاعلام كاداة لتعزيز الرواية الفلسطينية
45	المطلب الاول : جدور القضية الفلسطينية
47	المطلب الثاني : التطور التاريخي للقضية الفلسطينية اعلاميا
49	المطلب الثالث : المنصات الرقمية و دورها في تغطية احداث طوفان الاقصى
50	المبحث الثاني : اثار الاعلام الرقمي على تحولات الراي العام بعد احداث طوفان الاقصى
50	المطلب الاول: تاثير الاعلام الرقمي على الراي العام العربي
55	المطلب الثاني : مؤشرات التحول في الراي العام العربي
58	المطلب الثالث : التحديات التي واجهت الاعلام الرقمي في دعم القضية
	الفصل الثالث : الاطار التطبيقي
62	المبحث الاول : الاطار المنهجي للدراسة
62	المطلب الاول: مناهج الدراسة
63	المبحث الثاني شرح و تحليل نتائج المقابلة

82	المطلب الاول : النتائج العامة للمقابلة
83	المطلب الثاني : تحليل النتائج على ضوء الفرضيات
85	خلاصة و استنتاجات
88	الخاتمة
92	المراجع

مقدمة

منذ بداية القضية الفلسطينية، كان الإعلام أحد أبرز الميادين التي دارت فيها صراعات رمزية وسياسية لا تقل أهمية عن الصراع العسكري والميداني. فقد أدرك كلا الطرفين، أهمية السيطرة على الرواية وتوجيه الرأي العام، سواء في المحيط الإقليمي أو على مستوى الرأي العام الدولي. وفي هذا السياق، شكّل الإعلام التقليدي، المتمثل في الصحف والإذاعة والتلفزيون، وسيلة مركزية في صناعة الصورة الذهنية عن الصراع، وغالبًا ما خضع هذا الإعلام لتأثير القوى السياسية والاقتصادية الغربية التي كانت تميل في معظمها إلى تبني السردية الإسرائيلية، ما أدى إلى تهميش السردية الفلسطينية و تشويهها.

وقد فرض هذا المشهد الإعلامي التقليدي قيودًا صارمة على الفلسطينيين في قدرتهم على نقل معاناتهم ووجهة نظرهم، خاصة في ظل غياب التوازن في ملكية وسائل الإعلام الكبرى وهيمنة شبكات الأخبار الدولية ذات الخطاب الانتقائي. وبالتالي، فإن التمثيلات السائدة عن القضية الفلسطينية، لفترة طويلة، لم تُنتج فقط من رحم الوقائع الميدانية، بل تشكلت ضمن إطار إعلامي متحيز، يعكس ميزان القوى السياسي في النظام الدولي.

غير أن العقدين الأخيرين شهدا تحولًا بنيويًا في مشهد الاتصال الجماهيري مع بروز الإعلام الرقمي الجديد، وهو تحول لم يقتصر على تغيير في الوسائط فحسب، بل مسّ جوهر العلاقة بين المرسل والمتلقي، وحرر الإنتاج الإعلامي من هيمنة المؤسسات الكبرى إلى حدّ ما، مما أتاح للفلسطينيين، مساحة للتعبير الذاتي وبناء سرديتهم الخاصة بعيدًا عن الفلاتر المؤسسية التقليدية.

وقد منح هذا التحول التقني الفلسطينيين أدوات غير مسبقة لتوثيق معاناتهم و محتواهم إلى جمهور عالمي، مستفيدين من خصائص الإعلام الرقمي الجديد مثل اللامركزية، التفاعلية، وسرعة الانتشار. ومع ذلك، لم يكن هذا الفضاء الجديد محررًا تمامًا من القيود، بل برزت تحديات جديدة تتمثل في التضيق الرقمي، الرقابة الخوارزمية، واستغلال المنصات الرقمية لأغراض دعائية من قبل أطراف عدة.

في هذا الإطار، شكّلت أحداث 7 أكتوبر 2023 منعطفًا حاسمًا لفهم تأثير وفعالية الإعلام الرقمي الجديد في مواجهة الرواية الإسرائيلية . فقد شهدت المنصات الرقمية تفاعلات مكثفة و العديد من الحملات الإعلامية لصالح القضية الفلسطينية حيث تداول العديد من مستخدمي المنصات الرقمية مقاطع و صور توضح معاناة الشعب الفلسطيني و تفضح اكاذيب الكيان الصهيوني.

من هنا، تتبع أهمية هذه الدراسة في تحليل طبيعة تغطية الإعلام الرقمي لأحداث 7 أكتوبر 2023، من خلال رصد أنماط التفاعل، أشكال الخطاب السائد، آليات التضييق، وتأثير كل ذلك على الراي العام في الساحة الدولية.

1. الدراسات السابقة :

الدراسة الاولى:

بعنوان " القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وبنية الخطاب الإعلامي " في أطروحة دكتوراه بعنوان " القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وبنية الخطاب الإعلامي"، قدّم الباحث محمد وسام عامر دراسة تحليلية حول كيفية تناول الإعلام الرقمي للقضية الفلسطينية، مع التركيز على آليات بناء الخطاب الإعلامي في ظل التحديات السياسية والإعلامية. تُعد هذه الأطروحة من المحاولات الأكاديمية الجادة لفهم تطور الخطاب الفلسطيني في ظل التحول من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي، حيث أبرز الباحث كيف ساهمت المنصات الرقمية في إعادة صياغة الرواية الفلسطينية بعيدًا عن هيمنة الإعلام الغربي. تتقاطع هذه الدراسة مع موضوع هذه المذكرة في كونها تُبرز قدرة الإعلام الرقمي على تغيير الصور النمطية وتشكيل رأي عام داعم للحقوق الفلسطينية، خصوصًا في أوقات الأزمات.

الدراسة الثانية:

بعنوان "دور الإعلام الجزائري في دعم القضية الفلسطينية وتأثيره على المجتمع الدولي"

ركزت أطروحة الدكتوراه التي أعدتها الباحثة تسنيم عبد الله بجامعة محمد البشير الإبراهيمي بعنوان " دور الإعلام الجزائري في دعم القضية الفلسطينية وتأثيره على المجتمع الدولي"، على الجهود الإعلامية الوطنية في نصره القضية

الفلسطينية، ومدى تأثيرها على تشكيل مواقف خارجية متضامنة. استخدمت الباحثة المنهج التحليلي الوصفي من خلال تحليل محتوى عدد من البرامج والتقارير الإخبارية الجزائرية، وخلصت إلى أن الإعلام الوطني يلعب دورًا تفاعليًا في إبراز المعاناة الفلسطينية وتسليط الضوء على ممارسات الاحتلال. وتُعد هذه الدراسة مكملة لبحثنا الحالي من حيث إبراز أهمية الإعلام البديل في التأثير بالرأي العام، وإن كانت تركز على البعد الرسمي أو القومي، بينما يتجه هذا البحث إلى دراسة الإعلام الرقمي العالمي والجاهيري.

الدراسة الثالثة :

"دور مواقع التواصل الاجتماعي في نصره القضية الفلسطينية: دراسة تحليلية لحملة أنقذوا حي الشيخ جراح"

في مذكرة ماستر بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في نصره القضية الفلسطينية: دراسة تحليلية لحملة أنقذوا حي الشيخ جراح"، أعدتها الباحثة وداد سعيد بجامعة قسنطينة 3 ، قامت بدراسة حالة لحملة إعلامية رقمية شهدت تفاعلًا عالميًا واسعًا في سنة 2021 أظهرت الدراسة من خلال تحليل مضمون الحملات الرقمية على تويتر وإنستغرام وفيسبوك، أن الإعلام الرقمي لم يعد مجرد ناقل للأخبار، بل أصبح ساحة للنضال الرقمي والتأثير الجماهيري. وتتسجم هذه الدراسة مع موضوع هذه المذكرة من حيث المنهجية والتركيز على نموذج محدد، وتمثل نموذجًا تطبيقيًا قريبًا لما يتناوله بحثنا من خلال تحليل رواية طوفان الأقصى رقمياً.

الدراسة الرابعة :

"القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وبنية الخطاب الإعلامي" أما مذكرة الماستر التي قدمتها علياء أحمد الهديبي بجامعة الشرق الأوسط بعنوان "القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وبنية الخطاب الإعلامي"، فقد تناولت بشكل معمق أنماط الخطاب الرقمي المستخدم في تغطية القضية الفلسطينية، خاصة خلال العدوانات الإسرائيلية على غزة. اعتمدت الدراسة على تحليل خطابي لمنصات رقمية وإخبارية معاصرة، وخلصت إلى أن اللغة الإعلامية تغيرت بشكل واضح مع ظهور الإعلام الرقمي، وأصبحت أكثر قربًا من المواطن وأكثر تفاعلية .

وتوفر هذه الدراسة خلفية نظرية هامة تدعم بحثنا، لكونها توضح كيفية تشكيل الخطاب العام حول القضية الفلسطينية في العصر الرقمي، وتمنح مقارنة نظرية ضرورية لفهم السياق الذي تغطيه المذكرة.

2. إشكالية الدراسة :

أصبحت القضية الفلسطينية، بما تحمله من أبعاد إنسانية وسياسية وتاريخية، واحدة من أكثر القضايا حضوراً في الفضاء الإعلامي العالمي. ومع تعاقب الأزمات، شهدت تغطية هذه القضية تطورات جوهرية، لا سيما مع بروز الإعلام الرقمي الجديد، الذي تجاوز القوالب التقليدية لنقل الأخبار، ليُصبح فضاءً تفاعلياً مفتوحاً لصناعة الرأي العام وتشكيل الاتجاهات الجماهيرية.

وقد فرضت أحداث طوفان الأقصى في أكتوبر 2023 تحولات حادة في كيفية تناول القضية إعلامياً، حيث شكّلت المنصات الرقمية أداة مركزية في إعادة صياغة الرواية الفلسطينية، وتعزيز التفاعل الجماهيري العربي والدولي معها، سواء على مستوى الخطاب أو السلوك التضامني: وعليه، تطرح هذه الدراسة الإشكالية التالية: كيف ساهم الإعلام الرقمي الجديد في إعادة تشكيل توجهات الرأي العام العربي والدولي تجاه القضية الفلسطينية، في ظل التحولات التي فرضتها تغطية أحداث طوفان الأقصى؟

و تدرج ضمن هذه الاشكالية التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي الخصائص الاتصالية التي تميز الإعلام الرقمي الجديد عن الإعلام التقليدي في تغطية القضايا السياسية؟
- كيف ساهم الإعلام الرقمي في دعم وترويج الرواية الفلسطينية خلال أحداث طوفان الأقصى؟
- ما هي مظاهر التحول في الرأي العام العربي تجاه القضية الفلسطينية في ظل التغطية الرقمية؟
- ما مدى تأثير الإعلام الرقمي على الرأي العام العربي، خاصة فئة الشباب، بعد تغطية طوفان الأقصى؟

➤ ما طبيعة التحديات والقيود التي تواجه الإعلام الرقمي في تغطية القضية الفلسطينية والدفاع عنها؟

الفرضيات :

- ❖ الإعلام الرقمي يمتلك قدرة أكبر من الإعلام التقليدي في التأثير على توجهات الرأي العام، بفضل خصائصه التفاعلية والفورية.
- ❖ لعبت المنصات الرقمية دورًا محوريًا في تعزيز حضور الرواية الفلسطينية خلال أحداث طوفان الأقصى، خاصة من خلال المحتوى الميداني.
- ❖ ساهم الإعلام الرقمي في تعزيز التفاعل الشعبي العربي مع القضية الفلسطينية، من خلال الحملات الرقمية والحراك الميداني.
- ❖ أحدثت تغطية طوفان الأقصى تحولًا نسبيًا في مواقف بعض قطاعات الرأي العام الغربي تجاه الاحتلال الصهيوني.
- ❖ تواجه التغطية الرقمية للقضية الفلسطينية تحديات تقنية ومؤسسية، تتمثل في الرقابة، وحذف المحتوى، والتشويش الإعلامي المنظم.

3. مجالات الدراسة :

تم ضبط مجالات دراسة الموضوع من خلال :

(أ) المجال الموضوعي : تتمحور هذه الدراسة حول تحليل تأثير الإعلام الرقمي الجديد على توجهات الرأي العام تجاه القضية الفلسطينية، من خلال تسليط الضوء على كيفية توظيف المنصات الرقمية في تغطية الأحداث، وبناء الخطاب الإعلامي الداعم للرواية الفلسطينية، وذلك انطلاقًا من نموذج أحداث طوفان الأقصى التي اندلعت في 7 أكتوبر 2023، بوصفها لحظة مفصلية في التفاعل الرقمي الدولي مع القضية

(ب) المجال الزمني : يغطي الإطار الزمني للدراسة الفترة الممتدة من 7 أكتوبر 2023 - تاريخ اندلاع عملية طوفان الأقصى - إلى غاية مارس 2024، وهي الفترة التي عرفت ذروة التغطية الإعلامية والرقمية المكثفة، والتحويلات الظاهرة

في أنماط التفاعل الجماهيري العربي والدولي مع القضية الفلسطينية عبر مختلف المنصات الرقمية.

ت)المجال المكاني : تفتح الدراسة على المجال العربي والغربي من حيث تحليل توجهات الرأي العام، مع التركيز على الفضاء الرقمي العالمي كميدان مركزي للتفاعل الإعلامي، دون الانحصار في بيئة جغرافية واحدة. كما تولي اهتمامًا خاصًا بالتغطيات القادمة من الأراضي الفلسطينية، والمنصات الرقمية ذات التأثير في الدول العربية والمجتمعات الغربية، خاصة فئة الشباب والناشطين.

4. أهمية الدراسة :

أولا الأهمية العلمية :

❖ تُساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية في مجال العلوم السياسية، من خلال تسليط الضوء على تفاعل الإعلام الرقمي مع القضايا الدولية ذات البعد التحرري، وفي مقدمتها القضية الفلسطينية.

❖ تقدم قراءة تحليلية معمّقة لدور الإعلام الرقمي الجديد في إعادة صياغة الرأي العام، من خلال نموذج ميداني راهن (أحداث طوفان الأقصى).

❖ تفتح المجال أمام دراسات مقارنة مستقبلية حول تأثير الإعلام الرقمي في توجيه الرأي العام في سياقات نزاعية وصراعية مشابهة.

❖ تُعيد طرح العلاقة بين الفعل الاتصالي الرقمي ومفاهيم السيادة الإعلامية والعدالة السردية، في ظل بيئة رقمية غير متوازنة.

ثانياً: الأهمية العملية

❖ تبرز أهمية الإعلام الرقمي كأداة فعّالة للتأثير السياسي والشعبي، مما يفتح آفاقاً أمام الفاعلين في القضية الفلسطينية لتطوير استراتيجيات رقمية أكثر تنظيماً وفعالية.

❖ توفّر مؤشرات ميدانية حول مواقف الجماهير العربية والغربية من القضية، ما يساعد صانعي القرار والناشطين والمؤسسات الإعلامية على توجيه حملاتهم الاتصالية بشكل أدق.

- ❖ تُسهم في رفع وعي المستخدم العربي بأهمية المحتوى الرقمي ودوره في الصراع الرمزي والمعلوماتي حول القضايا العادلة، وعلى رأسها القضية الفلسطينية.
- ❖ تدعم جهود التوثيق العلمي لتجربة "طوفان الأقصى" كحدث إعلامي فارق في تاريخ الصراع الفلسطيني الصهيوني في العصر الرقمي.

5. أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة عموماً إلى:

- تحليل كيفية توظيف الإعلام الرقمي الجديد في دعم الرواية الفلسطينية خلال أحداث طوفان الأقصى
- تسليط الضوء على دور المنصات الرقمية في تعبئة الرأي العام العربي والدولي تجاه القضية الفلسطينية.
- تحديد أبرز مظاهر التفاعل الشعبي الرقمي، كحملات المقاطعة، الحراك الطلابي، والمسيرات المؤيدة.
- رصد مؤشرات التحول في مواقف الرأي العام الغربي تجاه القضية الفلسطينية بعد التغطية الرقمية للأحداث.
- فهم العلاقة بين انتشار المحتوى الرقمي وموجات التضامن الشعبي داخل المجتمعات العربية.
- استكشاف التحديات التقنية والمؤسسية التي تواجه الإعلام الرقمي الفلسطيني في بيئة إعلامية خاضعة للرقابة والحذف.
- بيان أهمية الإعلام الرقمي كأداة استراتيجية في الصراع السردي والسياسي المتعلق بالقضية الفلسطينية.

6. أسباب اختيار الموضوع :

أولاً: الأسباب الذاتية

- ينبع اختيار هذا الموضوع من قناعة شخصية راسخة بعدالة القضية الفلسطينية، واهتمامي العميق بتطوراتها، باعتبارها من أطول وأعقد قضايا التحرر الوطني في العصر الحديث.

➤ كوني طالبة في مجال العلوم السياسية ، أثار انتباهي التأثير المتنامي للإعلام الرقمي في تحريك الرأي العام حول هذه القضية، وهو ما دفعني إلى محاولة فهم هذا التحول بشكل علمي وموضوعي.

➤ ساهمت تجربة متابعة الأحداث الأخيرة، خاصة عملية طوفان الأقصى، عبر المنصات الرقمية، في تحفيزي على التعمق أكثر في تحليل الدور الاتصالي الجديد الذي بات يلعبه الإعلام البديل.

➤ تُمثل هذه الدراسة بالنسبة لي فرصة للمساهمة البحثية في مجال حيوي وحساس يمزج بين تخصصي الأكاديمي واهتماماتي الأيديولوجية

ثانيًا: الأسباب الموضوعية

➤ يكتسي الموضوع أهمية بالغة باعتباره يتناول تقاطعًا بين الإعلام الرقمي والقضايا السياسية الدولية، في ظرف زمني بالغ الحساسية.

➤ لم يُدرس تأثير الإعلام الرقمي الجديد على الرأي العام تجاه القضية الفلسطينية، في سياق طوفان الأقصى تحديدًا، بالقدر الكافي في الدراسات الأكاديمية الجزائرية، مما يُبرز فريدة الموضوع وأصالته.

➤ يُمثل الإعلام الرقمي اليوم منبرًا مفتوحًا للصراع الرمزي والسياسي، وهو ما يجعل فهم آلياته وآثاره ضرورة لفهم ديناميات الرأي العام الإقليمي والدولي.

➤ تزايد أهمية الرأي العام في التأثير على مواقف الحكومات والمؤسسات الدولية تجاه الاحتلال الصهيوني يجعل دراسة هذا المتغير في ضوء التغطية الرقمية ضرورة علمية وميدانية.

7. تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة :

الإعلام الرقمي الجديد : هو مجموع الوسائط والمنصات التكنولوجية الحديثة التي تتيح إنتاج وتبادل المحتوى الإعلامي بشكل تفاعلي وفوري عبر الإنترنت، مثل شبكات التواصل الاجتماعي، المواقع الإخبارية الإلكترونية، منصات البث المباشر، وتطبيقات المراسلة. يتميز الإعلام الرقمي بخصائص السرعة، التفاعلية، واللامركزية، ويشكل بديلاً عن الإعلام التقليدي الخاضع للرقابة المؤسسية.

الرأي العام : هو الاتجاهات والمواقف المشتركة التي تتكون لدى فئة معينة أو مجتمع ما تجاه قضية معينة في وقت معين يتأثر الرأي العام بعدة عوامل، أبرزها الإعلام، الثقافة، التجربة المباشرة، والتفاعل الاجتماعي، ويمكن أن يكون عامل ضغط مؤثر في صناعة القرار السياسي والاجتماعي.

القضية الفلسطينية : هي قضية احتلال تاريخي تعرض له الشعب الفلسطيني منذ العام 1948، وتتمثل في نضاله المستمر لاستعادة أرضه وحقوقه المشروعة، بما في ذلك إقامة دولته المستقلة وعاصمتها القدس تشكل القضية الفلسطينية أحد أبرز رموز النضال ضد الاستعمار والتمييز، وتحظى بدعم شعبي واسع في العالم العربي والإسلامي.

توجهات الرأي العام : تشير إلى الاتجاهات العامة أو المواقف السائدة لدى الأفراد أو الجماعات تجاه قضية أو حدث معين وقد تكون هذه التوجهات داعمة أو معارضة أو محايدة، وتُقاس من خلال أدوات تحليل الرأي كالاستطلاعات، وقياس التفاعل الرقمي، ومتابعة أنماط التعبير عبر الإعلام.

طوفان الأقصى : هو الاسم الذي أُطلق على العملية العسكرية الواسعة التي شنتها المقاومة الفلسطينية بقيادة حركة حماس ضد الاحتلال الصهيوني في 7 أكتوبر 2023 شكّلت هذه العملية تحولاً نوعياً في الصراع، وأعدت إحياء زخم التضامن الشعبي مع القضية الفلسطينية، ورافقتها موجة تفاعلات إعلامية غير مسبوقة.

8. مناهج الدراسة و اقتراباتها و أدواتها :

إن البحوث العلمية والأكاديمية تحتاج إلى مناهج عديدة وأساليب وهذا للوصول إلى الهدف وهو الإجابة عن الإشكالية وتساؤلاتها، والمنهج هو عبارة عن

طريق يسلكه الباحث قصد التعرف على الجوانب التي تحيط بالمشكلة وهذا بهدف التوصل إلى الإجابة عليها لذلك تم الإعتماد على:

المنهج الوصفي :تم الاعتماد على هذا المنهج لوصف الظاهرة محل الدراسة، والوصول إلى معرفة دقيقة لعناصر ومكونات المشكلة، وقد تطرقنا من خلاله إلى وصف الجانب النظري، من خلال تقديم الإطار المفاهيمي لكل من الإعلام الرقمي والرأي العام، واستعراض الخصائص والوظائف والروابط التي تربط بينهما، إضافة إلى تتبع التطور التاريخي لتغطية القضية الفلسطينية في السياقات الإعلامية المختلفة، بهدف فهم الخلفية العامة التي تؤطر الموضوع. ويمكن تعريف المنهج الوصفي على أنه المنهج الذي يعمل على دراسة ظاهرة ما في الواقع ووصفها وصفا دقيقا وكذلك وصف الحقائق المتعلقة بتلك الظاهرة أو تلك المشكلة¹

المنهج التحليلي :تم اعتماد هذا المنهج باعتباره الأنسب لتحليل مضمون الخطاب الإعلامي الرقمي، ودراسة تأثيره على توجيه الرأي العام العربي والدولي، خاصة في ظل التغطية الواسعة لأحداث طوفان الأقصى .وقد ساعد هذا المنهج في تفكيك البنية الرمزية للمحتوى الرقمي، واستقراء دلالاته الاتصالية، إضافة إلى تحليل التفاعلات الرقمية من خلال البيانات والمؤشرات الإحصائية.

منهج دراسة الحالة :و بالنظر إلى طبيعة موضوع الدراسة "توجهات الرأي العام حول القضية الفلسطينية في ظل الإعلام الرقمي الجديد -دراسة تحليلية لأحداث طوفان الأقصى"، فإن منهج دراسة الحالة يبدو الأنسب للموضوع، كونه يسمح بالتعمق في تحليل حدث مركزي واستثنائي، وفهم أبعاده الاتصالية والسياسية، وتأثيراته على الرأي العام إذ يُمكن هذا المنهج من الربط بين السياق الزمني والمكاني والاتصالي للحدث، واستكشاف كيفيات تفاعل المنصات الرقمية مع تطورات القضية الفلسطينية، ومدى تأثير هذا التفاعل في إعادة صياغة السردية الفلسطينية، وتوسيع دائرة الدعم الشعبي، وهو ما يعزز من القيمة العلمية للدراسة. ومنهج دراسة حالة هو منهج يعمل على جمع البيانات والمعلومات حول وحدة

¹سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2009 ص 126

معينة سواء كانت فردا أو مؤسسة والتعمق في دراسة مرحلة معينة من تلك الوحدة أو المراحل التي مرت بها تلك الوحدة¹

9. أدوات جمع البيانات :

حتى يتمكن الباحث من الوصول إلى نتائج دقيقة تتعلق بالإشكالية، يتعين عليه استخدام مجموعة من الوسائل والأدوات لجمع المعلومات، وتعد مرحلة جمع البيانات من أهم مراحل البحث العلمي، حيث ترتبط ارتباطاً مباشراً بطبيعة الإشكالية ومنهج الدراسة المعتمد. وفي إطار هذه الدراسة التي تتمحور حول 'توجهات الرأي العام حول القضية الفلسطينية في ظل الإعلام الرقمي الجديد'، تم اعتماد طريقتين أساسيتين: المقابلة و الملاحظة

المقابلة: سنعتمد في هذه الدراسة على المقابلة المقيدة أو المقننة، والمقابلة هي عبارة عن محادثة يتم من خلالها جمع الحقائق والمعلومات حول موضوع بحث معين²، وتعرف المقابلة المقيدة أو المقننة على أنها المقابلة التي من خلالها يقوم الباحث بإعداد قائمة من الأسئلة قبل إجراء المقابلة ويتم طرح نفس الأسئلة في كل مقابلة وغالبا بنفس التسلسل، إلا أن ذلك لا يمنع من طرح أسئلة غير مخطط لها إذا ما رأى الباحث ضرورة في ذلك والأسئلة المطروحة في هذا النوع من المقابلات تكون على نوعين، فيمكن أن تكون أسئلة ذات نهايات مغلقة وأسئلة ذات نهايات مفتوحة³ وهي أيضا حوار بين طرفين باحث ومبحوث قصد الحصول على المعلومات⁴ تم الإعتماد على أداة المقابلة باعتبارها وسيلة فعالة لجمع المعلومات النوعية . وتم إجراء المقابلة مع الدكتور عز الدين الرنتيسي، المتحصل على شهادة الدكتوراه في الاعلام الرقمي من جامعة العلوم الاسلامية الماليزية و الباحث في إعلام المقاومة و استاذ محاضر في الجامعة الاسلامية بغزة ، تهدف هذه المقابلة لجمع معطيات نوعية حول الدور الذي تلعبه المنصات الرقمية التابعة أو المؤيدة

¹ المشهدي ، مرجع سبق ذكره ، ص 86

² المرجع نفسه ، ص156

³ عبد العاطي نجم طه " أنواع المقابلة في البحث، المقابلة المقيدة (المقننة)، في:

<https://almerja.com/reading.php?idm=170700> تاريخ الاطلاع 22/03/2025 على الساعة 17:03

⁴ . عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات (عمان: دار اليازوري العلمية ، 1999) ، ص. 168

للمقاومة الفلسطينية في تغطية الأحداث السياسية، وتحليل مدى التأثير الفعلي لهذا الخطاب الإعلامي على الرأي العام العربي والدولي، مع التركيز على تجربة حركة حماس الإعلامية بعد أحداث 7 أكتوبر 2023.

تم بناء المقابلة على أربعة محاور أساسية، صيغت بما ينسجم مع طبيعة موضوع الدراسة و هي

• المحور الأول: الإعلام الرقمي والمقاومة الفلسطينية

يركز هذا المحور على الدور الاستراتيجي الذي يلعبه الإعلام الرقمي في إطار الصراع القائم مع الاحتلال، وكيف تستثمر حركات المقاومة هذا الفضاء الرقمي لنقل الرواية الفلسطينية، وموقع الإعلام الرقمي مقارنة بالإعلام التقليدي من حيث الفعالية والانتشار.

• المحور الثاني: تغطية أحداث 7 أكتوبر 2023

يتناول هذا المحور الكيفية التي تعامل بها الإعلام الرقمي المقاوم مع أحداث طوفان الأقصى، من حيث التغطية، التنظيم، والتنسيق مع الجهات الإعلامية الرسمية أو غير الرسمية، وكذلك التفاعل الجماهيري مع هذه التغطية محلياً ودولياً.

• المحور الثالث: تشكيل الرأي العام عبر الإعلام الرقمي

يهدف هذا المحور إلى استكشاف تأثير الإعلام الرقمي الفلسطيني في تغيير مواقف الرأي العام، خصوصاً في الغرب، وتحديد أبرز التحديات التي واجهت هذا الإعلام أثناء محاولاته لإيصال روايته، مثل الحذف والتضييق الرقمي والرقابة.

• المحور الرابع: آفاق الإعلام الرقمي المقاوم

يناقش هذا المحور مستقبل الإعلام الرقمي في الدفاع عن القضية الفلسطينية، وماهية المتطلبات الكفيلة بتعزيز فعاليته، خاصة في ظل هيمنة المنصات العالمية التي غالباً ما تتعامل بانحياز مع المحتوى الفلسطيني المقاوم

2_ الملاحظة : بالإضافة إلى أداة المقابلة، تم استخدام أداة الملاحظة كأداة مساندة في هذه الدراسة، من خلال رصد وتحليل التفاعلات الرقمية على منصات التواصل الاجتماعي أثناء تغطية أحداث طوفان الأقصى. وقد شملت الملاحظة متابعة المحتوى الفلسطيني المنشور، التفاعل الجماهيري معه، أنماط المشاركة، وحجم

التداول، بما ساعد في استجلاء مؤشرات توجهات الرأي العام بصورة مباشرة من السلوك الرقمي للجمهور و تعرف الملاحظة على أنها أداة منهجية يقوم من خلالها الباحث بمراقبة دقيقة ومقصودة للسلوك أو الظاهرة موضع الدراسة في سياقها الطبيعي، وتدوين ما يلاحظه بهدف التحليل العلمي"¹

10. اقتربات الدراسة :

أمن جل الإحاطة المتكاملة بموضوع الدراسة، تم توظيف عدة اقتربات علمية مكملة لبعضها البعض، وهي

- أولاً: **الاقترب النسقي**، حيث اعتمدت الدراسة على تحليل العلاقة بين مدخلات (المحتوى الرقمي، الخطاب الإعلامي) ومخرجات (الرأي العام، التفاعل الشعبي)، وذلك ضمن بيئة دولية مضطربة.
- ثانياً: **اقترب النخبة**، حيث تناولت الدراسة دور الفاعلين الإعلاميين والمقاومين، لا سيما المؤثرين والمنصات المرتبطة بالمقاومة، في توجيه الرأي العام.
- ثالثاً: **الاقترب السلوكي**، من خلال تحليل استجابات وتوجهات الجمهور العربي والدولي تجاه المحتوى الرقمي الفلسطيني، وذلك عبر دراسة المؤشرات الرقمية والسلوكيات التفاعلية.
- رابعاً: **الاقترب الوظيفي**، حيث تم تحليل وظيفة الإعلام الرقمي كمؤسسة اتصالية تؤدي أدواراً تتعلق بتوجيه الخطاب، التعبئة، وصناعة الوعي الجماعي. ومن خلال هذا التعدد في تناول، سعت الدراسة إلى بناء رؤية تحليلية متكاملة تزوج بين التحليل السلوكي والمؤسستي والرمزي، بما ينسجم مع متطلبات البحث في بيئة اتصالية رقمية متغيرة.
- تُظهر هذه الاقتربات التعدد المنهجي الذي حاولت الدراسة تحقيقه بغرض الإلمام بجميع جوانب الموضوع، سواء من زاوية البنية الإعلامية الرقمية أو من زاوية التفاعل الاجتماعي والسياسي مع المحتوى الرقمي الداعم للقضية الفلسطينية.

11. صعوبات الدراسة :

واجهت هذه الدراسة جملة من الصعوبات على المستويين المنهجي والميداني، كان لها أثرها في سير البحث، ويمكن تلخيص أبرزها فيما يلي:

1. حداثة الموضوع:

تُعد أحداث "طوفان الأقصى" من الوقائع الراهنة والحديثة نسبياً، ما جعل التعامل معها أكاديمياً يتطلب جهداً إضافياً في التحليل والاستقراء، في ظل غياب تراكم بحثي سابق كافٍ حولها.

2. قلة المراجع والمصادر العلمية المباشرة:

عانى الباحث من محدودية الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين الإعلام الرقمي والرأي العام في سياق القضية الفلسطينية، خصوصاً تلك التي تركز على فترة ما بعد 7 أكتوبر 2023.

3. صعوبة الوصول إلى مؤشرات دقيقة وموثوقة:

واجهت الدراسة تحديات في حصر الإحصائيات الميدانية والمصادر الرقمية ذات الصلة بتوجهات الرأي العام، نتيجة تباين المنصات، وعدم اتساق بياناتها، فضلاً عن الرقابة على المحتوى الرقمي المتعلق بفلسطين.

4. صعوبة الربط بين المتغيرات الرئيسية للدراسة:

تمثلت إحدى أبرز التحديات في الربط المنهجي المتوازن بين المتغيرات الأساسية للبحث، والمتمثلة في: الإعلام الرقمي الجديد، الرأي العام، والقضية الفلسطينية. فقد تطلب هذا الربط تحليلاً دقيقاً لتفاعلات كل متغير مع الآخر، دون الوقوع في التداخل أو التكرار، مع الحرص على الحفاظ على وحدة الموضوع والاتساق العلمي بين الأبعاد النظرية والتحليلية والتطبيقية.

12. هيكلية الدراسة :

جاءت هذه الدراسة في ثلاثة فصول مترابطة تغطي الجوانب النظرية والتحليلية والتطبيقية للموضوع. تناول الفصل الأول الإطار المفاهيمي والنظري، حيث عالج مفهوم الإعلام الرقمي الجديد، وميَّزه عن الإعلام التقليدي، مع تتبع التطور

التاريخي للإعلام الرقمي ، ثم ناقش مفهوم الرأي العام ونظرياته، وعلاقته بالإعلام الرقمي. أما الفصل الثاني فقد تضمن دراسة تحليلية لأبرز مظاهر تأثير الإعلام الرقمي على توجهات الرأي العام تجاه القضية الفلسطينية، من خلال تسليط الضوء على دور المنصات الرقمية في دعم الرواية الفلسطينية، ورصد التفاعل الشعبي العربي والغربي، مع إبراز التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في هذا السياق. بينما حُصص الفصل الثالث للجانب التطبيقي، من خلال تحليل مضمون مقابلة علمية مع فاعل إعلامي متخصص في القضية الفلسطينية، وذلك بهدف دعم الجانب النظري بنتائج ميدانية توضح طبيعة التفاعل الرقمي وتحدياته في سياق طوفان الأقصى.

الفصل الأول:

الإطار النظري و المفاهيمي للإعلام الرقمي

الجديد و الرأي العام

تمهيد :

في ظل التغيرات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها العالم، برز الإعلام الرقمي كقوة فاعلة في تشكيل الوعي الجماهيري والتأثير في مواقف الشعوب، متجاوزًا بذلك دور الإعلام التقليدي الذي لطالما احتكر المشهد الإعلامي لعقود طويلة. وقد برزت هذه القوة الإعلامية الجديدة بوضوح في سياق القضايا السياسية الكبرى، وعلى رأسها القضية الفلسطينية التي طالما عانت من التهميش الإعلامي¹ وتوجيه السردية وفق مصالح القوى الكبرى. يهدف هذا الفصل إلى تقديم الإطار المفاهيمي والنظري لكل من الإعلام الرقمي والرأي العام، من خلال تحليل علمي لمكوناتهما، خصائصهما، والروابط القائمة بينهما، مما يضعنا على أرضية معرفية لفهم التحولات الجذرية في تفاعل الإعلام مع القضية الفلسطينية.

المبحث الأول: الإعلام الرقمي الجديد و الرأي العام**المطلب الأول: تعريف الإعلام الرقمي و خصائصه**

نشأ الإعلام الرقمي نشأة عشوائية إثر مراحل تطور الشبكة المعلوماتية العالمية (الأنترنت) و تزايد استخدامها، وقد ظهرت ملامحه الأولى مع ظهور الأنترنت عام 1969 في الولايات المتحدة الأمريكية، حينما كلفت وزارة الدفاع الأمريكية مجموعة من الباحثين بمهمة البحث لإيجاد شبكة إتصالات تستطيع أن تستمر في الوجود حتى في حالة هجوم نووي، و للتأكد بأن الإتصالات الحربية يمكن إستمرارها في حالة حدوث أي حرب، وقام مجموعة من علماء جامعة كاليفورنيا بتجربة علمية كانت محاولة لربط جهاز حاسب الي في مدينة لويس أنجلس بجهاز آخر في مدينة (منلو بارك) بواسطة خط هاتفي، بحيث يستطيع الجهازان العمل معا في شكل نظام إتصال مغلق، كانت هذه التجربة جزءا من متطلبات إيجاد وسائل إتصال ذات فاعلية ومضمونة لإبقاء الصواريخ النووية الأمريكية قابلة للإستخدام حتى بعد تعرض أمريكا لضربة مدمرة.²

كانت تلك الأبحاث بمثابة العمود الفقري للبنية التحتية لشبكة المعلومات العالمية المسماة بالأنترنت والتي بدأت تقدم للناس عمليا في سنة 1985، وكان عدد المشتركين يتزايد بشكل كبير حتى أصبحت أكبر شبكة في تاريخ البشرية.³

¹ عبد الرزاق الدواي، الإعلام الرقمي: المفاهيم والتحديات ان، دار أسامة، 2018، ص. 32

² إبراهيم إمام، الإعلام والمجتمع، بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات، 2018، ص43

³ أحمد يوسف، الإعلام الجديد: المفهوم والوسائط والتأثيرات، بيروت، الدار العربية للعلوم، 2017، ص. 45

و بدأ ظهور الإعلام الرقمي ليشمل ظهور عدد من الصحف والمجلات الإلكترونية، والتي شملت وقتها ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبدأ ظهور التطبيقات والمدونات الإلكترونية التي فتحت آفاقا عديدة للجمهور باعتبارها وسائل إعلامية جديدة سريعة الانتشار وقليلة التكلفة.¹

كما ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر و تكنولوجيا الاتصالات وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الإعلام والاتصال، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الإتصال التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسي، والتي أحدثت new media تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام.²

تعريف الإعلام الرقمي Digital Media :

يشير مفهوم الإعلام الرقمي الجديد إلى الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب ومقاطع الفيديو والصوت والنصوص وغيرها، وهو عملية اجتماعية يتم فيها الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية لتحقيق أهداف معينة، ويشمل كل وسائل الإعلام التي تعمل وفق النظم الرقمية.³

هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي تمارس من خلال شبكة الانترنت عن طريق الأجهزة الإلكترونية الوسائط المتعددة المتصلة بالإنترنت والتفاعل مع المستخدمين الآخرين، وهو الإعلام الذي يستخدم كافة الوسائل الاتصالية المتاحة للوصول إلى الجمهور، ويشتمل الإعلام الجديد على شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية التي تمد المستخدم بمعلومات فورية عن الأحداث والقضايا، ويطلق عليه العديد من المسميات منها الإعلام البديل، إعلام الوسائط الإعلام التفاعلي الإعلام الشبكي الحي اي

¹ سعود صالح، الإعلام والتقنيات الرقمية، مركز دراسات الإعلام، الرياض، 2020، ص103

² سمير محمد حسين، الرأي العام، الأسس النظرية والجوانب المنهجية، القاهرة: دار الفكر العربي، 2019، ص28

³ مختار التهامي، دراسات في الإعلام والسياسة، الجزائر: منشورات جامعة الجزائر، 2022، ص67،68

هو مجموعة من الأساليب و الأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف أشكاله في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل .¹ كما عرفه سعود صالح بأنه مصطلح يضم كافة تقنيات الإتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك تبادل المعلومات التي تريدها في الوقت الذي تريده وبالشكل الذي تريده من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائناً من كانوا وأينما كانوا".²

وبالنظر إلى علاقة هذا المصطلح بوسائل الإعلام القديم مثل الصحف المطبوعة والمجلات والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها، فإن وسائل الإعلام الجديد تشتمل على: المواقع الإلكترونية، النقل المتدفق للصوت والفيديو غرف الدردشة، البريد الإلكتروني مجتمعات الإنترنت إعلانات الإنترنت، أقراص DVD CD ، الواقع الافتراضي، ودمج البيانات الرقمية مع الجوال والكاميرات الرقمية.³

كما يعرف أيضا بأنه: مجموعة قنوات إعلامية أفرزتها ثورة الاتصالات، وأعطت كل فرد في المجتمع حق في التفاعل مع الأحداث والنشر كتابة وصوتا وصورة عبر الأجهزة الإلكترونية دون الحاجة إلى إذن مسبق من فرد أو جماعة أو جهة.⁴

مرادفات الإعلام الرقمي :

الإعلام الجديد: هو العملية الإتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر الكمبيوتر الشبكات الوسائط المتعددة .⁵

الإعلام التفاعلي: **interactive media** جاءت هذه التسمية لتوافر حالة العطاء والإستجابة بين المستخدمين لشبكة الأنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الأنترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة.⁶

الإعلام الشبكي الحي على خطوط الإتصال **online media** جاءت هذه التسمية من خلال التركيز على تطبيقاته في الأنترنت وغيرها من الشبكات.¹

¹ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 29

² أحمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص 51

³ سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص 106

⁴ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص 69

⁵ التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص 104، 105

⁶ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 30

الوسائط السيبرونية: **media cyber** جاءت تسمية الإعلام الرقمي بهذا الوصف من تعبير الفضاء السيبروني الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي ويليام غبسون في روايته التي أصدرها عام 1984 باسم **neuromancer** والتعبير مأخوذ من عالم السير نطيقا المعروف عربيا بعلم التحكم الآلي، ويعني التعبير هنا وسائل التحكم الإلكتروني التي حلت محل الأداء البشري.²

إعلام المعلومات: info media للدلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والإتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية و يندمج فيه.³

إعلام الوسائط التشعبية hyper media: وصف بهذا الإسم لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة، نحن هنا معنيون بميزات خاصة بشبكة الأنترنت التي أعطت ميزة التشعبية والوصلات **links** لما ينشر أو يبث داخلها.⁴

إعلام الوسائط المتعددة: multimedia لحالة الإندماج التي تحدث داخل الإعلام الجديد، أي بين النص و الصورة والصوت.⁵

خصائص الإعلام الرقمي الجديد :

يتميز الإعلام الرقمي الجديد بمجموعة من الخصائص التي تجعله مختلفاً جذرياً عن الإعلام التقليدي، وقد ساهمت هذه الخصائص في جعله أكثر تأثيراً وانتشاراً، خاصة في التعامل مع القضايا السياسية والاجتماعية، ومنها القضية الفلسطينية.⁶ ومن أبرز هذه الخصائص:

• التفاعلية :

الإعلام الرقمي لا يقتصر على نقل المحتوى من المرسل إلى المتلقي، بل يتيح للمستخدم التفاعل المباشر مع المحتوى من خلال التعليقات، المشاركات، الإعجابات، وحتى الردود

¹ أحمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص 67

² سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص 112

³ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص 57

⁴ محمد جاسم فلحي، الإعلام والرأي العام، دار الشروق، عمان، 2020، ص 34

⁵ التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص 120

⁶ أحمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص 72

الفورية. هذه التفاعلية تعزز من الحوار المجتمعي وتمنح الجمهور دورًا جديدًا في تشكيل الرسالة الإعلامية.¹

• الآنية والسرعة :

تُمكن أدوات الإعلام الرقمي من نقل المعلومات لحظة وقوعها، حيث تسمح التقنيات الحديثة بال بث المباشر ونقل الصور والفيديوهات من موقع الحدث فورًا، ما يمنح المستخدمين تجربة إعلامية آنية. وقد ساهمت هذه الخاصية في كسر احتكار وسائل الإعلام التقليدية للخبر العاجل.²

• الانتشار الواسع والتأثير العابر للحدود :

بفضل الإنترنت، يمكن للمحتوى الإعلامي الرقمي الوصول إلى جمهور عالمي دون قيود جغرافية أو سياسية، ما يُمكن من إيصال الرسائل الإعلامية من مناطق النزاع مثل فلسطين إلى كافة أنحاء العالم بسرعة وسهولة.³

• اللامركزية في إنتاج المحتوى :

لم يعد الإعلام حكراً على المؤسسات الكبرى، بل أصبح بإمكان الأفراد والمجتمعات إنتاج محتوى إعلامي مستقل يعكس رؤاهم ومواقفهم. هذه اللامركزية ساعدت في كسر احتكار الرواية التقليدية، وفتحت المجال أمام الأصوات المهمشة للتعبير عن نفسها بحرية.⁴

• تعدد الوسائط (Multimedia) :

يتيح الإعلام الرقمي استخدام مزيج من النصوص، الصور، الصوت، والفيديو في تقديم الرسائل الإعلامية، ما يعزز من جاذبية المحتوى ويوسع من قدرته على التأثير في المتلقي بمختلف أنماط التلقي.⁵

¹ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص 89

² التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص 114، 116

³ احمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص 52

⁴ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص 103

⁵ التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص 125

• إمكانية التخصيص واستهداف الجمهور :

يعتمد الإعلام الرقمي على خوارزميات تسمح بتوجيه المحتوى لمستخدمين محددين بناءً على اهتماماتهم وسلوكهم، مما يجعل الرسائل الإعلامية أكثر دقة وفعالية في التأثير، ويسمح بقياس التفاعل بشكل دقيق.¹

• القدرة على الأرشفة والاسترجاع :

يوفر الإعلام الرقمي إمكانية حفظ وتوثيق المحتوى لفترات طويلة، كما يمكن استرجاعه بسهولة في أي وقت. هذا الأمر ساعد الباحثين والنشطاء والإعلاميين في تتبع تطور القضايا وتحليل التغطيات المختلفة للأحداث.²

• حرية التعبير وتنوع الرأي :

يمنح الإعلام الرقمي فسحة أكبر لحرية التعبير مقارنة بالإعلام التقليدي، خاصة في البيئات السياسية المغلقة. كما أنه يتيح عرض وجهات نظر متعددة ومتباينة في آن واحد، ما يدعم ثقافة النقاش والتعددية.³

إن خصائص الإعلام الرقمي الجديد جعلته أداة فعّالة في التفاعل مع القضايا السياسية والاجتماعية، لما يتيح من تفاعلية وسرعة وانتشار، بالإضافة إلى كونه إعلامًا مفتوحًا للجميع. هذه الخصائص ساهمت في إعادة تشكيل العلاقة بين الإعلام والمتلقي، وفي تغيير موازين التأثير والهيمنة في المشهد الإعلامي الدولي، خصوصًا في القضايا ذات البعد الإنساني والنضالي مثل القضية الفلسطينية.⁴

المطلب الثاني: الفرق بين الإعلام الرقمي الجديد والإعلام التقليدي

مع تطور التكنولوجيا ووسائل الاتصال، ظهرت أنماط جديدة من الإعلام تجاوزت الشكل التقليدي. وقد أدى ذلك إلى تغيرات جوهرية في طبيعة العملية الإعلامية ونمط التفاعل بين الوسيلة والجمهور.⁵

¹ أحمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص54

² حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص104

³ التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص92

⁴ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص68

⁵ سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص106

1. من حيث طبيعة الوسيلة وآليات الإنتاج:

يتميز الإعلام التقليدي بارتباطه بوسائل مثل الصحف المطبوعة، الإذاعة، والتلفزيون، والتي تتطلب مؤسسات كبرى وهيكلية تنظيمية واضحة، تشمل فرق تحرير، رقابة، تمويل، وإجراءات معقدة للإنتاج والبت. أما الإعلام الرقمي الجديد، فيعتمد على الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، وهو ما مكّن الأفراد من أن يكونوا منتجين للمحتوى دون الحاجة إلى مؤسسات أو موارد كبيرة، مما عزز اللامركزية في صناعة الإعلام.¹

2. التفاعلية وطبيعة العلاقة بين المرسل والمتلقي:

يُعد الإعلام الرقمي أكثر تفاعلية مقارنة بالإعلام التقليدي. ففي النموذج التقليدي، يتلقى الجمهور المحتوى دون أن يكون له تأثير مباشر في تعديله أو التفاعل معه. في المقابل، يتيح الإعلام الرقمي آليات تفاعلية فورية مثل التعليقات، الإعجابات، والمشاركة، مما حوّل الجمهور من متلقٍ سلبي إلى فاعل مشارك في صناعة الرسالة الإعلامية.²

3. السرعة والآنية في نقل الأحداث:

يتفوق الإعلام الرقمي في جانب السرعة والآنية؛ حيث يمكن نقل الخبر أو الصورة من مكان الحدث مباشرة إلى الجمهور، دون المرور بمراحل طويلة من المراجعة والتحرير. هذه الآنية جعلت الإعلام الرقمي وسيلة مفضلة في تغطية الأحداث العاجلة، لاسيما في مناطق النزاع أو الأزمات.³

4. الجمهور المستهدف:

في الإعلام التقليدي، غالبًا ما يكون الجمهور عامًا وغير محدد، نتيجة لبنية إعلامية تهدف للوصول إلى أكبر عدد ممكن من المتلقين. أما الإعلام الرقمي فيسمح باستهداف جماهير محددة وبدقة عالية، من خلال تقنيات التحليل البياني وخوارزميات التوجيه، ما يجعل الرسائل أكثر فعالية وتأثيرًا.⁴

¹ محمد جاسم فلحي، مرجع سابق ذكره، ص 24

² إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 73

³ سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص 125

⁴ محمد جاسم فلحي، مرجع سابق ذكره، ص 65

5. التكلفة وإمكانيات الوصول:

يمتاز الإعلام الرقمي بانخفاض تكاليف الإنتاج مقارنة بالإعلام التقليدي، حيث يمكن لأي شخص يمتلك هاتفًا ذكيًا واتصالًا بالإنترنت أن يكون فاعلاً في المشهد الإعلامي، بينما يتطلب الإعلام التقليدي موارد بشرية وتقنية وتمويلًا كبيرًا.¹

6. طبيعة الرقابة والتحكم:

يخضع الإعلام التقليدي في الغالب لرقابة مؤسساتية أو حكومية، تتجسد في قوانين النشر ومدونات السلوك الصحفي. بينما يتميز الإعلام الرقمي بهامش حرية أوسع، رغم تصاعد أشكال جديدة من الرقابة عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي، كالحظر والحذف التلقائي وتقييد الوصول إلى المحتوى.²

يمكن القول إن الفارق الجوهرى بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي لا يكمن فقط في الوسائل المستخدمة، بل في التحول البنيوي الذي أصاب عملية الاتصال ذاتها. لقد تجاوز الإعلام الرقمي حدود النمط الاتصالي الخطي، ليؤسس لنموذج تفاعلي يدمج بين الإنتاج والتلقي في آنٍ واحد. هذا التحول فتح المجال أمام فواعل جديدة غير مؤسساتية، وأسهم في إعادة تعريف دور الجمهور، وهو ما يجعل الإعلام الرقمي أداة مركزية في تحليل التأثير الإعلامي في القضايا السياسية، وعلى رأسها القضية الفلسطينية.³

المطلب الثالث: التطور التاريخي للإعلام الرقمي

عرف الإعلام الرقمي تحولات جذرية منذ نشأته، انعكست على طبيعة الممارسة الإعلامية، وأساليب إنتاج وتلقي المحتوى. فمن مجرد وسيلة مساعدة في بداياته، تحول إلى الفضاء المركزي الذي يستند عليه الإعلام العالمي في مختلف أشكاله. هذا التحول لم يكن آنيًا، بل جاء نتيجة تطور تكنولوجي واجتماعي واقتصادي متسارع، ساهم في إعادة تشكيل بيئة الإعلام المعاصر. وفيما يلي عرض تحليلي لأبرز المراحل التاريخية التي مر بها الإعلام الرقمي.⁴

¹ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 95

² سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص 109

³ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص 69

⁴ التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص 107

1. المرحلة التمهيدية (قبل 1990):

الجزور التقنية والتحضيرات النظرية

تميزت هذه المرحلة ببدايات تشكُّل البنية التحتية للإعلام الرقمي، من خلال تطور أنظمة الحوسبة والاتصال. لم يكن الإعلام الرقمي قائمًا بعد، لكن ظهرت نواة المفاهيم التي تقوم عليها الرقمنة لاحقًا، كتحويل الصوت والصورة إلى بيانات رقمية. الجامعات ومراكز الأبحاث الأمريكية، خصوصًا ARPANET، مهدت الطريق لشبكة الإنترنت التي أصبحت العمود الفقري للإعلام الرقمي.¹

2. مرحلة ظهور الإنترنت (1990-2000):

بوادر ظهور الإعلام الإلكتروني

شهد هذا العقد ولادة ما يُعرف بالإعلام الإلكتروني، حيث بادرت بعض الصحف إلى نشر محتواها عبر الإنترنت، مثل New York Times و Le Monde. المواقع الإلكترونية كانت محدودة المحتوى والإمكانات، لكنها شكَّلت ثورة في طريقة الوصول إلى المعلومات. بدأت ملامح التغيير في سلوك الجمهور تظهر تدريجيًا، من الاعتماد على الوسائل الورقية نحو التصفح الرقمي.²

3. مرحلة الوسائط المتعددة والتفاعل (2000-2010):

تطور Web 2.0

مع ظهور ما يعرف بـ Web 2.0، انتقل الإعلام الرقمي من مرحلة النشر الأحادي إلى التفاعلية والمشاركة. تم تمكين المستخدم من إنتاج المحتوى (User Generated Content)، مما خلق ديناميكية جديدة في العلاقة بين المصدر والمتلقي. المدونات، المنتديات، ومواقع مثل YouTube (2005)، أسهمت في تغيير شكل الخطاب الإعلامي، وولدت ما يُعرف بـ 'المواطن الصحفي'.³

4. مرحلة هيمنة شبكات التواصل الاجتماعي (2010-2020):

¹ سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص112

² التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص93

³ سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص114

(إعلام الجمهور المتخصص)

أصبحت منصات مثل تويتر وفيسبوك المصدر الأول للأخبار لدى شرائح واسعة من المستخدمين. تحول الإعلام من خطاب عام موجه للجماهير إلى محتوى متخصص موجه وفقاً للخوارزميات، بناء على الاهتمامات والسلوك الرقمي. كما أصبحت الحملات الرقمية والهاشتاغات أدوات ضغط وتأثير سياسي، وظهرت الصحافة التشاركية كأحد أبرز التحولات الجديدة.¹

5. المرحلة الراهنة (2020 - اليوم):**الذكاء الاصطناعي والإعلام الموجه**

يتجه الإعلام الرقمي اليوم نحو التكامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز. أصبح المحتوى لا يُقدّم فحسب، بل يُصمّم ويُكيّف آلياً بناءً على سلوك المستخدم. زادت الهيمنة الخوارزمية، ما يطرح إشكاليات أخلاقية حول التلاعب بالرأي العام وتكريس الأيديولوجيات. كما أصبحت الرقابة السياسية على الإعلام الرقمي أكثر شراسة، خاصة في القضايا الحساسة كالقضية الفلسطينية، ما يدفع لتطوير أدوات بديلة ومستقلة.² إن تتبع المسار التاريخي لتطور الإعلام الرقمي يكشف عن سيرورة معقدة وحيوية، تجمع بين التقدم التكنولوجي والتحولات الثقافية. فمن وسيلة هامشية تحولت المنصات الرقمية إلى محور مركزي في تشكيل الرأي العام، وتحديد أجندات النقاش العام. وهو ما يجعل من فهم هذه المراحل ضرورة لفهم تأثير الإعلام الرقمي اليوم، خاصة في سياقات الصراع والعدالة والحقوق، كما هو الحال في القضية الفلسطينية.³

المبحث الثاني : مفهوم الرأي العام و علاقته بالإعلام الرقمي الجديد

أصبح الرأي العام يمثل أساس السلطة في عصر المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، وعصر الصراع الحاد على من يملك المعلومة والمعرفة والرأي العام يلعب دوراً إستراتيجياً في المجتمعات الديمقراطية، وتزايدت أهميته في أواخر هذا القرن حيث أنه أصبح يمثل المرجعية الأساسية في صناعة القرار وفي الفصل في الكثير من القضايا الحساسة والمصيرية.⁴

¹ التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص109² سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص114³ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص128⁴ التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص110

والرأي العام هو ما يتفق عليه مجموعة معينة من الأفراد حول موضوع معين أو قضية ما تكون محل اهتمام الجمهور وتحمل وجهات نظر متباينة أو مختلفة، وهو أيضا تعبير جمعي الآراء مجموعة من الأفراد تجمعهم أهداف وحاجات وطموحات واحدة.¹

يلعب الرأي العام دورا مهما في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية وفي جميع النواحي الحياتية التي تهم المجتمع، فالقضية التي يهتم بها الرأي العام هي عبارة عن حدث وسلوك يتشكل من مجموعة من المتغيرات المترابطة والمتفاعلة ضمن إطار بيئي محدد. فالرأي العام يتأثر بالعديد من العوامل التي تعمل على تكوينه.²

وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى مدخل للرأي العام من خلال تحديد مفهومه أهم نظرياته بالإضافة إلى خصائصه .

المطلب الاول مفهوم الرأي العام و نظرياته :

يفيد التطور الدلالي لمصطلح الرأي العام بأنه ترجمة حرفية للمصطلح الانكليزي Public Opinion الذي يقابله باللغة الفرنسية Opinion Publique. ويتضح من النص أن أصل كلمة Puplic فرنسي ويعني الجمهور، أو العامة من الناس، أو عموم الشعب، وهي كلمة مستحدثة جاءت بها الثورة الفرنسية لتعطي لها مدلولاتها الحديثة.³

أما كلمة Opinion وهي لاتينية الأصل فتعني فكرة، رأي، معتقد فكري وجذر الكلمة Opioe ويعني العقل. وتبعاً لذلك فإن مصطلح الرأي العام Public Opinion يعني بشكل دقيق رأي العامة من الناس الذين يطلق عليهم الآن مصطلح الجماهير، وقد جاءت الترجمة العربية للمصطلح لتنتقله من مفهوم رأي العامة إلى الرأي العام، وفي ذلك اختلاف دلالي كبير ما بين مفهوم الكلمتين العامة والعام لغويا وفلسفيا وفقهيا.⁴

لم يتفق بعد على تعريف موحد، يمكن أن يكون أساسا للأخذ به في تحديد ما يطلق عليه مصطلح الرأي العام، وإن كانت معظم تعريفات هذا المصطلح تشير إلى رأي الأغلبية أو رأي معظم جماعة معينة. وقد حدث هذا الخلاف بين علماء الاجتماع والنفس والسياسة والإعلام على السواء، وذلك من جراء الظروف الاجتماعية التي يعيشون فيها وتسيطر على

¹ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 104

² احمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص 51

³ محمد جاسم فلحي، مرجع سابق ذكره، ص 47

⁴ التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص 121

المجتمعات التي ينتمون إليها من جانب، وإلى الإطار الأيديولوجي الذي حدد الأطر التصورية لكل مفكر من جانب آخر.¹

ويعرف الرأي العام بأنه تعبير الجماعة أو المجتمع أو الجمهور العام، عن رأيه ومشاعره وأفكاره ومعتقداته واتجاهاته، في وقت معين بالنسبة لموضوع يخصه أو قضية تهمة أو مشكلة تؤرقه. وهو القوة الحقيقية في المجتمع، والحكم الذي تصدره الجماهير على عمل أو حادثة أو نشاط في المجال الداخلي أو الخارجي المحلي أو العالمي، وكذلك التعبير عن وجهة نظر الجماعة وعن اجتماع كلمة الجماهير وصوت الجماهير وإرادة الشعب.²

على الرغم من اتفاق علماء السياسة والاجتماع والاقتصاد وعلم النفس الاجتماعي والاتصال على أهمية الرأي العام، إلا أنهم اختلفوا حول تعريفه. إذ لا يوجد تعريف موحد حتى الآن عن الرأي العام، فهناك من يناقش الرأي العام على أنه: الرغبة العامة لمجتمع سياسي، أو أنه آراء وضعت بواسطة جمهور عن طريق الإعلام، بينما اعتقد البعض أنه معتقدات جماهير مختلفة، أو أنه رأي الغالبية، أو نتائج الانتخابات واستفتاء الشعب.³

سنستعرض فيما يأتي بعض التعريفات حسب ما وردت في القواميس والمعاجم وكذا التعريفات الأجنبية والعربية، التي تمثل اتجاهات ومذاهب مختلفة.

تعريف الرأي العام حسب القواميس والمعاجم :

يعرفه معجم المصطلحات الإعلامية بأنه وجهة نظر أغلبية الجماعة التي لا يفوقها رأي آخر، وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعني الجماعة، وتدور حولها المناقشة صراحة أو ضمناً في إطار هذه الجماعة، وأن الرأي العام صورة من صور السلوك الجمعي (الجماعي)، تمخضت عن مناقشة وجدل بين أفراد متعددين تعنيهم المسألة التي يتعلق بها هذا السلوك، أو هذه المناقشة، ويتجهون لتحقيق هدف أو غاية مشتركة، ويتأثرون في ذلك باعتبارات وعوامل مختلفة. ولا يقلل من أهمية هذا الرأي وجود آراء مخالفة لبعض الفئات ذات المصالح المغايرة المصالح الأغلبية. لوسائل الإعلام دور في إلقاء الأضواء على

¹ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 127

² أحمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص 53

³ سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص 109

المسائل العامة التي ينبغي أن يلم بها الشعب إماما صحيحا، أو التي قد لا يدركها الشعب بسبب الجهل أو قصور الوعي.¹

تعريف معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية : وهو وجهات النظر والشعور السائد بين جمهور معين، في وقت معين إزاء موقف أو مشكلة من المشكلات.²

تعريف قاموس ويسترن : وهو الرأي المشترك، خصوصا عندما يظهر أنه رأي العامة من الناس.³

التعريفات الأجنبية للرأي العام :

1. تعريف دوب يعرف الرأي العام بأنه مجموعة اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم.⁴

2. تعريف أولبورت يعرف الرأي العام بأنه تعبير جمع كبير من الأفراد عن آرائهم في موقف معين، إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم تعبيرا مؤيدا أو معارضا المسألة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذي أهمية واسعة، بحيث تكون نسبة المؤيدين أو المعارضين في العدد) ودرجة اقتناعهم وثباتهم واستمرارهم كافية، لاحتمال ممارسة التأثير على اتخاذ إجراء معين بطريق مباشر أو غير مباشر تجاه الموضوع الذي هم بصدده".⁵

3. تعريف ماكينون يرى أنه تلك العاصفة إزاء موضوع معين التي يرحب به أكثر أعضاء الجماعة اطلاعا وذكاء وتمسكا بالأخلاق، هذه العاصفة لا تقتأ تنتشر وتعتنق تدريجيا من جانب جميع الأشخاص تقريبا، الذين تتكون منهم جماعة متعلمة ذات مشاعر سوية تعيش في دولة متمدنة ومتحضرة .

4. وليام البيج William Albigh : الرأي العام هو : تعبير فئات الجماهير عن الموضوعات التي تدور فيما بينهم، وهو مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة

¹ التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص 89

² إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 106

³ احمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص 94

⁴ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص 81

⁵ محمد جاسم فلحي، مرجع سابق ذكره، ص 49

إزاء مشكلة ما وتعبّر عن رأي بين الأفراد والجماعات الأغلبية. ويرى البيج أن الرأي العام: يأتي نتيجة عملية النقاش بين الأفراد والجماعات الصغيرة.¹

5. **جيمس يانج James T. Young** الرأي العام هو : الحكم الاجتماعي الذي يعبر عن مجتمع واع بذاته، وذلك بالنسبة لمسألة عامة لها أهميتها، على أن يتم الوصول إلى هذا الحكم الاجتماعي عن طريق مناقشة عامة أساسها العقلانية والمنطق، وعلى أن يكون هذا الحكم من الشدة والعمق ما يكفل تأثيره على السياسة العامة.²

6. **دافيسون Davison** الرأي العام هو مجموعة آراء الأفراد حول قضية ذات اهتمام مصالح عامة، وغالبا ما تمارس هذه الآراء تأثيرها حول سلوك الفرد والجماعة وسياسة الحكومة".

7. **هربرت بلومر Herbert Blumer** وهو من أوائل علماء الاجتماع الذين أوضحوا مفهوم الرأي العام، حيث ذهب إلى أن الرأي العام هو : نتاج للتفاعل بين جماعات يحدث في سياق اجتماعي سياسي، وهو ليس بالضرورة رأي الأغلبية، أو الرأي الشائع بين الأفراد، حيث يمكن أن يكون لرأي بعض جماعات الأقلية تأثير أقوى بكثير في تشكيل الرأي العام والتعبير عنه من تأثير رأي جماعة الأغلبية والرأي العام باعتباره نتاج جمعية يمثل الجمهور في تحركه نحو اتخاذ فعل تجاه قضية ما. ومن وجهة نظر "بلومر" هذه فإن الرأي العام يتحرك نحو قرار، ومن ثم التعبير عن الرأي العام يتضمن الوصول بهذا الرأي إلى من بيدهم اتخاذ القرار.³

8. **جولدن سون R. Golden son** يرى بأن الرأي العام: هو ذلك الاتجاه العام للجمهور نحو قضية ما، أو مجموعة من القضايا تهمّ مجتمعا معيّنا⁴.

التعريفات العربية للرأي العام :

1. حميدة سميّسم: تعرف الرأي العام من منظور ينبع من متغيرات تكون الظاهرة وتطورها في الإطار النظامي للحضارة العربية والإسلامية ويعبر عن خصوصيتها المثالية الواقعية بأنه: "الرأي السائد الذي ينبع من الأفراد وغايته الجماعة، بعد السؤال والاستفهام

¹ محمد جاسم فلحي، مرجع سابق ذكره، ص32

² احمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص100

³ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص90

⁴ محمد جاسم فلحي، مرجع سابق ذكره، ص37

- والنقاش، تعبيرا عن الإرادة والوعي تجاه أمر ما وفي وقت معين، ويشترط فيه موافقته للشريعة والسير في حدودها، من أجل تنظيم العلاقة بين الحاكم والمحكوم، وترتبط اتجاهاته بالولاء القومي والوطني والديني لأفراد الأمة.¹
2. ابراهيم إمام الرأي العام هو : الفكرة السائدة بين جمهور من الناس، تربطهم مصلحة مشتركة تجاه موقف من المواقف، أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتصل بمصالحهم المشتركة.²
3. مختار التهامي الرأي العام هو : الاتجاه السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة، بالنسبة لقضية أو أكثر، يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الغالبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مسا مباشرا.³
4. أحمد بدر الرأي العام هو : التعبير الحر عن آراء الناخبين أو من في حكمهم، بالنسبة للمسائل العامة المختلف عليها، على أن تكون درجة اقتناع الناخبين بهذه الآراء وثباتهم عليها كافية للتأثير على السياسة العامة والأمور ذات الصالح العام، وبحيث يكون هذا التعبير ممثلا لرأي الأغلبية.⁴
5. السيد عليوه الرأي العام هو : الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة، التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة.⁵
6. محمد جاسم فلحي يرى أن الرأي العام: يعبر عن آراء الجماهير، بعد المناقشة والجدل بين الأفراد، فهو ليس اتجاها انفعاليا يصدر من الجمهور الهائج الذي يجتمع اجتماعا مؤقتا، وإنما هو حكم عقلي يصدر من جمهور من الناس يشتركون بالشعور بالانتماء ويرتبطون بمصالح مشتركة، إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل التي يثار حولها الجدل بعد مناقشة عقلية.⁶

¹ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 67

² أحمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص 109

³ سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص 89

⁴ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص 103

⁵ محمد جاسم فلحي، مرجع سابق ذكره، ص 45

⁶ التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص 109

7. إسماعيل علي سعد يعرف الرأي العام بأنه: حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والجماعات إزاء شأن أو شئون تمس النسق الاجتماعي كأفراد وتنظيمات ونظم، والتي يمكن أن يؤثر في تشكيلها من خلال عمليات الاتصال، التي قد تؤثر نسبيا أو كلها في مجريات أمور الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي أو الدولي.¹

8. سمير محمد حسين عميد كلية الإعلام في جامعة القاهرة سابقا، من خلال ممارسته العملية في التدريس، واستقرائه للعديد من التعريفات التي قدمها العلماء والمهتمون بالرأي العام، قدم لنا في كتابه الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية تعريفا شاملا على النحو التالي: الرأي العام في مجتمع ما هو خلاصة آراء مجموعة من الناس أو الرأي الغالب الاعتقاد السائد، أو إجماع الآراء، أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب، تجاه أمر ما أو ظاهرة أو موضوع أو قضية من القضايا الجدلية الخلافية قد تكون اجتماعية أو ثقافية أو اقتصادية أو سياسية أو تربوية أو فنية، كما قد تكون ذات طابع محلي أو وطني أو إقليمي أو دولي، وأن تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد المجتمع ويثور حولها الجدل، ويكون هذا الإجماع قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به.²

أهم نظريات الرأي العام :

1. بيير بورديو - نظرية نفي وجود الرأي العام كما تصوره استطلاعات الرأي العام، كما تقيسه عمليات سبر الآراء، غير موجود... إذ أن هذه العمليات تفترض أن كل الناس قادرون على إبداء رأي، وأن كل الآراء متساوية، وأن هنالك إجماعاً ضمناً حول الأسئلة المطروحة. وهي افتراضات يرفضها بورديو.³

يرى بورديو أن عمليات سبر الآراء تُستخدم لأغراض سياسية، وتهدف إلى فرض وهم بوجود رأي عام موحد، في حين أن الواقع أكثر تعقيداً ويتشكل من علاقات اجتماعية وثقافية متباينة.⁴

¹ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 93

² أحمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص 67

³ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص 81

⁴ محمد جاسم فلحي، مرجع سابق ذكره، ص 26

2. كارل بوبر : لا يرى في الرأي العام سوى أسطورة، تتجلى في ما يُعرف بصوت الشعب أو الإرادة العامة أو روح الأمة... ويرى أن الاتفاق أو الإجماع لا يعني الحقيقة، وأن الشعب، ككل، قابل للخطأ.¹

يرفض بوبر الاعتقاد بأن صوت الشعب هو تجسيد للحكمة، ويُحذر من خطورة استخدام الرأي العام كأداة لإضفاء الشرعية على ممارسات سياسية مشكوك فيها.²

3. جان ستوتزل وآلان جيرار - الرأي العام كظاهرة اجتماعية واقعية يرى ستوتزل وجيرار أن الرأي العام موجود بالفعل، لكنه لا يكون دائماً إجماعاً... بل هو انعكاس لتوزع الآراء داخل مجتمع معين، ويتأثر بالانتماءات الاجتماعية ومواقع الأفراد ضمن شبكة العلاقات.³

ويؤكدان أن الرأي العام لا يُبنى في فراغ، بل في ظروف اجتماعية محددة، وأنه يتكون من خلال عمليات تواصل ونقاش جماعي.⁴

المطلب الثاني : اهم الوسائل و النظريات الإعلامية المساهمة في تشكيل الرأي العام

○ اولا : الوسائل

تتعدد وسائل الإعلام الرقمي التي تساهم في توجيه الرأي العام بفضل مميزات الفريدة، مثل التفاعل الفوري والوصول العالمي.⁵ من أبرز هذه الوسائل:

المنصات الاجتماعية: تُعد وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، وإنستغرام من الأدوات الرئيسية التي يعتمد عليها الإعلام الرقمي لنشر المعلومات وتداولها بين المستخدمين بشكل فوري وتفاعلي. هذه المنصات تتيح للمستخدمين التعبير عن آرائهم والتفاعل مع الأخبار والأحداث من خلال الإعجاب والتعليقات والمشاركة، مما يسهم في نشر المعلومات بشكل واسع وتشكيل آراء مشتركة حول قضايا معينة.⁶

¹ النهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص 107

² إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 132

³ سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص 93

⁴ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص 69

⁵ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 137

⁶ أحمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص 56

المواقع الإخبارية الإلكترونية: تتيح المواقع الإخبارية الرقمية للأفراد متابعة الأخبار فور وقوعها، حيث تتميز بالسرعة في تقديم الأخبار وتحديثها بشكل لحظي. تساعد هذه المواقع على تغطية الأحداث العالمية والمحلية، وتمكن الجمهور من متابعة الأحداث أينما كانوا.¹

المدونات والبودكاست: تلعب المدونات دوراً كبيراً في التعبير عن الآراء والمواقف الشخصية حول قضايا مجتمعية، وتسمح للمدونين بتقديم وجهات نظر مختلفة حول موضوعات متعددة، مما يمكن الجمهور من التعرف على آراء متنوعة وتشكيل آرائهم الخاصة. كذلك، تمنح البودكاست الجمهور فرصة للاستماع إلى تحليلات معمقة ونقاشات حول مواضيع متنوعة، مما يعزز فهمهم ووعيهم بهذه القضايا ويؤثر على آرائهم.²

تتمتع وسائل الإعلام الرقمي بقوة توجيه الرأي العام لأسباب عديدة، منها:

الوصول الواسع والسريع: تمنح وسائل الإعلام الرقمي قدرة غير مسبوقة للوصول إلى جمهور عالمي في غضون لحظات، مما يتيح نشر المعلومات على نطاق واسع وبسرعة هائلة.³

التأثير على الحوار المجتمعي: تعزز هذه الوسائل النقاشات المجتمعية حول قضايا محددة، مما يؤدي إلى تكوين آراء عامة حول المواضيع المتداولة. مثلاً، يمكن لخبر أو قضية محددة أن تتحول إلى قضية رأي عام بمجرد تداولها بشكل واسع على وسائل التواصل الاجتماعي.⁴

التفاعل وتكوين المجتمعات الافتراضية: يسمح الإعلام الرقمي بتكوين مجتمعات حول قضايا أو اهتمامات مشتركة، مما يقود الأفراد للتأثير في آراء بعضهم البعض حول موضوع معين، وتوحيد الرأي حول قضايا تهم المجتمع.⁵

إمكانية الوصول للمعلومات المتعددة المصادر: بفضل الإنترنت، يمكن للجمهور مقارنة المصادر المختلفة، والتحقق من الأخبار، وتشكيل وجهات نظر شخصية بناءً على ما يجده مناسباً من مصادر المعلومات المختلفة.¹

¹ سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص 109

² حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص 89

³ التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص 94

⁴ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 93

⁵ أحمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص 102

أدوات الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام :

يملك الإعلام الرقمي مجموعة من الأدوات الفعّالة التي تسهم في صناعة الرأي العام بشكل مباشر²، من أهمها:

التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي: تعتمد هذه الأدوات بشكل أساسي على التفاعل السريع مع الجمهور، حيث تتيح للمستخدمين مشاركة المحتوى وإبداء آرائهم من خلال الإعجاب والتعليقات، مما يعزز نشر الأفكار ويسهم في تشكيل الرأي العام.³

التسويق عبر المؤثرين: أصبح المؤثرون جزءاً رئيسياً من استراتيجيات الإعلام الرقمي، حيث يستفيدون من قاعدة جماهيرية واسعة ويستخدمونها لنقل رسائل معينة وتشكيل آراء الجمهور حول قضايا متعددة، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.⁴

البث المباشر: يتيح البث المباشر للمنصات الإعلامية التواصل الفوري مع الجمهور، مما يمكنهم من تقديم تغطية مباشرة للأحداث الساخنة والنقاشات، ويعزز التفاعل مع الجمهور من خلال الأسئلة والتعليقات.⁵

تحليل البيانات الضخمة: يعتمد الإعلام الرقمي على تقنيات تحليل البيانات لمعرفة تفضيلات الجمهور واهتماماتهم، مما يساعد على صياغة محتوى يتماشى مع اهتماماتهم. يتيح تحليل البيانات تصميم رسائل موجهة تعزز من تفاعل الجمهور وتزيد من احتمالية نشر هذه الرسائل على نطاق واسع.⁶

المحتوى المرئي: تعتبر الفيديوهات القصيرة والمحتوى المرئي من أكثر الوسائل فعالية في توجيه الرأي العام، حيث تسهم في جذب انتباه الجمهور ونقل الأفكار بشكل بسيط وسلس.⁷

○ ثانياً : النظريات

من اجل فهم دور الإعلام في تشكيل الراي العام سوف نستعرض بعض النظريات الإعلامية و اهمها و التي توضح الدور الاساسي لتأثير وسائل الإعلام و خاصة التي تهتم بالراي

¹ سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص 68

² محمد جاسم فلحي، مرجع سابق ذكره، ص 98

³ التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص 108

⁴ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 36

⁵ احمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص 97

⁶ سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص 27

⁷ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص 107

العام و التي يستطيع المرء من خلالها ان يفهم دور وسائل الإعلام في ظل الظروف التي يعيشها العالم العربي اليوم من التحديات المختلفة سواء السياسية ، الاقتصادية أو الثقافية.

1

من أهم هذه النظريات :

النظرية الإدراكية: إن الفكرة الأساسية التي تقوم عليها النظرية الإدراكية في تغيير الاتجاه هي أن التكيف لا يشمل فقط تغيير الفرد لذاته لتتوافق مع متطلبات البيئة، ولكن أيضا يشمل تغيير إدراكه للمتطلبات البيئية لتتلاءم مع احتياجاته.²

وتركز النظرية الإدراكية على أهمية المعنى الذي يعطيه المتلقي للرسالة، ومن ثم فإننا إذا أردنا التنبؤ بتأثير رسالة ما على اتجاه فرد معين فلا بد أن نعرف كيف يدرك هذا الفرد الرسالة، فعلى سبيل المثال، يفترض (آش) 1984 أن المعنى الحقيقي لأي عبارة يتحدد من خلالها قائلها.³

وقد لاحظ كل من (شريف) و (كانتريل) (1936-1945) في وصفهما لتأثير الإدراك على تغيير الاتجاه - أن هناك نوعين من التأثير⁴، وهما:

انتقائية الإدراك: وتتناول الجزء الذي يوليه الفرد اهتمامه من العالم الخارجي.

الإطار المرجعي: ويتناول العوامل المحيطة بالفرد، والتي تؤثر على أحكامه.

وتعد نظرية الحكم الاجتماعي (الشريف وهو فلاند) (1961) من أشهر النظريات الإدراكية. وترتكز نظرية الحكم الاجتماعي على أن المتلقين لا يقيمون الرسائل بناء على البراهين والأدلة التي تتضمنها، وإنما هم يقارنون بين الموقف الذي تتبناه الرسالة واتجاههم المبدئي، وبناء على ذلك يحددون ما اذا كانوا سيقبلون الرسالة أم لا، أي أن المتلقي يتأثر بالدرجة الأولى باتجاهه هو ذاته نحو الموضوع، الرسالة الخارجية في ضوء اتجاهه الداخلي نحو القضية.⁵

¹ التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص42

² أحمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص102

³ سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص97

⁴ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص65

⁵ Public Opinion ",Maxwell McCombs and Donald Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media .vol. 36, no. 2, 1972, pp. 176-187 ,Quarterl

وتفترض نظرية الحكم الاجتماعي أن المتلقي في سعيه لتجديد الموقف الذي تتبناه الرسالة قد يخضع المشتتات إدراكية، يطلق عليها تأثيرات الاستيعاب والتباين.¹

نظرية ترتيب الأولويات: يتعلق هذا الاتجاه في البحث بما يطلق عليه الوظيفة التقريرية للإعلام -أي أثر وسائل الإعلام على مدركات الناس عن الشؤون العامة، وهي العملية التي صنفت بحثيا في مدخل وضع الأجندة Agenda Setting من قبل وسائل الإعلام، والمقصود بوضع الأجندة هو قدرة التغطية الإعلامية المشكلة ما على منحها مكانة ما الأهمية والبروز) كقضية اجتماعية، وحتى إذا لم تكن وسائل الإعلام ناجحة في توجيه الناس الطريقة التفكير، فإنها تنجح بشكل كبير في توجيه الناس للشئ الذي يجب أن يفكروا فيه، هكذا نجد أنه من المتوقع أن تكون مدركات الجمهور عن مدى أهمية القضايا العامة المتنوعة ناتجة عن التركيز الممنوح لتلك القضايا من قبل وسائل الإعلام.²

وقد عنيت دراسات المستوى الأول من دراسات الأجندة في خلال الفترة من 1972- 1992 بدراسة انتقال ترتيب أهمية الموضوعات من وسائل الإعلام إلى الجمهور، أما ما يعرف بالمستوى الثاني لدراسات الأجندة فهذا امتداد يتكامل مع المستوى الأول، وتعنى دراسته بانتقال ترتيب أولويات العناصر، والسمات في التغطية الإعلامية لموضوع ما إلى الجمهور، وتأثير ذلك على الاهتمام بالموضوع وترتيبه بين الأولويات، واهتمت المرحلة الثالثة بدراسة صورة المرشح التي تعرضها وسائل الإعلام والاهتمام السياسي للناخبين كأجندة بديلة وكشفت عن دور الاتجاهات والعوامل السيكولوجية في تشكيل أجندة الناخبين وترتيبها، أما المرحلة الرابعة وهي الراهنة والتي تطرح التساؤل حول: من يصنع أجندة الإعلام، فتعنى بدراسة التأثيرات المحتملة لمصادر الأخبار والمعلومات على ترتيب أجندة وسائل الإعلام .

(فلحي 2020)

وتقوم هذه النظرية على فرضية مؤداها أن الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام لا تمكن في القول للجمهور (كيف يجب أن يفكر؟)، بل (فيم يجب أن يفكر؟) (التهامي مختار 2022) وما الذي ينبغي أن يعرفه، وأن يشعر به؟) فارضة اختيارات معينة ومحدودة يتم التركيز عليها بشدة مع التحكم في طبيعتها ومحتواها، على اعتبار أن كثير من الأحداث العالم في

¹ سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص92

² حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص81

العالم اليوم تقتضي ابراز شخصيات معينة دون أخرى تماشيا مع التوجهات الإعلامية للوسائل المختلفة. بمعنى آخر فإن الإعلاميين يلعبون دورا هاما في تشكيل حياتنا الاجتماعية، عندما يمارسون دورهم في اختيار الأخبار لنا، وترتيب الأولويات فيها، ذلك أن وسائل الإعلام هي التي تضع الأجندة للاتصال الجماهيري تتمثل في مقدرتها في تأثير على تغير المعرفة عند الأفراد، وبناء تفكيرهم ولا ينبغي أن يفهم من هذه النظرية، أن وسائل الإعلام قادرة على تغيير أو تعديل الاتجاهات وإنما يقتصر دورها على العمل كقناة توصيل للمعلومات اللازمة لتكوين رأي حول موضوع معين. فوسائل الإعلام تعمل أساسا لنقل المعلومات عن الأحداث، والأفكار، والحركات الاجتماعية خارج حدود المعارف الشخصية، لذا تتوقع من التغطية الإعلامية إلا تغير الكثير من المدركات عن مدى أهمية المشكلة على النطاق الشخصي، ولكن تغير أكثر من المدركات عن تضميناتها الاجتماعية الأوسع (أي أهميتها العامة) ¹.

وقد حدد (تشاو) و (مارتن) أربعة أنواع بحثية لقياس ترتيب الأولويات:

قياس أولويات اهتمامات الجمهور ووسائل الإعلام اعتمادا على المعلومات التي تجمع بواسطة الاجتماعي وتحليل المحتوى. ²

- التركيز على مجموعة من القضايا، ولكن مع نقل وحدة التحليل من المستوى الكلي سابق الذكر الى المستوى الفردي. ³

دراسة قضية واحدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور في فترتين زمنيتين مختلفتين. ⁴

- دراسة قضية واحدة مع الانطلاق من الفرد كوحدة للتحليل. وقد نتج عن العديد من الدراسات التي أجريت في أربع الأخير من القرن العشرين، إن ترتيب الأولويات يتأثر بمجموعة من المتغيرات ترتبط في الغالب بالآتي: ⁵

- طبيعة القضية.

- أهمية القضايا.

¹ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 90

² سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص 101

³ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص 65

⁴ محمد جاسم فلحي، مرجع سابق ذكره، ص 25

⁵ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص 83

- الخصائص الديمغرافية للجمهور الجنس السن، المستوى التعليمي.
 - الاتصال الشخصي المباشر وغير المباشر.
 - البعد الزمني توقيت الاثارة والمدى الزمني اللازم لإحداثها.
 - نوع الوسيلة.
- وقد أسفرت نظرية وضع الأجندة عن بعض النتائج التي تخدم توجهنا في هذه الدراسة ومن أبرز هذه النتائج ما يلي¹:

○ تؤثر وسائل الإعلام في تركيز انتباه الجمهور نحو الاهتمام بموضوع ما، أو أحداث وقضايا بعينها، فالجمهور لا يعلم من وسائل الإعلام عن طريق هذه الموضوعات فقط، بل يعرف كذلك ترتيب أهميتها من خلال كم المعلومات، وموقعها من الصحيفة.

- تنتقل أجندة ترتيب الأولويات من وسائل الإعلام إلى الجمهور.
- أجندة وسائل الإعلام تبنى، وترتب أجندة الجمهور، وهناك علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين أهمية الموضوع في وسائل الإعلام وأهميته لدى الجمهور.
- بناء وترتيب أجندة أولويات الرأي العام، وتوجيه اهتماماته وظيفته تضاف إلى وظائف وسائل الإعلام.

- أجندة وسائل الإعلام تحدد للرأي العام ما يفكر فيه.
- هناك من الدلائل ما يؤكد دور أجندة وسائل الإعلام في التأثير على قرارات وأحكام وتقديرات صناعات السياسة .

إن ترتيب أولويات - وضع الأجندة، كوظيفة تأثيرية لوسائل الإعلام تتمثل عمليا في كونها نصيرا أكبر في صنع الثقافة السياسية للجمهور، حيث إنها ترتبط بين تصور إدراك الناس للواقع السياسي وبين الشؤون والاهتمامات السياسية اليومية، بالإضافة الى الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الحياة الاجتماعية، من خلال ما تحققه من إجماع حول بعض القضايا والاهتمامات عند الجمهور، والتي يمكن أن تترجم فيما بد باعتبارها رأيا عاما².

¹ احمد يوسف، مرجع سابق ذكره، ص109

² سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص93

وتنبثق هذه النظرية في أساسياتها من قدرة وسائل الإعلام الإخبارية على إبراز أهمية القضايا السياسية وتشكيلها بذهن الجمهور وبشكل مبسط تقترح النظرية أن لوسائل الإعلام دورا في انتماء وتسليط الضوء على بعض الأحداث أو الشخصيات أو القضايا المعينة وعبر تكرار هذه العملية ومن واقع الانسان بين ما تقدمه وسائل الإعلام يبدأ الجمهور في تبني الأجندة التي تطرحها هذه الوسائل الإخبارية بما يقوده للتصديق والاقناع الفعلي بأهمية بروز هذه الأحداث والشخصيات والقضايا دون غيرها.¹

المطلب الثالث : دور الإعلام الرقمي في توجيه الرأي العام حول القضايا السياسية

يشكل الإعلام الرقمي اليوم أداة محورية في توجيه وتشكيل الرأي العام بطرق عميقة وسريعة، حيث يمكن من وصول غير مسبوق للمعلومات ويعزز التفاعل المباشر مع الجمهور. وبفضل تقنيات مثل البث المباشر والتغطيات الحصرية، يمكن للمؤسسات الإعلامية والأفراد نقل الأخبار فور حدوثها، مما يسمح للجمهور بتكوين آرائهم حول الأحداث في الوقت الفعلي، دون الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية التي تتطلب وقتاً أكبر لتغطية الأخبار ونقلها.²

أحد أبرز جوانب تأثير الإعلام الرقمي على الرأي العام يتجلى في الأزمات الكبرى، مثل الكوارث الطبيعية أو الاضطرابات السياسية. في هذه الحالات، تتيح وسائل الإعلام الرقمي تغطية شاملة وفورية للأحداث، مما يمكن الجمهور من متابعة التطورات لحظة بلحظة، ويمنحهم القدرة على فهم الأوضاع واتخاذ مواقف مباشرة. فعلى سبيل المثال، عندما يقع حدث كبير، يتجه ملايين الأشخاص إلى منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفيسبوك وإنستغرام للحصول على التحديثات والمعلومات العاجلة، مما يعزز من سرعة تداول الآراء بين الجماهير ويؤدي إلى تكوين مواقف عامة تتسم بالتنوع.³

فيما يخص القضايا الاجتماعية والسياسية، يتيح الإعلام الرقمي مساحة للنقاش الجماعي، حيث يستطيع الأفراد من مختلف الثقافات والأعمار التعبير عن وجهات نظرهم والمشاركة في الحوار حول القضايا المختلفة. هذا التفاعل يخلق بيئة للتأثير المتبادل، حيث يمكن للأشخاص أن يتبادلوا الأفكار ويشكلوا رؤى مشتركة حول القضايا العامة، سواء أكانت

¹ حسين محمد سمير، مرجع سابق ذكره، ص127

² التهامي مختار، مرجع سابق ذكره، ص89

³ إبراهيم امام، مرجع سابق ذكره، ص97

محلية أم عالمية. ويعتبر هذا النوع من الحوار الجماعي من العوامل التي تؤدي إلى تكوين الرأي العام وإبراز القضايا الأكثر أهمية، والتي قد تؤثر بدورها على صناعات القرار والسياسات العامة.¹

وبالإضافة إلى ذلك، يستخدم الإعلام الرقمي أدوات تحليل البيانات لجمع معلومات حول اهتمامات وسلوكيات الجمهور، مما يمكّن المؤسسات من فهم التوجهات والمواضيع الأكثر تفاعلاً، وتوجيه رسائلهم الإعلامية بشكل فعال لتحقيق تأثير أكبر. بهذه الأدوات، يمكن لوسائل الإعلام تخصيص محتوى يناسب احتياجات كل شريحة، مما يزيد من التفاعل ويعزز دور الإعلام الرقمي في تكوين الرأي العام بطرق تتماشى مع التطور السريع للعصر الرقمي.²

¹ MIT Press, 2001 ,The Language of New Media ,Lev Manovich . ص. 42.

² سعود صالح، مرجع سابق ذكره، ص 68

خلاصة الفصل الأول :

تناول هذا الفصل الإطار النظري والمفاهيمي للإعلام الرقمي الجديد والرأي العام، بوصفهما المتغيرين المركزيين في هذه الدراسة. وقد تم استهلال الفصل بتعريف الإعلام الرقمي وتتبع خصائصه ومرادفاته، مبرزاً اختلافه الجوهرى عن الإعلام التقليدي من حيث البنية، التفاعل، والآنية، فضلاً عن اللامركزية والتكلفة المنخفضة في إنتاج المحتوى. كما تم التطرق إلى التطور التاريخي للإعلام الرقمي عبر مراحل الخمس، منذ النشأة التمهيدية إلى المرحلة الراهنة المرتبطة بالذكاء الاصطناعي والخوارزميات التنبؤية.

وفي المبحث الثاني، تم تحليل مفهوم الرأي العام من خلال تتبع تعريفاته في القواميس والمعاجم والاتجاهات الغربية والعربية، مما أبرز تعددية التصورات حوله واختلاف المرجعيات التي تستند إليها تلك التعريفات. كما تمت الإشارة إلى أبرز نظريات الرأي العام، ولا سيما نظريتي نفي وجود الرأي العام عند بورديو، ونظرية ترتيب الأولويات، لما لهما من صلة مباشرة بفهم ديناميكيات التوجيه الإعلامي الحديث.

وانتهى الفصل باستعراض أهم الوسائل الرقمية المستخدمة في توجيه الرأي العام، كوسائل التواصل الاجتماعي والبودكاست والبلث المباشر، إلى جانب تحليل النظريات الإعلامية المؤطرة لهذا التأثير، وعلى رأسها النظرية الإدراكية ونظرية وضع الأجندة، بما يتيح تأسيساً علمياً لفهم كيفية تشكيل التوجهات العامة في السياق الرقمي، وهو ما سيبنى عليه في الفصل الثاني الذي سيتناول الأبعاد التطبيقية لهذا التفاعل في ظل أحداث طوفان الأقصى

الفصل الثاني:

تأثير الإعلام الرقمي على توجهات الرأي العام
حول القضية الفلسطينية

تمهيد :

شهدت السنوات الأخيرة تطورًا لافتًا في أدوات التأثير الإعلامي، حيث لم تعد وسائل الإعلام التقليدية وحدها تحتكر صناعة الرأي العام، بل برز الإعلام الرقمي بوصفه قوة فاعلة في صياغة التصورات الجماعية وتوجيه المواقف السياسية والشعبية. في هذا الإطار، لعب الإعلام الرقمي دورًا محوريًا في تعزيز حضور القضية الفلسطينية على الصعيدين العربي والدولي، خصوصًا خلال أحداث طوفان الأقصى، التي مثّلت محطة مفصلية في توظيف الوسائط الرقمية في خدمة القضية.

يرتكز هذا الفصل على دراسة تحليلية لمدى تأثير الإعلام الرقمي في توجيه الرأي العام، من خلال التركيز على ثلاثة محاور أساسية: دور المنصات الرقمية في بناء ودعم الرواية الفلسطينية، مظاهر التحول في الرأي العام العربي والغربي، وأخيرًا التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في هذا السياق. تهدف هذه الدراسة إلى تفكيك آليات التأثير، ورصد حدود الفعالية الرقمية في ظل بيئة إعلامية متغيرة وصراعٍ سردي متعدد الأبعاد.

المبحث الاول : الإعلام الرقمي كأداة لتعزيز الرواية الفلسطينية**المطلب الاول : جذور القضية الفلسطينية :**

تُعد القضية الفلسطينية من أعقد وأطول القضايا السياسية في التاريخ الحديث، وهي نتيجة لمسار طويل من التحولات السياسية والديموغرافية التي مرت بها فلسطين منذ أواخر القرن التاسع عشر. وقد تناول الدكتور محسن محمد صالح في كتابه "القضية الفلسطينية: خلفياتها التاريخية وتطوراتها المعاصرة" عرضًا تفصيليًا لهذه التحولات من خلال عدة مراحل رئيسية.

بدأت جذور القضية مع تزايد الأطماع الاستعمارية الأوروبية في المشرق العربي، بالتزامن مع تبلور المشروع الصهيوني في أوروبا في أواخر القرن التاسع عشر، والذي هدف إلى إنشاء وطن قومي لليهود في فلسطين. وقد استثمرت الحركة الصهيونية الظروف السياسية الدولية، والدعم البريطاني المبكر، لا سيما وعد بلفور

عام 1917، الذي منح اليهود "وطنًا قوميًا" في أرض فلسطين، متجاهلاً الحقوق التاريخية والسكانية للشعب الفلسطيني.

وفي ظل الانتداب البريطاني (1920-1948)، عملت سلطات الاحتلال البريطاني على تسهيل الهجرة اليهودية المنظمة، ونقل الأراضي لليهود، وتأسيس المؤسسات الاقتصادية والعسكرية الصهيونية. في المقابل، شهدت فلسطين خلال تلك الفترة نضالاً فلسطينياً متصاعداً، أبرزها ثورة 1936 الكبرى، التي قُمت بعنف، مما مهّد لتمكين اليهود سياسياً وعسكرياً.

مع نهاية الانتداب البريطاني، أعلنت العصابات الصهيونية في 14 مايو 1948 قيام دولة "إسرائيل"، مستغلة قرار التقسيم الأممي 181 لسنة 1947، الذي رفضه الفلسطينيون والعرب. نتج عن ذلك تهجير أكثر من 750 ألف فلسطيني من ديارهم، في ما عُرف بنكبة فلسطين، وتحوّل القضية إلى قضية لاجئين وصراع دولي مفتوح.

تواصلت فصول الصراع بعد ذلك في إطار الحروب العربية الإسرائيلية، بدءاً من حرب 1948، ثم نكسة يونيو 1967، التي احتلت فيها إسرائيل ما تبقى من فلسطين التاريخية (الضفة الغربية وقطاع غزة)، إضافة إلى أراضٍ عربية أخرى. وقد أدى هذا الاحتلال الشامل إلى بروز المقاومة المسلحة والعمل الفدائي في الساحة الفلسطينية، وظهور منظمة التحرير الفلسطينية عام 1964 ككيان سياسي جامع، معترف به عربياً ودولياً.

شهدت القضية الفلسطينية خلال الثمانينات والتسعينات تحولات مفصلية، من أبرزها: اندلاع الانتفاضة الأولى عام 1987، التي أظهرت زخم الحراك الشعبي ضد الاحتلال؛ ثم اتفاق أوسلو 1993، الذي مثّل تحوُّلاً في الاستراتيجية الفلسطينية نحو التسوية السياسية، لكنه واجه انتقادات بسبب استمرار الاستيطان وعدم تحقيق الدولة الفلسطينية المستقلة.

وفي العقد الأخيرين، برزت تحديات جديدة أبرزها: الانقسام الفلسطيني الداخلي، تعثر عملية السلام، اشتداد الحصار على قطاع غزة، وظهور أدوات جديدة في النضال الفلسطيني، خصوصاً الإعلام الرقمي والتضامن الدولي الشعبي. ومع كل

ذلك، تبقى القضية الفلسطينية في صميم الوجدان العربي والإسلامي، وقضية عادلة تتجدد في ضمير الأحرار في العالم.¹

المطلب الثاني التطور التاريخي للقضية الفلسطينية إعلامياً :

مثلت القضية الفلسطينية محوراً سياسياً وإنسانياً منذ بدايات القرن العشرين، ورافقت تطوراتها تغطية إعلامية عكست - في كثير من الأحيان - التوازنات الدولية والصراعات الإيديولوجية بين قوى الاستعمار والاحتلال من جهة، وحركات التحرر من جهة أخرى. ومنذ نشأة الصحافة في المنطقة، كان الإعلام الفلسطيني والعربي وسيلة للنضال والتوثيق، وشهد مراحل متعددة تطورت فيها الوسائل والرؤى، وبرزت فيها تحديات تمثلت في التعقيم، التشويه، وأحياناً المصادرة.

أولاً: مرحلة الصحافة التقليدية قبل النكبة (حتى 1948)

تميزت هذه المرحلة بـ بروز صحف فلسطينية محلية كـ "الكرمل" (1908) و"فلسطين" (1911)، والتي كانت من أولى المنابر التي تناولت الاحتلال البريطاني، والهجرة الصهيونية، وخطر الاستيطان². لعبت الصحافة دوراً تعبويًا، تنويريًا، وتحريضيًا، واعتمدت على اللغة القومية والدينية لتحفيز الفلسطينيين على مقاومة المشروع الصهيوني. ورغم ضعف الإمكانيات التقنية، إلا أن هذه المرحلة أرست أسس الإعلام المقاوم.

ثانيًا: الإعلام في ظل الشتات بعد النكبة (1948 - 1967)

بعد تهجير الفلسطينيين وتدمير أكثر من 500 قرية في النكبة، بدأت مرحلة إعلامية جديدة، انتقل فيها الصوت الفلسطيني إلى الخارج، خاصة من خلال وسائل الإعلام العربية كإذاعة "صوت العرب" من القاهرة، وإذاعة "القدس" من دمشق.³ أصبحت الرسالة الإعلامية تتمحور حول النكبة، والمجازر، وحق العودة، وجرى

1 محسن محمد صالح، القضية الفلسطينية: خلفياتها التاريخية وتطوراتها المعاصرة (بيروت: مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، 2020)، ص 15-16.

² عبد الله أبو عوض، الإعلام الفلسطيني: من التأسيس إلى الثورة الرقمية (رام الله: معهد الإعلام الفلسطيني، 2021)، 33-38.

³ ناصر اللحام، الإعلام الفلسطيني: السلاح الناعم في مواجهة الاحتلال (بيروت: دار الفارابي، 2019)، 45-46.

توظيف الإعلام لتعزيز الهوية الوطنية المنفية. كما بدأت منظمة التحرير الفلسطينية لاحقاً بإصدار نشرات ودوريات سياسية.

ثالثاً: مرحلة المقاومة وتدويل القضية (1967 - 1987)

بعد نكسة 1967، وانطلاق الكفاح المسلح الفلسطيني، دخل الإعلام مرحلة جديدة، إذ أصبح مرتبطاً بالحركات الفدائية، وبدأ الخطاب الإعلامي يتبنى سرديات تعبوية ثورية، مع استخدام مصطلحات مثل "التحرير"، و"الكفاح"، و"اللاجئ"، و"المخيم".¹ أنشأت منظمة التحرير دائرة الإعلام الموحد، وأصدرت مجلات مثل "فلسطين الثورة" و"الهدف"، كما عملت على إيصال الصوت الفلسطيني إلى المحافل الدولية من خلال الصحافة الأجنبية الموالية.

رابعاً: الإعلام والانتفاضات الشعبية (1987 - 2000)

تميزت هذه المرحلة باندلاع الانتفاضة الأولى ثم الثانية، ما شكل تحولاً نوعياً في المشهد الإعلامي، حيث أصبحت الكاميرا أداة نضالية تسجل المواجهات، وتنقل معاناة المدنيين الفلسطينيين.² اعتمد الإعلام الفلسطيني على الصور والشهادات الميدانية، وبدأ يستخدم الأشرطة المصورة، بينما عملت الفضائيات العربية - وعلى رأسها قناة الجزيرة منذ تأسيسها في 1996 - على تعزيز حضور القضية الفلسطينية في نشراتها وتحقيقاتها.

خامساً: الإعلام الرقمي وبروز الإعلام المقاوم (2000 - حتى اليوم)

مع دخول الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، أصبح للفلسطينيين أدوات جديدة لصياغة روايتهم دون وساطة المؤسسات التقليدية. بدأت تظهر مبادرات إعلامية شبابية، وصحفيون ميدانيون يوثقون الأحداث مباشرة من مواقعها، مثل محمد الصبّاغ وشيرين أبو عاقلة، ووسوم عالمية مثل #GazaUnderAttack و#SaveSheikhJarrah. لكن بالمقابل، واجه هذا الإعلام الرقمي تحديات جسيمة تتعلق بالحظر الرقمي، خوارزميات تقييد المحتوى، والتضليل الإعلامي الممنهج من قبل الرواية الصهيونية.

¹ عبد الله أبو عوض، مرجع سابق ذكره، ص 41

² مرجع نفسه، ص 42

يُظهر التطور التاريخي للإعلام الفلسطيني أنه لم يكن يوماً مجرد ناقل للأخبار، بل كان أداة نضالية تعكس التحولات السياسية والجيوستراتيجية المحيطة بالقضية.¹ من الصحف الورقية إلى التغريدات المصورة، مرّ الإعلام الفلسطيني بمراحل من التهميش، إلى التأثير، إلى التهديد والرقابة، لكنه ظل في جوهره حاملاً لهمّ الهوية والحقوق. ويمكن القول إن الإعلام الرقمي اليوم يمثل مرحلة مقاومة إعلامية جديدة، تُعيد تشكيل الوعي الجماعي إقليمياً وعالمياً، برغم التحديات.

المطلب الثالث : المنصات الرقمية و دورها في تغطية احداث طوفان الاقصى

برزت المنصات الرقمية خلال أحداث طوفان الأقصى كوسيط إعلامي رئيسي وفاعل، بل وأحياناً بديل عن وسائل الإعلام التقليدية في نقل الوقائع لحظة بلحظة، وتقديم رواية ميدانية تتسم بالسرعة، الواقعية، والتأطير الإنساني. في الساعات الأولى للهجوم الذي نفذته كتائب القسام في السابع من أكتوبر 2023، تدفقت على منصات مثل "إكس تويتر سابقاً"، "فيسبوك"، و"تيليجرام" مقاطع فيديو حصرية توثق اقتحام السياج الحدودي، أسر الجنود، الاشتباكات داخل المستوطنات، وكذلك ردود فعل المدنيين الإسرائيليين والفلسطينيين على حد سواء. وقد أتاحت هذه المنصات آليات تفاعلية مباشرة مثل البث الحي، القصص اليومية، والمشاركات المتسلسلة، وهو ما وفر للجمهور العالمي مشهداً بصرياً مباشراً لمجريات الأحداث من زوايا متعددة، غير خاضعة للرقابة الغربية. تصدرت وسوم مثل #طوفان_الأقصى، #غزة_تقاوم، #FreePalestine، #IsraelUnderAttack التردد العالمي خلال أقل من 24 ساعة، وفقاً لتقارير منصة "سوشال إنسايدر"، حيث تم تسجيل أكثر من 50 مليون تفاعل على الوسوم الداعمة لفلسطين خلال الأيام الثلاثة الأولى. كما شهدت قناة كتائب القسام على تيليجرام وحدها أكثر من 2 مليون مشترك جديد خلال أقل من أسبوع، مع مشاهدات تجاوزت 80 مليون مرة للمنشورات المصورة والمكتوبة.

وفي هذا السياق، أظهرت دراسة ميدانية للباحث إياد إبراهيم القرا (2023) أن 85.4% من المواد الصحفية الرقمية خلال تغطية طوفان الأقصى كانت داعمة

¹ناصر اللحام، مرجع سابق ذكره، ص 49

للمقاومة، وأن 78.6% من الجمهور عبّروا عن ثقتهم العالية في الرواية الرقمية الفلسطينية مقارنة بالتغطية التقليدية. وقد ساهمت الشخصيات المؤثرة، لا سيما من الصحفيين الميدانيين والمناصرين العالميين، في مضاعفة انتشار المحتوى، خاصة عند استخدام اللغات الأجنبية. ومن خلال التوظيف المكثف للفيديوهات القصيرة والقصص المؤثرة، تم تسليط الضوء على معاناة المدنيين في غزة، ما جعل المنصات الرقمية أداة مزدوجة لنقل الواقع وتعزيز التأييد الشعبي العالمي للمقاومة الفلسطينية. هذا التوظيف الإعلامي لم يكن عشوائياً، بل اعتمد على سردية مدروسة تهدف إلى إعادة رسم صورة الفلسطيني المقاوم، وتحدي الصورة النمطية التي ظلت تهيمن في الإعلام الغربي لسنوات طويلة. بذلك، أكدت المنصات الرقمية أنها ليست فقط ساحة نقل، بل آلية فعل سياسي وإعلامي يعيد تشكيل الإدراك الدولي تجاه الحدث الفلسطيني.

المبحث الثاني: أثر الإعلام الرقمي على تحولات الرأي العام العربي و الغربي بعد أحداث طوفان الأقصى

المطلب الأول: تأثير الإعلام الرقمي على الرأي العام العربي

• **زيادة الوعي بالقضية**

مع تصاعد حدة الاعتداءات الإسرائيلية خلال أحداث طوفان الأقصى في أكتوبر 2023، شهد الرأي العام العربي تحولاً ملحوظاً نحو الانخراط الرقمي والتفاعل الشعبي الواسع مع القضية الفلسطينية، وقد أظهرت المنصات الرقمية فاعلية غير مسبوقة في إعادة تشكيل الإدراك العربي العام تجاه ما يحدث في فلسطين و في قطاع غزة وفقاً لتقرير صادر عن مركز أبحاث "الباروميتر العربي"، أفاد 82% من المشاركين من سبع دول عربية بأنهم تابَعوا تطورات طوفان الأقصى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مقابل 48% فقط تابَعوها عبر القنوات التقليدية.¹ هذا التفاوت في نسب المتابعة يعكس تحولاً في البنية الاتصالية والثقافة الإعلامية لدى الجمهور العربي، لا سيما فئة الشباب، الذين أصبحوا لا يكتفون بدور "المتلقي"،

¹مركز أبحاث "الباروميتر العربي"، "تقرير حول متابعة تطورات طوفان الأقصى عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، اطلع عليه في 2 ماي 2025، الساعة 14:30

بل يسعون نحو التفاعل والنشر والتعليق، وهو ما توفره شبكات التواصل الاجتماعي دون قيود زمنية أو تحريرية. كما يوضح هذا الاتجاه أن الإعلام الرقمي لم يعد فقط وسيلة بديلة، بل أصبح الفضاء الأساسي لصناعة الرأي العام العربي، وتحديد جدول الاهتمام السياسي والثقافي و الايديولوجي.

كما أظهرت نتائج المؤشر العربي أنّ المواطنين العرب يتعاملون مع هذه الحرب على أنها تمسّهم مباشرة؛ إذ عبّر 97% من المستجيبين عن أنهم يشعرون بضغط نفسي (بدرجات متفاوتة) نتيجة للحرب على غزة؛ بل إن 84% قالوا؛ إنهم يشعرون بضغط نفسي كبير،¹ وهذه الاحصائيات الرقمية التي أوردها المؤشر العربي تُعد مؤشراً دقيقاً على قوة الحضور العاطفي للقضية الفلسطينية في الضمير الشعبي العربي، وتبرز كيف ساهم الإعلام الرقمي في تحويل الصراع من شأن "خارجي" إلى قضية داخلية نفسية تمسّ هوية وانتماء الإنسان العربي ذاته.

وأظهر تقرير "سوشيال بيكرز" أن 68% من محتوى المستخدمين العرب كان داعماً للرواية الفلسطينية، فيما شارك 59% منهم منشورات تتضمن صوراً أو فيديوهات توثيقية من الميدان²، وهي نسبة بالغة الدلالة تعكس مدى تبني الجمهور العربي للسردية الفلسطينية وترويجها عبر الفضاء الرقمي. هذا الميل نحو دعم القضية لا يعكس فقط موقفاً وجدانياً أو تضامنياً، بل يدل أيضاً على تحول المنصات الرقمية إلى أدوات لإنتاج المحتوى السياسي والتمثيل الرمزي للمظلوميات، بعيداً عن الاحتكار الإعلامي الذي طالما سيطرت به قنوات معينة على صياغة الرواية

كما لعب اعلام المقاومة دوراً بارزاً في نقل الخبر والصورة، وساهم في تعزيز الوعي بالقضية بشكل واسع خلال معركة طوفان الأقصى من خلال التغطية الميدانية للمواجهة و استخدام استراتيجيات اعلامية رقمية في تعزيز الرواية الفلسطينية عبر العديد من المنصات الرقمية كان ابرزها القناة الرسمية لاعلام المقاومة عبر تطبيق تيليجرام لى الرغم من القيود المفروضة عليها من مواقع التواصل

¹المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، "المؤشر العربي 2022: اتجاهات الرأي العام العربي"،

2025، الساعة 15:30 <https://arabindex.dohainstitute.org/AR/Pages/Arab-Opinion-Index-2022.aspx> اطلع عليه في 2 ماي

²مؤشر "سوشيال بيكرز". "تحليل المحتوى الرقمي العربي خلال أحداث طوفان الأقصى".

<https://www.socialbakers.com/insights/arab-social-media-analysis-october-2023/> اطلع عليه في 2 ماي

2025، الساعة 14:45

الاجتماعي، واستطاعت من خلاله إضفاء الشرعية على عملية طوفان الأقصى، وإظهار قدراتها العسكرية، وحشد الدعم الإقليمي والدولي، وإبراز التعاطف الإنساني تجاه وحشية الاحتلال؛ حيث عرضت مشاهد من قتال المقاومة مع آليات الكيان الصهيوني، وقدمت بيانات خسائر الكيان اليومية، كما بثت مقاطع للأسرى لدى حماس، لأظهار المعاملة الانسانية لهم والرد علي الصور المتداولة يوم 7 أكتوبر، وعرضت مشاهد تسليم الأسرى في قلب غزة وسط الجماهير هذا الدور الإعلامي كان اداة فعالة لزيادة الوعي اكثر حول القضية الفلسطينية.¹

• مظاهر تأييد و دعم القضية الفلسطينية

1. حملات المقاطعة

شهدت حملات المقاطعة الاقتصادية تصاعداً غير مسبق في العالم العربي بعد أحداث طوفان الأقصى، وبرزت كواحدة من أبرز مظاهر التأييد الرقمي والشعبي للقضية الفلسطينية. وقد تم الترويج لهذه الحملات بشكل واسع عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث شكّلت هذه الفضاءات الرقمية حاضنة دعائية قوية للتحفيز والمناصرة للقضية والمقاطعة الجماعية للمنتوجات الداعمة للاحتلال، في ظاهرة يمكن اعتبارها بمثابة "مقاومة اقتصادية".

وفقاً لاستطلاع للرأي أجرته الجزيرة نت، أفاد 91% من المشاركين بأن المقاطعة الشعبية نجحت في الإضرار بالشركات الداعمة للاحتلال²، وهي نتيجة تعكس نجاح الحملات الرقمية في تعبئة الجماهير وتحقيق أثر ملموس. وفي الأردن، أظهرت دراسة لمركز الدراسات الاستراتيجية أن 93% من المواطنين شاركوا في المقاطعة، مقابل 95% توجهوا نحو المنتجات المحلية³، ما يبرز وعياً استهلاكياً جديداً تم تشكيله رقمياً.

¹قناة الجزيرة. "دور إعلام المقاومة في تعزيز الوعي بالقضية الفلسطينية خلال طوفان الأقصى". <https://www.aljazeera.net/news/2023/10/15/role-of-resistance-media-in-awareness-during-october-events> (استطلاع: المقاطعة الشعبية أضرت بالشركات

²الجزيرة نت، "استطلاع: المقاطعة الشعبية أضرت بالشركات الداعمة للاحتلال"، <https://www.aljazeera.net/ebusiness/2023/12/15/> استطلاع للجزيرة نت-91-يعتقدون-أن (اطلع عليه في 2 ماي 2025، الساعة 15:30.

³مركز الدراسات الاستراتيجية - الجامعة الأردنية، "نتائج استطلاع رأي حول المقاطعة الاقتصادية في الأردن"، <https://jcss.org/ResearchAndStudies> اطلع عليه في 2 ماي 2025، الساعة 15:45

على مستوى الأثر الاقتصادي، سجلت شركة "أمريكانا" في مصر تراجعًا بنسبة 48.2% في أرباحها خلال الأشهر التسعة الأولى من 2024¹، بينما خسرت شركة "ماكدونالدز" ما يقارب 10 مليارات دولار من قيمتها السوقية في يوم واحد، بفعل تأثير المقاطعة في المنطقة. كما أظهرت تقارير أن مبيعات "ستاربكس" تراجعت بنسبة 7% مقارنة بالعام السابق².

هذه الحملات، التي تم تنظيمها وترويجها أساسًا عبر منصات الإنستغرام، تويتر، تيك توك، وفيسبوك، لم تقتصر على الدعوة للمقاطعة فقط، بل شملت نشر لوائح المنتجات البديلة، وتوثيق تفاعل الأسواق والمحال التجارية، وتنسيق وقفات توعوية ميدانية، وهو ما حول المقاطعة من مجرد رد فعل إلى حركة شعبية واعية مرتكزة على دبلوماسية الإعلام الرقمي الشعبي.

تثبت هذه المؤشرات أن الفضاء الرقمي بات أداة فاعلة في التعبئة السياسية الاقتصادية و محركًا فعالًا لتشكيل السلوك الجماهيري.

2. الحراك الطلابي و المسيرات الشعبية

أبرزت أحداث طوفان الأقصى في أكتوبر 2023 حراكًا شعبيًا واسعًا في الوطن العربي، تمثل في موجات من المسيرات الشعبية والوقفات الطلابية التي عبّرت عن عمق التضامن مع الشعب الفلسطيني، وقد كان للإعلام الرقمي الدور المركزي في الترويج والتنظيم لهذا الحراك الجماهيري. إذ تحولت منصات التواصل الاجتماعي إلى فضاءات افتراضية للتعبئة الشعبية، حيث تم تداول دعوات المسيرات والاعتصامات، وتنسيق توقيتها وأماكنها، فيما يشبه التنظيم الجماعي الشبكي القائم على التفاعل اللحظي³.

في المغرب، شهدت الجامعات ووقفات احتجاجية طلابية حاشدة، دعت إليها التسيقيات الوطنية عبر تويتر وتيليغرام، كما شهدت العاصمة الأردنية عمان

¹سكاي نيوز عربية، "تراجع أرباح شركات كبرى بسبب المقاطعة في العالم العربي"، <https://www.skynewsarabia.com/business/1702321> اطلع عليه في 2ماي 2025، الساعة 18:00

²قناة الحرة، "تأثير حملات المقاطعة الرقمية على السوق الاستهلاكية في الشرق الأوسط"، <https://www.alhurra.com/economy/2024/02/18/boycott-impact> طُلع عليه في 2 ماي 2025، الساعة 18:10
³الباروميتر العربي، "استطلاع الموجة الثامنة"، سبتمبر 2023 – يوليو 2024، تاريخ الاطلاع: 3 ماي 2025، الساعة 20:30، <https://www.arabbarometer.org/surveys/arab-barometer-wave-viii/>.

مسيرات شبابية انطلقت بدعوات من مجموعات طلابية مستقلة على إنستغرام و مؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي ، وتم توثيقها لحظة بلحظة عبر البث المباشر، وهو ما ساهم في تحفيز مسيرات مماثلة في الجامعات الجزائرية واللبنانية والتونسية¹.

تميّز هذا الحراك بكونه لا مركزيًا، متحررًا من أطر التنظيم الحزبي أو النقابي التقليدي، ومبنيًا أساسًا على التفاعل الرقمي والتأثير بالمحتوى الإعلامي الميداني القادم من غزة. فالمقاطع المصورة التي توثق جرائم الاحتلال لعبت دورًا تعبويًا مباشرًا، ما أوجد بيئة مشحونة عاطفيًا دفعت شرائح طلابية للنزول إلى الشارع، إما دعمًا للمقاومة أو احتجاجًا على الصمت الرسمي و ممارسة الضغط السياسي على الحكومات.

كما ساهمت المنصات الرقمية في الترويج للمسيرات التضامنية خارج أسوار الجامعات، حيث ظهرت مبادرات مدنية من مواطنين عاديين عبر مجموعات فيسبوك وواتساب تدعو إلى وقفات يومية أمام مقرات بعثات دبلوماسية أجنبية، أو إلى تنظيم سلاسل بشرية دعمًا لغزة. وأدى ذلك إلى اتساع نطاق الحراك وتحولته من مجرد تفاعل رقمي إلى فعل ميداني ملموس.

إن هذا النمط من الحراك يؤكد أن الإعلام الرقمي لعب دورًا نوعيًا في إعادة ربط الشارع العربي بالقضية الفلسطينية، خارج الأطر الرسمية. وبذلك يكون الحراك الطلابي والمسيرات الشعبية، كما نُسقت رقمياً، أحد تجليات التأييد الرقمي العملي للقضية الفلسطينية².

¹ الباروميتر العربي، "تقرير فلسطين 2023: ميزان القوى الداخلي والعلاقات الفلسطينية الإسرائيلية قبل وبعد 7 أكتوبر"، 17 جانفي 2024، تاريخ الاطلاع: 3 ماي 2025، الساعة 20:35.

² المركز الفلسطيني للبحوث السياسية والمسحية، "استطلاع رأي عام حول الأوضاع في فلسطين خلال حرب غزة"، 8 أكتوبر 2023، تاريخ الاطلاع: 3 ماي 2025، الساعة 20:45، <https://www.pcsr.org/en/node/98>.

المطلب الثاني: مؤشرات التحول في الرأي العام الغربي بعد أحداث طوفان الأقصى

• المؤشرات:

يتغير الرأي العام تجاه قضية ما، وفق ثلاثة محاور، وهي الحقائق - القيم - الهوية، ولذا كان للدبلوماسية الشعبية الرقمية، دور هام في إظهار الحقائق عالمياً، وعبر مواقع التواصل الاجتماعي، ليكون لها التأثير الأكبر للتحوّل في الرأي العام الغربي ما مثّل صدمةً للنموذج المعرفي القيمي الغربي؛ حيث كان الرأي العام الغربي يتلقّى المعلومات من القنوات الإخبارية العالمية مثل سي إن إن، وبي بي سي، وفوكس نيوز، والتي هي تحت التأثير السياسي الإسرائيلي، ولكن عندما دخلت السوشال ميديا (وسائل التواصل الاجتماعي)، غيّرت المعادلة ووصلت لقلب الرأي العام العالمي كما واجهت وسائل الإعلام التقليدية في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية مأزقاً لم يسبق أن تعرّضت له، فقد تناولت وسائل الإعلام الغربي الكبرى هجوم 7 أكتوبر، وفقاً للرواية الإسرائيلية بشكل مطلق في الأيام الأولى للحدث، وفشلت وسائل إعلام عالمية، مثل بي بي سي، في تحقيق توازن في التغطية مع بدء الحرب، وفيما بدا أنه تركيز للرواية الإسرائيلية، وهو ما كشف عن اضطراب التغطيات الإعلامية، وأسهم في صناعة استقطاب، شجّع تمرّد الرأي العام ضدها، خاصةً من الأجيال الشابة وأحدث صدمةً في نموذج القيم الغربية

و على الرغم من السيطرة الإعلامية الغربية التقليدية على رواية الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، فإن الإعلام الرقمي أحدث ثغرة في هذا الجدار المتراكم من الانحياز، حيث ساهمت تغطية طوفان الأقصى في تحريك شرائح واسعة من الرأي العام الغربي، خصوصاً بين فئة الشباب والطلبة الجامعيين. وفقاً لتقرير مؤسسة "YouGov" البريطانية، فقد ارتفعت نسبة الداعمين للقضية من 27% إلى 45% بين أكتوبر وديسمبر 2023، خاصةً بين الفئة العمرية 18-35 سنة.¹

كما استندت مجلة "الإيكونوميست" إلى تحليل لبيانات جمعتها شركة (DMR) لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، من مليون منشور على منصات إنستجرام، وإكس،

¹ "YouGov"، "تغير المواقف تجاه القضية الفلسطينية بعد 7 أكتوبر"، تقرير منشور على الموقع الرسمي، ديسمبر 2023، تاريخ الاطلاع: 3 ماي 2025، الساعة 20:15، <https://yougov.co.uk/>

ويوتيوب بين 7 و23 أكتوبر 2023¹، بناءً على طلب من المجلة، وأظهر وجود تأييد بفارق كبير للفلسطينيين على تلك المنصات؛ حيث كانت المنشورات المؤيدة للفلسطينيين أكثر بمقدار 3.9 مرات من تلك المؤيدة للإسرائيليين وأظهر تقرير صادر عن "The Intercept" أن أكثر من 600 ألف تغريدة من مستخدمين أمريكيين خلال أول أسبوعين من الأحداث حملت وسم FreePalestine²، وهو ما شكل ضغطاً معنوياً على السردية الإسرائيلية في الإعلام الأمريكي.

كما لوحظ تغير نسبي في تغطية بعض القنوات الغربية، مثل BBC و Channel 4 البريطانية، التي بدأت في إدراج وجهات النظر الفلسطينية بصورة أكثر توازناً، بعد موجة انتقادات تعرضت لها من جمهورها الرقمي. وأظهرت بيانات Google Trends أن كلمات البحث عن "قصف غزة" و"جرائم إسرائيل" ارتفعت بنسبة 380% في ألمانيا، فرنسا، والولايات المتحدة بين 7 و14 أكتوبر 2023³.

كما يمكن أن يستدل علي التحول في الرأي العام الغربي من خلال المظاهرات الشعبية التي اجتاحت العالم شرقاً وغرباً، فوفقاً لمركز أبحاث إسرائيلي يرصد الاحتجاجات الشعبية حول العالم في الفترة من 7 إلى 13 أكتوبر، فإن 69% من المظاهرات جاءت مؤيدة لفلسطين، مقابل 31% لإسرائيل، وبعد 13 أكتوبر ارتفعت النسبة لتصل إلى 95% لفلسطين مقابل 5% لإسرائيل.

و أشار تقرير لمعهد دراسات الأمن القومي الإسرائيلي (INSS) The Institute for Security Studies، إلى أن عدد المظاهرات المؤيدة لإسرائيل والفلسطينيين في العالم خلال الفترة من 7 إلى 27/10/2023، هو على النحو التالي:

¹ التضامن الرقمي مع فلسطين يتفوق على إسرائيل على وسائل التواصل الاجتماعي"، 20 ديسمبر 2023، "The Economist"، <https://www.economist.com/>. تاريخ الاطلاع: 3 ماي 2025، الساعة 20:20،
² "وسم FreePalestine يجتاح تويتر في الولايات المتحدة بعد 7 أكتوبر"، أكتوبر 2023، تاريخ الاطلاع: 3 ماي 2025، الساعة 20:25، <https://theintercept.com/>.
³ "ارتفاع البحث عن مصطلحات متعلقة بغزة وجرائم إسرائيل"، تقرير البيانات المفتوحة، أكتوبر 2023، تاريخ الاطلاع: 3 ماي 2025، الساعة 20:30، <https://trends.google.com/>.

في الولايات المتحدة جرت 182 مظاهرة مؤيدة لإسرائيل، مقابل 402 مظاهرة مؤيدة للفلسطينيين ومعارضة لإسرائيل، بينما بلغ عدد المظاهرات المؤيدة لإسرائيل في كل العالم خلال الفترة نفسها 359 مظاهرة، مقابل 3482 مظاهرة مؤيدة للفلسطينيين

المظاهرات لم تقتصر على الشوارع فحسب، بل امتدّت إلي الجامعات أيضًا، ومن أهمّها جامعتي هارفارد وتكساس، كما ظهرت أشكال مختلفة من الاحتجاجات الشعبية المؤيدة لفلسطين، منها على سبيل المثال محاصرة سفن الشحن المتّجهة إلى إسرائيل، وملاحقة مسؤولين سياسيين لعدم دعمهم وقف إطلاق النار، والإضراب عن الطعام وغيرها من وسائل الاحتجاجات الشعبية¹

هذا التحول لا يعني تغييرًا جذريًا في الرأي العام الغربي، لكنه يعكس تآكلًا تدريجيًا في الثقة بالإعلام التقليدي، وفتح مساحة لظهور خطاب فلسطيني جديد، أكثر جرأة، وأوسع انتشارًا، يستند إلى لغة حقوق الإنسان والمظلومية الإنسانية، وهو ما قد يشكل أرضية مستقبلية لتحولات سياسية تضامنية أوسع.

أسباب هذا التحول :

يمكن إرجاع التحول الملحوظ في الرأي العام الغربي تجاه القضية الفلسطينية بعد طوفان الأقصى إلى عدة عوامل متداخلة، إلا أن الإعلام الرقمي يتصدر هذه الأسباب، باعتباره القوة الدافعة الأولى خلف إعادة تشكيل التصورات الشعبية. فقد أتاح هذا الإعلام منصة موازية وبديلة عن المنظومة الإعلامية الغربية التقليدية، التي طالما احتكرت سردية الصراع، وقدم الرواية الإسرائيلية بوصفها "المشروعة" و كما تم الإشارة إليه سابقًا فإن الإعلام الرقمي مكن الجمهور الغربي من الوصول المباشر إلى صور ومقاطع موثقة تُظهر جرائم الاحتلال في غزة دون وساطة تحريرية أو رقابة. كما ساهم في تعزيز حضور السردية الفلسطينية، وهو ما أعطى للقضية بُعدًا إنسانيًا جديدًا خارج القالب السياسي التقليدي كما شكل بيئة جديدة لصياغة الوعي، وهدم الصور النمطية، وتوليد خطاب تضامني عالمي لم يكن ممكنًا في ظل سيطرة الإعلام التقليدي الغربي.

¹مركز - INSS معهد دراسات الأمن القومي الإسرائيلي، "رصد المظاهرات المؤيدة للفلسطينيين والإسرائيليين عالميًا بين 7 و 27 أكتوبر 2023"، 30 أكتوبر 2023، تاريخ الاطلاع: 3 ماي 2025، الساعة 20:45، <https://www.inss.org.il>

المطلب الثالث: التحديات التي واجهت الإعلام الرقمي في دعم القضية

رغم الدور الريادي الذي اضطلع به الإعلام الرقمي في إعادة تشكيل الرأي العام الدولي حول القضية الفلسطينية، خاصة عقب أحداث طوفان الأقصى، إلا أن هذا الإعلام يواجه جملة من التحديات البنوية والمنهجية، التي تحد من فاعليته وتستهدف رسالته السياسية والإنسانية. تتمثل أبرز هذه التحديات في التضيق التقني المتعمد، وفرض الرقابة المؤسسية، وممارسات الحرب النفسية الرقمية التي تنتهجها مؤسسات الاحتلال

1. أولاً، تُعد الرقابة الرقمية التي تفرضها شركات التكنولوجيا الكبرى تحدياً متصاعداً. فوفقاً لتقرير منظمة amleh7 - المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي - تم حذف أو تقييد آلاف المنشورات الفلسطينية على فيسبوك وإنستغرام وتويتر، بزعم مخالفة معايير النشر¹، وهو ما اعتبره النشطاء الفلسطينيون شكلاً من أشكال الإبادة الرقمية (Digital Erasure)، يستهدف طمس الرواية الفلسطينية وتعزيز هيمنة الرواية الإسرائيلية.

2. ثانياً، يواجه الإعلام الرقمي تحدياً آخر متمثلاً في التوجيه الخوارزمي للمحتوى، حيث تقوم منصات التواصل بتقليص وصول المنشورات الداعمة للمقاومة²، مما يجعل التفاعل الجماهيري معها محدوداً مقارنة بالمحتوى المروج من جهات غربية أو إسرائيلية. هذا التلاعب في الخوارزميات يقوّض مبدأ الحياد التقني، ويحوّل الفضاء الرقمي إلى ساحة غير متكافئة في الصراع الإعلامي.

3. ثالثاً، تشكل الحرب النفسية الرقمية التي تقودها الجهات الإسرائيلية تحدياً مركزياً، حيث تُنشر آلاف الحسابات الوهمية والботات لتشويه الحقائق، وبت أخبار كاذبة، والتشويش على المحتوى الفلسطيني، خاصة خلال الفترات الحرجة كالقصف أو المجازر. وقد كشفت تقارير إعلامية عن نشاط منظم

¹ حملة - المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي، «تقرير حول الرقابة الرقمية على المحتوى الفلسطيني»، موقع amleh7، تم الاطلاع عليه يوم 6 ماي 2025، <https://7amleh.org/post/701>

لوحداث سيرانية إسرائيلية تستهدف المحتوى العربي بمضامين مضادة أو مموّهة لزعزعة الثقة وإرباك المتلقي¹.

4. رابعاً، تعاني المنصات الرقمية الفلسطينية من غياب التمويل المستدام والدعم المؤسسي، مما يُضعف من قدراتها في المنافسة على المستوى البصري والتقني مع المؤسسات الإعلامية المدعومة من الدول أو الشركات. ويظهر ذلك جلياً في ضعف البنية التحتية للمواقع الإخبارية الفلسطينية مقارنة بمنصات إعلامية غربية أو صهيونية.

5. أخيراً، تفتقر كثير من المبادرات الرقمية الفلسطينية إلى التنسيق الإستراتيجي فيما بينها، ما يؤدي إلى تكرار الجهود وغياب الرؤية الاتصالية المتكاملة. كما أن غياب السياسات الإعلامية الموحدة داخل المؤسسات الفلسطينية، يشكّل عائقاً أمام بناء خطاب رقمي موحد وفعال.

تُظهر هذه التحديات المعقدة أن الإعلام الرقمي الفلسطيني لا يعمل في فراغ، بل يتحرك ضمن بيئة دولية مشحونة، تغطي عليها الرقابة الرقمية والتضييق التقني، وهو ما يستدعي مقاربات متجددة في فهم ديناميات المواجهة الإعلامية، وكيفية التفاعل مع المستجدات السيرانية والسياسية المتسارعة.

¹ IFEX، «الشباب الفلسطيني يواجه تهديدات مقلقة في الأمن الرقمي»، تم الاطلاع 6 مايو 2025، <https://ifex.org/ar/palestinian-youth-face-alarming-digital-security-threats/>.

خلاصة الفصل الثاني :

يتضح من خلال هذا الفصل أن الإعلام الرقمي لم يعد مجرد وسيط ناقل للمعلومات، بل أصبح فاعلاً سياسياً وثقافياً قادراً على إعادة تشكيل الوعي الجماعي حول القضايا الدولية، وفي مقدمتها القضية الفلسطينية. فقد أظهر تحليل جذور القضية والتطور الإعلامي الموازي لها أن هناك تحولاً تدريجياً نحو الرقمنة، انعكس بوضوح خلال أحداث طوفان الأقصى، حيث لعبت المنصات الرقمية دوراً محورياً في نقل الرواية الفلسطينية بشكل مباشر وفعال.

أثبتت هذه المنصات، عبر تغطيتها الميدانية، قدرتها على التأثير في اتجاهات الرأي العام العربي، لا سيما في ظل تراجع ثقة الجماهير في الإعلام التقليدي، مما أتاح بروز موجات تضامن رقمية واسعة تمثلت في حملات المقاطعة، الحراك الطلابي، والمسيرات الشعبية. في الوقت ذاته، أفرزت هذه التحولات الإعلامية تأثيراً ملحوظاً على الرأي العام الغربي، الذي أبدى انفتاحاً غير مسبوق على السردية الفلسطينية، كما عكست ذلك مؤشرات الدعم والمظاهرات والوسوم المتداولة.

إلا أن هذا التأثير لم يخلُ من التحديات، إذ واجه الإعلام الرقمي الفلسطيني سياسات ممنهجة من الحذف، والتضييق، والتشويش، إضافة إلى حملات التشويه والحرب النفسية التي تقودها جهات معادية. ورغم هذه التحديات، فقد مكّن الإعلام الرقمي القضية الفلسطينية من تحقيق اختراق نوعي في الوعي الدولي، وفرضها كقضية حية على أجندة الرأي العام العالمي.

الفصل الثالث :
الإطار التطبيقي

المبحث الأول : الإطار المنهجي للدراسة**المطلب الأول: مناهج الدراسة**

سبق وأن تطرقنا في الإطار المنهجي للدراسة إلى المناهج العلمية المعتمدة، والتي تم توظيفها لفهم وتحليل موضوع الدراسة. وقد اعتمدنا بشكل رئيسي على:

- **المنهج الوصفي:** من أجل تقديم صورة دقيقة عن الظاهرة محل الدراسة، وتحديد أبعادها النظرية والمفاهيمية.
- **المنهج التحليلي:** لتحليل مضامين الإعلام الرقمي، وتفسير التفاعلات الرقمية المتعلقة بالقضية الفلسطينية.
- **منهج دراسة الحالة:** بالنظر إلى تركيز الدراسة على أحداث طوفان الأقصى كحالة محددة لتحليل الخطاب الإعلامي وتوجهات الرأي العام.

وقد سمحت هذه المناهج بتوفير قاعدة معرفية وتحليلية لفهم الظاهرة الإعلامية قيد الدراسة، واستقراء تأثيراتها الاتصالية والسياسية.

المطلب الثاني: أدوات الدراسة

أما فيما يخص أدوات الدراسة، فقد تم اعتماد الأدوات التي تُمكن من جمع بيانات نوعية تدعم الجانب التحليلي من البحث، وكان من أبرزها:

- **أداة المقابلة:** حيث تم إجراء مقابلة مع أحد الفاعلين الإعلاميين في المقاومة الفلسطينية، بهدف الحصول على معطيات ميدانية حول آليات الإعلام الرقمي، والتحديات التي تواجهه، وتأثيره في الرأي العام.
 - **أداة الملاحظة:** من خلال متابعة وتحليل التفاعلات الرقمية المرتبطة بالقضية الفلسطينية على منصات التواصل الاجتماعي، ورصد أنماط التفاعل الشعبي، وكثافة المحتوى الرقمي، وتوجهاته الرمزية.
- وقد مكنت هذه الأدوات من ربط الجانب النظري بالواقع الاتصالي، وتوفير أرضية صلبة للتحليل التطبيقي في هذا الفصل .

المبحث الثاني : شرح و تحليل نتائج المقابلة معلومات عامة حول المقابلة:

تم اجراء هذه المقابلة يوم 12 ماي 2025 على الساعة 13:00 ظهرا مع الدكتور عز الدين الرنتيسي المتحصل على شهادة الدكتوراه في الاعلام الرقمي من جامعة العلوم الاسلامية الماليزية و هو باحث في إعلام المقاومة و محاضر في الجامعة الاسلامية بقطاع غزة.

محتوى المقابلة:

بسم الله الرحمن الرحيم، طبعًا أنا سأجيب على التساؤلات التي تفضلت فيها، أتمنى لك كل التوفيق والنجاح وأن يكون هذا الجهد في ميزان حسناتك، خاصة وأن هذه المعركة معركة بأوجه متعددة وهذا الوجه الثقافي والعلمي أحد أوجه المقاومة التي يجب أن تبقى حاضرة فيها القضية الفلسطينية وخاصة أن الإبادة الصهيونية التي يمارسها الاحتلال الصهيوني على غزة ليست فقط إبادة ضد البشر والحجر وهذه الأرض المباركة وإنما أيضًا حتى إبادة للمعرفة من خلال استهداف الجامعات والمكتبات وكل ما يبعث على الحياة وعلى الحياة العلمية في فلسطين.

السؤال الأول :كيف تنظر حماس إلى دور الإعلام الرقمي في الصراع ؟

في حركة المقاومة الإسلامية حماس، نعتبر الإعلام الرقمي هو أداة استراتيجية وحيوية في صراعنا مع الاحتلال الصهيوني، خاصة وأن هذه الساحة الإعلامية هي ساحة مواجهة لا تقل شراسة عن المواجهة العسكرية، وإنما في بعض الأحيان تكون أكثر أهمية من المواجهة العسكرية وتكون موازية لأي أداة من أدوات القوة.

وهناك مجموعة من الأبعاد التي ممكن أن نذكرها لتلخيص الفكرة في اهتمام حركة حماس بالإعلام الرقمي، اهتمام حركة حماس بالإعلام بكل أشكاله، صحيح أنها مهتمة بالإعلام التقليدي سواء المرئي أو المسموع أو المقروء، ولكن أيضًا الإعلام الرقمي في ظل هذا العالم الافتراضي، هو اهتمام كبير، لما له من خصوصية وما له من صلاحيات وإمكانيات وسنتحدث عنها في وقت لاحق لماذا نهتم بهذا الإعلام الرقمي

النقطة الأولى: أنه هي أحد وسائل مقاومة الاحتلال ونقل الرواية الفلسطينية، يرى المكلف بالإعلام في مكتب حركة المقاومة الإسلامية أن الإعلام الرقمي كان وسيلة لتمير السردية الفلسطينية والرواية الفلسطينية، من خلال نشر مقاطع الصور ومقاطع الفيديو وتمير الرواية، وأيضًا هذه الصورة وهذه الرواية هي منقسمة لقسمين، أول شيء ما يتعلق بالانتهاكات والجرائم وحرب الإبادة، والتطهير العرقي والقتل الكامل، هذا كان وجه من أوجه المعركة التي استخدمتها السردية الفلسطينية لتمير هذه الرواية، وأيضًا في الصورة الأخرى، صور المقاومة والصمود والبسالة التي أبرزها المقاوم الفلسطيني وأن هذا المقاتل يقاتل بشرف وبأخلاق ويقاتل بكل شجاعة وبكل جسارة، هذا أيضًا كان صورة مهمة لمقاومة الاحتلال من خلال الإعلام، اليوم كما يتم أو يحمل هذا المقاوم قذيفة الياسين أو يضع عبوة الشواظ، هو أيضًا يحمل الكاميرا ليوثق هذه الأحداث، فكان حمل هذه الكاميرا هو لنقلها عبر الإعلام التقليدي وأيضًا عبر الإعلام الرقمي لإيصال الصورة للعالم، فكانت هي أحد أهم النقاط التي اهتمت بها المقاومة في الإعلام الرقمي من أجل مقاومة الاحتلال، باعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي هي أداة من أدوات المقاومة.

أيضًا نقطة أخرى هي حشد الرأي العام، استخدمت المقاومة وإعلام المقاومة مواقع التواصل الاجتماعي من أجل ثلاث أهداف أساسية، متعلقة أول شيء ما يتعلق بالحاضنة الشعبية للمقاومة في فلسطين وفي غزة وفي الضفة، من أجل تعزيز الالتفاف حول خيار المقاومة وتوجيه هذا الخطاب للشعب الفلسطيني ليفتخر بمقاومته، ليفتخر بإنجاز المقاومة، و ليلتف أكثر حول خيار المقاومة باعتباره خيار وحيد لتحرير هذه الأرض، وأن الاحتلال الصهيوني لا يفهم إلا لغة واحدة هي لغة المقاومة ولغة الكفاح، وحاولت المقاومة أن تعزز هذه الصورة لدى الجمهور الفلسطيني الداخلي، أن هذا المقاوم رغم قلة الإمكانيات يستطيع إيذاء وجه الصهاينة، يستطيع إيقاع الخسائر الكبيرة في جيش الاحتلال الصهيوني، فكانت هذه أحد أوجه يعني تحشيد الرأي العام التي استخدمتها المقاومة الفلسطينية، أيضًا كانت من ضمن حشد الرأي العام الرسائل الموجهة إلى الجمهور العربي

والإسلامي لحشد التضامن والدعم للمقاومة الفلسطينية، نحن نتحدث اليوم عن جمهور وأمة عربية وإسلامية تدعم المقاومة الفلسطينية في حقها في الدفاع عن أرضها، في الدفاع عن حقوقها، في استعادة حريتها ونيل الحرية من الاحتلال الصهيوني، فكانت المقاومة توجه هذه الرسائل للجمهور العربي من أجل تحشيد ومزيد من الدعم والتضامن للشعب الفلسطيني ولل قضية الفلسطينية وللمقاومة الفلسطينية، هذه كانت أيضًا احد أهم الرسائل التي وجهتها المقاومة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، أيضًا رسائل مهمة أيضًا وجهتها إلى الجمهور الغربي والجمهور الدولي لتغيير الصورة النمطية التي حاول الاحتلال الصهيوني تصويرها عن المقاومة الفلسطينية باعتبارهم إرهاب أو قتلوا الأطفال أو اغتصبوا النساء وما إلى ذلك من السرديات الصهيونية التي حاولت يعني أن توسم بها المقاومة الفلسطينية وحتى ليس المقاومة فقط وإنما حتى الشعب الفلسطيني حينما خرج قادة الاحتلال وتحدثوا أن الفلسطينيين هم عبارة عن حيوانات بشرية وما إلى ذلك، حاولت المقاومة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ومن خلال إعلامها وأدواتها الإعلامية أن تفرض سرديتها الفلسطينية، أن توصل صوتها للعالم، وهذا أيضًا ما يعني كان نقطة فارقة في هذه المعركة، معركة 7 أكتوبر وعلى مدار 19 شهر، اضاف الدكتور انها أيضًا جزء من الحرب النفسية والدعائية ضد الاحتلال الصهيوني وأيضًا توجيه رسائل للعدو عبر فيديوهات، فيديوهات مقاومة للجنود الأسرى، للرسائل النصية والبيانات، هذا كان جزء أيضًا من استخدامها، أيضًا للتأثير على معنويات للشارع الصهيوني وللتأثير عليه باتجاه زيادة الضغط على الاحتلال والضغط على قادة الاحتلال وخلق حالة من التوتر داخل المجتمع الإسرائيلي، أيضًا المقاومة ترى في الإعلام الرقمي جزء من العمليات النفسية ضد جنود الاحتلال، ضد قادة الاحتلال من خلال الوصول إلى حساباتهم الشخصية، إلى صورهم، إلى الحسابات وإيصال رسائل عبر هذه الحسابات أو عبر أرقام الواتساب وما إلى ذلك، هذا جزء من العمليات الرقمية التي استخدمتها المقاومة الفلسطينية في التأثير على الكيان الصهيوني سواء القادة والجنود أو حتى الأفراد والمجتمع الداخلي، ضمن ما يسمى العمليات النفسية أو الحرب النفسية على

الاحتلال وهذا كان جزءاً أيضاً والذي ساهمت فيه مواقع التواصل الاجتماعي، أيضاً كانت مواقع التواصل الاجتماعي من المواقع أو الوسائل البديلة للمؤسسات الإعلامية التقليدية، خاصة أن الاحتلال الصهيوني يسيطر على معظم أو على غالبية المواقع والمؤسسات الإعلامية الدولية وعلى وكالات الأنباء وعلى الشبكات الإعلامية وعلى دور السينما، لأنه حتى إذا رجعنا إلى تاريخ هذا الكيان الصهيوني كان يتحدث هرتزل قبل يعني إنشاء الاحتلال الصهيوني أن أعطوني الذهب والإعلام أقيم لكم دولة، وهم نجحوا فعلاً في السيطرة على الإعلام العالمي واستطاعوا على مدار سنوات طويلة أن لا يرى العالم ولا يسمع إلا ما يريد هذا الكيان المجرم، فكانت مواقع التواصل الاجتماعي هي بديل عن المواقع التقليدية التي يسيطر عليها الصهاينة، ولا يسمحون بتمرير الرواية الفلسطينية وإنما يعزلون القضية ويحاولون فقط يعني إسماع العالم وإقناعه بما يريدون، فهذه كانت مواقع التواصل الاجتماعي يعني جزء مهم كبديل للمؤسسات الإعلامية التقليدية، وأيضاً كانت يعني مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمقاومة هي أحد أدوات تحشيد الرأي والتنظيم الداخلي داخل المقاومة، داخل أفرادها، محبينها من خلال مجموعات الواتساب وصفحات التواصل على الفيسبوك أو تويتر لبناء حاضنة شعبية، لبناء رأي عام وتحشيد داخلي ينظم هذه الحالة، فكان الإعلام الرقمي أحد أبرز الأدوات الداخلية لنقل الرسائل التنظيمية، السياسية، توحيد الخطاب، توحيد الحملات الإعلانية، شرح مواقف الحركة في قضايا مختلفة، هذا كان جزءاً أيضاً من كيف تنتظر حماس إلى دور الإعلام الرقمي في الصراع، هي تنتظر إليه باهتمام وتوليه مساحات ومجالات عمل كبيرة وواسعة، لأنها تدرك أن هذا السلاح وهذه ومواقع التواصل الاجتماعي أهميته لا تقل أهمية عن الإعداد العسكري أو عن الإعداد في أي وجه من أوجه المعركة، هذا دور مهم لمواقع التواصل الاجتماعي وتولي الحركة مساحات من التفكير والتخطيط والتوجيه والإشراف والإدارة لهذه الحالة.

السؤال الثاني: ما الفرق في نظركم بين فعالية الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي في إيصال الرواية الفلسطينية؟

أجاب الدكتور عز الدين الرنتيسي ان الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، كل واحد له يعني خصوصية وله جمهوره، ولا يمكن لأي وسيلة أن تلغي وسيلة أخرى، كما هو معروف في الإعلام، فحتى الصحيفة لا يمكن أن تلغي جمهور الإذاعة، وكذلك الإذاعة لا تلغي جمهور التلفاز، ولكن اليوم فيما يتعلق في الفرق بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي في إيصال الرواية الفلسطينية، أعتقد أن الصحف والتلفاز والإذاعة والإعلام التقليدي محدود جغرافيًا وزمنيًا، ويعتمد على جمهور محدد يتابع قنوات معينة، بينما الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي، المواقع الإخبارية، اليوتيوب وما إلى ذلك يمتاز بالوصول الواسع والسريع إلى جمهور عالمي دون حواجز جغرافية أو وقتية، ولكن أنا ما يهمني بصراحة من ناحية الفروق بين التقليدي والرقمي هو ما يتعلق بالرواية الفلسطينية والسردية الفلسطينية خاصة كما ذكرنا سابقًا أن الاحتلال يسيطر على الإعلام التقليدي، يسيطر على وكالات الأنباء، يسيطر على القنوات الدولية والغربية، وهنا يحاول أن يعزل السردية الفلسطينية، يعزل الرواية الفلسطينية ويقدم الرواية الصهيونية فقط من منظور صهيوني ويتحيز لهذه الرواية، فالفرق الأساسي أن الإعلام التقليدي هو له سياسات وسياسة تحريرية تتبنى الرواية الصهيونية وتهاجم الرواية الفلسطينية، بينما الإعلام الرقمي يعطي مساحة أكثر اتساعًا لتمرير السردية الفلسطينية، وللتفاعل مع الجمهور الداعم للمقاومة والمحبة للمقاومة، وأعتقد أن هذا هو كان الجزء الفارق والكبير في هذه المعركة حيث تمكنت الرواية الفلسطينية من اختراق الوعي العالمي والرأي العالمي لأنها اجتازت الحواجز التي تفرضها وسائل الإعلام التقليدية، يعني نحن على مدار أكثر من 77 عام لم يسمع العالم أي سردية فلسطينية كما سمعها في هذه المعركة، وأن الإنتصار الحقيقي في هذه المعركة هو انتصار السردية الفلسطينية على السردية الصهيونية وتقنيك السردية الصهيونية التي كانت تقول أن هذه الأرض أرض بلا شعب وأن الصهاينة هؤلاء هم شعب بلا أرض وجاءوا إلى فلسطين وكذلك السردية الكذب فيما يتعلق بالهولوكوست وما إلى ذلك، وكان الذي

ارتكب الهولوكوست هم الفلسطينين، فكانت هناك مجموعة من السرديات الصهيونية التي يتم تمريرها عبر الإعلام التقليدي ويتم إقناع الرأي العام من خلالها، ولكن في هذه المعركة كان الفرق الجوهرى في الإعلام التقليدي أن الفلسطيني استطاع أن يمرر روايته من خلال هذا الإعلام، فأعتقد أن أبرز الفروق هي تجاوز القيود والسياسات التحريرية التي تفرض على السردية الفلسطينية في الإعلام التقليدي، بينما في الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي والإعلام الرقمي هناك يعني مساحات لإيصال هذه الرواية رغم محاولات التقييد والحظر ولكنها تبقى أقل من الإعلام التقليدي.

يعني بالمختصر هو إنه الإعلام التقليدي أكثر فعالية في نقل الرواية الفلسطينية لأنه يتيح للفلسطينيين مساحة حرة وسريعة للتعبير كما يساعد في بناء تضامن دولي شعبي يتجاوز الحكومات ووسائل الإعلام التقليدية الكبرى.

السؤال الثالث: هل تعتمد الحركة استراتيجية رقمية محددة في إدارة حساباتها وصفحاتها الإعلامية؟

كانت اجابته كالتالي الإستراتيجية الإتصالية أو الإستراتيجية الرقمية المحددة في إدارة حسابات مواقع التواصل الإجتماعي هي استراتيجية واحدة، والمقاومة يعني تضع لهذه الاستراتيجية مجموعة من العوامل وتحاول إنجاحها بشكل كبير، وهذه الاستراتيجية هي تقوم على نقل رسالتها وتحقق أهدافها السياسية والدعائية، ومن أهم هذه الإستراتيجيات هو التواصل مع الجمهور بكل الوسائل وعدم الإستسلام لمحاولات الحظر أو التقييد أو التغيب، فهذه الإستراتيجية تقوم على مجموعة من العوامل أهمها كما ذكرت هو التواصل مع الجمهور بحيث تستخدم حركة حماس وإعلامها المقاوم منصات مثل فيسبوك وتويتر تليجرام وغيرها من المواقع لإيصال هذه الرسالة، وحتى لو تم حظره في منصة تحاول أن تجد المنصة البديلة، وخاصة في هذه المعركة كان هناك يعني وصول حقيقي أو وجود حقيقي لإعلام المقاومة على تليجرام سواء الإعلام العسكري أو حتى كان إعلام المكتب السياسي والموقف الرسمي لحركة حماس، هذا بما يتعلق بالإعلام الرسمي للحركة، وأيضًا كانت استفادت من المواقع الويب سايت، فكان موقع الحركة فعال في هذه المعركة سواء

موقع القسام أو موقع الحركة، فكان هناك يعني محاولات للتواصل مع الجمهور بناءً على هذه الإستراتيجية وعدم الإستسلام لمحاولات التقييد ومحاولات الحظر ومحاولات العزل، فكان هناك هذا الجهد الأول الذي تقوم عليه الإستراتيجية الرقمية الإتصالية عبر حسابات الحركة هو التواصل مع الجمهور، النقطة الثانية هي الإعلام البديل، حيث حرصت الحركة على استخدام الوسائل كمنصات إعلام بديل حيث تقدم روايتها للأحداث وتتنافس في هذا المجال مع وسائل الإعلام الأخرى خصوصاً التي تتبنى وجهات نظر مغايرة، المقصود في الإعلام البديل هو أن هناك محاولات صهيونية ومحاولات صهيوية عربية لتشويه المقاومة وبناء خطاب يعني مهاجم للمقاومة ولكن استطاعت المقاومة في هذه المعركة وخلال السنوات الأخيرة من بناء استراتيجية تقوم على وسائل ومنصات بديلة تقدم هذه السردية وتقدم هذه الرواية، أيضاً استطاعت أن تقدم إنتاج مرئي ومسموع للجمهور وهذا ما شاهدناه على مدار المعركة في إنتاجات القسام والمقاومة وما فيها من تصوير من زوايا مختلفة، مونتاج وتصميم وجرافيك وما إلى ذلك، يعني رغم المعركة الضاغطة ورغم الأوضاع الصعبة ولكن المقاومة لأنها تدرك أهمية الرسالة الإعلامية التي لا تقل عن عن الصاروخ وعن القذيفة كانت تولي للمنتوج الإعلامي المرئي أو المسموع أولوية هامة وهو ما شاهدناه على طول المعركة في خرجات الناطق باسم القسام أبو عبيدة أو خرجات قادة الحركة الشهيد إسماعيل هنية رئيس المكتب السياسي وغيره من قادة الحركة وكذلك الشيخ صالح العروزي، ومنذ بداية المعركة حتى في الخروج الأول لقائد المقاومة أبو خالد الضيف وغيره من قادة المقاومة على مدار المعركة لأنها تدرك أهمية هذا المنتج وهذا المحتوى المرئي والمسموع لإيصال رسالة الحركة إلى العالم، وكذلك أيضاً كانت هناك مجموعة من الفيديوهات التي توثق العمليات غير العسكرية، هناك عمليات أيضاً إجتماعية وتعزيز الحاضنة الشعبية وما إلى ذلك كانت هناك أيضاً صور كبيرة لهذه الفيديوهات التي تعزز صورة الحركة لدى المؤيدين وفي وإظهار قوتها وصلابتها في مواجهة الاحتلال الصهيوني.

أيضًا كان من الإستراتيجية، الآن نحن ندخل في النقطة الرابعة من الإستراتيجية، النقطة الأولى كانت التواصل مع الجمهور، النقطة الثانية الإعلام البديل، النقطة الثالثة إنتاج محتوى مرئي ومسموع، النقطة الرابعة ما يتعلق بالتحليل والإستخبارات الرقمية حيث أيضًا استخدمت الحركة من خلال هذه الإستراتيجية محاولة التواصل مع الحلفاء والمناصرين وأيضًا الحصول على معلومات من مصادر مختلفة ومفتوحة خاصة عبر تطبيقات ومثل تليجرام وغيرها في محاولة أيضًا للإستفادة من مواقع التواصل الإجتماعي أيضًا فيما يتعلق في اعتماد الحركة على استراتيجية الإنتشار في منصات جديدة حيث تسعى الحركة إلى التواجد عبر منصات جديدة أو تلك التي قد لا تكون مراقبة بشكل مكثف من قبل الإحتلال الصهيوني أو تكون شروطها أقل تقييد من مواقع أخرى، فمثلًا كذكرنا إنه الحركة تتجه نحو مواقع تليجرام لأنها كانت أكثر تقييد مثلًا من الفيسبوك أو ميتا أو مواقع تويتر، فهذا كان أيضًا جزء من الإستراتيجية الإتصالية.

هذا بالتركيز ما يتعلق في الإستراتيجية التي تعتمدها حركة حماس وهي استراتيجية موحدة تحاول من خلال تسخير كل الوسائل والأهداف لإنجاح سرديتها وإنجاح صوتها وإيصاله للرأي العام من أجل بناء سردية فلسطينية مقاومة تفضح السردية الصهيونية.

المحور الثاني: تغطية أحداث 7 أكتوبر

بالنسبة للمحور الثاني والذي كان تحت عنوان تغطية أحداث سبعة أكتوبر، كيف تعاملت المنصات الرقمية التابعة أو المؤيدة للمقاومة مع أحداث سبعة أكتوبر؟

كانت اجابة المكلف بالإعلام في مكتب الحركة كالتالي : من اللحظة الأولى كما كانت المقاومة تستعد لعملية السابع من أكتوبر كانت تستعد للمعركة الإعلامية وتمير سرديتها، وأيضًا من خلال اللحظة الأولى للمعركة شاهدنا كيف استطاع إعلام المقاومة والمنصات المؤيدة للمقاومة من تبني رواية المقاومة ورفع الصوت عاليًا، وهنا أيضًا نذكر مجموعة من الأدوار أو كما ذكرتي كيف يعني تعاملت المنصات، النقطة الأولى في نقل الأحداث بشكل مباشر، حيث قامت المنصات بنقل الفيديوهات التي ترد من المقاومين والهجوم يوم السابع من أكتوبر وخطف

الجنود وقتل الجنود وما إلى ذلك، قامت بنقل الصور والفيديوهات بشكل حي ومباشر لما يحدث على الأرض، وهذا كانت أيضًا نقلة نوعية في هذه المعركة للحظة الأولى إنه اليوم هذا المقاتل لا يقاتل فقط وإنما أيضًا يصور ويرسل هذه الفيديوهات بشكل مباشر تصل إلى القيادة وتصل إلى الجمهور، وهذا ما صدم الإحتلال الصهيوني في الأيام الأولى، استمر لساعات طويلة لا يدري ما يجري في على حقيقة على في الأرض الميدان وقطع الإتصال لأكثر من ست إلى ثمان من ست إلى ثمان ساعات مع جنود الإحتلال، وإنما كان ينظر على الإعلام الفلسطيني فيجد جنوده قد قتلوا وخطفوا وحرقت دباباتهم وتم اجتياز الحدود، فكان هذا جزء مهم في هذه المعركة التي قامت به الصفحات والمنصات الموالية للمقاومة في نقل الأحداث بشكل مباشر، أيضًا من خلال إطلاق الحملات الإعلامية المؤيدة للمقاومة والمناصرة للمقاومة وإطلاق الهاشتاجات والحملات الإعلامية لتعبئة الرأي العام، حيث تم استخدام العديد من الهاشتاجات والعديد من محاولات التغريد باتجاه دعم المقاومة لتوسيع حالة الوعي حول الأحداث وأيضًا جذب الإنتباه للقضية الفلسطينية وتهيئة الرأي العام وحشده خلف خيار المقاومة وتوضيح يعني أسباب هذه المعركة وحقيقة الصراع الموجود وأيضًا مظلومية الشعب الفلسطيني، هذا أيضًا كان جزء من تفاعل الإعلام الموالي للمقاومة في نقل هذه المعركة، في البداية ذكرنا إنه نقل الأحداث بشكل مباشر، استخدام الحملات والهاشتاجات، وأيضًا حتى في بناء خطاب إعلامي واسع لتعزيز الوعي بالقضية الفلسطينية وتوضيح الرسالة حول العدوان الإسرائيلي، وأيضًا مواجهة الإعتداءات وكذلك التركيز على إبراز بطولات المقاومين وصمودهم في وجه الإعتداءات الإسرائيلية، وأيضًا كان هذا الخطاب يعني الذي شكلته المقاومة من اللحظة الأولى إذا شاهدنا مع إطلاق صافرة البدء في المعركة كان هناك أيضًا خطاب أبو خالد الضيف الذي شرح أسباب هذه العملية وتوجيهاته للمقاومين لا تقطعوا شجرة لا تقتلوا طفل لا تقتلوا امرأة وما إلى ذلك، وكان هذا جزء أيضًا من تهيئة الرأي العام وإظهار نبيل هذا المقاوم الفلسطيني وبسالة هذا المقاوم الفلسطيني الذي يدافع عن قضية عادلة، يدافع عن شرفه، يقاتل وفق تعليمات الدين الإسلامي الحنيف باحترام حقوق

الإنسان واحترام القوانين الدولية في هذه المقاومة التي كفلها القانون الدولي لأي شعب يتعرض لاحتلال أن يقاوم الإحتلال بكل ما أوتي من قوة، فهذا المقاوم الفلسطيني الذي يخوض هذه المعركة يخوضها وفق القوانين والأخلاق والأدبيات الإنسانية، وأيضًا كانت من الأدوار التي قامت فيها الإعلام الموالي للمقاومة التنسيق مع وسائل إعلام أخرى، حيث بدأت عملية التشبيك والموجات المشتركة بين هذه الصفحات، بين المواقع الإلكترونية، بين الأعداد والجرائد التي خرجت تتوحد خلف خيار المقاومة ودعم المقاومة الفلسطينية في المقاومة، هذه أبرز التفاعلات التي يعني قام بها الإعلام الموالي للمقاومة من خلال نقل الأحداث والمواكبة والتأثير على الرأي العام ودعم السردية الفلسطينية.

السؤال الثاني في المحور الثاني: هل هناك تنسيق بين الجناح الإعلامي للحركة ومؤسسات إعلامية أو أفراد مؤثرين على منصات التواصل الإجتماعي؟

كانت الاجابة كالتالي : لا شك أن حركة حماس والمقاومة الفلسطينية تخوض هذه المعركة الإعلامية كما ذكرنا بأوجه مختلفة وأهمها الوجه الإعلامي، وتخوض هذه المعركة ليست لوحدها وإنما تخوضها دفاعًا عن قدس المسلمين بالشراكة أو خيلنا نقول تخوضها دفاعًا عن قدس المسلمين نيابة عن اثنين مليار مسلم، نيابة عن الأمة العربية والإسلامية، ولكن هذه النيابة لا تعفي أحد من مسؤولياته وهذه المسؤولية تلقي بعاتقها على المفكرين والمؤثرين وقادة الرأي والعديد من وسائل الإعلام، فمن اليوم الأول للمعركة انخرطت خيلنا أقول الإعلام الحر، الإعلام الحر سواء العربي أو العالمي انخرط في هذه المعركة ومن خلال التنسيق والتشبيك بين إعلام المقاومة وهؤلاء المؤثرين كان هناك محاولات تأثير أو محاولات تشبيك كبيرة لبناء جماعة ضغط وإعلام ضاغط باتجاه تبني سردية المقاومة، كان هذا التنسيق في أكثر من شكل سواء مع القنوات الرسمية، مع الإذاعات، مع الصحف، خاصة في نتحدث عن الإعلام العربي، وهنا أيضًا نبرق بالتحية للإعلام الجزائري الذي أيضًا كان يخوض هذه المعركة من اللحظة الأولى حتى هذه اللحظة التي نجري فيها المقابلة كان يحمل خطاب المقاومة وسردية المقاومة ويدافع عنها في جزء من خوض المعركة وواجب الإعلام الجزائري اتجاه البعد الأخلاقي والبعد الإنساني

والبعد الديني اتجاه هذه القضية باعتبار أن قضية فلسطين ليست قضية الفلسطينيين فقط وإنما قضية الأمة العربية والإسلامية وقضية أحرار العالم، الحركة تخوض هذه المعركة بالشراكة مع أحرار أمتنا سواء في الجانب الإعلامي أو في أي وجه آخر، ولكن بما أن المقابلة تتحدث عن الجانب الإعلامي، نعم نحن نخوض هذه المعركة بالشراكة مع إعلام عربي وإسلامي حر، مع مفكرين ومؤثرين يخوضون هذه المعركة انطلاقاً من مبادئهم وإيمانهم بهذه القضية وواجبهم اتجاه قدس المسلمين وواجبهم اتجاه الإنسانية وهذه القضية العادلة وأيضاً باتجاه مظلومية الشعب الفلسطيني الذي يرنح تحت الإحتلال منذ أكثر من 77 عام وهذا الإحتلال لا يمكن أن يستمر على هذه الأرض وأن الشعب الفلسطيني سيواصل كفاحه ونضاله وأيضاً بدعم من أحرار الأمة حتى نيل الحرية ودحر هذا الإحتلال الصهيوني.

السؤال: كيف ترون استجابة الجمهور العربي والدولي لمحتوى الحركة خلال هذه الأحداث؟

اجاب الدكتور الرنتيسي ان استجابة الجمهور العربي كانت سواء الجمهور العربي والجمهور الغربي، هي استجابة متنوعة ومعقدة، ليست يعني باتجاه واحد، هناك تباين كبير في الآراء حول يعني القضية الفلسطينية والصراع مع الإحتلال الصهيوني، في الموقف العربي كان مبني في الغالب على الدعم والتأييد، حيث كان هناك تأييد واسع لخطاب حركة حماس وخطاب المقاومة من قبل الجماهير التي ترى في الحركة مقاومة شرعية ضد الإحتلال الصهيوني، خاصة الخطاب الذي يتحدث عن الشعب الفلسطيني ومظلوميته وأن ما أخذ بالقوة لا يسترد إلا بالقوة ومن خلال يعني إطلاع هذه الشعوب على مدار أكثر من 33 عام من من الجهود لتسوية الصراع والحل السلمي أنها لم تنجح وإنما أسفرت عن ضياع القضية الفلسطينية وموت القضية الفلسطينية، فكان هناك تأييد كبير من الجماهير العربية لخطاب المقاومة، وأيضاً كان هناك يعني دعم حكومي متباين من بعض الدول العربية التي دعمت المقاومة وخرجت وخرج خطابها الرسمي الداعم للمقاومة والداعم

للشعب الفلسطيني في مقاومته، أي ان الدعم الحكومي كان متباين ولكن الدعم الشعبي كان دعم واسع ومؤيد للمقاومة الفلسطينية. فيما يتعلق بالإستجابة الدولية، الإستجابة الدولية في البدايات كانت يعني لديها مجموعة من التساؤلات حول طبيعة المعركة والمقاومة وطريقة إدارتها للمعركة، ولكن أمام إجرام الإحتلال الصهيوني، أمام الإبادة الجماعية شكل صدمة للعالم الغربي، وهو أيضاً جزء من نجاح الإعلام الفلسطيني في كشف حقيقة هذا المجرم أو هذا الإحتلال الإجرامي، وجه الإحتلال النازي الفاشي الذي يقتل الأطفال ويقتل النساء ويقتل المدنيين ويستهدف المستشفيات والمساجد وبيوت الأمنين، فهذا أيضاً شكل صدمة لدى الشارع الغربي ولكن كانت هناك محاولات أو تأثير متفاوت في الشارع الغربي، وفي المحصلة أدى هذا التفاوت وهذا التفاعل إلى خروج أو انعكاس ذلك في الشوارع الأجنبية والشوارع الغربية والشوارع الأمريكية في خروج المظاهرات وخروج الناس وتأييدهم للقضية الفلسطينية ولكن تأييد من جانب إنساني وليس داعم للمقاومة، ظل الشارع الغربي تفاعله متفاوت، فحينما نتحدث اليوم عن التفاعل الإستجابة العربية والدولية، الإستجابة العربية كان هناك تأييد واسع لخطاب المقاومة وإنما في الشارع الغربي كان هناك يعني انتقاد للمواجهة العسكرية ولكن كان هناك أيضاً يعني تفاعل كبير مع المظلومية الفلسطينية وضرورة إيقاف الإجرام الصهيوني تجاه ما يجري في فلسطين.

المحور الثالث: تشكيل الرأي العام عبر الإعلام الرقمي

بالنسبة للمحور الثالث كان تحت عنوان تشكيل الرأي العام عبر الإعلام الرقمي.

السؤال ر: في رأيكم هل ساهم الإعلام الرقمي في تغيير نظرة الشعوب الغربية للقضية الفلسطينية بعد طوفان الأقصى؟

و كانت اجابة المكلف بالإعلام في مكتب حركة المقاومة في الجزائر أنا أعتبر ان الإعلام الرقمي هو العامل الحاسم في هذه المعركة والذي فعلاً كان له دور كبير في التأثير على الرأي العام الغربي والشعوب الغربية، كما ذكرت في على مدار 77 عام للإحتلال الصهيوني اعتاد أن لا يرى العالم ولا يسمع إلا ما يريد، وكان يسيطر على الإعلام وعلى الجمهور الغربي من خلال الإعلام التقليدي، فكان هذا

الجمهور الغربي يتبنى الرواية الصهيونية بكامل تفاصيلها وأن هذا الكيان هو الكيان الأكثر أخلاقية أو أن الجيش الصهيوني هو الجيش الأكثر أخلاقية وأن إسرائيل هي الدولة الديمقراطية والوجه المشرق في الشرق الأوسط في ظل محيط تعم فيه الفوضى وأنظمة قمعية وما إلى ذلك، فكانت صورة إسرائيل في المجتمعات الغربية هي صورة الرجل الأكثر أخلاقياً، المجتمع المتطور المتقدم الذي يبعث على الأمل وعلى الحياة وعلى الإستقرار، هذه الصورة هي التي كانت تسيطر على الجمهور الغربي وكان يرفض أن يتم المساس بهذا الكيان الصهيوني ويدعمه دعم غير محدود، ولكن مع بداية طوفان الأقصى ومعركة يوم السابع من أكتوبر وما استطاع من بعد ذلك الصحفي الفلسطيني والإعلام الفلسطيني وإعلام المقاومة أن يصدر الرواية الفلسطينية من خلال مواقع التواصل الإجتماعي وإظهار هذه الجرائم وكشفها، استطاع أن يؤثر على الرأي العام الغربي وتغيير نظرتة إلى القضية الفلسطينية وأيضاً حتى تغيير نظرتة إلى المقاومة الفلسطينية، الإحتلال الصهيوني حاول أن يقدم صورة عن المقاوم الفلسطيني أنه إرهاب وأنه قتل الأطفال وقتل النساء وما إلى ذلك، ولكن بعد ذلك من خلال إصدارات المقاومة وإعلام المقاومة بان للعالم أن هذا المقاوم ليس كما يتم الإدعاء عليه، إنما هو يعامل الأسرى بإنسانية وشاهدنا في وهذا من خلال مقاطع الفيديو التي نشرتها القسام، تعاملت بإنسانية مع كبار السن، تعاملت مع النساء بأخلاقية، تعاملت حتى مع حيوانات المستوطنين بإنسانية حينما شاهدنا فيديوهات تبادل الأسرى وخرج المستوطنين وهم بحالة وصحة جيدة وحتى كلابهم تم المحافظة عليها، فهذا أيضاً شكل نقلة في نظرة الغرب والجمهور الغربي إلى المقاومة الفلسطينية، فهذا كان جزء كبير منه هي مواقع التواصل الإجتماعي التي نقلت هذه الصورة واجتازت القيود المفروضة في الإعلام التقليدي، هذا أيضاً كان جزء وشكل فعلاً تغيير في نظرة الشعوب الغربية اتجاه المقاومة الفلسطينية، فكما ذكرت هناك نقلة على جانبيين فيما يتعلق بصورة المقاوم الفلسطيني التي تم رسم صورة حوله كإرهابي كقاتل يغتصب النساء ويقتل الأطفال ويرفع رؤوس الأطفال، ولكن حينما ظهرت الصورة الحقيقية وتم تنفيذ هذه الخطابات وتبيان كذبها ورغم أن البيت الأبيض تبناها في البداية ولكن

استطاع الإعلام الفلسطيني وإعلام المقاومة تنفيذ هذه الأكاذيب وبناء الصورة الحقيقية عن المقاوم الفلسطيني البطل النبيل الذي يخوض هذه المعركة بأخلاقية ونبالة وبسالة، وأيضًا فيما يتعلق بالإعتداءات الصهيونية والإجرام والإبادة التي كان يحاول الإحتلال أن يروج أنه يستهدف مقرات عسكرية أو بنى تحتية أو ما إلى ذلك، وإنما في الحقيقة هو يستهدف الأطفال والنساء والشيوخ والأطباء ورجال الدفاع المدني ورجال الإسعاف، فأيضًا هذه الصورة حينما تم نقلها للعالم الغربي الذي فوجئ بالصورة الحقيقية لهذا الكيان حينما كان يعتقد أنه وجه إنساني وأخلاقي ولكن بان له أن هؤلاء هم أحد أوجه النازية والفاشية والإجرام في هذا القرن ويتغذون على إبادة الأطفال والنساء واستهداف كل الشرائح المكفولة بالقوانين الدولية.

السؤال: ما هي أبرز التحديات التي واجهتكم في إيصال الرسائل الإعلامية الرقمية؟

اجاب الدكتور الرنتيسي ان هناك العديد من التحديات التي تواجه المقاومة الفلسطينية وتواجه السردية الفلسطينية، أبرزها هي الرقابة المتواصلة وحيث يعني تتعرض وسائل الإعلام الرقمية الفلسطينية للرقابة من قبل منصات التواصل الإجتماعي ومن قبل تويتر وفيسبوك وشركة ميتا بشكل عام وكل مواقع التواصل الإجتماعي تفرض بعض القيود على الإعلام الفلسطيني بشكل متفاوت، ولكن يعني أبرزها المواقع المعروفة، حيث تحظر المحتوى وتقلل الوصول للمحتوى الفلسطيني وتغلق صفحات بشكل كامل بدون أي مبررات فقط لتصنيفها بأنها مخالفة لمعايير هذه المواقع، ولكن هي في الحقيقة هي محاولة لطمس الحقيقة ولدعم الإحتلال الصهيوني ودعم السردية الصهيونية ومعاقبة السردية الفلسطينية، فمن أبرز التحديات هي عمليات الرقابة والحظر باتجاه المحتوى الفلسطيني ومنع وصول الرسالة.

أيضًا الإستهداف المباشر للإعلام الفلسطيني، نتحدث عن أكثر من 213 شهيد من العائلة الصحفية من الصحفيين الفلسطينيين ومحاولة طمس الحقيقة ومعاقبة هؤلاء الصحفيين على توصيل الرسالة الفلسطينية، وليس فقط معاقبة الصحفيين

وإنما حتى معاقبة عائلات الصحفيين، بعض الصحفيين قتل من عائلته أكثر من 75 فرد من أفراد عائلته، تم تدمير البيوت فوق رؤوس ساكنيها فقط لوجود صحفي في المكان أو إعلامي في المكان، فالإحتلال أيضًا يحاول استهداف هؤلاء الصحفيين وعمليات القتل والتهديد.

أيضًا الإستهداف المباشر للمعدات والطواقم الصحفية، نتحدث عن استهداف الكاميرات، استهداف المؤسسات الصحفية، استهداف مقرات المؤسسات الإعلامية، نتحدث عن استهداف سيارات الـ SNG والبث المباشر، نتحدث عن قطع الإنترنت عن قطاع غزة وقطع الكهرباء في محاولة لعزل الرواية الفلسطينية والسردية الفلسطينية، هذه تحديات صعبة وصعبة للغاية في الميدان، ولكن يعني كنت سأحدث عن إرادة البقاء ولكن لدينا نبقى في التحديات، هذه أبرز التحديات وكما ذكرت هي الرقابة والحظر، الإستهداف المباشر والقتل، تدمير المعدات والمقرات الصحفية.

أيضًا الحرب النفسية والتضليل الإعلامي الذي يمارسه الإحتلال، الإحتلال يحاول شن هجمات كبرى لتضليل الرأي العام ولبث المغالطات الفكرية ويعني يوفر لذلك ملايين الدولارات لبث الحملات الإعلانية وإيجاد الذباب الإلكتروني والجيش الإلكتروني لمهاجمة الرأي الداعم لفلسطين وإغلاق الصفحات الداعمة لفلسطين في محاولة لحجب الحقيقة، هذه وأيضًا هناك حرب نفسية باتجاه الجمهور الفلسطيني لتقليل من إنجازات المقاومة وأيضًا لإظهار بطش الإحتلال الصهيوني ومحاولة كسر إرادة شعبنا أن هذا الكيان لا يمكن مقاومته لا يمكن مجابهته من خلال أساليب نفسية وأساليب لهندسة الجمهور لهز ثقة الحاضنة الفلسطينية والداعمين للمقاومة الفلسطينية في العالم وفي الأمة العربية والإسلامية، هناك عمليات نفسية ومحاولات تحريض وشيطنة وتشويه يمارسها الإحتلال الصهيوني للأسف مع مجموعة من لدينا أقول الأفواه الأبواق الصهيونية العربية التي تتبنى الرواية الصهيونية وتتبنى رواية الإحتلال وتحاول زعزعة الثقة بالمقاومة الفلسطينية وزعزعة الثقة بعدالة القضية الفلسطينية وتتمرر الرواية الصهيونية وتتبنها وتوفر لها المساحات والمنصات لتمير هذه الرواية الصهيونية، هذه من أبرز التحديات.

أيضًا ممكن من التحديات التي تواجه الإعلام إعلام المقاومة هو نقص الموارد التقنية يعني حيث مع ظروف الحرب وظروف المعركة هناك عجز في الكاميرات، في الموارد الأمنية، في توفر الإنترنت، توفر الكهرباء، في توفر أيضًا الإنترنت لرفع الفيديوهات بجودة عالية وما إلى ذلك، جميع هذه العوامل تؤثر على الإعلام الفلسطيني وتعتبر تحديات أمام إيصال الرسالة.

أيضًا هناك استهداف غير الإستهداف والقتل هناك محاولات الإعتقال، نتحدث عن اعتقال تقريبًا أكثر من 127 صحفي لا زال 49 صحفي منهم في سجون الإحتلال الصهيوني وبعضهم يعني مجهول المصير لا يعرف هل هو على قيد الحياة أم هو في سجون الإحتلال، هذا أيضًا جزء من التحديات التي تواجه الإعلام الفلسطيني، طبعًا هذه التحديات تجعل من الصعب على المقاومة يعني تمرير روايتها وإيصال صوتها، ولكن رغم ذلك هذه المقاومة لا تعجز وتصنع من لا شيء كل شيء ورغم كل محاولات التقييد وطمس الصوت وإسكات الحقيقة ولكن تجد البديل لأن المقاومة يعني تحافظ على أن لا تنكسر إرادتها ولا تنكسر أدواتها وستواصل في مقاومة الإحتلال بكل الأوجه وأبرزها الوجه الإعلامي لإيصال الرسالة وإيصال السردية الفلسطينية.

المحور الرابع: آفاق الإعلام الرقمي المقاوم

المحور الرابع كان تحت عنوان آفاق الإعلام الرقمي المقاوم.

السؤال الأول يقول كيف تقيمون مستقبل الإعلام الرقمي في خدمة القضية؟

كانت الاجابة ان مستقبل الإعلام الرقمي في خدمة القضية هو مستقبل واعد وملئ بالتحديات، صحيح أن هناك فرص ولكن هناك أيضًا تحديات كبيرة أمام الإعلام الفلسطيني في تعزيز القضية الفلسطينية وتوجيه الرأي العام الدولي والمحلي نحوها، وأستعرض مجموعة من النقاط ممكن أن تكون يعني مفيدة في هذا الجانب، فيما يتعلق بالتأثير الكبير لوسائل التواصل الإجتماعي مثل الفيسبوك وإنستغرام ويوتيوب وتليجرام وغيرها من مواقع التواصل الإجتماعي التي تلعب دورًا متزايدًا في نشر الوعي حول القضية الفلسطينية، يمكن استخدامها لنقل الأخبار بسرعة ضد على الإنتهاكات والإجرام والمجازر التي تجري في فلسطين وفي قطاع

غزة وفي كل الأراضي الفلسطينية، ليست الجرائم الصهيونية فقط متعلقة في غزة والإبادة، وإنما يجد لذلك تلك الانتهاكات في الضفة الغربية وفي القدس، أيضًا من خلال الحملات الإعلامية التي يقودها المؤثرين والنشطاء لتشكيل الوعي والرأي العام، هذا جزء كبير من تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي، أيضًا تمكين الصوت الفلسطيني والإعلام الرقمي يسمح للفلسطيني بأن يكون لهم صوت مباشر في سرد روايتهم في الماضي، كما كانت وسائل الإعلام التقليدي تسيطر على كيانات ذات مصالح قد لا توافق مع رؤية الفلسطينيين، فهذا يعني يوفر للفلسطيني أن يمرر سرديته في على مواقع التواصل الاجتماعي ويتجاوز كل محاولات التقييد والحظر التي يفرضها الإعلام التقليدي.

أيضًا منصات مثل الفيسبوك وتويتر أصبحت أماكن لتمكين الفلسطيني من التعبير عن تجاربهم الشخصية ومشاركتهم ومشاركة قصصهم سواء كانت متعلقة بالمعاناة اليومية أو بالإنجازات الوطنية، يعني صحيح أن هناك محاولات حظر وتقييد كبيرة ولكن يحاول الإعلام الفلسطيني تجاوز هذه القيود من خلال إيجاد استراتيجيات تتجاوز قيود الحظر والمنع، تقطيع الكلمات وتقطيع وفلتر المصطلحات بحيث تتجاوز عمليات الحظر والتقييد.

أيضًا من ممكن أن تكون من مستقبل الإعلام الرقمي أن يكون في مواجهة التحديات ومواجهة التضليل من خلال بناء الوعي العام، هذه المستقبل أنا أعتقد إنه مستقبل واعد لأن السردية الفلسطينية هي سردية عادلة تقوم على حق الشعب الفلسطيني في مواجهة السردية الصهيونية التي تبنى على الأكاذيب والأضاليل والمغالطات، وأن هذه الأضاليل والمغالطات الصهيونية من السهل تفكيكها ولكن تحتاج لخطاب موحد ومخطط يتم تجهيزه وتوجيهه للرأي العام الغربي والدولي لتبني السردية الفلسطينية، هذه أيضًا شيء واعد للإعلام الفلسطيني، خاصة أن السردية الفلسطينية لا تحتاج لا لفبركة ولا لتضليل ولا لإستخدام أساليب لإنتاجها، وإنما هي قضية عادلة تتقبلها الشعوب ويتقبلها الرأي العام بكل سهولة، ولكن المطلوب هو أن نوصل هذه الرواية وهذه السردية إلى الإعلام الغربي وإلى وإلى الرأي العام، هذا أيضًا من الجزء اللي نحن ذكرناه فيما يتعلق في مستقبل الإعلام الرقمي في خدمة

القضية الفلسطينية، كما ذكرت هو مستقبل واعد وكبير ولا بد أن نستفيد من التأثير الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي وتمكين الصوت الفلسطيني وأيضًا دحض الرواية الصهيونية التي تحاول أن تضلل الرأي العام، وأيضًا لا بد أن نستفيد من الإمكانيات التي توفرها منصات التواصل الاجتماعي وما تمكنها الذكاء الاصطناعي والأدوات الفنية الجديدة والقوالب الفنية فيما يتعلق بالجرافيك والإنفوجرافيك والصورة والفيديو والمونتاج وما إلى ذلك، هذه أيضًا جميعها تساهم في دعم المحتوى الفلسطيني والسردية الفلسطينية حتى إن شاء الله ينتصر الحق الفلسطيني ويتم تفكيك السردية الصهيونية وتفكيك الكيان الصهيوني وإزالته عن أرض فلسطين.

السؤال الأخير: ما هو المطلوب لتعزيز فعالية الإعلام الرقمي المقاوم في ظل هيمنة المنصات العالمية المنحازة؟

اجاب المكلف بالإعلام في مكتب حركة حماس بالجزائر انه طبعًا تعزيز فعالية الإعلام الرقمي المقاوم الفلسطيني وللقضية الفلسطينية في ظل الهيمنة الكبيرة للمنصات العالمية المنحازة للإحتلال الإسرائيلي يتطلب اتخاذ مجموعة من الخطوات التي تضمن صوت الفلسطينيين وتحقق تأثير على المستوى الدولي، ويعني أبرزها أنه بناء خطاب قوي للسردية الفلسطينية الذي يقوم على البعد التاريخي والبعد والواقع والحاضر لتمرير هذه السردية الفلسطينية التي حاول الإحتلال الصهيوني تغييبها وطمسها وإبادتها كما يبذل البشر يحاول أن يبذل السردية الفلسطينية ويبذل المعرفة ويقتل الوعي اتجاه هذه القضية، لا بد من إقامة منصات إعلامية مستقلة تحمل أو تنقل الأحداث بموضوعية ولا تتحاز إلى التضليل الصهيوني وإلى محاولة تضليل الرأي العام فتبني وتنقل السردية الفلسطينية والمعلومات الحقيقية عن حقيقة الصراع.

أيضًا من السؤال نحن نتحدث الآن عن المطلوب لتعزيز الفعالية، فكما ذكرت اليوم نحن بناء خطاب إعلامي فلسطيني قوي يتبنى السردية الفلسطينية يقوم على الأبعاد التاريخية والحقيقية، وأيضًا خطاب يفكك السردية الصهيونية، السردية الصهيونية تقوم على مجموعة من النقاط ما يتعلق في الهولوكوست أو يتعلق في حق الشعب

الفلسطيني في الأرض الفلسطينية أو على البعد الديني والبعد التاريخي، لا بد من تفكيك هذه السردية الصهيونية، لا بد من الوقوف عليها وهو من السهل تفكيكها لأنها تقوم على الأغاليط وعلى الأضاليل وعلى المغالطات الفكرية ولكن لا بد أن يكون هناك دور حقيقي لتفكيك هذه السرديات ومقاومتها ومواجهتها، لا بد من اختيار وبناء جماعات ضغط قوية تؤثر في الرأي العام من خلال المفكرين والمؤثرين وقادة الرأي والمحللين الذين يتبنون القضية الفلسطينية يتبنون الخطاب الفلسطيني ليشكلوا حالة من الضغط اتجاه الرواية الصهيونية، خاصة أن حالة الوعي وحالة وتشكيل الرأي العام من أهم خصائصه هو عدم الثبات، ويتأثر هذا الرأي العام ونحن يجب أن نحاول أن نغير القنوات فيما يتعلق بالكيان الصهيوني ونكشف الوجه الحقيقي الإجرامي النازي لهذا الكيان، وأيضًا أيضًا لا بد من هناك من خطاب يكشف أيضًا للمجتمعات العربية والرأي العام العربي أن هذا الكيان يمكن تهشيمه ويمكن إزالته وأن هذا الكيان لم يوجد ليبقى وإنما هو كيان لقيط وجسم سرطاني ومشروع إحلاي يهدف إلى تصفية القضية الفلسطينية وإلى استهداف مقدسات المسلمين، ولا بد أيضًا من تعزيز هذا الخطاب وتعزيز هذا الوعي بحقيقة هذا الكيان، أيضًا خطاب من المطلوب لتعزيز فعالية الإعلام الرقمي المقاوم هو أيضًا تبيان حقيقة هذا المشروع الصهيوني الذي يقوم على استهداف ليس فقط الفلسطيني وإنما استهداف المنطقة بأسرها واستهداف المسلمين، هذا الكيان يقوم على فكرة توراتية إنجيلية يستهدف المسجد الأقصى، يحاول إنهاء الشعب الفلسطيني وتهجير أهل غزة إلى الضفة تهجير أهل غزة إلى سيناء وتهجير أهل الضفة إلى الأردن وهدم المسجد الأقصى وبناء الهيكل وصولًا إلى ما يسمونه الخلاص الإلهي، وهذا الخلاص الإلهي هو باعتبار أن في حال فعلوا ذلك من تهجير لأهل فلسطين بهدم الأقصى هو أن يخضع الله عز وجل أعناق الأمم إلى شعوب إسرائيل، لا بد من تبيان للرأي العام حقيقة هذا الكيان وأفكاره الشيطانية التي لا تستهدف فقط الفلسطيني وإنما تستهدف البشرية، هذا الكيان يقوم على أفكار توراتية شيطانية مثلًا حينما يتحدث أن البشر جميعًا خلقوا على شاكلة اليهود من أجل خدمتهم، فهذا أيضًا يجب أن تظهر هذه النقاط السوداء وهذه المساحات

التي تشكل خطر على البشرية وليس فقط على الفلسطينيين، هذا خطاب مهم، وأيضًا حينما نسلط الضوء على ما يتعلق في أطماع إسرائيل التوسعية في المنطقة والحديث عن إسرائيل الكبرى التي لم يعد ذلك معلومات وإنما حقائق يخرج نتياهاو في مجلس الأمن وسموتريتش وبن غفير وخلفهم إسرائيل الكبرى من النيل إلى الفرات أي من العراق إلى مصر، هذه حدود إسرائيل التي يعتبرها الإحتلال الصهيوني حق وملك له، وأيضًا كما ذكرت عدائهم للبشرية باعتبار أن البشرية هم حيوانات بشرية خلقت على شاكلة اليهود من أجل خدمتهم، وأيضًا نصوصهم التوراتية أن أرضك يا إسرائيل أينما وصلت قدماك حتى إذا وصل إلى أمريكا اللاتينية هو يريد كل العالم أن يخضع لهذا الكيان المجرم، هذا الكيان الفاشي النازي، هذا باعتقد إنه دور مهم ومطلوب لتعزيز فعالية الإعلام الرقمي الفلسطيني في ظل هيمنة المنصات العالمية، كل هذا يعني يساهم في تعزيز الرواية الفلسطينية، نذكر مرة أخرى إنه الشيء الضروري هو بناء الخطاب الإعلامي الفلسطيني هو بناء خطاب يواجه السردية الصهيونية وأيضًا إيجاد منصات ووسائل إعلام تسمح بتمرير الرواية الفلسطينية وتتجاوز كل محاولات التقييد ومحاولات التضليل.

المطلب الاول: النتائج العامة للمقابلة

أظهرت المقابلة مع الدكتور عز الدين الرنتيسي، المكلف بالعلاقات الإعلامية في حركة المقاومة الإسلامية، جملة من النتائج المهمة حول دور الإعلام الرقمي في تغطية القضية الفلسطينية وتوجيه الرأي العام. أكد المتحدث أن الإعلام الرقمي أصبح أداة استراتيجية في الصراع مع الاحتلال الصهيوني، مساويًا في أهميته للأدوات العسكرية. فقد استُخدم لنقل الرواية الفلسطينية، سواء فيما يتعلق بالانتهاكات الإسرائيلية أو ببسالة المقاومة، ولحشد التأييد الشعبي العربي والدولي، ولممارسة الحرب النفسية تجاه الاحتلال. كما تم توظيف المنصات الرقمية لتجاوز هيمنة الإعلام التقليدي، وبناء خطاب إعلامي بديل قادر على الوصول إلى جمهور عالمي. كذلك أكد المتحدث أن حركة المقاومة تعتمد على استراتيجية رقمية متعددة المحاور تشمل التواصل المستمر، إنتاج محتوى مرئي ومسموع، استخدام الإعلام

البديل، والتحليل الرقمي والاستخباراتي، مع التأكيد على الاستفادة من المنصات ذات الرقابة الأقل. وقد أوضحت المقابلة نجاح هذه الاستراتيجية خلال تغطية أحداث طوفان الأقصى، حيث أظهرت المؤشرات استجابة جماهيرية واسعة، خصوصًا في الدول العربية، كما كشفت عن تحول نسبي في الرأي العام الغربي من جهة أخرى، تطرقت المقابلة إلى أبرز التحديات التي يواجهها الإعلام الرقمي الفلسطيني، منها الرقابة، الحذف، الاستهداف المباشر، والحرب النفسية، مؤكدًا رغم ذلك على أهمية استمرار تطوير الخطاب الإعلامي المقاوم لمواجهة السردية الصهيونية.

المطلب الثاني : تحليل النتائج على ضوء فرضيات الدراسة

عند تحليل نتائج المقابلة في ضوء فرضيات الدراسة، يمكن تسجيل ما يلي: الفرضية الأولى افترضت أن الإعلام الرقمي يمتلك قدرة أكبر من الإعلام التقليدي في التأثير على توجهات الرأي العام، وقد دعمت المقابلة هذه الفرضية من خلال إبراز الفرق بين وسائل الإعلام التقليدية المسيطر عليها صهيونيًا، والمنصات الرقمية التي مكنت الفلسطينيين من تمرير روايتهم بحرية نسبية. الفرضية الثانية افترضت أن المنصات الرقمية ساهمت في تعزيز حضور الرواية الفلسطينية خلال أحداث طوفان الأقصى، وقد أكد المتحدث أن الإعلام الرقمي نقل الحدث بشكل مباشر وفوري، مرفقًا بمقاطع حصرية من الميدان، مما عزز سردية المقاومة.

الفرضية الثالثة افترضت أن الإعلام الرقمي ساهم في تعزيز التفاعل الشعبي العربي، وقد أظهرت المقابلة أن الحراك الشعبي والمساندة الجماهيرية جاءت نتيجة للحملات الرقمية المدروسة والهاشتاغات الموحدة

الفرضية الرابعة افترضت حدوث تحول نسبي في الرأي العام الغربي، وأكد المتحدث أن هناك صدمة لدى الجمهور الغربي بعد رؤية الانتهاكات الصهيونية، وأن الإعلام الرقمي كان له دور كبير في تفكيك السردية الصهيونية. الفرضية الخامسة المتعلقة بالتحديات، فقد تم تأكيدها بوضوح، إذ تحدث المتحدث عن الرقابة،

الحظر، حذف المحتوى، الاستهداف الميداني للصحفيين، ونقص الموارد، باعتبارها أبرز التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي الفلسطيني. وبناء عليه، فإن نتائج المقابلة تعزز بدرجة كبيرة من مصداقية الفرضيات المقترحة، وتدعم البناء التحليلي للدراسة.

خلاصة و استنتاجات :

يُعد هذا الفصل تويجًا للجانب التطبيقي من الدراسة، حيث أتاح تحليل مضمون المقابلة العلمية مع أحد الفاعلين الإعلاميين المتخصصين في القضية الفلسطينية، استخلاص معطيات ميدانية تدعم الإطار النظري وتمنح البحث مصداقية أكبر. وقد بينت نتائج المقابلة أن الإعلام الرقمي أصبح جزءًا لا يتجزأ من أدوات المقاومة، إذ لا يُستخدم فقط لنقل الرواية الفلسطينية، وإنما كذلك لتوجيه الرأي العام، وحشد التأييد، وممارسة ضغط نفسي على الاحتلال الصهيوني.

أوضحت المقابلة أن المنصات الرقمية مكّنت من تجاوز السيطرة الإعلامية التقليدية، ومن الوصول إلى جماهير واسعة بوسائل جديدة تعتمد على المحتوى المصور، التفاعلي، والسريع. كما تم تسليط الضوء على الحراك الشعبي العربي الذي تأثر مباشرة بالحملات الرقمية، إضافة إلى بوادر تحول في الرأي العام الغربي نتيجة تداول مشاهد الانتهاكات، التي كانت مغيبة عن الإعلام التقليدي. وقد أكدت النتائج كذلك وجود استراتيجية إعلامية رقمية لدى المقاومة، تتسم بالتخطيط والتنوع والاستباقية.

في المقابل، كشفت المقابلة عن مجموعة من التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي الفلسطيني، أبرزها الحذف والرقابة، والتضييق المؤسسي، إلى جانب الحرب السيبرانية المنظمة.

على ضوء ما سبق، أمكن تسجيل جملة من الاستنتاجات المركزية:

- ❖ الإعلام الرقمي أثبت فاعليته في نقل الرواية الفلسطينية وتوجيه الرأي العام العالمي.
- ❖ تغطية طوفان الأقصى مثلت نموذجًا عمليًا لتوظيف المنصات الرقمية كأداة مقاومة.
- ❖ ساهمت المنصات الرقمية في تحويل التفاعل الرمزي إلى فعل شعبي ميداني.
- ❖ التحول النسبي في الرأي العام الغربي مرتبط بالمحتوى المباشر وغير المؤطر رقابياً.

❖ الإعلام الرقمي الفلسطيني يواجه تحديات بنيوية، تستدعي بناء خطاب موحد واستراتيجيات أكثر احترافية.

الخاتمة

لقد سعت هذه الدراسة إلى استقصاء تأثير الإعلام الرقمي الجديد على توجهات الرأي العام تجاه القضية الفلسطينية، من خلال تناول تحليلي لأحداث طوفان الأقصى كنموذج ميداني معبر عن تفاعل المنصات الرقمية مع قضايا التحرر الوطني. وقد انطلقت الدراسة من إشكالية مفادها: كيف ساهم الإعلام الرقمي الجديد في إعادة تشكيل الرأي العام العربي والدولي تجاه القضية الفلسطينية في ظل تغطية أحداث 7 أكتوبر 2023؟ وانبثقت عنها مجموعة من الأسئلة الفرعية التي هدفت إلى تفكيك العلاقة بين الوسيط الإعلامي الرقمي والرأي العام بأبعاده المتغيرة، في ظل تسارع الأحداث السياسية والميدانية.

في الفصل الأول، تم التأسيس النظري لمفاهيم الإعلام الرقمي والرأي العام، حيث تم توضيح خصائص الإعلام الرقمي الجديد وبيان تميزه عن الإعلام التقليدي من حيث البنية، التفاعلية، والسرعة، كما تم التطرق إلى التطور التاريخي لتناول القضية الفلسطينية إعلاميًا، خاصة في ظل الهيمنة الغربية على وسائل الإعلام الكبرى. كما ناقش الفصل مفهوم الرأي العام من زوايا متعددة، واستعرض أبرز النظريات التي فسرت آليات تكوّنه وتوجيهه، بما في ذلك نظرية وضع الأجندة ونظرية التلقي ونظرية التأطير الإعلامي.

أما في الفصل الثاني، فقد تم تحليل كفاءات تأثير الإعلام الرقمي في توجيه الرأي العام، حيث تم تسليط الضوء على دور المنصات الرقمية في تعزيز الرواية الفلسطينية وتوثيق الانتهاكات الإسرائيلية، كما تم تحليل مظاهر التفاعل الشعبي العربي، من خلال حملات المقاطعة، الحراك الطلابي، والمظاهرات المؤيدة التي تم تنسيقها رقميًا. كما بيّن هذا الفصل مؤشرات التحول في الرأي العام الغربي، خاصة لدى فئة الشباب، كنتيجة مباشرة للتفاعل مع محتوى رقمي توثيقي تم تداوله بكثافة خلال أحداث طوفان الأقصى. كما لم تغفل الدراسة التحديات التي تعترض العمل الإعلامي الرقمي في السياق الفلسطيني، كالحذف الرقمي، الرقابة الخوارزمية، الحرب السيبرانية، وضعف التمويل والبنية التحتية.

وفي الفصل الثالث، تم الاعتماد على الجانب التطبيقي من خلال مقابلة علمية مع الدكتور عز الدين الرنتيسي، المكلف بالعلاقات الإعلامية في حركة المقاومة

الإسلامية، وقد وفّرت المقابلة رؤى معمّقة حول كيفية توظيف الإعلام الرقمي في الصراع الرمزي مع الاحتلال، وأسهمت في تأكيد معظم فرضيات الدراسة، من خلال الوقوف على الاستراتيجيات الإعلامية الرقمية التي تنتهجها المقاومة، ومظاهر التأثير الشعبي العربي والغربي، إضافة إلى رصد التحديات الواقعية التي تواجه المحتوى الرقمي الفلسطيني.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن الإعلام الرقمي لم يعد وسيلةً لنقل المعلومة فحسب، بل تحوّل إلى ساحة اشتباك رمزي ومعرفي، تُخاض فيها معركة السرديات بين رواية الاحتلال ورواية التحرر. وقد أثبتت تجربة طوفان الأقصى أن المنصات الرقمية قادرة على كسر الحصار الإعلامي، وبناء رأي عام دولي أكثر انفتاحاً على الرواية الفلسطينية، شريطة تعزيز المهنية، وتطوير الخطاب الرقمي، وتنسيق الجهود الإعلامية ضمن إستراتيجية موحدة. وهو ما يدفع إلى التفكير في آفاق إعلامية جديدة، تُعيد موضوعة فلسطين كقضية عادلة في الوعي العالمي، ليس فقط سياسياً، بل أخلاقياً وإنسانياً كذلك.

و بهذا فقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية

- ❖ أثبت الإعلام الرقمي الجديد دوره المحوري في إعادة تشكيل الرأي العام العربي والدولي تجاه القضية الفلسطينية، خاصة خلال أحداث طوفان الأقصى.
- ❖ نجحت المنصات الرقمية في تجاوز الرواية الإسرائيلية المهيمنة، وفرض رواية فلسطينية أكثر واقعية وتأثيراً، بالاعتماد على المحتوى المرئي والتوثيقي.
- ❖ ساهم الإعلام الرقمي في تحفيز مظاهر التضامن الشعبي، مثل حملات المقاطعة، الحراك الطلابي، والمظاهرات الشعبية، والتي تم التحشيد لها رقمياً.
- ❖ أظهرت مؤشرات ملموسة تحولاً نسبياً في مواقف الرأي العام الغربي، لا سيما بين الشباب، تجاه الانتهاكات الإسرائيلية بعد طوفان الأقصى.
- ❖ يواجه الإعلام الرقمي الفلسطيني تحديات بنيوية، منها الرقابة، الحذف، التشويش الخوارزمي، والاستهداف السبيرياني المباشر.
- ❖ أكدت المقابلة الميدانية مع الباحث في إعلام المقاومة أن الإعلام الرقمي بات سلاحاً فعالاً ومكملاً للمقاومة في المعركة الرمزية والمعلوماتية.

- على ضوء النتائج المتوصل اليها سابقا توصي الدراسة ما يلي:
- ❖ ضرورة دعم وتمويل المبادرات الإعلامية الرقمية الفلسطينية، وتوفير بنى تحتية تقنية حديثة لتوسيع حضورها وفعاليتها.
 - ❖ إنشاء وحدة تنسيق إعلامي رقمي مشترك بين المؤسسات الإعلامية الفلسطينية لتوحيد الخطاب الرقمي وتقوية التأثير.
 - ❖ الاستثمار في تدريب الكفاءات الإعلامية الشابة على مهارات الإنتاج الرقمي، والتحليل الشبكي، ومكافحة الأخبار الكاذبة.
 - ❖ تعزيز التواجد الفلسطيني في المنصات الجديدة ذات التأثير (مثل TikTok و Instagram) لمخاطبة جمهور الشباب العالمي.
 - ❖ العمل على تطوير أدوات رقمية فلسطينية مستقلة (منصات، تطبيقات، مواقع) تقلل من الاعتماد على المنصات الخاضعة للرقابة الغربية.
 - ❖ تشجيع البحث الأكاديمي في مجال الإعلام الرقمي والقضية الفلسطينية لرصد التحولات وبناء تصورات مستقبلية فاعلة.
- الانفتاح على الرأي العام الغربي بخطاب إنساني وحقوقى بعيد عن الشعارات السياسية التقليدية، بهدف كسب التعاطف والدعم المؤسسي.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع :

- التهامي، مختار * .الإعلام الجديد .*القاهرة :عالم الكتب،.2015
- بدر، أحمد * .أصول البحث العلمي .*القاهرة :دار النهضة العربية،.2008
- سمير حسين، محمد * .الرأي العام :الأسس النظرية والجوانب المنهجية * .
القاهرة :الدار المصرية اللبنانية،.2009
- سعود، صالح * .الإعلام الرقمي :المفهوم، الوسائط، التأثيرات .*الرياض :مكتبة
الرشد،.2017
- إبراهيم إمام * .الرأي العام والإعلام السياسي .*القاهرة :مكتبة الأنجلو المصرية،
2003.
- عليوة، السيد * .الاتصال السياسي والإعلامي والرأي العام .*القاهرة :دار
الفجر،.2006
- إسماعيل، علي سعد * .الرأي العام والتواصل الاجتماعي في البيئة الرقمية * .
عمان :دار الفكر،.2018
- فلحي، محمد جاسم * .الإعلام والرأي العام في عصر المعلومات .*بغداد :دار
الكتاب الجديد،.2016
- صالح، محسن محمد * .القضية الفلسطينية :خلفياتها التاريخية وتطوراتها
المعاصرة .*بيروت :مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات،.2021
- القرا، إياد إبراهيم . 'دور الإعلام الرقمي في تغطية طوفان الأقصى' . دراسة ميدانية
منشورة، 2023.

المراجع الاجنبية

- Albig, William. *Public Opinion*. New York: McGraw-Hill,
1939.

Noelle–Neumann, Elisabeth. *The Spiral of Silence: Public Opinion—Our Social Skin*. Chicago: University of Chicago Press, 1984.

McQuail, Denis. *Mass Communication Theory: An Introduction*. 6th ed. London: Sage Publications, 2010.

المواقع الإلكترونية :

- الجزيرة نت'. استطلاع للرأي حول حملات المقاطعة'.
<https://www.aljazeera.net>.
- سوشال إنسايدر'. تقرير حول التفاعل العالمي مع أحداث طوفان الأقصى'.
<https://www.socialinsider.io>.
- الباروميتر العربي'. نتائج المؤشر العربي 2023'.
<https://www.arabbarometer.org>.
- سوشال بيكرز'. تقرير حول محتوى المستخدمين العرب أثناء حرب غزة'.
<https://www.socialbakers.com>.

المراجع الأجنبية

Albig, William. *Public Opinion*. New York: McGraw–Hill, 1939.

Noelle–Neumann, Elisabeth. *The Spiral of Silence: Public Opinion—Our Social Skin*. Chicago: University of Chicago Press, 1984.

McQuail, Denis. *Mass Communication Theory: An Introduction*. 6th ed. London: Sage Publications, 2010.

ملخص المذكرة

تُعالج هذه الدراسة مسألة مركزية في ميدان الإعلام والرأي العام، تتمثل في دور الإعلام الرقمي الجديد في إعادة تشكيل الوعي الجماهيري تجاه القضية الفلسطينية، من خلال نموذج تحليلي لأحداث طوفان الأقصى. ينطلق البحث من فرضية مفادها أن التحول الرقمي لم يغيّر فقط أدوات نقل الخبر، بل أعاد صياغة موازين الخطاب السياسي، ومنح الفلسطينيين مساحة غير مسبوقة للتأثير وتجاوز التهميش الإعلامي. وتسعى هذه الدراسة إلى تفكيك آليات التأثير الرقمي، واستقراء تحولات المواقف الجماهيرية، في ظل بيئة رقمية غير متوازنة، تسودها الرقابة، التوجيه الخوارزمي، والحصار السردية. تُبرز النتائج أهمية الإعلام الرقمي كقوة مضادة، ليس فقط في نقل الحدث، بل في صناعة السردية وتعزيز مفاهيم العدالة الرمزية والتضامن الشعبي العالمي، رغم التحديات الهيكلية والمضايقات السببرانية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، الرأي العام، القضية الفلسطينية، طوفان الأقصى، التضامن الرقمي، السردية الإعلامية.

Abstract

This study addresses a central issue in the fields of media and public opinion: the role of digital media in reshaping collective awareness regarding the Palestinian cause, through an analytical case study of the Al-Aqsa Flood events. The research stems from the hypothesis that the digital shift has not only transformed modes of communication but has also restructured the dynamics of political discourse, granting Palestinians an unprecedented space to challenge media marginalization.

The study seeks to deconstruct the mechanisms of digital influence and trace shifts in public attitudes within an imbalanced digital environment dominated by censorship, algorithmic control, and narrative suppression.

The findings highlight the growing importance of digital media as a counter-power — not merely in transmitting events, but in producing narrative, asserting symbolic justice, and mobilizing global solidarity, despite structural and cyber challenges.

Keywords: Digital Media, Public Opinion, Palestinian Cause, Al-Aqsa Flood, Narrative, Digital Solidarity.