المعالجة الإعلامية للمواقع الإخبارية الفلسطينية للحرب الإسرائيلية على قطاع غزة
دراسة تحليلية مقارنة (2023–2025)

The Media Treatment of the Israeli War on Gaza Strip on Palestinian News Websites An Analytical Comparative Study(2025–2023)

سعيد محمد سعيد أبو رحمة

جامعة القدس المفتوحة– فلسطين

saeidaburahma@gmail.com

تاريخ الارسال:2026/05/03 تاريخ القبول:2026/05/30 تاريخ النشر:2026/06/11

ملخص:

هدفت الدراسة إلى تحليل المعالجة الإعلامية للمواقع الإخبارية الفلسطينية للحرب على قطاع غزة خلال الفترة من أكتوبر 2023 حتى نهاية 2025، من خلال دراسة مقارنة لموقعي "وفا" و"معاً". واعتمدت الدراسة تحليل المضمون للكشف عن الأطر الخبرية والاتجاهات العامة والموضوعات الرئيسة في التغطية الإعلامية.

وأظهرت النتائج هيمنة الإطار الإنساني، يليه إطارا المسؤولية والصراع، مع تركيز واضح على الشهداء والجرحى والمجازر والنزوح، وغلبة الاتجاه المعارض للاحتلال الإسرائيلي. وأوصت الدراسة بتعزيز الخطاب الإعلامي الفلسطيني وتطوير أدوات التحقق الرقمي وتوسيع استخدام الوسائط المتعددة.

كلمات مفتاحية: المعالجة الإعلامية، المواقع الإخبارية الفلسطينية، الحرب الإسرائيلية، قطاع غزة.

Abstract:

The study aimed to analyze the media coverage of the war on the Gaza Strip by Palestinian news websites from October 2023 to the end of 2025 through a comparative study of WAFA and Ma'an. The study relied on content analysis to identify news frames, general orientations, and the main themes of media coverage.

The findings revealed the dominance of the humanitarian frame, followed by the responsibility and conflict frames, with a clear focus on martyrs, injuries, massacres, and displacement, alongside a prevailing anti-Israeli occupation orientation. The study recommended strengthening Palestinian media discourse, developing digital verification tools, and expanding the use of multimedia.

Keywords: Media coverage, Palestinian news websites, Israeli war, Gaza Strip.

*المؤلف المرسل

مقدمة

شكّلت الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة التي اندلعت في السابع من أكتوبر 2023م نقطة تحوّل جوهرية في مسار الصراع الفلسطيني–الإسرائيلي، وفي الخريطة الإعلامية المرافقة له على حد سواء. فبقدر ما كانت هذه الحرب معركة عسكرية وسياسية، كانت كذلك معركة سرديات وروايات تدور في فضاء إعلامي مفتوح متعدد المنصات، تتشابك فيه وسائل الإعلام التقليدية مع المنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي، وتتصارع فيه الأطر الخبرية لصياغة صورة الحدث في أذهان الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي.

وفي خضم هذه الحرب غير المسبوقة في ضراوتها ومدتها، برزت المواقع الإخبارية الفلسطينية بوصفها أحد أهم الفاعلين في مشهد التغطية الإعلامية، إذ اضطلعت بمهمة مزدوجة: نقل الحدث اليومي بتفاصيله من الميدان الغزي والضفة الغربية والقدس المحتلة من جهة، ومقارعة الرواية الإسرائيلية المهيمنة على كثير من وسائل الإعلام الغربية من جهة أخرى. وقد واجهت هذه المواقع تحديات غير مسبوقة تمثلت في استهداف الصحفيين الفلسطينيين، وقطع الاتصالات والإنترنت عن قطاع غزة لفترات متكررة، وتدمير المقرات والمكاتب الصحفية، فضلاً عن القيود الرقمية وحظر الظل الذي فرضته منصات التواصل الاجتماعي على المحتوى الفلسطيني.

وتكتسب دراسة المعالجة الإعلامية للمواقع الإخبارية الفلسطينية لهذه الحرب أهمية خاصة، باعتبار هذه المواقع الواجهة الرقمية الرسمية وشبه الرسمية للخطاب الإعلامي الفلسطيني الموجه إلى الجمهور العربي والعالمي، ولأنها تعكس في مضامينها وأطرها الإخبارية صورة الذات الفلسطينية وصورة الآخر الإسرائيلي، وتسهم في تشكيل الوعي الجمعي تجاه القضية الفلسطينية. كما أن امتداد الحرب على مدى أكثر من عامين (2023–2025) يتيح رصد التحولات التي طرأت على المعالجة الإعلامية عبر مراحل مختلفة من الحرب، من اندلاع عملية طوفان الأقصى، مروراً بالعمليات البرية، وصولاً إلى مرحلة وقف إطلاق النار وإعادة الإعمار.

وتنطلق هذه الدراسة من قناعة بأن الخطاب الإعلامي الفلسطيني في زمن الحرب ليس مجرد نقل للحدث، بل هو أداة من أدوات المقاومة الرمزية التي تسعى إلى فضح الممارسات الإسرائيلية وكشف الانتهاكات، وفي الوقت ذاته تثبيت الرواية الفلسطينية في الوجدان العربي والإنساني. ومن هنا تأتي هذه الدراسة لتقدّم قراءة تحليلية مقارنة للمعالجة الإعلامية في موقعين فلسطينيين من أبرز المواقع الإخبارية: هما موقع وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية (وفا)، بوصفه الوكالة الرسمية للسلطة الوطنية الفلسطينية، وموقع وكالة معاً الإخبارية، بوصفه أحد أهم المواقع الإخبارية الفلسطينية المستقلة الأوسع انتشاراً.

مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في الحاجة إلى فهم علمي دقيق لكيفية معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية للحرب الإسرائيلية على قطاع غزة (2023–2025)، والوقوف على طبيعة الأطر الإعلامية التي وظفتها هذه المواقع، والموضوعات التي تصدّرت أولوياتها، والقوى الفاعلة التي أبرزتها، والاتجاهات العامة التي غلبت على تغطيتها.

ذلك أن التغطية الإعلامية في ظروف الحرب والنزاعات المسلحة لا تكون انعكاساً حيادياً للواقع بقدر ما تكون إعادة بناء وتأطير للأحداث وفقاً لمنظومة من المحددات السياسية والمهنية والتحريرية.

ورغم تعدد الدراسات التي تناولت التغطية الإعلامية للحروب السابقة على غزة (2008، 2012، 2014، 2021)، فإن الحرب الأخيرة تتميز بخصائص نوعية تجعل المعالجة الإعلامية لها في حاجة إلى دراسة مستقلة، منها: طول مدة الحرب، واتساع رقعتها الجغرافية، وفداحة خسائرها البشرية والمادية، واستهداف الصحفيين بشكل ممنهج، فضلاً عن اندلاعها في بيئة إعلامية رقمية متغيرة تتأثر بخوارزميات المنصات وحظر المحتوى.

ومن هنا، تتبلور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما طبيعة المعالجة الإعلامية للمواقع الإخبارية الفلسطينية (وفا ومعاً) للحرب الإسرائيلية على قطاع غزة خلال الفترة من أكتوبر 2023 حتى نهاية 2025؟ وما أوجه التشابه والاختلاف بين الموقعين في هذه المعالجة؟

تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. ما أبرز الموضوعات التي تناولتها المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة في معالجتها للحرب على غزة؟
2. ما الأطر الإعلامية التي وظفتها المواقع الإخبارية الفلسطينية في تغطيتها للحرب على غزة؟
3. ما اتجاهات المعالجة الإعلامية (إيجابي/ سلبي/ محايد) في المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة؟
4. ما القوى الفاعلة التي أبرزتها المواقع الإخبارية الفلسطينية في تغطيتها للحرب على غزة؟
5. ما المصادر الإخبارية التي اعتمدت عليها المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة؟
6. ما الإستمالات الإقناعية (العقلية والعاطفية) التي استخدمتها المواقع الإخبارية الفلسطينية في معالجتها للحرب؟
7. ما الأشكال الصحفية والقوالب الفنية التي استخدمتها المواقع الإخبارية الفلسطينية في تغطيتها للحرب؟
8. ما أنواع العناوين الصحفية التي وظفتها المواقع الإخبارية الفلسطينية في معالجتها للحرب؟
9. ما الوسائط المتعددة والخدمات التفاعلية التي وظفتها المواقع الإخبارية الفلسطينية في تغطيتها للحرب؟
10. ما أوجه التشابه والاختلاف بين موقعي وفا ومعاً في معالجتهما الإعلامية للحرب على غزة؟

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف على أبرز الموضوعات التي تناولتها المواقع الإخبارية الفلسطينية في تغطيتها للحرب الإسرائيلية على قطاع غزة.

2. الكشف عن الأطر الإعلامية التي وظفتها المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة.
3. رصد اتجاهات المعالجة الإعلامية في المواقع الإخبارية الفلسطينية.
4. تحديد القوى الفاعلة التي أبرزتها المواقع الإخبارية الفلسطينية في تغطيتها للحرب.
5. التعرف على طبيعة المصادر الإخبارية التي اعتمدت عليها المواقع الإخبارية الفلسطينية.
6. الكشف عن الإستمالات الإقناعية التي استخدمتها المواقع في معالجتها للحرب.
7. رصد الأشكال الصحفية وأنواع العناوين والوسائط المتعددة والخدمات التفاعلية في عينة الدراسة.
8. إجراء مقارنة منهجية بين موقعي وفا ومعاً من حيث المعالجة الإعلامية للحرب على غزة.

أهمية الدراسة

1. الأهمية العلمية

أ. تستمد الدراسة أهميتها العلمية من كونها تتناول موضوعاً آنياً وحيوياً يتصل بحدث إعلامي وسياسي بالغ الأهمية، وهو الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة 2023–2025م، في ضوء نظريات علمية حديثة في علم الاتصال.

ب. تسهم الدراسة في إثراء المكتبة العربية والفلسطينية المتخصصة في بحوث الإعلام والصحافة الإلكترونية، حيث تعدّ من الدراسات الرائدة التي تتناول المعالجة الإعلامية لهذه الحرب خلال فترة زمنية ممتدة.

ج. تفتح الدراسة آفاقاً جديدة أمام الباحثين لدراسة التحولات التي طرأت على الخطاب الإعلامي الفلسطيني في ظل التطور المتسارع لبيئة الإعلام الرقمي.

د. توفر الدراسة إطاراً منهجياً ومفاهيمياً يمكن الاستفادة منه في دراسات لاحقة تتعلق بتغطية الحروب والنزاعات في المواقع الإخبارية.

2. الأهمية العملية

أ. تقدم الدراسة صورة شاملة للقائمين على المواقع الإخبارية الفلسطينية حول نقاط القوة والضعف في معالجتهم الإعلامية للحرب، بما يمكنهم من تطوير أدائهم المهني.

ب. تساعد صناع القرار في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية والعربية على صياغة سياسات تحريرية أكثر فاعلية في مواجهة الرواية الإسرائيلية.

ج. تفيد صانعي القرار السياسي الفلسطيني في فهم آليات عمل الإعلام في الأزمات، وتوظيفه بشكل أفضل في خدمة القضية الوطنية.

د. تسهم الدراسة في بلورة توصيات عملية تخدم الخطاب الإعلامي الفلسطيني في الحروب والنزاعات المستقبلية.

نوع الدراسة ومنهجها

1. نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تسعى إلى وصف الظاهرة الإعلامية موضوع الدراسة، وتحليلها، ورصد أبعادها المختلفة، دون الاكتفاء بوصف السمات الظاهرية لها. وتستهدف الدراسات الوصفية — كما يذكر عبد الحميد (1997) — الكشف عن السمات والخصائص التي تميّز ظاهرة معينة، وتحليل مكوناتها، وتفسير علاقاتها المختلفة. كما تنتمي الدراسة إلى بحوث دراسة العلاقات المتبادلة، لأنها تقوم على مقارنة منهجية بين موقعين إخباريين فلسطينيين في معالجتهما للحرب على غزة.

2. منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على منهجين متكاملين هما:

أ. منهج المسح الإعلامي:

وهو من أكثر المناهج استخداماً في بحوث الإعلام، ويُقصد به الجهد العلمي المنظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضع البحث. وقد استُخدم هذا المنهج في إطاره التحليلي، بتوظيف أسلوب تحليل المضمون بوصفه الأداة الرئيسة لجمع البيانات وتحليلها من خلال استمارة تحليل المضمون التي طُبّقت على عينة من المواد الإخبارية المنشورة في موقعي الدراسة.

ب. منهج دراسة العلاقات المتبادلة:

وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية، الذي يعتمد على المقارنة بين الظواهر وتحليل الفروق والمتشابهات، وقد استُخدم هذا المنهج للمقارنة بين موقعي وكالة وفا الرسمية ووكالة معاً الإخبارية من حيث المعالجة الإعلامية للحرب على غزة.

مجتمع وعينة الدراسة

1. مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المواد الإخبارية المنشورة في المواقع الإخبارية الفلسطينية، والمتعلقة بالحرب الإسرائيلية على قطاع غزة خلال الفترة الممتدة من 2023/10/7م وحتى 2025/12/31م.

2. عينة الدراسة

اختارت الدراسة موقعين فلسطينيين إخباريين من الأكثر انتشاراً وتأثيراً، هما:

- موقع وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية (وفا): ويمثل الوكالة الرسمية للسلطة الوطنية الفلسطينية، ورابطه الإلكتروني: www.wafa.ps

- موقع وكالة معاً الإخبارية: ويمثل إحدى أبرز المواقع الإخبارية الفلسطينية المستقلة، ورابطه الإلكتروني: www.maannews.net

وقد جرى اختيار العينة وفق أسلوب العينة العشوائية المنتظمة، بواقع أسبوع صناعي لكل شهر من أشهر الدراسة، مع التركيز على فترات التصعيد الرئيسية: (أكتوبر–نوفمبر 2023، العملية البرية في جنوب القطاع 2024، عمليات رفح ومعابر المساعدات 2024، مرحلة وقف إطلاق النار 2025)، ليصبح مجموع المواد الإخبارية الداخلة في عينة التحليل (820) مادة إخبارية.

أدوات الدراسة

اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون بوصفها الأداة الرئيسية لجمع البيانات، وقد صُمّمت الاستمارة في ضوء مراجعة الأدبيات السابقة وتساؤلات الدراسة وأهدافها، واشتملت على الفئات الآتية:

فئة ماذا قيل؟: وتتضمن الموضوعات الرئيسية التي تناولتها المواقع عينة الدراسة في معالجتها للحرب على غزة.

1. فئة كيف قيل؟: وتتضمن الأشكال الصحفية، والقوالب الفنية، وأنواع العناوين، والوسائط المتعددة، والخدمات التفاعلية.
2. فئة الأطر الإعلامية: وتتضمن إطار الصراع، وإطار الاهتمامات الإنسانية، وإطار المسؤولية، وإطار النتائج الاقتصادية، وإطار الأخلاق.
3. فئة الاتجاه: (إيجابي – سلبي – محايد) تجاه الاحتلال الإسرائيلي وتجاه المقاومة الفلسطينية.
4. فئة القوى الفاعلة: (فلسطينية رسمية – فصائل المقاومة – إسرائيلية – عربية – دولية).
5. فئة المصادر: (مراسلون – وكالات أنباء – مصادر رسمية – مواقع التواصل الاجتماعي – مصادر إسرائيلية).
6. فئة الإستمالات الإقناعية: (عقلية – عاطفية – جمع بينهما).

وتم حساب صدق الاستمارة بعرضها على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام المتخصصين، كما حُسب ثبات الاستمارة من خلال إعادة تحليل عينة من المواد بواسطة الباحث مرتين بفاصل زمني، وبين الباحث ومحلل ثانٍ مستقل، وفقاً لمعادلة هولستي (Holsti's Formula).

حدود الدراسة

تتحدد الدراسة بالحدود الآتية:

- الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على تحليل المعالجة الإعلامية للحرب الإسرائيلية على قطاع غزة من حيث الموضوعات، والأطر، والاتجاهات، والقوى الفاعلة، والمصادر، والإستمالات، والأشكال الفنية.
- الحدود المكانية: موقع وكالة وفا الفلسطينية الرسمية، وموقع وكالة معاً الإخبارية.

- الحدود الزمانية: الفترة من 2023/10/7م حتى 2025/12/31م.
- الحدود البشرية: جمهور متصفحي المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة.

مصطلحات الدراسة

1) المعالجة الإعلامية

يُقصد بها مجموعة الأساليب والأدوات التي تستخدمها الوسيلة الإعلامية في تقديم القضايا والأحداث للجمهور، من حيث الشكل والمضمون، والتأطير، والمصادر، والإستمالات، بحيث تعكس توجهات الوسيلة وسياستها التحريرية. وتُعرَّف إجرائياً في هذه الدراسة بأنها: الكيفية التي قدّمت بها مواقع وفا ومعاً الحربَ الإسرائيلية على قطاع غزة من حيث الموضوعات، والأطر، والاتجاهات، والإستمالات، والقوالب الصحفية.

2) المواقع الإخبارية الفلسطينية

المواقع الإلكترونية التي تعمل على شبكة الإنترنت، وتُعنى بنقل الأخبار والأحداث والمعلومات، سواء أكانت تابعة لمؤسسات رسمية فلسطينية أم لمؤسسات أهلية مستقلة. وتُعرَّف إجرائياً بأنها: موقعا وكالة وفا ووكالة معاً الإخباريان عينة الدراسة.

3) الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة

العدوان العسكري الشامل الذي شنّه جيش الاحتلال الإسرائيلي على قطاع غزة في أعقاب عملية طوفان الأقصى التي نفذتها فصائل المقاومة الفلسطينية في السابع من أكتوبر 2023م، وما أعقب ذلك من حملة قصف وعمليات برية وحصار وتهجير استمرت حتى نهاية عام 2025م.

4) الأطر الإعلامية

تُعرَّف وفقاً لإنتمان (Entman, 1993) بأنها: عملية انتقاء بعض جوانب الواقع وإبرازها في النص الإعلامي بحيث تصبح أكثر ظهوراً، بهدف تعزيز تعريف معين للمشكلة، وتفسير سببي، وتقييم أخلاقي، و/أو وصف علاجي. وتُعرَّف إجرائياً بأنها: الزوايا التي قدّمت من خلالها مواقع الدراسة أحداث الحرب على غزة.

الإطار النظري للدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية في إطارها النظري على نظريتين أساسيتين في بحوث الإعلام والاتصال، هما: نظرية الأطر الإعلامية، ونظرية ترتيب الأولويات، وذلك لملاءمة هاتين النظريتين لطبيعة موضوع الدراسة وأهدافها، ولقدرتهما على تفسير آليات معالجة المواقع الإخبارية للأحداث والقضايا السياسية والعسكرية.

أولاً: نظرية الأطر الإعلامية

تُعدّ نظرية الأطر الإعلامية من أكثر النظريات توظيفاً في دراسات تحليل المضمون الإعلامي، خاصة في حالات الحروب والنزاعات. ويُرجع الباحثون الأصول النظرية لمفهوم التأطير إلى عالم الاجتماع إرفنج

جوفمان (Erving Goffman) في كتابه تحليل الإطار (Frame Analysis، 1974)، حيث عرّف الإطار بأنه مخطط تفسيري يمكّن الأفراد من إدراك الأحداث وتنظيمها وفهمها.

ثم طوّر روبرت إنتمان (Robert Entman) عام 1993م المفهومَ في الحقل الإعلامي، حيث عرّف التأطير بأنه: انتقاء بعض جوانب الواقع الملحوظ وإبرازها في النص الإعلامي بطريقة تعزز تعريفاً معيناً للمشكلة، وتفسيراً سببياً، وتقييماً أخلاقياً، وتوصية علاجية. ومن أشهر الأطر التي تُوظَّف في دراسات الإعلام:

- إطار الصراع: ويركز على الصراع بين الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات أو الدول.
- إطار الاهتمامات الإنسانية: ويركز على الأبعاد الإنسانية والعاطفية للحدث.
- إطار المسؤولية: ويركز على تحميل المسؤولية عن الحدث لجهة بعينها.
- إطار النتائج الاقتصادية: ويركز على الآثار الاقتصادية للحدث.
- إطار الأخلاق: ويضع الحدث في سياق ديني أو أخلاقي.

وتنطلق الدراسة من هذه النظرية لتحليل الأطر التي وظّفتها مواقع وفا ومعاً في معالجتها للحرب على غزة، ومعرفة الإطار الغالب، ودلالاته في ضوء طبيعة كل موقع وسياسته التحريرية.

ثانياً: نظرية ترتيب الأولويات

صاغ الباحثان ماكسويل ماكومبز ودونالد شو (Shaw, 1972 & McCombs) نظرية ترتيب الأولويات في دراستهما الشهيرة عن الانتخابات الأمريكية عام 1968م، وتنطلق النظرية من فرضية مؤداها أن وسائل الإعلام لا تنجح في إخبار الناس بما يفكرون فيه (What to think)، لكنها تنجح نجاحاً باهراً في إخبارهم بما يفكرون به (What to think about).

وتفترض النظرية وجود علاقة إيجابية بين اهتمام وسائل الإعلام بقضية معينة، وإدراك الجمهور لأهمية هذه القضية. وتركز النظرية على ثلاثة محاور رئيسية: أولويات وسائل الإعلام، وأولويات الجمهور، وأولويات السياسات العامة.

وقد استفادت الدراسة الحالية من هذه النظرية في رصد ترتيب الموضوعات التي أبرزتها مواقع وفا ومعاً في تغطيتها للحرب على غزة، وتحديد الموضوعات التي تصدّرت الأولويات، والموضوعات التي هُمِّشت أو تم التغاضي عنها.

الدراسات السابقة

استعرض الباحث عدداً من الدراسات العربية والأجنبية الحديثة التي تناولت موضوعات ذات صلة بالدراسة الحالية، وتم تقسيمها إلى محاور ثلاثة: دراسات تناولت المواقع الإخبارية الفلسطينية في تغطيتها للحرب على غزة، ودراسات تناولت التغطية العربية والعالمية للحرب، ودراسات نظرية في الأطر الإعلامية وتأطير النزاعات. وفيما يلي عرض لهذه الدراسات من الأحدث إلى الأقدم:

1) دراسة هادي وهاشم (2025): التغطية الإخبارية لموقع BBC العربية لأحداث غزة

هدفت الدراسة للتعرف على التغطية الإخبارية لموقع BBC العربية لأحداث غزة خلال الفترة من 2023/10/7 إلى 2024/2/6م، من حيث الأشكال الصحفية، والموضوعات، والاتجاهات، والأطر الإعلامية، والمصادر. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بأسلوب تحليل المضمون، وتوصلت إلى أن الأشكال الخبرية تصدّرت محتوى الموقع، وأن التغطية اتسمت بالطابع المحايد ظاهرياً مع انحياز ضمني للرواية الإسرائيلية، وأن إطار الصراع كان الأكثر حضوراً، تلاه إطار الاهتمامات الإنسانية.

2) دراسة العواودة وأندلوسي (2024): دلالة الصورة الصحفية حول الحرب على غزة 2023–2024

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دلالة الصورة الصحفية لأحداث الحرب على غزة في موقعي دنيا الوطن ووكالة معاً، خلال الشهر الأول من الحرب (7 أكتوبر–7 نوفمبر 2023). اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بأسلوب تحليل المضمون وأسلوب المقارنة المنهجية، مستندة إلى نظرية الأجندة الإعلامية. وتوصلت إلى أن موضوع مجازر الاحتلال تصدّر الصور بنسبة 18.8%، يليه موضوع قصف الاحتلال بنسبة 14.1%، وأن الهدف الأبرز من نشر الصور كان كشف جرائم الاحتلال بنسبة 37.5%، يليه استعطاف الرأي العام بنسبة 20.8%.

3) دراسة رضوان (2025): استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي في تغطية الحرب على غزة

هدفت الدراسة إلى استقصاء التحديات التي واجهها الصحفيون الفلسطينيون خلال تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة (2023–2024)، وتحليل المنهجية التي اعتمدوها في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والتحقق من صدقية الأخبار. اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي بأداتي المقابلة ودراسة الحالة، وشملت عينة قصدية من (11) صحفياً. وتوصلت إلى أن شبكات التواصل وأدوات المصادر المفتوحة أصبحت ضرورية في جمع الأخبار والتحقق منها، خاصة في ظل استهداف الصحفيين، وقطع الإنترنت عن غزة.

4) دراسة جبر (2024): أطر تغطية مواقع الصحف العربية لأحداث الحرب على غزة 2023م

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأطر الخبرية التي استخدمتها مواقع الصحف العربية في تغطيتها لأحداث الحرب على غزة 2023م. استخدمت منهج المسح الإعلامي بأسلوب تحليل المضمون. وتوصلت إلى أن إطار المسؤولية جاء في الترتيب الأول، يليه إطار الاهتمامات الإنسانية، وأن الإستمالات العاطفية والمنطقية معاً جاءت بنسبة مرتفعة.

5) دراسة حبيب (2024): أطر معالجة مواقع وكالات الأنباء العربية والغربية للحرب على غزة

تناولت الدراسة أطر معالجة مواقع وكالات الأنباء العربية والغربية للحرب الإسرائيلية على غزة بعد عملية طوفان الأقصى في 7 أكتوبر 2023م. استخدمت منهج المسح الإعلامي بأسلوب تحليل المضمون. وتوصلت

إلى وجود فروق دالة بين المعالجة العربية والغربية، حيث غلب على التغطية العربية إطار الاهتمامات الإنسانية، بينما غلب على التغطية الغربية إطار الصراع والأمن.

6) دراسة الأباصيري (2024): أطر معالجة المواقع الإخبارية العربية لعملية طوفان الأقصى

هدفت الدراسة إلى التعرف على أطر معالجة المواقع الإخبارية العربية للقضية الفلسطينية من خلال عملية طوفان الأقصى. اعتمدت على منهج المسح بأسلوب تحليل المضمون. وتوصلت إلى أن الإطار الإنساني جاء في المقدمة، وأن المصادر الفلسطينية كانت الأكثر اعتماداً، مع تنوع في الاتجاهات بين المواقع الخليجية والمشرقية والمغاربية.

7) دراسة العدوان (2024): مضامين التغطية الإخبارية لقناة المملكة حول الحرب على غزة

هدفت الدراسة إلى رصد مضامين التغطية الإخبارية لقناة المملكة الأردنية حول الحرب على غزة 2023م. استخدمت المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المضمون. وتوصلت إلى أن القناة ركّزت على المشهد الإنساني والمواقف الرسمية الأردنية، وأن الإطار الإنساني كان الأبرز في التغطية، مع حضور ملحوظ للمواقف الملكية الرسمية.

8) دراسة سنيد (2024): معالجة صفحات القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية لأحداث طوفان الأقصى

تناولت الدراسة معالجة صفحات القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي لأحداث طوفان الأقصى 2023م. استخدمت منهج المسح بأسلوب تحليل المضمون. وتوصلت إلى تفاوت في معالجة هذه القنوات وفقاً لتوجهات الدول المرجعية، وإلى سيطرة الأشكال المرئية (الفيديو والصور) على المحتوى بنسبة مرتفعة.

9) دراسة سكي (2024): طوفان الأقصى بعيون الجزيرة

هدفت الدراسة إلى تحليل باقة من المضامين الإعلامية المنشورة على موقع الجزيرة الإخباري حول طوفان الأقصى. استخدمت منهج تحليل المضمون. وتوصلت إلى أن موقع الجزيرة قدّم سردية داعمة للرواية الفلسطينية، وأن الإطار الإنساني والإطار الأخلاقي كانا الأكثر توظيفاً، مع حضور ملحوظ للاستمالات العاطفية.

10) دراسة صحراء وقريشي (2024): المعالجة الخبرية في الفضائيات العربية – قناة الجزيرة نموذجاً

تناولت الدراسة المعالجة الخبرية للخطاب الإعلامي العربي من خلال قناة الجزيرة في تغطية أخبار طوفان الأقصى. استخدمت تحليل المضمون. وتوصلت إلى أن الجزيرة تبنت خطاباً داعماً للمقاومة الفلسطينية، مع توظيف مكثف للصور والفيديوهات الميدانية، واعتماد واسع على المصادر الفلسطينية.

11) دراسة المليتي وزماموش (2024): الاستراتيجيات التحريرية في تغطية الحرب على غزة 2021

تناولت الدراسة الاستراتيجيات التحريرية وأساليب الإقناع في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة (مايو 2021م) في المواقع الإخبارية الدولية الناطقة بالعربية. اعتمدت على منهج تحليل المضمون. وتوصلت إلى تنوع الاستراتيجيات بين المواقع الدولية، مع اختلاف واضح في توظيف أساليب الإقناع بين المواقع الغربية (BBC، DW، CNN) والمواقع الروسية (RT).

12) دراسة البزور وأبو حمدة (2022): تغطية الصحف الرقمية العربية للحرب على غزة 2021

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية تغطية الصحف الرقمية العربية للحرب على قطاع غزة 2021م. استخدمت منهج المسح بأسلوب تحليل المضمون. وتوصلت إلى اعتماد الصحف الثلاث (عينة الدراسة) على الجهات الفلسطينية كقوى فاعلة رئيسة، مع غلبة الاتجاه المحايد في التغطية، وتوظيف الإطار السياسي بشكل مهيمن.

13) دراسة هيئة الإعلاميات الفلسطينيات (2025): واقع الإعلاميات الفلسطينيات تحت الإبادة

تناولت الدراسة، المنشورة في مؤسسة الدراسات الفلسطينية، واقع الصحفيات الفلسطينيات في تغطية الحرب على غزة منذ 7 أكتوبر 2023م. اعتمدت على المنهج النوعي بأداتي المقابلة والشهادات الميدانية. وتوصلت إلى أن 92% من الصحفيين فقدوا معدات التغطية، و91% لم تتوفر لديهم معدات الحماية، و88% تدمرت منازلهم، و96% نزحوا من بيوتهم، مما جعل من غزة أخطر منطقة على حياة الصحفيين في العالم.

التعقيب على الدراسات السابقة

يتضح من استعراض الدراسات السابقة ما يلي:

1. تنوعت الدراسات في تناول الحرب على غزة بين دراسات تركز على الإعلام الغربي (إنتمان، عبيدي، حنبلي)، ودراسات تركز على الإعلام العربي (جبر، حبيب، الأباصيري، العدوان، صحراء)، ودراسات تركز على الإعلام الفلسطيني (العواودة، رضوان، هيئة الإعلاميات الفلسطينيات).
2. اعتمدت معظم الدراسات على منهج تحليل المضمون بوصفه الأداة الأنسب لدراسة المحتوى الإعلامي، وهو ما تتفق معه الدراسة الحالية.
3. تنوعت الأطر النظرية المستخدمة بين نظرية التأطير، ونظرية ترتيب الأولويات، وهما النظريتان اللتان تعتمد عليهما الدراسة الحالية.
4. ركّزت أغلب الدراسات على فترات زمنية قصيرة (الشهر الأول، أو 100 يوم، أو ستة أشهر)، في حين تتميز الدراسة الحالية بتغطيتها لفترة ممتدة من أكتوبر 2023 حتى نهاية 2025م.
5. نَدُرت الدراسات التي تناولت المواقع الإخبارية الفلسطينية الرسمية وشبه الرسمية خلال الحرب الأخيرة بشكل مقارن ومعمّق، وهو ما تسعى هذه الدراسة لسدّ ثغرته.
6. أفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد فئات التحليل، وصياغة استمارة تحليل المضمون، واختيار المنهج النظري والتطبيقي المناسب.

أوجه تميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

1. امتداد الفترة الزمنية المدروسة (2023–2025) مقارنة بالدراسات السابقة التي ركزت على فترات قصيرة.
2. التركيز الحصري على المواقع الإخبارية الفلسطينية (وفا ومعاً) دون غيرها، في دراسة مقارنة معمّقة.
3. الجمع بين نظريتي الأطر الإعلامية وترتيب الأولويات في إطار نظري متكامل.
4. تناول الحرب بوصفها ظاهرة ممتدة ذات مراحل متعددة، لا مجرد حدث لحظي.
5. مراعاة البعد الرقمي في التحليل (الوسائط المتعددة، الخدمات التفاعلية، الروابط، الهاشتاغات).
6. إجراء مقارنة منهجية بين وكالة رسمية (وفا) ووكالة مستقلة (معاً) لرصد أثر الطبيعة المؤسسية في المعالجة.

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص جماعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بأسلوب تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة بأسلوب المقارنة المنهجية للمقارنة بين موقعي وفا ومعاً.

ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها

تمثّل مجتمع الدراسة في جميع المواد الإخبارية المنشورة على موقعي وكالة وفا الفلسطينية ووكالة معاً الإخبارية، والمتعلقة بالحرب الإسرائيلية على قطاع غزة، خلال الفترة من 2023/10/7م وحتى 2025/12/31م.

ولصعوبة حصر جميع المواد المنشورة خلال هذه الفترة الممتدة، لجأ الباحث إلى أسلوب الأسبوع الصناعي، حيث تم اختيار عينة عشوائية منتظمة بواقع أسبوع صناعي لكل شهرين من أشهر الدراسة، ليبلغ مجموع أيام التحليل (98) يوماً موزعة على الفترة الزمنية كاملة، وبلغ إجمالي عدد المواد التي خضعت للتحليل (820) مادة إخبارية، منها (430) مادة في موقع وفا، و(390) مادة في موقع معاً.

جدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة على موقعي وفا ومعاً

الموقع	عدد المواد	النسبة المئوية %
موقع وكالة وفا	430	%52.4
موقع وكالة معاً	390	%47.6
المجموع	**820**	**%100**

يتضح من الجدول السابق أن موقع وكالة وفا حظي بالنسبة الأعلى من المواد الإخبارية المنشورة حول الحرب على غزة بواقع (430) مادة وبنسبة (52.4%)، بينما جاء موقع وكالة معاً في المرتبة الثانية بواقع (390) مادة وبنسبة (47.6%)، ويُعزى ذلك إلى كون وفا الوكالة الرسمية للسلطة الوطنية الفلسطينية والمصدر الأول للأخبار الرسمية.

ثالثاً: أداة الدراسة

اعتمد الباحث على استمارة تحليل المضمون بوصفها الأداة الرئيسية لجمع البيانات، وقد صُمّمت الاستمارة في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، واشتملت على مجموعة من الفئات التحليلية مقسّمة إلى فئتين رئيسيتين: فئة المضمون (ماذا قيل؟)، وفئة الشكل (كيف قيل؟).

1) فئات تحليل المضمون

أ. فئة الموضوعات

ب. فئة الأطر الإعلامية

ج. فئة الاتجاه

د. فئة القوى الفاعلة

هـ. فئة المصادر

و. فئة الإستمالات الإقناعية

ز. فئة القيم

2) فئات الشكل:

أ. فئة الأشكال الصحفية

ب. فئة أنواع العناوين

ج. فئة الوسائط المتعددة

د. فئة الخدمات التفاعلية

هـ. فئة حجم المادة

رابعاً: صدق وثبات الأداة

1) صدق الأداة (Validity):

تم التحقق من الصدق الظاهري لاستمارة تحليل المضمون بعرضها على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام في الجامعات الفلسطينية والعربية، وبلغ عددهم (7) محكمين، وقد أبدوا ملاحظاتهم حول فئات التحليل، وتم الأخذ بهذه الملاحظات وإجراء التعديلات المناسبة قبل التطبيق النهائي.

2) ثبات الأداة (Reliability):

استخدم الباحث طريقتين لقياس ثبات الأداة:

الثبات عبر الزمن: قام الباحث بإعادة تحليل عينة عشوائية من المواد (50 مادة) بفاصل زمني مقداره شهر، وبلغت نسبة الاتفاق 92%.

الثبات بين المحللين: استعان الباحث بمحلل ثانٍ من المتخصصين، وطبقت معادلة هولستي (Holsti) على عينة من (80) مادة، فبلغت نسبة الاتفاق 89%، وهي نسبة عالية تدل على ثبات الأداة وصلاحيتها للتطبيق.

معادلة هولستي: CR = 2M / (N1 + N2)، حيث CR = معامل الثبات، M = عدد حالات الاتفاق، N1 + N2 = مجموع عدد القرارات التي اتخذها المحللان.

خامساً: الأساليب الإحصائية

استخدم الباحث مجموعة من الأساليب الإحصائية في معالجة البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v.26)، وتضمنت:

- التكرارات والنسب المئوية: لوصف توزيع المواد وفق الفئات المختلفة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كا² (Chi-Square Test): لقياس دلالة الفروق بين الموقعين.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation): لقياس العلاقة بين المتغيرات.
- معادلة هولستي (Holsti's Formula): لقياس ثبات أداة التحليل.

نتائج الدراسة التحليلية ومناقشتها

يعرض هذا الجانب نتائج الدراسة التحليلية التي توصل إليها الباحث من خلال تطبيق استمارة تحليل المضمون على عينة الدراسة المكوّنة من (820) مادة إخبارية في موقعي وفا ومعاً، وذلك بهدف الإجابة عن تساؤلات الدراسة، ويتم عرض النتائج في جداول إحصائية مرفقة بالتحليل والتفسير، ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة.

أولاً: نتائج تتعلق بموضوعات التغطية الإعلامية

للإجابة عن التساؤل الأول المتعلق بأبرز الموضوعات التي تناولتها المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة في معالجتها للحرب على غزة، قام الباحث بحصر الموضوعات التي ظهرت في المواد الإخبارية وتصنيفها، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (2): التوزيع التكراري والنسبي لموضوعات التغطية الإعلامية في موقعي الدراسة

#	الموضوع	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام		الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%	
1	الشهداء والجرحى والمفقودون	82	%19.1	74	%19.0	156	%19.0	1
2	المجازر والقصف الإسرائيلي	61	%14.2	58	%14.9	119	%14.5	2
3	المساعدات الإنسانية والأوضاع المعيشية	48	%11.2	45	%11.5	93	%11.3	3
4	النزوح والتهجير	40	%9.3	38	%9.7	78	%9.5	4
5	تدمير البنية التحتية والخسائر الاقتصادية	38	%8.8	31	%7.9	69	%8.4	5
6	المفاوضات وصفقات التبادل	34	%7.9	32	%8.2	66	%8.0	6
7	الموقف الدولي والحراك الدبلوماسي	35	%8.1	28	%7.2	63	%7.7	7
8	عمليات المقاومة الفلسطينية	24	%5.6	30	%7.7	54	%6.6	8
9	الاعتقالات والأسرى	28	%6.5	22	%5.6	50	%6.1	9
10	استهداف الصحفيين والطواقم الطبية	22	%5.1	17	%4.4	39	%4.8	10
11	الأبعاد القانونية والجرائم الدولية	11	%2.6	8	%2.1	19	%2.3	11
12	موضوعات أخرى	7	%1.6	7	%1.8	14	%1.7	12
	المجموع	**430**	**%100**	**390**	**%100**	**820**	**%100**	—

يتضح من الجدول السابق أن موضوع الشهداء والجرحى والمفقودين تصدّر الموضوعات التي تناولتها المواقع الإخبارية الفلسطينية عينة الدراسة بإجمالي (156) مادة وبنسبة (19.0%)، وهو ما يعكس الاهتمام الكبير للموقعين بتوثيق الخسائر البشرية الناجمة عن الحرب الإسرائيلية، وإبراز الحجم الكارثي للضحايا المدنيين. وقد جاء موضوع المجازر والقصف الإسرائيلي في المرتبة الثانية بنسبة (14.5%)، حيث حرص

الموقعان على توثيق المجازر اليومية التي ارتكبها جيش الاحتلال ضد المدنيين في المناطق السكنية والمدارس والمستشفيات.

واحتل موضوع المساعدات الإنسانية والأوضاع المعيشية المرتبة الثالثة بنسبة (11.3%)، نظراً لتفاقم الأزمة الإنسانية في قطاع غزة وما رافقها من حصار وتجويع ونقص في المستلزمات الطبية والغذائية. ثم جاء موضوع النزوح والتهجير رابعاً بنسبة (9.5%)، متبوعاً بموضوع تدمير البنية التحتية بنسبة (8.4%)، فالمفاوضات وصفقات التبادل بنسبة (8.0%).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة العواودة وأندلوسي (2024) التي توصلت إلى تصدّر موضوع مجازر الاحتلال في الصور الصحفية بنسبة (18.8%) في موقعي دنيا الوطن ووكالة معاً، كما تتفق مع دراسة تغطية مواقع وكالات الأنباء العربية (2025) التي أظهرت تصدّر موضوع المساعدات الإنسانية (12.5%) ثم الشهداء والمصابين (11.4%) في تغطية الحرب على غزة 2023–2025م.

ثانياً: نتائج تتعلق بالأطر الإعلامية

للإجابة عن التساؤل الثاني المتعلق بالأطر الإعلامية التي وظفتها المواقع الإخبارية الفلسطينية في تغطيتها للحرب على غزة، رصد الباحث الأطر المستخدمة في المواد الإخبارية، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (3): التوزيع التكراري والنسبي للأطر الإعلامية في موقعي الدراسة

الإطار الإعلامي	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام		الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الإطار الإنساني	142	%33.0	135	%34.6	277	%33.8	1
إطار المسؤولية	108	%25.1	91	%23.3	199	%24.3	2
إطار الصراع	72	%16.7	78	%20.0	150	%18.3	3
الإطار الأخلاقي / الديني	48	%11.2	38	%9.7	86	%10.5	4
إطار النتائج الاقتصادية	36	%8.4	29	%7.4	65	%7.9	5
الإطار السياسي	24	%5.6	19	%4.9	43	%5.2	6
المجموع	**430**	**%100**	**390**	**%100**	**820**	**%100**	**—**

يتضح من الجدول السابق أن الإطار الإنساني جاء في مقدمة الأطر الإعلامية التي وظّفتها المواقع الإخبارية الفلسطينية في معالجتها للحرب على غزة بإجمالي (277) مادة وبنسبة (33.8%)، وهو ما يدل على حرص الموقعين على إبراز البُعد الإنساني للحرب، ومعاناة المدنيين الفلسطينيين من الأطفال والنساء وكبار السن، وتوثيق آثار القصف والتدمير على الحياة اليومية للسكان.

وجاء إطار المسؤولية في المرتبة الثانية بنسبة (24.3%)، حيث ركّز الموقعان على تحميل الاحتلال الإسرائيلي المسؤولية الكاملة عن المجازر والانتهاكات، ومطالبة المجتمع الدولي بمحاسبة المسؤولين عن الجرائم المرتكبة. ثم جاء إطار الصراع ثالثاً بنسبة (18.3%)، متضمناً تغطية المواجهات العسكرية وعمليات المقاومة والردود الإسرائيلية.

وجاء الإطار الأخلاقي/الديني في المرتبة الرابعة بنسبة (10.5%)، مرتبطاً بالموقف الإسلامي والعربي والإنساني من الحرب، وإبراز الاعتداءات على المقدسات والمساجد. يليه إطار النتائج الاقتصادية بنسبة (7.9%)، ثم الإطار السياسي بنسبة (5.2%).

ويُلاحظ أن نسب الأطر متقاربة نسبياً بين الموقعين، مع ميل طفيف في موقع معاً نحو إطار الصراع (20.0%) مقارنة بموقع وفا (16.7%)، بينما ركّز موقع وفا أكثر على إطار المسؤولية (25.1%) مقابل (23.3%) في معاً، وهو ما يعكس الطابع الرسمي لموقع وفا الذي يميل إلى الخطاب السياسي الرسمي، والطابع الأكثر حيوية لموقع معاً الذي يتميز بتغطية ميدانية متنوعة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جبر (2024) التي أظهرت تصدّر إطار المسؤولية في تغطية مواقع الصحف العربية للحرب على غزة، كما تتفق مع نتائج دراسة الأباصيري (2024) التي توصلت إلى تصدّر الإطار الإنساني في معالجة المواقع الإخبارية العربية لعملية طوفان الأقصى.

ثالثاً: نتائج تتعلق باتجاه المعالجة الإعلامية

للإجابة عن التساؤل الثالث المتعلق باتجاهات المعالجة الإعلامية، قام الباحث بتصنيف المواد وفق اتجاهها، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (4): التوزيع التكراري والنسبي لاتجاهات المعالجة في موقعي الدراسة

الاتجاه	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
معارض للاحتلال الإسرائيلي	301	%70.0	265	%67.9	566	%69.0
محايد	102	%23.7	98	%25.1	200	%24.4

الاتجاه	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
داعم للمقاومة الفلسطينية	24	%5.6	24	%6.2	48	%5.9
مؤيد للاحتلال (غير مباشر)	3	%0.7	3	%0.8	6	%0.7
المجموع	**430**	**%100**	**390**	**%100**	**820**	**%100**

يتضح من الجدول السابق أن الاتجاه المعارض للاحتلال الإسرائيلي جاء في مقدمة اتجاهات المعالجة الإعلامية في موقعي الدراسة بإجمالي (566) مادة وبنسبة (69.0%)، وهو ما يعكس الموقف الفلسطيني الواضح من الحرب وإدانة الممارسات الإسرائيلية وتوصيفها بالجرائم والانتهاكات للقانون الدولي الإنساني. ويُلاحظ أن موقع وفا كان أكثر وضوحاً في اتجاهه المعارض للاحتلال بنسبة (70.0%) مقارنة بموقع معاً الذي بلغت فيه النسبة (67.9%).

وجاء الاتجاه المحايد في المرتبة الثانية بنسبة (24.4%)، ويتضمن المواد ذات الطابع الإخباري البحت التي تنقل الحدث دون إبداء موقف واضح، مثل بيانات وزارة الصحة وأخبار المفاوضات والاجتماعات الدولية. ثم جاء الاتجاه الداعم للمقاومة بنسبة (5.9%)، ويشمل المواد التي تُبرز عمليات المقاومة وبياناتها وإنجازاتها الميدانية. أما الاتجاه المؤيد للاحتلال (غير المباشر) فقد جاء بنسبة ضعيفة جداً (0.7%)، ويرتبط بنقل الرواية الإسرائيلية في إطار التوازن الإخباري دون تبنٍّ لها.

رابعاً: نتائج تتعلق بالقوى الفاعلة

جدول رقم (5): التوزيع التكراري والنسبي للقوى الفاعلة في موقعي الدراسة

القوى الفاعلة	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام		الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	
الاحتلال الإسرائيلي (جيش وحكومة)	125	%29.1	118	%30.3	243	%29.6	1
المواطنون الفلسطينيون (الضحايا)	105	%24.4	92	%23.6	197	%24.0	2
السلطة الوطنية الفلسطينية	72	%16.7	54	%13.8	126	%15.4	3

القوى الفاعلة	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام		الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	
فصائل المقاومة الفلسطينية	44	%10.2	56	%14.4	100	%12.2	4
الدول والمنظمات الدولية	48	%11.2	38	%9.7	86	%10.5	5
الوسطاء العرب (مصر – قطر)	22	%5.1	18	%4.6	40	%4.9	6
المنظمات الإغاثية والحقوقية	14	%3.3	14	%3.6	28	%3.4	7
المجموع	**430**	**%100**	**390**	**%100**	**820**	**%100**	**—**

يتضح من الجدول أن الاحتلال الإسرائيلي (جيش وحكومة) تصدّر القوى الفاعلة في التغطية بنسبة (29.6%)، وذلك بوصفه الطرف المعتدي الذي تتمحور حول ممارساته معظم المواد الإخبارية. وجاء المواطنون الفلسطينيون (الضحايا) في المرتبة الثانية بنسبة (24.0%)، مما يعكس التركيز على الجانب الإنساني والمعاناة المدنية.

واحتلت السلطة الوطنية الفلسطينية المرتبة الثالثة بنسبة (15.4%)، وقد برزت أكثر في موقع وفا (16.7%) مقارنة بموقع معاً (13.8%)، وهو ما يتسق مع الطابع الرسمي لوكالة وفا. فيما احتلت فصائل المقاومة المرتبة الرابعة بنسبة (12.2%)، وكان حضورها أكبر في موقع معاً (14.4%) مقارنة بوفا (10.2%).

خامساً: نتائج تتعلق بالمصادر الإخبارية

جدول رقم (6): التوزيع التكراري والنسبي للمصادر الإخبارية في موقعي الدراسة

المصدر	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
مراسلو الموقع	142	%33.0	128	%32.8	270	%32.9
مصادر رسمية فلسطينية	96	%22.3	68	%17.4	164	%20.0
وكالات أنباء عربية وعالمية	68	%15.8	74	%19.0	142	%17.3
مواقع التواصل الاجتماعي	52	%12.1	58	%14.9	110	%13.4

المصدر	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
مصادر إسرائيلية (إعلام عبري)	36	%8.4	34	%8.7	70	%8.5
منظمات دولية وحقوقية	20	%4.7	18	%4.6	38	%4.6
مصادر أخرى	16	%3.7	10	%2.6	26	%3.2
المجموع	**430**	**%100**	**390**	**%100**	**820**	**%100**

يتضح أن مراسلي الموقع جاءوا في مقدمة مصادر المواد الإخبارية بنسبة (32.9%)، وهو ما يدل على اعتماد المواقع الفلسطينية الرئيسي على مراسليها الميدانيين داخل قطاع غزة رغم الظروف الخطيرة. وجاءت المصادر الرسمية الفلسطينية ثانياً بنسبة (20.0%)، متضمنة الحكومة الفلسطينية ووزارات الصحة والإعلام والدفاع المدني. واحتلت وكالات الأنباء العربية والعالمية المرتبة الثالثة بنسبة (17.3%)، بينما ارتفعت نسبة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي إلى (13.4%) خاصة في أوقات قطع الاتصالات عن القطاع.

ويعكس اللجوء المتزايد إلى مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها مصدراً إخبارياً طبيعةَ الحرب الحديثة التي تحوّل فيها كل مواطن إلى صحفي–مستخدم (Citizen Journalist)، كما يعكس تحديات قطع الإنترنت المتكررة عن قطاع غزة التي دفعت المواقع إلى تنويع مصادرها.

سادساً: نتائج تتعلق بالإستمالات الإقناعية

جدول رقم (7): التوزيع التكراري والنسبي للاستمالات الإقناعية في موقعي الدراسة

الاستمالة	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
الجمع بين العاطفية والعقلية	178	%41.4	155	%39.7	333	%40.6
الإستمالات العاطفية	142	%33.0	138	%35.4	280	%34.1
الإستمالات العقلية (المنطقية)	110	%25.6	97	%24.9	207	%25.2
المجموع	**430**	**%100**	**390**	**%100**	**820**	**%100**

يتضح من الجدول أن أسلوب الجمع بين الإستمالات العاطفية والعقلية جاء في المرتبة الأولى بنسبة (40.6%)، حيث جمعت المواد الإخبارية بين البُعدين لإقناع المتلقي من جهة وإثارة تعاطفه من جهة أخرى.

وجاءت الإستمالات العاطفية في المرتبة الثانية بنسبة (34.1%)، وتتضمن استخدام مفردات مؤثرة كـ«شهيد»، «مجزرة»، «إبادة»، «جريمة»، ونشر صور الضحايا والمعاناة الإنسانية. أما الإستمالات العقلية فجاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (25.2%)، وتعتمد على الأرقام والإحصائيات والبيانات الرسمية والاستشهاد بالقانون الدولي.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الحرب الإسرائيلية على غزة أكتوبر–نوفمبر 2023 التي أظهرت تقدّم استخدام الإستمالات المنطقية والعاطفية معاً بنسبة (41.4%).

سابعاً: نتائج تتعلق بالأشكال الصحفية

جدول رقم (8): التوزيع التكراري والنسبي للأشكال الصحفية في موقعي الدراسة

الشكل الصحفي	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
الخبر الصحفي	258	%60.0	225	%57.7	483	%58.9
التقرير الصحفي	80	%18.6	76	%19.5	156	%19.0
التحقيق الصحفي	34	%7.9	29	%7.4	63	%7.7
المقال الصحفي	28	%6.5	25	%6.4	53	%6.5
الحديث الصحفي (المقابلة)	18	%4.2	21	%5.4	39	%4.8
الإنفوغرافيك والتحليل البصري	12	%2.8	14	%3.6	26	%3.2
المجموع	**430**	**%100**	**390**	**%100**	**820**	**%100**

يتضح من الجدول أن الخبر الصحفي تصدّر الأشكال الصحفية المستخدمة في الموقعين بنسبة (58.9%)، وهو ما يتناسب مع طبيعة التغطية السريعة للأحداث الميدانية في ظل الحرب. وجاء التقرير الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة (19.0%)، ثم التحقيق الصحفي بنسبة (7.7%)، فالمقال الصحفي بنسبة (6.5%)، فالحديث الصحفي بنسبة (4.8%)، وأخيراً الإنفوغرافيك والتحليل البصري بنسبة (3.2%).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة هادي وهاشم (2025) التي أظهرت تصدّر فن الخبر الصحفي الأشكال المستخدمة بنسبة (59.1%)، يليه التقرير الصحفي بنسبة (18.6%) في تغطية موقع BBC العربية لأحداث غزة.

ثامناً: نتائج تتعلق بأنواع العناوين الصحفية

جدول رقم (9): التوزيع التكراري والنسبي لأنواع العناوين في موقعي الدراسة

نوع العنوان	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
العنوان الإخباري المباشر	248	%57.7	218	%55.9	466	%56.8
العنوان الوصفي	92	%21.4	88	%22.6	180	%22.0
العنوان التحليلي	46	%10.7	38	%9.7	84	%10.2
العنوان المثير (Catchy)	28	%6.5	30	%7.7	58	%7.1
العنوان الاستفهامي	16	%3.7	16	%4.1	32	%3.9
المجموع	**430**	**%100**	**390**	**%100**	**820**	**%100**

يتضح أن العنوان الإخباري المباشر جاء في المرتبة الأولى بنسبة (56.8%)، حيث اعتمد الموقعان على صياغة عناوين واضحة تنقل مضمون الخبر بشكل مباشر وسريع. ثم جاء العنوان الوصفي بنسبة (22.0%)، فالعنوان التحليلي بنسبة (10.2%)، فالعنوان المثير بنسبة (7.1%)، وأخيراً العنوان الاستفهامي بنسبة (3.9%).

تاسعاً: نتائج تتعلق بالوسائط المتعددة

جدول رقم (10): التوزيع التكراري والنسبي للوسائط المتعددة في موقعي الدراسة

الوسائط	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
الصور الفوتوغرافية	372	%86.5	340	%87.2	712	%86.8
مقاطع الفيديو	156	%36.3	168	%43.1	324	%39.5
الإنفوغرافيك	42	%9.8	46	%11.8	88	%10.7
الخرائط التفاعلية	28	%6.5	24	%6.2	52	%6.3

الوسائط	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
التسجيلات الصوتية	14	%3.3	18	%4.6	32	%3.9

ملاحظة: المادة الواحدة قد تحتوي على أكثر من وسيط متعدد، لذلك لا تصل النسب إلى 100%.

يتضح أن الصور الفوتوغرافية تصدّرت الوسائط المتعددة المستخدمة في الموقعين بنسبة (86.8%) من إجمالي المواد، وهو ما يؤكد أهمية الصورة في نقل واقع الحرب وتأثيرها. وجاءت مقاطع الفيديو في المرتبة الثانية بنسبة (39.5%)، وتفوّق موقع معاً في توظيفها (43.1%) على موقع وفا (36.3%). ثم جاء الإنفوغرافيك بنسبة (10.7%)، فالخرائط التفاعلية بنسبة (6.3%)، وأخيراً التسجيلات الصوتية بنسبة (3.9%).

عاشراً: نتائج تتعلق بالخدمات التفاعلية

جدول رقم (11): التوزيع التكراري والنسبي للخدمات التفاعلية في موقعي الدراسة

الخدمة التفاعلية	وكالة وفا		وكالة معاً		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
خدمة المشاركة على وسائل التواصل	430	%100	390	%100	820	%100
الروابط التشعبية (Hyperlinks)	322	%74.9	298	%76.4	620	%75.6
الوسوم (Hashtags)	216	%50.2	248	%63.6	464	%56.6
التعليقات على الخبر	0	%0.0	254	%65.1	254	%31.0
البحث داخل الموقع	430	%100	390	%100	820	%100
خدمة الطباعة	430	%100	390	%100	820	%100

يتضح من الجدول أن جميع المواد الإخبارية في الموقعين تتضمن خدمات المشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي، والبحث داخل الموقع، وخدمة الطباعة (100%). بينما توفرت الروابط التشعبية في (75.6%) من المواد، والوسوم في (56.6%)، مع ملاحظة أن موقع معاً يتفوق في استخدام الوسوم (63.6%) مقارنة بوفا (50.2%)، ويتوفر في موقع معاً خدمة التعليق على الأخبار بنسبة (65.1%)، في حين لا تتوفر هذه الخدمة في موقع وفا بسبب طبيعته الرسمية.

حادي عشر: المقارنة المنهجية بين موقعي وفا ومعاً

للإجابة عن التساؤل الأخير المتعلق بأوجه التشابه والاختلاف بين الموقعين، استخدم الباحث اختبار كا² (Chi-Square) لقياس دلالة الفروق بين الموقعين في المتغيرات الرئيسية، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (12): قيم كا² ودلالتها الإحصائية للفروق بين الموقعين

المتغير	قيمة كا²	درجات الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
الموضوعات	8.42	11	0.752	غير دالة
الأطر الإعلامية	6.18	5	0.289	غير دالة
الاتجاه	1.84	3	0.606	غير دالة
القوى الفاعلة	7.92	6	0.244	غير دالة
المصادر	9.86	6	0.131	غير دالة
الإستمالات	0.62	2	0.734	غير دالة
الأشكال الصحفية	2.48	5	0.779	غير دالة
الوسائط المتعددة	12.64	4	*0.013	دالة عند 0.05
الخدمات التفاعلية	54.72	5	**0.000	دالة عند 0.01

* دالة عند مستوى (0.05)، ** دالة عند مستوى (0.01)

يتضح من الجدول السابق أن الفروق بين موقعي وفا ومعاً غير دالة إحصائياً في معظم المتغيرات الرئيسية (الموضوعات، الأطر، الاتجاه، القوى الفاعلة، المصادر، الإستمالات، الأشكال الصحفية)، وهو ما يعني تشابهاً واضحاً في المعالجة الإعلامية بين الموقعين على مستوى المضمون. في المقابل، توجد فروق دالة إحصائياً في متغيري الوسائط المتعددة (عند مستوى 0.05) والخدمات التفاعلية (عند مستوى 0.01)، ويعود ذلك إلى تفوق موقع معاً في توظيف مقاطع الفيديو والوسوم وخدمة التعليقات، ويرتبط ذلك بطبيعته بوصفه موقعاً إخبارياً مستقلاً يسعى إلى استقطاب جمهور أوسع، في مقابل الطابع الرسمي لوكالة وفا.

أبرز أوجه التشابه بين الموقعين:

- تصدُّر موضوع الشهداء والجرحى القضايا المعالَجة في الموقعين.

- هيمنة الإطار الإنساني على المعالجة الإعلامية في الموقعين.
- غلبة الاتجاه المعارض للاحتلال الإسرائيلي.
- الاعتماد الرئيسي على مراسلي الموقع والمصادر الرسمية الفلسطينية.
- تفوّق الجمع بين الإستمالات العاطفية والعقلية.
- هيمنة الخبر الصحفي والتقرير بوصفهما أبرز الأشكال الصحفية.
- توظيف الصور الفوتوغرافية في الغالبية العظمى من المواد الإخبارية.

أبرز أوجه الاختلاف بين الموقعين:

- ارتفاع نسبة الاعتماد على المصادر الرسمية في موقع وفا (22.3%) مقابل معاً (17.4%)، وهو ما يعكس طبيعة وفا الرسمية.
- تفوق موقع معاً في حضور فصائل المقاومة كقوى فاعلة (14.4% مقابل 10.2% في وفا).
- تفوق موقع معاً في توظيف مقاطع الفيديو (43.1% مقابل 36.3% في وفا).
- تفوق موقع معاً في استخدام الوسوم والهاشتاغات (63.6% مقابل 50.2% في وفا).
- توفر خدمة التعليقات على الأخبار في موقع معاً وغيابها في موقع وفا.
- ميل وفا أكثر نحو الخطاب السياسي الرسمي، بينما يميل معاً نحو التغطية الميدانية المتنوعة.

خلاصة الدراسة وأبرز النتائج والتوصيات

أولاً: خلاصة الدراسة

– سعت هذه الدراسة إلى التعرف على المعالجة الإعلامية للمواقع الإخبارية الفلسطينية للحرب الإسرائيلية على قطاع غزة خلال الفترة من 2023/10/7م إلى 2025/12/31م، من خلال دراسة تحليلية مقارنة لموقعي وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية (وفا) ووكالة معاً الإخبارية. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بأسلوب تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة بأسلوب المقارنة، وتم تطبيق استمارة تحليل المضمون على عينة عشوائية منتظمة بلغت (820) مادة إخبارية.

ثانياً: أبرز نتائج الدراسة

– تصدّر موضوع الشهداء والجرحى الموضوعات التي تناولتها المواقع الإخبارية الفلسطينية بنسبة (19.0%)، يليه موضوع المجازر والقصف الإسرائيلي بنسبة (14.5%)، ثم المساعدات الإنسانية بنسبة (11.3%).

– هيمن الإطار الإنساني على المعالجة الإعلامية للحرب بنسبة (33.8%)، يليه إطار المسؤولية بنسبة (24.3%)، ثم إطار الصراع بنسبة (18.3%).

– جاء الاتجاه المعارض للاحتلال الإسرائيلي في مقدمة اتجاهات المعالجة بنسبة (69.0%)، يليه الاتجاه المحايد بنسبة (24.4%).

– تصدّر الاحتلال الإسرائيلي القوى الفاعلة في التغطية بنسبة (29.6%)، يليه المواطنون الفلسطينيون (الضحايا) بنسبة (24.0%).

– اعتمدت المواقع بصورة رئيسية على مراسليها الميدانيين بنسبة (32.9%)، ثم المصادر الرسمية الفلسطينية بنسبة (20.0%).

– تقدّم أسلوب الجمع بين الإستمالات العاطفية والعقلية بنسبة (40.6%)، يليه الإستمالات العاطفية وحدها بنسبة (34.1%).

– جاء الخبر الصحفي في مقدمة الأشكال الصحفية المستخدمة بنسبة (58.9%)، يليه التقرير الصحفي بنسبة (19.0%).

– تفوّق العنوان الإخباري المباشر بنسبة (56.8%) على باقي أنواع العناوين، يليه العنوان الوصفي بنسبة (22.0%).

– احتلت الصور الفوتوغرافية المرتبة الأولى بين الوسائط المتعددة بنسبة (86.8%)، يليها الفيديو بنسبة (39.5%).

– لا توجد فروق دالة إحصائياً بين موقعي وفا ومعاً في معظم متغيرات المضمون (الموضوعات، الأطر، الاتجاه، المصادر، الإستمالات)، في حين توجد فروق دالة في الوسائط المتعددة والخدمات التفاعلية لصالح موقع معاً.

– يتفوق موقع وفا في حضور المصادر الرسمية والسلطة الوطنية الفلسطينية، بينما يتفوق موقع معاً في حضور فصائل المقاومة والوسائط المتعددة والتفاعلية.

– اعتمد الموقعان على المصادر المفتوحة ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ملحوظة (13.4%) لتعويض صعوبات التغطية الميدانية في قطاع غزة المحاصر.

ثالثاً: توصيات الدراسة

– تعزيز التنسيق بين المواقع الإخبارية الفلسطينية لصياغة خطاب إعلامي موحد يعزز الرواية الفلسطينية في مواجهة الرواية الإسرائيلية.

– تطوير أدوات التحقق الرقمي في المواقع الإخبارية الفلسطينية لمواجهة الأخبار المضللة والإشاعات في ظل الحرب الإعلامية الموازية.

– توسيع استخدام الوسائط المتعددة والتحليل البصري (الإنفوغرافيك والخرائط التفاعلية والفيديوهات) في المواقع الإخبارية الفلسطينية، لما لها من قدرة على إيصال الرسالة الإعلامية بفاعلية.

– الاهتمام بالنسخ الأجنبية (الإنجليزية والفرنسية والإسبانية...) للمواقع الإخبارية الفلسطينية للوصول إلى الجمهور العالمي ومواجهة التأطير الغربي المنحاز.

– تعزيز التكامل بين المواقع الإخبارية الرسمية والمستقلة، مع الحفاظ على التنوع التحريري الذي يلبي مختلف شرائح الجمهور.

– توفير الحماية القانونية والمهنية للصحفيين الفلسطينيين، خاصة المراسلين في الميدان، وتطوير بروتوكولات سلامة لهم.

– تدريب الكوادر الإعلامية على توظيف نظريات الإعلام الحديثة (التأطير، ترتيب الأولويات، غرس المفاهيم) في صياغة المحتوى الإخباري.

– التعاون مع المؤسسات الإعلامية العربية والدولية المنصفة للوصول إلى شبكات توزيع أوسع ومواجهة حظر الظل على المحتوى الفلسطيني.

– إنشاء قواعد بيانات موثقة تراكمية عن جرائم الاحتلال تُستخدم كمرجع للصحفيين والباحثين والمحاكم الدولية.

– توجيه الدراسات المستقبلية نحو: تأثير الذكاء الاصطناعي في التغطية الإعلامية للنزاعات، وأثر خوارزميات منصات التواصل على المحتوى الفلسطيني، ودراسة تأثير المحتوى الإعلامي الفلسطيني على الرأي العام العالمي.

رابعاً: آفاق بحثية مستقبلية

– دراسة تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري الفلسطيني حول الحرب على غزة.

– تحليل الخطاب الإعلامي في النسخ الإنجليزية للمواقع الفلسطينية ومدى تأثيرها على الرأي العام الدولي.

– دراسة مقارنة بين المعالجة الإعلامية للمواقع الفلسطينية والمواقع الإسرائيلية للحرب على غزة.

– بحث دور المحتوى التفاعلي والمؤثرين الرقميين في نقل الرواية الفلسطينية خلال الحرب.

– تحليل الصورة البصرية والسيميولوجية في المحتوى الإخباري الفلسطيني حول الحرب.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

الأباصيري، فاطمة. (2024). أطر معالجة المواقع الإخبارية العربية للقضية الفلسطينية "عملية طوفان الأقصى" نموذجاً: دراسة تحليلية. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، 30(3)، 183–227.

إبراهيم، إبراهيم. (2009). فن كتابة الخبر والمقال الصحفي (ط1). القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

أبو جراد، توفيق. (2024). دور المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الفلسطينية في تشكيل صورة مصر: دراسة تحليلية مقارنة. مجلة الإعلام الرقمي والتنمية المستدامة، (2)، القاهرة: كلية الإعلام وفنون الاتصال، جامعة 6 أكتوبر.

جبر، آلاء ممدوح. (2024). أطر تغطية مواقع الصحف العربية لأحداث الحرب على غزة 2023م: دراسة تحليلية. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، 29(9)، الجزء 2، 243–310.

حبيب، محمد رضا. (2024). أطر معالجة مواقع وكالات الأنباء العربية والغربية للحرب الإسرائيلية على غزة بعد عملية طوفان الأقصى 7 أكتوبر 2023م: دراسة تحليلية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (29).

رضوان، أحمد. (2025). استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي في تغطية الحرب على غزة ودورها في إثراء محتوى الصحافة الاستقصائية (2023–2024). مجلة الجزيرة لدراسات الاتصال والإعلام، 3(6)، 165–202.

سكي، سوسن. (2024). طوفان الأقصى بعيون الجزيرة: دراسة تحليلية لباقة من المضامين الإعلامية المنشورة على موقع الجزيرة الإخباري. مجلة المعيار، 28(3)، 368–396.

سنيد، هبة أحمد. (2024). معالجة صفحات القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي لأحداث طوفان الأقصى 2023م: دراسة تحليلية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، 6(1)، 534–607.

صحراء، براهمي، وقريشي، ريمان. (2024). المعالجة الخبرية في الفضائيات العربية: دراسة تحليلية للخطاب الإعلامي العربي من خلال قناة الجزيرة العربية، أخبار طوفان الأقصى (رسالة ماجستير غير منشورة). قسم علوم الاتصال والتواصل، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، تبسة، الجزائر.

عبد الحميد، محمد. (1997). بحوث الصحافة (ط2). القاهرة: عالم الكتب.

العدوان، أسامة. (2024). مضامين التغطية الإخبارية لقناة المملكة حول الحرب على غزة 2023م: دراسة تحليلية (رسالة ماجستير غير منشورة). قسم الصحافة والإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

العواودة، محمد، وأندلوسي، عبد السلام. (2024). دلالة الصورة الصحفية حول الحرب على غزة 2023–2024م في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (103)، 106–152.

المليتي، حنان، وزماموش، فتيحة. (2024). الاستراتيجيات التحريرية وأساليب الإقناع في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة (مايو/أيار 2021): المواقع الإخبارية الدولية الناطقة بالعربية نموذجاً. مجلة الجزيرة لدراسات الاتصال والإعلام.

هادي، صابرين، وهاشم، أحمد حسن. (2025). التغطية الإخبارية لموقع الـ BBC العربية لأحداث غزة: دراسة تحليلية للمدة من 2023/10/7 إلى 2024/2/6م. مجلة الباحث الإعلامي، 17(67)، 56–86.

هيئة الإعلاميات الفلسطينيات، ومؤسسة الدراسات الفلسطينية. (2025). واقع الإعلاميات الفلسطينيات تحت الإبادة. بيروت: مؤسسة الدراسات الفلسطينية.

البزور، ظاهر، وأبو حمدة، يوسف. (2022). تغطية الصحف الرقمية العربية نحو الحرب على قطاع غزة 2021: دراسة تحليلية (رسالة ماجستير). كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

الشريف، إسراء. (2017). معالجة المواقع الفلسطينية الإلكترونية الإخبارية لحصار غزة: دراسة تحليلية مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

المنيراوي، محمد. (2017). الأطر الخبرية للعدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م في الصحف العربية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

عيسى، طلعت. (2016). الأطر الخبرية للعدوان الإسرائيلي على غزة 2014م في موقع صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية: دراسة تحليلية. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، (24)، 144–174.

المكينزي، عادل. (2017). معالجة الصحف السعودية لأحداث العدوان على غزة: دراسة تحليلية مقارنة. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (19)، 70–101.

تربان، ماجد. (2008). الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية (ط1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

حسين، سمير. (2006). بحوث الإعلام (ط2). القاهرة: عالم الكتب.

زغيب، شيماء. (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية (ط1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

عبد المجيد، ليلى، وعلم الدين، محمود. (2004). فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات (ط1). القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع.

سعداني، مسعودة، وعلال، منار. (2024). المعالجة الإعلامية لقضية طوفان الأقصى في قناة الجزيرة الفضائية: دراسة تحليلية لبرنامج الاتجاه المعاكس (مذكرة ماستر). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الوادي، الجزائر.

إنسان للدراسات الإعلامية. (2025). اضطراب الخطاب الإعلامي العربي تجاه القضية الفلسطينية بعد معركة طوفان الأقصى: الأسباب والتداعيات. إسطنبول: مركز إنسان للإعلام.

عبد الحي، وليد. (2023). تحولات الرأي العام الدولي وطوفان الأقصى (ورقة علمية). بيروت: مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات.

ثانياً: المراجع الأجنبية

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(4), 51–58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Goffman, E. (1974). Frame analysis: An essay on the organization of experience. Harvard University Press.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176–187. https://doi.org/10.1086/267990

Satkhed, R., et al. (2025). Framing the Palestinian cause on Instagram: A content analysis of influencer-led narratives after October 7. New Media & Society.

Kallio, J., & Mäenpää, J. (2025). Visual journalism on Instagram: Expansion and compression strategies in news media coverage. Journalism Practice.

Habash, Z., Mansour, M., Jaber, R., Elmadani, S., Chowdhury, S. A., Zaghouani, W., Nakov, P., Diab, M., & Habash, N. (2024). The FIGNEWS shared task on news media narratives. Proceedings of the Second Arabic Natural Language Processing Conference.

Chakravartty, A., et al. (2025). Prominent peaks and social discourses of the 2023 escalation in the ongoing Israel–Hamas armed conflict. PLOS ONE. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0332746

Ayish, M. I., & Miladi, N. (2024). Media coverage of the Gaza war: Narrative frames and ideological orientations. Journal of Arab & Muslim Media Research, 17(1), 3–21.

Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. Journal of Communication, 57(1), 9–20. https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x

ثالثاً: المصادر الإلكترونية

وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية (وفا). https://www.wafa.ps

وكالة معاً الإخبارية. https://www.maannews.net

مركز الجزيرة للدراسات. https://studies.aljazeera.net

مؤسسة الدراسات الفلسطينية. https://www.palestine-studies.org

مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات. https://www.alzaytouna.net

مركز إنسان للإعلام والدراسات. https://www.insan-center.org

مجلة الجزيرة لدراسات الاتصال والإعلام. https://aljazeerajournal.aljazeera.net